

Ekološki odgovorno ponašanje u Hrvatskoj (stavovi, razvoj, budućnost)

Brtan, Ivica

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:403218>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-22**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni Diplomski studij Logistički menadžment

Ivica Brtan

EKOLOŠKO ODGOVORNO PONAŠANJE U HRVATSKOJ
(STAVOVI, RAZVOJ, BUDUĆNOST)

Diplomski rad

Osijek, 2024

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Logistički menadžment

Ivica Brtan

EKOLOŠKO ODGOVORNO PONAŠANJE U HRVATSKOJ
(STAVOVI, RAZVOJ, BUDUĆNOST)

Diplomski rad

Kolegij: Pravedna trgovina i održivost

JMBAG: 0010145010

e-mail: ivica.brtan.hr@gmail.com

Mentor: izv. prof. dr. sc. Dražen Čučić

Osijek, 2024

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
University Graduate Study of Logistic management

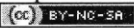
Ivica Brtan

**ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR IN
CROATIA (ATTITUDES, DEVELOPMENT, FUTURE)**

Graduate paper

Osijek, 2024

IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad
(navesti vrstu rada: završni/diplomski/specijalistički/doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih. 
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada u Institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, Repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom Repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ivica Brtan

JMBAG: 0010145010

OIB: 94714356680

e-mail za kontakt: ivica.brtan.hr@gmail.com

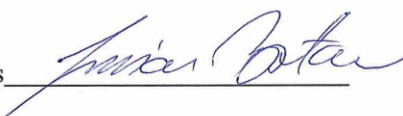
Naziv studija: Sveučilišni diplomski studij Logistički menadžment

Naslov rada: Ekološko odgovorno ponašanje u Hrvatskoj (stavovi, razvoj, budućnost)

Mentor/mentorica rada: izv.prof. dr. sc Dražen Čučić

U Osijeku, 25.09.2024. godine

Potpis



Sadržaj

1. Uvod	8
2. METODOLOGIJA RADA	9
2.1. Predmet i cilj diplomskog rada	9
2.2. Znanstvene metode.....	9
2.3. Struktura rada.....	10
3. Ekološko odgovorno ponašanje u Hrvatskoj (stavovi, razvoj, budućnost)	11
3.1. Okoliš i održivi razvoj	11
3.2. Stepenice uspjeha održivog razvoja	12
3.3. Društveno odgovorno poslovanje.....	13
3.4. Održiva potrošnja	14
3.5. Održivi proizvodi i koncepti	16
3.6. Eco friendly proizvodi.....	16
3.7. Zero waste koncept.....	17
4. Istraživanje o ekološkom odgovornom ponašanju te stavovima, razvoju i	19
budućnosti.....	19
4.1. Opis istraživanja.....	19
4.2. Rezultati istraživanja	20
5. Rasprava	42
6. Zaključak	43
Literatura.....	44
Popis grafikona.....	45
Prilozi.....	46

Ekološko odgovorno ponašanje

SAŽETAK

Ekološko odgovorno ponašanje postaje sve važniji aspekt suvremenog društva, kako globalno, tako i u Hrvatskoj. Suočeni s posljedicama klimatskih promjena, gubitkom biološke raznolikosti i zagađenjem okoliša, građani i institucije prepoznaju potrebu za održivim praksama koje će očuvati prirodne resurse za buduće generacije. U Hrvatskoj, ekološka svijest raste, što se ogleda u različitim inicijativama, zakonodavnim mjerama i promjenama u svakodnevnom životu građana. Prema istraživanjima, stavovi građana Hrvatske prema ekološki odgovornom ponašanju postaju sve pozitivniji. Mnogi građani podržavaju mjere poput recikliranja, korištenja obnovljivih izvora energije i smanjenja uporabe plastike. Gradovi u Republici Hrvatskoj provode programe za reciklažu i smanjenje otpada. Također se primjenjuju različite metode a koje se odnose na djelatnosti u ugostiteljstvu a koje imaju za svrhu u potpunosti iskoristiti namirnicu bez otpada poput tehnike Zero Waste. Cilj ovog rada je istražiti i analizirati ekološko odgovorno ponašanje ispitanika srednje Ugostiteljsko - turističke škole Osijek. Svrha rada je prikazati ekološko odgovorno ponašanja među ispitanicima srednje Ugostiteljsko - turističke škole Osijek. Budućnost ekološkog ponašanja u Hrvatskoj obećava daljnji napredak i inovacije. Planovi za razvoj zelene infrastrukture, poboljšanje sustava reciklaže i poticanje održivog turizma nalaze se u središtu nacionalnih i lokalnih strategija. Edukacija i svijest mladih generacija o važnosti očuvanja okoliša bit će ključne za dugoročni uspjeh. Hrvatska ima potencijal postati primjer održivog razvoja u regiji, promovirajući zelenije i čišće načine života.

Ekološko odgovorno ponašanje u Hrvatskoj se razvija u pozitivnom smjeru, podržano sve većom sviješću građana, učinkovitom politikom i inovativnim inicijativama. Održavanje ovog trenda ključno je za osiguranje zdravog i održivog okoliša za buduće generacije.

Ključne riječi: ekološko odgovorno ponašanje, eco friendly proizvodi, zaštita okoliša, održivi razvoj, ekološka svijest

Environmentally responsible behavior in Croatia (attitudes, development, future)

ABSTRACT

Environmentally responsible behavior is becoming an increasingly important aspect of modern society, both globally and in Croatia. Faced with the consequences of climate change, loss of biodiversity, and environmental pollution, citizens and institutions are recognizing the need for sustainable practices that will preserve natural resources for future generations. In Croatia, environmental awareness is growing, reflected in various initiatives, legislative measures, and changes in the daily lives of citizens. According to research, the attitudes of Croatian citizens towards environmentally responsible behavior are becoming more positive. Many citizens support measures such as recycling, the use of renewable energy sources, and reducing plastic consumption. Cities in the Republic of Croatia are implementing programs for recycling and waste reduction. Various methods are also being applied in the hospitality industry aimed at fully utilizing food ingredients without waste, such as Zero Waste techniques.

The aim of this paper is to explore and analyze the environmentally responsible behavior of students at the Osijek High School of Hospitality and Tourism. The purpose of the paper is to present the environmentally responsible behavior among the respondents from this educational institution. The future of environmentally responsible behavior in Croatia promises further progress and innovation. Plans for the development of green infrastructure, improvement of recycling systems, and the promotion of sustainable tourism are at the core of national and local strategies. Education and awareness among younger generations about the importance of environmental preservation will be key to long-term success. Croatia has the potential to become an example of sustainable development in the region, promoting greener and cleaner ways of living.

Environmentally responsible behavior in Croatia is developing in a positive direction, supported by increasing citizen awareness, effective policies, and innovative initiatives. Maintaining this trend is crucial for ensuring a healthy and sustainable environment for future generations.

Keywords: Environmentally responsible behavior, eco-friendly products, environmental protection, sustainable development, environmental awareness

1. Uvod

Ekološko odgovorno ponašanje postaje sve važniji aspekt suvremenog društva, kako globalno, tako i u Hrvatskoj. Suočeni s posljedicama klimatskih promjena, gubitkom biološke raznolikosti i zagađenjem okoliša, građani i institucije prepoznaju potrebu za održivim praksama koje će očuvati prirodne resurse za buduće generacije. U Hrvatskoj, ekološka svijest raste, što se ogleda u različitim inicijativama, zakonodavnim mjerama i promjenama u svakodnevnom životu građana. Prema istraživanjima, stavovi građana Hrvatske prema ekološki odgovornom ponašanju postaju sve pozitivniji. Većina ljudi prepoznaje važnost zaštite okoliša i spremna je sudjelovati u aktivnostima koje smanjuju negativan utjecaj na prirodu. Povećana je svijest o problemima kao što su zagađenje mora, nepravilno odlaganje otpada i prekomjerna potrošnja resursa. Mnogi građani podržavaju mjere poput recikliranja, korištenja obnovljivih izvora energije i smanjenja uporabe plastike. Hrvatska se može pohvaliti brojnim uspješnim inicijativama koje potiču ekološko odgovorno ponašanje. Gradovi poput Zagreba, Rijeke i Splita provode programe za reciklažu i smanjenje otpada. Uvođenje ekoloških ureda i poticanje korištenja električnih vozila dodatno pridonosi smanjenju emisije štetnih plinova. Zakonodavne mjere, poput zabrane jednokratne plastike i poticaja za korištenje obnovljivih izvora energije, također igraju ključnu ulogu u ovoj tranziciji.

Budućnost ekološkog ponašanja u Hrvatskoj obećava daljnji napredak i inovacije. Planovi za razvoj zelene infrastrukture, poboljšanje sustava reciklaže i poticanje održivog turizma nalaze se u središtu nacionalnih i lokalnih strategija. Edukacija i svijest mladih generacija o važnosti očuvanja okoliša bit će ključne za dugoročni uspjeh. Hrvatska ima potencijal postati primjer održivog razvoja u regiji, promovirajući zelenije i čišće načine života.

Cilj rada je istražiti stavove mladih u Hrvatskoj prema ekološki odgovornom ponašanju te identificirati faktore koji mogu doprinijeti njegovom razvoju u budućnosti. U prvom dijelu rada se objašnjava teorijski dio vezan za ekološko odgovorno ponašanje, ekološke proizvode te načine kako biti ekološki odgovorna osoba. U poglavlju Ekološko odgovorno ponašanje u Hrvatskoj govorit će se o temeljnim konceptima i teorijskim okvirima koji objašnjavaju ekološki odgovorno ponašanje, te pregled postojećih istraživanja na tu temu. U drugom dijelu je navedeno istraživanje o ekološkom odgovornom ponašanju srednjoškolaca u Ugostiteljskoj - turističkoj školi.

2. METODOLOGIJA RADA

Metodologija je izvedena iz grčkih riječi: meta = kroz; hodos = put; Logos = riječ, misao, učenje. Znanstvena je disciplina koja proučava načine znanstvene spoznaje i također možemo reći da je to put kojim znanost treba ići. Po definiciji, metodologija je “znanstvena disciplina u kojoj se kritički ispituju i eksplicitno prezentiraju različite opće i specifične znanstvene metode”. Metodologija je skup metodoloških postupaka kojima se pojedina znanost ili skupina srodnih znanosti služi za stjecanje novih spoznaja. Metodologija se bavi znanstvenim metodama. Tehnička spoznaja se odnosi na postupak analize svih prikupljenih podataka, a teorijska spoznaja bazira se na testiranju analiza svih ranije obrađenih podataka. U teorijskoj spoznaji se ispituju hipoteze, teorije, spoznaje i stilovi [Zelenika, 2000].

2.1. Predmet i cilj diplomskog rada

Predmet diplomskog rada je Ekološki odgovorno ponašanje u Hrvatskoj (stavovi, razvoj, budućnost). Cilj diplomskog rada je istražiti i analizirati ekološko odgovorno ponašanje ispitanika srednje Ugostiteljsko – turističke škole Osijek.

Anketni upitnik je proveden na 139 ispitanika.

Distribucija anketnog upitnika izvršena je putem Google obrasca u razdoblju od 23.05.2024. godine do 19.06.2024. godine.

2.2. Znanstvene metode

Izrada znanstvenog i/ili stručnog rada uključuje primjenu određenih znanstvenih metoda kako bi se prikupili, analizirali i interpretirali određeni podaci. Izdvajamo neke od ključnih znanstvenih metoda koje se mogu primijeniti u izradi znanstvenog radu:

1. **Eksperimentalna metoda:** Ova metoda uključuje kontrolirane eksperimente kako bi se proučavao uzročno-posljedični odnos između varijabli. Eksperimenti se provode pod pažljivo kontroliranim uvjetima kako bi se osigurala valjanost rezultata.
2. **Opservacijska metoda:** Koristi se za promatranje i bilježenje ponašanja, fenomena ili događaja u prirodnom okruženju. Opservacije mogu biti strukturirane ili nestrukturirane.

3. Ankete i upitnici: Ova metoda uključuje prikupljanje podataka putem postavljanja pitanja sudionicima istraživanja. Ankete mogu biti provedene putem papirnatih obrazaca, telefonskih razgovora ili online platformi.
4. Studije slučaja: Ova metoda uključuje detaljnu analizu pojedinog slučaja ili malog broja slučajeva kako bi se dobilo dublje razumijevanje specifičnih situacija ili fenomena.
5. Meta-analiza: Koristi se za analizu i sintezu rezultata više istraživanja o istom ili sličnom pitanju. Meta-analiza pomaže u stvaranju sveobuhvatnijeg i kvantitativnog pogleda na istraživanje.
6. Analiza dokumenata: Ova metoda uključuje proučavanje i analizu pisanih, tiskanih ili elektroničkih dokumenata kako bi se prikupili relevantni podaci ili informacije.
7. Etnografska istraživanja: Ova metoda uključuje duboko uranjanje istraživača u određenu zajednicu ili okolinu kako bi se razumjelo njihovo ponašanje, kultura i društveni kontekst.
8. Simulacije: Ova metoda uključuje stvaranje modela ili simulacija kako bi se proučavale situacije ili procesi u kontroliranom okruženju [Zelenika, 2000].

U ovom diplomskom radu korištene su prvenstveno metode ankete i upitnici te meta-analize. Tema rada istražena je putem sekundarnih izvora podataka (znanstvena i stručna literatura).

2.3. Struktura rada

Ovaj znanstveni rad podijeljen je u šest poglavlja. Prvo poglavlje odnosi se na uvod dok je drugo poglavlje metodologija rada koja se dijeli na tri pod poglavlja. Treće poglavlje pod nazivom Ekološko odgovorno ponašanje u Hrvatskoj (stavovi, razvoj, budućnost) podijeljeno je na sedam pod poglavlja. Poglavlje četvrto odnosi se na Istraživanje o ekološkom odgovornom ponašanju (stavovi, razvoj, budućnost), a podijeljeno je na dva pod poglavlja. Peto poglavlje odnosi se na Raspravu dok je poglavlje šesto Zaključak.

3. Ekološko odgovorno ponašanje u Hrvatskoj (stavovi, razvoj, budućnost)

3.1. Okoliš i održivi razvoj

Okoliš i održivi razvoj su ključni pojmovi povezani s očuvanjem prirodnih resursa i odgovornim upravljanjem ekosustavima za buduće generacije. Održivi razvoj podrazumijeva uravnoteženje ekonomskog rasta, socijalne dobrobiti i zaštite okoliša, kako bi se zadovoljile potrebe sadašnjeg stanovništva bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje. To uključuje promicanje ekološki odgovornog ponašanja, smanjenje zagađenja, očuvanje bioraznolikosti te korištenje obnovljivih izvora energije. Uloga edukacije i svijesti javnosti o ovim temama je ključna za postizanje dugoročne održivosti. Također, trebamo napomenuti da ulogu edukacije i svijesti trebamo primjenjivati od najranije dobi djeteta te tako stvoriti svijest o ekološki odgovornom ponašanju. Savjest je dakako nužan uvjet i to subjektivni i osobni uvjet moralne ispravnosti djelovanja, ali ne i dostatan. Prvo zato što nije objektivno mjerilo ali još važnije zato što nije međuljudsko mjerilo, a poslovanje je društvena pojava (B.Jalšenjak, K.Krkač, 2016).

Održivi razvoj (uravnoteženi razvoj, postojani razvoj), ekonomski razvoj koji u potpunosti uzima u obzir djelovanje ekonomske aktivnosti na okoliš i osniva se na obnovljivim izvorima dobara. Naziv je prva upotrijebila britanska političarka Barbara Ward 1969., a preporučeno je i uveden u praksu na Konferenciji o okolišu i razvoju UN-a u Rio de Janeiru 1992. Osnovna je postavka održivoga razvoja: povećanje dobrobiti mjeri se povećanjem kvalitete života pojedinca i sveukupnog stanovništva, a ne povećanjem količine proizvedenih ili utrošenih materijalnih dobara ili energije. Neusklađenost interesa i usmjerenja različitih skupina i država o prvenstvima ciljeva razvoja, uzrokom je neujednačenosti razvojnih planova pojedinih zemalja, regija ili kontinenata. Manje razvijene zemlje smatraju planove održivoga razvoja ograničenjima koja im nameću razvijene i tehnološki moćne zemlje, koje su svoj razvoj u prošlosti postigle upravo intenzivnim iskorištavanjem okoliša i odlaganjem štetnog otpada. Održivi razvoj, iako nepotpuno definiran i otvoren za različita, pa i djelomično suprotstavljena tumačenja, ulazi kao načelo u strategije razvoja svih zemalja. UN, preko Komisije za održivi razvoj (Commission for Sustainable Development – CSD) procjenjuje postignuti napredak u geografskim, ali i tematskim cjelinama te daje preporuke (Održivi razvoj. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.).

Herceg (2013.) govori da je naglasak održivog razvoja na vođenju razvojne politike uz maksimalnu primjenu znanstvenih dostignuća i novih tehnologija u cilju zaštite prirode i očuvanju okoliša. Održivi razvoj je samo razvoj bez oštećenja okoliša ili iscrplivanja resursa na kojima se i zasniva. Koncept održivog razvoja bazira se na tri temeljna načela. To su načelo okolišne održivosti, načelo socijalne i kulturne održivosti i načelo gospodarske održivosti.

3.2. Stepenice uspjeha održivog razvoja

Uspjeh održivog razvoja ovisi o jasno definiranom cilju i postizanju konkretnog rezultata, pri čemu je ključno kontrolirati sve čimbenike i procese koji doprinose šteti za okoliš. To znači da je potrebno sustavno pratiti i upravljati uzrocima zagađenja, neodržive potrošnje resursa i drugih aktivnosti koje negativno utječu na ekosustave, kako bi se osigurala dugoročna zaštita okoliša i održivost razvoja.

Herceg (2016.) navodi da cilj održivog razvoja se ostvaruje sustavima upravljanja okolišem Environmental Management Systems – EMS a koji uključuje sedam koraka na „stepenicama“ održivog razvoja:

- Industrijska ekologija – glavni cilj da tehnologija radi s prirodom a ne protiv nje
- Čistija proizvodnja – faze životnog ciklusa s ciljem usmjere prema prevencije ili minimalizacije kratkoročnih i dugoročnih rizika po ljude i okoliš
- Sprečavanje zagađenja – korištenjem manje toksičnih tvari i smanjivati nastanak otpada u početnim stupnjevima proizvodnje
- Minimiziranje otpada – (eng.minimization of waste) pridonosi smanjenju ukupnog volumena otpada i smanjenju njegove toksičnosti
- Recikliranje – (eng. Recycling) u procesima proizvodnje nastaju otpadni produkti koje je potrebno što više reciklirati
- Kontrola onečišćenja – reduciranju volumena i toksičnosti otpada koji se ne može reciklirati
- Zbrinjavanje otpada – posljednji korak na stepenicama održivog razvoja, značaj svakog od sedam nabrojanih koraka na putu do održivog razvoja prije svega treba shvatiti svaki pojedinac(Herceg, 2016).

Kao koncept, održivi razvoj temelji se na sustavima upravljanja okolišem koji uključuju ključne korake poput industrijske ekologije, čistije proizvodnje, sprečavanja zagađenja, minimiziranja otpada, recikliranja, kontrole onečišćenja i zbrinjavanja otpada. Svaki od tih koraka pridonosi smanjenju štetnog utjecaja na okoliš, dok istovremeno promiče odgovornu upotrebu resursa. Važno je da svaki pojedinac, ali i gospodarstvo u cjelini, prepoznaju važnost ovih postupaka i prilagode se njihovoj primjeni. Time ne samo da ostvarujemo ekološku održivost, već i koristimo ekonomski i društveno, zadovoljavajući potrebe sadašnjih i budućih generacija.

3.3. Društveno odgovorno poslovanje

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) predstavlja koncept u kojem poduzeća, uz ostvarivanje profita, preuzimaju odgovornost za svoj utjecaj na društvo i okoliš. Ova praksa uključuje integraciju poslovne etike u svakodnevno poslovanje, što znači da kompanije djeluju u skladu s moralnim i etičkim načelima te pridonose općem dobru. Poslovna etika podrazumijeva pošteno, transparentno i odgovorno poslovanje koje poštuje prava zaposlenika, potrošača i zajednice. Društvena odgovornost podrazumijeva da poduzeća ne samo da posluju u skladu s zakonima, već i aktivno doprinose održivom razvoju, zaštiti okoliša te poboljšanju kvalitete života u zajednici.

Jalešnjak i Krkač (2014.) navode da “ljudsko djelovanje može biti pojedinačno (individualno) i skupno (kolektivno). Pojedinačno djelovanje ono je kada subjekt djelovanja pojedina osoba, a skupno kada skupina nastupa na neki način kao cjelina.” (Jalešnjak, Krkač,2014:17)

„Poslovna etika ili etika poslovanja je cjelina prihvatljivih oblika djelovanja u poslovnim organizacijama ili cjelina načela i standarda koji određuju prihvatljivo djelovanje u poslovnim organizacijama i promicanje društvene odgovornosti. Društvena odgovornost je obveza svih koji posluju da uz cilj maksimiziranja profita maksimiziraju i pozitivan utjecaj svog poslovanja na društvo, a minimiziraju negativan utjecaj“ (Jalešnjak, Krkač,2016:217)

Djelovanja pojedinca ili skupine mogu biti i odgovorna ili neodgovorna te iz tih razloga poslovna etika odnosi se na moralne principe i vrijednosti koji usmjeravaju poslovanje poduzeća, uključujući poštenje, integritet, transparentnost i odgovornost u donošenju odluka. To znači da poduzeća djeluju u skladu s etičkim standardima u odnosu prema zaposlenicima, klijentima, dobavljačima i drugim dionicima.

S druge strane, društvena odgovornost odnosi se na obvezu poduzeća da doprinese društvu izvan okvira zakonskih zahtjeva. To uključuje aktivnosti poput zaštite okoliša, ulaganja u zajednicu, osiguravanja boljih radnih uvjeta i brige za dobrobit šire društvene zajednice. Društvena odgovornost fokusira se na pozitivan utjecaj na društvo i okoliš kroz poslovne prakse. U skladu s takvim smjerom trebamo biti usmjereni da se traže nove inovacije s ciljem očuvanja okoliša za buduće generacije.

Goldstein (1999.) navodi „Prisjetite se da je s ekološkog stajališta jedini način da se budući naraštaji ne kažnjavaju našim aktivnostima da im predamo količinu prirodnog kapitala koja je vrlo slična našem vlastitu“. Možemo smatrati da je ovo ujedno i poziv na odgovorno upravljanje prirodnim resursima, odnosno da se treba paziti na količine koje trošimo kako bismo budućim generacijama ostavili sačuvano ili barem približnu količinu prirodnog kapitala Goldstein (1999:110).

3.4. Održiva potrošnja

Održiva potrošnja odnosi se na korištenje dobara i usluga na način koji minimizira negativan utjecaj na okoliš, društvo i gospodarstvo. Ključni cilj održive potrošnje je osigurati da zadovoljavamo svoje potrebe danas bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje vlastite potrebe. To podrazumijeva odgovorno korištenje prirodnih resursa, smanjenje otpada, energetske učinkovite proizvodnje i potrošnje, te promicanje društveno odgovornih praksi. Ključnu ulogu u održivoj potrošnji ima potrošač, posebno zeleni potrošači koji imaju ekološku svijest pri kupovini proizvoda i smanjenju otpada kroz ekološke prakse. Zeleni potrošači s obzirom na svoj stav imaju utjecaja i na ponašanje drugih potrošača koji nemaju razvijenu svijest o održivoj potrošnji ali su se skloni prilagoditi ponašanju drugih potrošača. Nefat (2014.) govori da „na ponašanje ljudi često utječu i društvene norme, odnosno ljudi su skloni ponašati se kao i ostali ili vode računa što drugi misle o njihovom ponašanju“ Nefat (2014:35)

Zeleni potrošač je osoba koja donosi odluke o kupovini i potrošnji s naglaskom na očuvanje okoliša i održivost. Zeleni potrošač, svojim svakodnevnim odlukama, nastoji utjecati na cijeli sustav potrošnje kako bi se smanjila šteta za okoliš i promicale održive prakse. Ovaj tip potrošača vodi računa o ekološkom utjecaju proizvoda i usluga koje kupuje te nastoji

minimizirati negativne učinke na prirodu i društvo. Zeleni potrošači često biraju proizvode i usluge koje:

- Imaju manji ekološki otisak – proizvodi koji troše manje prirodnih resursa, koriste obnovljive izvore energije ili su izrađeni od recikliranih materijala
- Podupiru ekološke ili društveno odgovorne tvrtke – zeleni potrošači preferiraju tvrtke koje provode održive prakse, smanjuju emisije stakleničkih plinova i koriste etičke standarde u proizvodnji
- Promiču smanjenje otpada – često biraju proizvode s manje ambalaže, izbjegavaju jednokratne predmete te preferiraju proizvode koji se mogu reciklirati ili višekratno koristiti
- Biraju lokalno proizvedene proizvode – kupnjom lokalno uzgojenih ili proizvedenih proizvoda smanjuju emisije ugljičnog dioksida povezane s transportom i podupiru lokalne zajednice

Zelenog potrošača odlikuje niz karakteristika a odnose se na :

- Informiranost: zeleni potrošači aktivno traže informacije o ekološkom utjecaju proizvoda i usluga. Prate certifikate poput "Fair Trade", "Eko oznaka" ili "Energy Star"
- Smanjenje potrošnje: oni smanjuju nepotrebnu potrošnju, te često preferiraju minimalizam i dugotrajnije proizvode
- Etika i pravda: pored okoliša, zeleni potrošači paze na radne uvjete, prava radnika i društvenu odgovornost tvrtki od kojih kupuju

Tolušić i sur.(<https://hrcak.srce.hr/file/185434> str. 28) navode podjelu potrošača prema istraživanju tvrtke Roper Starch Worldwide u pet skupina:

- Istinski zeleni – potrošači koji brinu za okoliš i aktivno žele postići pozitivnu promjenu
- Zelenkasti – potrošači koji nisu politički aktivni ali vjerojatnije će kupiti ekološki proizvod
- Mladice – potrošači koji vjeruju u teoriji ali ne i u praksi
- Gundala – skeptični i neobrazovani kada je riječ o okolišu
- Smeđi – opterećeni svakodnevnim problemima i ne vode brigu o socijalnim pitanjima i okolišu

3.5. Održivi proizvodi i koncepti

Održivi proizvodi su oni koji su dizajnirani, proizvedeni i korišteni na način koji minimalizira negativan utjecaj na okoliš i društvo. Ovi proizvodi koriste obnovljive resurse, energetske učinkovite procese i materijale koji su sigurni za okoliš. Također, održivi proizvodi često imaju dulji životni vijek, mogu se popraviti ili reciklirati, te dolaze s minimalnom ili biorazgradivom ambalažom. Koncepti kao što su kružna ekonomija i zero waste potiču smanjenje otpada i resursnu učinkovitost kroz ponovnu upotrebu, recikliranje i smanjenje potrošnje. Održivi dizajn teži stvaranju proizvoda koji omogućuju dugoročnu upotrebu bez štetnih učinaka na okoliš, potičući odgovornu potrošnju i društveno odgovorne prakse.

3.6. Eco friendly proizvodi

Eco-friendly (ekološki prihvatljivi) proizvodi odnose se na proizvode koji su dizajnirani, proizvedeni i korišteni na način koji smanjuje štetne utjecaje na okoliš. Takvi proizvodi koriste održive materijale, smanjuju emisiju stakleničkih plinova, smanjuju zagađenje i često imaju duži vijek trajanja. Cilj ovih proizvoda je očuvati prirodne resurse i smanjiti negativne posljedice koje masovna proizvodnja i potrošnja imaju na okoliš. Pojam eco - friendly postao je popularan u drugoj polovici 20. stoljeća, kada su se javile prve velike ekološke krize, poput zagađenja zraka, vode i tla te naglog porasta potrošnje fosilnih goriva. Pokreti za zaštitu okoliša, poput Earth Day-a, koji je prvi put održan 1970. godine, dali su veliki doprinos popularizaciji održivih proizvoda. U to vrijeme, vlade i organizacije počele su uočavati važnost očuvanja prirodnih resursa, a koncept održivosti postao je dio globalne politike i potrošačke svijesti.

Tijekom godina, rastuća svijest o klimatskim promjenama i ekološkim problemima dovela je do veće potražnje za eco - friendly proizvodima. Ovi proizvodi postali su dio brojnih industrija, uključujući prehranu, tekstil, kozmetiku, tehnologiju i energetiku.

Danas se eco - friendly proizvodi koriste u mnogim aspektima svakodnevnog života. Oni uključuju:

- Organsku i održivu odjeću - proizvodi izrađeni od prirodnih, organskih materijala poput pamuka, lana, bambusa ili recikliranih tkanina

- Biorazgradiva ambalaža – ambalaža ili pakiranje koja se brzo i prirodno raspada u okolišu, bez štetnih kemikalija
- Energetski učinkoviti uređaji - uređaji koji troše manje električne energije, smanjujući emisiju CO2 i smanjujući troškove energije
- Prirodna kozmetika - proizvodi bez štetnih kemikalija, testiranja na životinjama i s minimalnim pakiranjem

Učinkovitost ovih proizvoda uvelike ovisi o svijesti potrošača i njihovoj spremnosti da biraju proizvode koji imaju manji utjecaj na okoliš. Također, certifikati poput EU Ecolabel, Energy Star i Fair Trade pomažu potrošačima u prepoznavanju proizvoda koji ispunjavaju stroge ekološke standarde. Korištenje eco-friendly proizvoda potiče kružno gospodarstvo, gdje su resursi ponovno upotrijebljeni i reciklirani, a otpad sveden na minimum. Ovo je ključ za smanjenje ekološkog otiska i borbu protiv klimatskih promjena. Kroz razvoj inovativnih tehnologija, ovi proizvodi postaju dostupniji i popularniji diljem svijeta.

Zero waste je filozofija i pokret koji teži eliminaciji otpada kroz promjene u načinu proizvodnje i potrošnje. Glavni cilj zero waste koncepta je potpuno isključivanje otpada iz sustava proizvodnje i potrošnje, odnosno osiguravanje da svi materijali i proizvodi budu ponovno korišteni ili vraćeni u prirodni ekosustav bez štete za okoliš. Za razliku od recikliranja, koje se bavi zbrinjavanjem već postojećeg otpada, zero waste filozofija teži sprječavanju stvaranja otpada od samog početka.

3.7. Zero waste koncept

Koncept zero waste pojavio se krajem 20. stoljeća kao odgovor na rastuću količinu otpada, posebno plastičnog, koji je završavao na odlagalištima i u oceanima. Industrijska revolucija i masovna potrošnja doveli su do stvaranja društva "koje baca", gdje je otpad postao neizbježan nusprodukt svakodnevnog života.

Godine 2013. Bea Johnson, jedna od pionirki zero waste pokreta, objavila je knjigu Zero Waste Home, koja je popularizirala ovu filozofiju kroz primjere iz vlastitog života. Johnson je promovirala ideju smanjenja otpada na individualnoj razini putem jednostavnih koraka poput odbijanja nepotrebnih proizvoda, smanjenja potrošnje, ponovne upotrebe, recikliranja i kompostiranja. Ova praksa uskoro je postala globalni trend i inspirirala mnoge obitelji, tvrtke i zajednice. Zero waste filozofija temelji se na pet osnovnih principa:

- Odbijanje (Refuse) - odbijanje stvari koje nisu potrebne, poput plastičnih vrećica, boca za vodu za jednokratnu upotrebu ili promotivnih proizvoda
- Smanjenje (Reduce) - smanjenje potrošnje, čime se direktno smanjuje količina otpada
- Ponovna upotreba (Reuse) - korištenje predmeta više puta ili davanje novih funkcija starim predmetima
- Recikliranje (Recycle) - recikliranje materijala kako bi se smanjila potreba za proizvodnjom novih sirovina
- Kompostiranje (Rot) - vraćanje organskih tvari natrag u zemlju putem kompostiranja, čime se zatvara prirodni ciklusa (Johnson, 2013:15-29)

Primjena Zero waste filozofije koristi se u brojnim sektorima te se koristi i kao tehnika prilikom rada u ugostiteljstvu posebno u kuharstvu i pripremanju u poslužnom sektoru. Kao koncept ima široku primjenu u kućanstvima gdje ljudi prakticiraju smanjenje upotrebe plastike, korištenje višekratnih vrećica, kupovina proizvoda bez ambalaže. Mnoge tvrtke, poput IKEA-e uvrštavaju ovaj koncept u svoje poslovanje. Pojedini gradovi u SAD i Japanu također nastoje biti inovativni te postanu zero waste zajednice koje bi imale za cilj smanjenje otpada zbog velikih opterećenosti svojih odlagališta. Implementacija zero waste pristupa ima potencijal da transformira cijeli ekonomski i industrijski sustav. Korištenjem kružnog modela, gdje se materijali ponovno upotrebljavaju ili recikliraju, smanjuje se pritisak na prirodne resurse, a otpad koji završava u okolišu svodi se na minimum. Ovaj pokret također potiče promjenu ponašanja potrošača, fokusirajući se na dugoročnu održivost umjesto kratkoročne potrošnje.

Dok eco-friendly proizvodi usmjeravaju pažnju na održivu proizvodnju i potrošnju, zero waste filozofija ide korak dalje, promovirajući način života koji smanjuje ili eliminira otpad u potpunosti. Oba pristupa igraju ključnu ulogu u zaštiti okoliša i borbi protiv klimatskih promjena. Kroz zajedničku primjenu ovih principa, društvo može prijeći na održiviji način života i smanjiti negativan utjecaj na planet za buduće generacije. Sam koncept zero waste je pronašao plodno tlo u ugostiteljstvu jer se ova brzo rastuća djelatnost okrenula svim pozitivnim trendovima ekološke osviještenosti te u svezi toga se organiziraju različita natjecanja iz kuharstva i Ugostiteljskog posluživanja gdje su upravo ovi koncepti jedno od pravila korištenja namirnica.

Autor Gunter,P. (2012.) navodi u svom radu Plava ekonomija kako je “otpad jednog procesa u prirodi je uvijek hranjiva tvar, sirovina ili izvor energije za drugi proces”.

Jedan od bitnih čimbenika za promicanje ove tehnike i koncepta je upravo potreba za edukacijama novih naraštaja ugostiteljskih radnika koji razvijaju ekološku odgovornost i savjest nulte tolerancije prema bacanju još uvijek korisnih dijelova namirnica. Škole su idealno mjesto za uspostavljenog zdravog okruženja za optimalno učenje i sudjelovanje koje bi trebalo biti najvažnije načelo Gunter (2012).

Republika Hrvatska se suočava s ključnim izazovima vezanim uz očuvanje okoliša usred dinamičnog gospodarskog rasta, ekspanzije industrijske proizvodnje, prometa i turizma. Iako ovi sektori donose ekonomski napredak, njihov rast stvara pritisak na prirodne resurse – čisto more, zrak, tlo i plitke vode, koji su temelj održivog života. Očuvanje okoliša postaje prioritet kako bi budući naraštaji imali pristup osnovnim prirodnim resursima potrebnim za zdrav i kvalitetan život. Stoga, nužno je pronaći dugoročna rješenja koja će uskladiti gospodarski razvoj s održivim korištenjem resursa i zaštitom okoliša. U svezi toga Ured za strategiju razvitka Republike Hrvatske (2001). Hrvatska u 21. stoljeću naveo je viziju koja govori " Pred nama su promjene. Predvodi je, već u kratkoročnom razdoblju, rast industrijske proizvodnje i porast u gospodarstvu s rastom potrošnje energije. Došlo je do ekspanzije prometa i turizma, uz prateće infrastrukturne zahvate: Sve će to izravno ugroziti postojeće stanje u kojem se nalazi okoliš Republike Hrvatske. Što činiti da održimo uvjete u kojima će budući naraštaji imati plitke vode, čisto more, čisti zrak, kvalitetno tlo i druge prirodne zalihe da mogu proizvoditi koliko je potrebno za normalan život (Ured za strategiju razvitka Republike Hrvatske 2001. Hrvatska u 21. Stoljeću).

4. Istraživanje o ekološkom odgovornom ponašanju te stavovima, razvoju i budućnosti

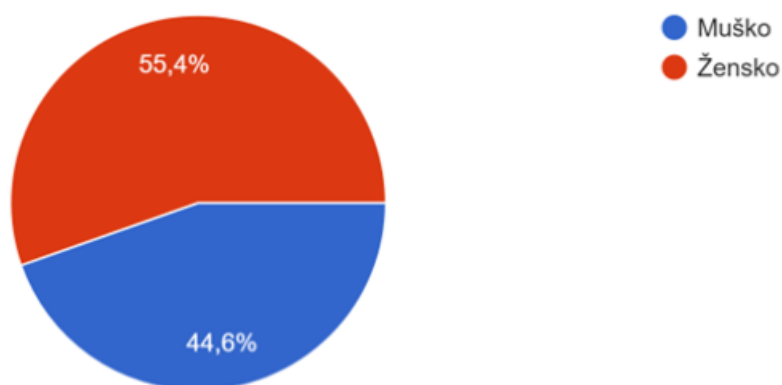
4.1. Opis istraživanja

Istraživanje će ispitati stavove ispitanika o ekološki odgovornom ponašanju, njihovoj svijesti o zaštiti okoliša te spremnosti za usvajanje održivih praksi. Cilj je istražiti koliko su mladi upoznati s konceptima poput selektiranja otpada, štednje energije i tehnike Zero waste, kao i koliko sudjeluju u ekološkim akcijama. Također, istražuje se koliko su informirani o mjerama politike zaštite okoliša te njihova spremnost na plaćanje više cijene za ekološke proizvode.

Poseban naglasak stavlja se na motivaciju za ekološko ponašanje i percepciju budućih promjena potrošačkih navika koje bi mogle pridonijeti održivom razvoju.

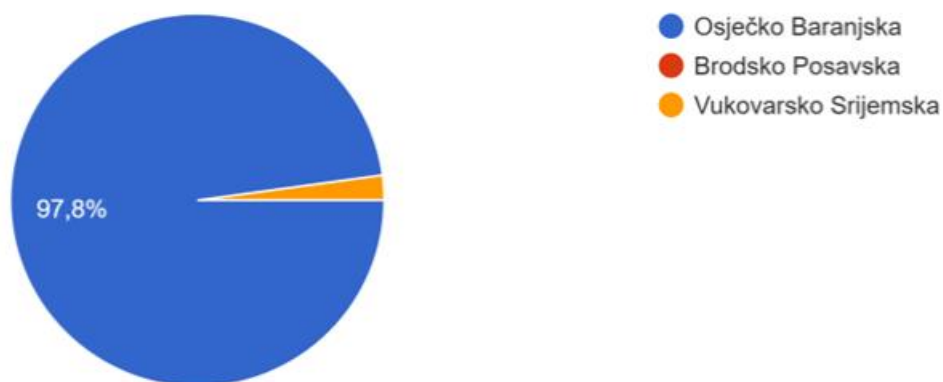
4.2. Rezultati istraživanja

U nastavku su prikazani rezultati istraživanja.



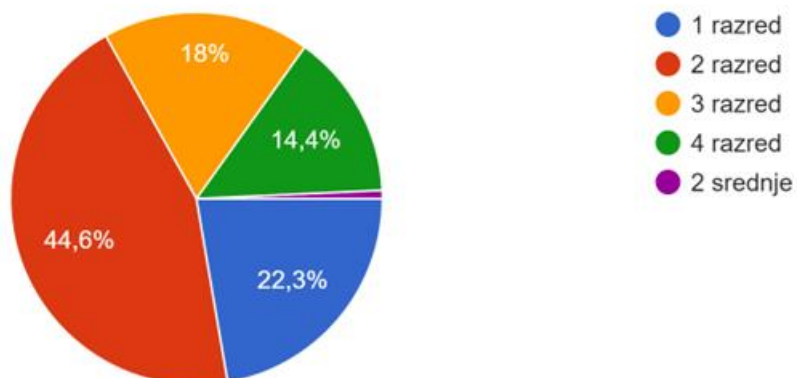
Grafikon 1. Spol ispitanika
(vlastito istraživanje autora)

U ovom istraživanju je sudjelovalo više ispitanika ženskog spola u odnosu na muški spol. Od ukupnog broja ispitanika, 55,4 % ispitanika, odnosno 77 ispitanika su osobe ženskog spola, dok je 44.6 % ispitanika, odnosno 62 ispitanika muškog spola.



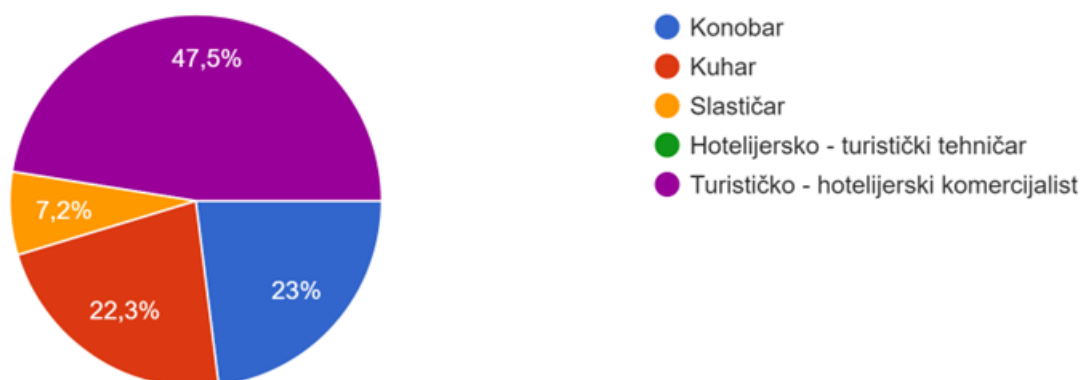
Grafikon 2. Županija prebivališta
(vlastito istraživanje autora)

Grafikon prikazuje distribuciju odgovora na pitanje o županiji prebivališta ispitanika. Velika većina ispitanika, njih 97,8 % ispitanika, odnosno 136 ispitanika dolazi iz Osječko-baranjske županije, dok vrlo mali postotak 2,2 % ispitanika, odnosno 3 ispitanika dolazi iz Vukovarsko-srijemske županije. Prebivalište u Brodsko-posavskoj županiji nije zastupljeno među ispitanicima u ovom uzorku. Ova neravnomjerna distribucija ukazuje na to da je uzorak ispitanika uglavnom koncentriran u Osječko-baranjskoj županiji.



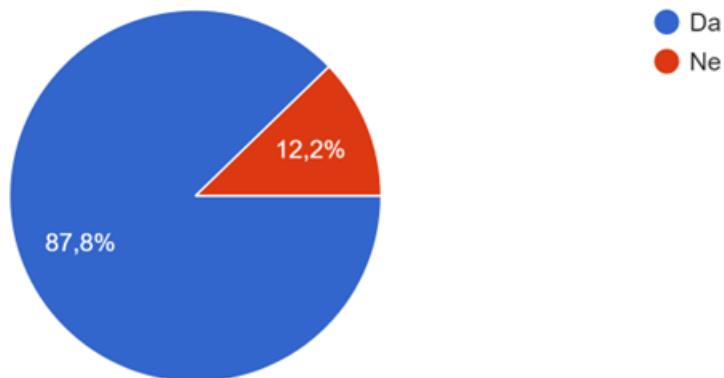
Grafikon 3. Razred koji pohađa ispitanik
(vlastito istraživanje autora)

Najveći broj ispitanika, njih 45,3 % ispitanika, odnosno njih 63 ispitanika pohađa drugi razred srednje škole, dok 22,3 % ispitanika odnosno 31 ispitanik pohađa prvi razred. U trećem razredu nalazi se 18 % ispitanika, odnosno njih 25 ispitanika, dok 20 ispitanika odnosno njih 14,4 % ispitanika pohađa četvrti razred. Istraživanje pokazuje da najveći broj ispitanika pohađa drugi razred.



Grafikon 4. Zanimanje za koje se školuje
(vlastito istraživanje autora)

Najzastupljenije zanimanje u istraživanju je turističko – hotelijerski komercijalist s 66 ispitanika, odnosno njih 47,5 %. Drugo najzastupljenije zanimanje je konobar s 32 ispitanika, odnosno njih 23 % ispitanika. 22,3 % ispitanika, odnosno 31 ispitanik se školuje za zanimanje kuhar. Za zanimanje slastičar školuje se 7,2 % ispitanika, odnosno 10 ispitanika. Rezultati istraživanja pokazuju da je najveći broj ispitanika usmjeren za zanimanje turističko-hotelijerski komercijalist.



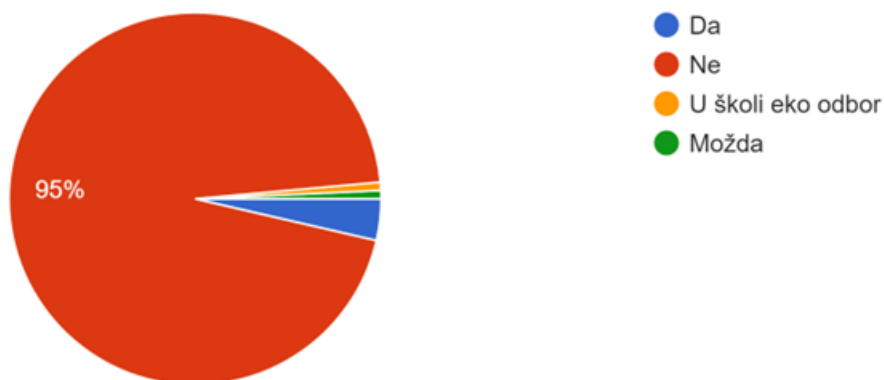
Grafikon 5. Upoznatost ispitanika s pojmom ekološki odgovornog ponašanja
(vlastito istraživanje autora)

Rezultati pokazuju da je 87,8 % ispitanika odgovorilo "Da", odnosno njih 122 ispitanika što znači da velika većina ispitanika zna za pojam ekološki odgovornog ponašanja. S druge strane, 12,2 % ispitanika, odnosno 17 ispitanika odgovorilo je "Ne", što sugerira da manji dio populacije nije upoznat s tim pojmom. Rezultati odgovora na ovo pitanje pokazuju visoku razinu svijesti među ispitanicima o pojmu ekološkog odgovornog ponašanja, što je ohrabrujuće za promicanje ekološki održivih praksi. Većina ispitanika je upoznata s konceptom, što može biti dobra polazna osnova za daljnje aktivnosti u vezi s promoviranjem ekoloških praksi i održivosti.



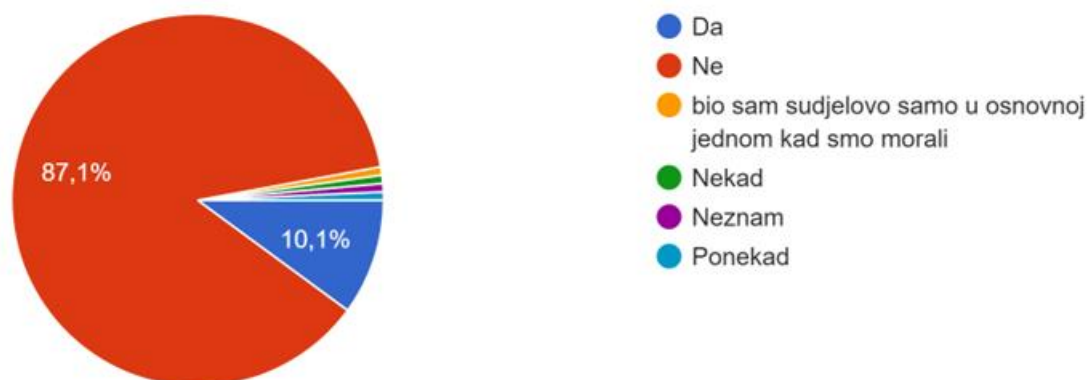
Grafikon 6. Samoprocjena ispitanika o ekološkoj odgovornosti
(vlastito istraživanje autora)

Sljedeće pitanje glasilo je "Smatraš li se ekološki odgovornom osobom?" Rezultati pokazuju da većina ispitanika ima pozitivan stav prema osobnoj ekološkoj odgovornosti. Naime, 74,8 % ispitanika odnosno 104 ispitanika odgovorilo je potvrdno "Da", što implicira da se oni smatraju ekološki odgovornim osobama. Nasuprot tome, 20,9 % ispitanika odnosno 29 ispitanika izjasnilo se negativno, odgovorivši s "Ne", što ukazuje na određeni nedostatak ekološke odgovornosti kod ovih ispitanika. Ostali odgovori su zastupljeni u znatno manjem postotku 4,3 % odnosno 6 ispitanika, a njihovi odgovori odnose se na one ispitanike koji nisu u potpunosti sigurni u svoju ekološku odgovornost.



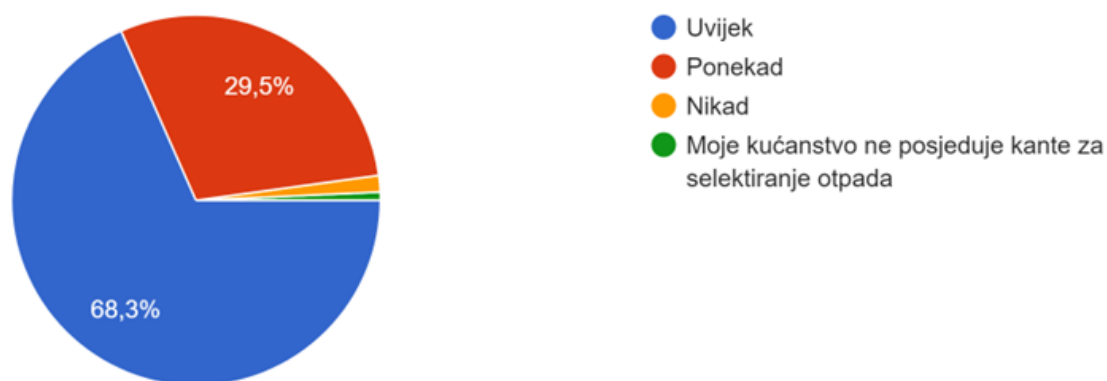
Grafikon 7. Članstvo ispitanika u ekološkim udrugama ili organizacijama
(vlastito istraživanje autora)

Na sljedeće pitanje o članstvu ispitanika u ekološkim udrugama ili organizacijama odgovori pokazuju da 95 % ispitanika, odnosno 132 ispitanika nije član takvih organizacija. Dok je 3,6 % ispitanika, odnosno 5 ispitanika aktivno je uključeno u ekološke udruge, dok 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik pripada školskim ekološkim odborima i još 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik pokazuje neodređeni interes za buduće članstvo.



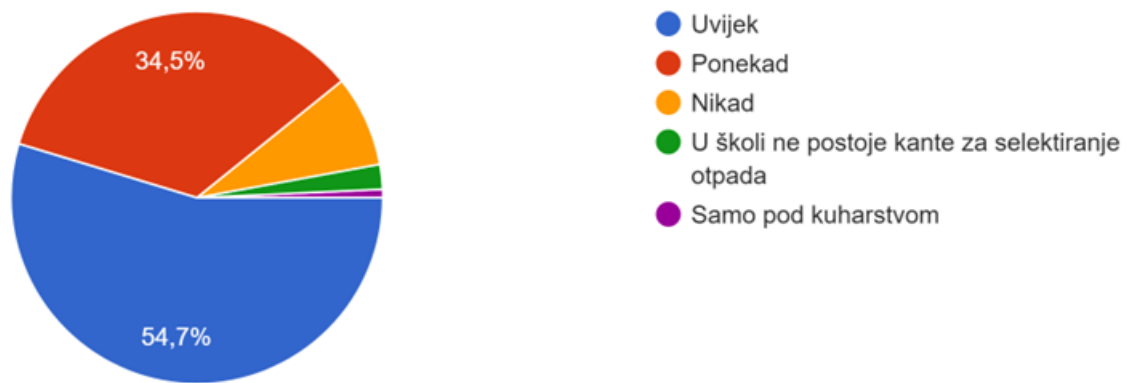
Grafikon 8. Sudjelovanje ispitanika u ekološkim akcijama
(vlastito istraživanje autora)

Na osmo pitanje "Sudjeluješ li u ekološkim akcijama?" 87,1 % ispitanika, odnosno 121 ispitanik odgovorio je negativno, da ne sudjeluje u ekološkim akcijama. Dok je 10,1 % ispitanika, odnosno 14 ispitanika odgovorilo potvrdno, da sudjeluje u ekološkim akcijama. Manji postotak 2,8 % ispitanika odnosno 4 ispitanika daje različite odgovore, poput onih koji su sudjelovali samo jednom u osnovnoj školi kada je bilo obavezno, onih koji su odgovorili "Nekad", "Ponekad", ili "Ne znam".



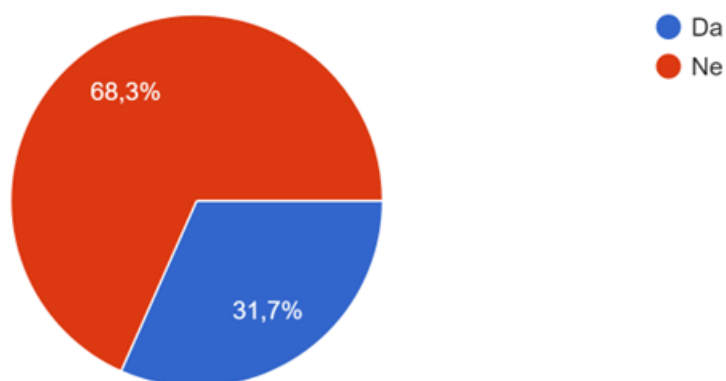
Grafikon 9. Provođenje selektiranja otpada u kućanstvima ispitanika
(vlastito istraživanje autora)

Rezultati na pitanje "Selektiraš li otpad kod kuće (plava kanta = papir, žuta kanta = plastika itd.)?" Većina ispitanika, njih 68,3 %, odnosno 95 ispitanika uvijek selektira otpad što je pozitivan pokazatelj ekološke svijesti o zaštiti okoliša. 29,5 % ispitanika odnosno 41 ispitanik selektira otpad ponekad što može ukazivati na nedostatak motivacije, dok samo 1,4 % odnosno 2 ispitanika nikada ne selektira otpad što može značiti da nisu dovoljno informirani o prednostima takvog ponašanja. Dok 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik izjavljuje da njihovo kućanstvo ne posjeduje kante za selektiranje otpada.



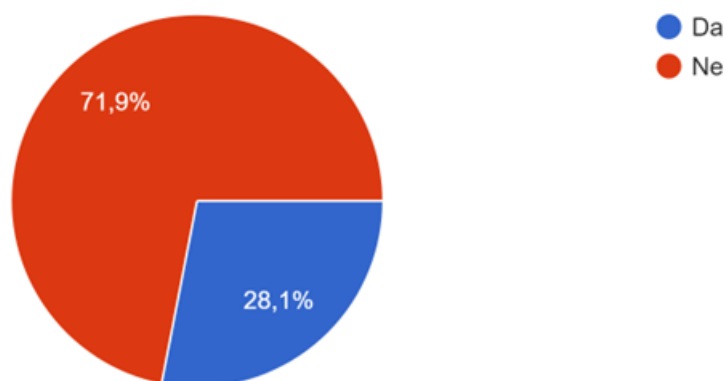
Grafikon 10. Provođenje selektiranja otpada u školi
(vlastito istraživanje autora)

Na deseto pitanje 54,7 % ispitanika, odnosno 76 ispitanika uvijek selektira otpad u školi što ukazuje na razvijenu svijest pravilnog odlaganja otpada. 34,5 % ispitanika, odnosno 48 ispitanika to radi ponekad što pokazuje da postoji svijest o selektiranju otpada ali postoje situacije u kojima ispitanici to ne čine redovito. 7,9 % ispitanika, odnosno 11 ispitanika nikad ne selektira što može biti posljedica neznanja, nedostatka motivacije ili interesa. 2,2 % ispitanika, odnosno 3 ispitanika navodi da u školi ne postoje kante za selektiranje otpada. 0,7 % ispitanik, odnosno 1 ispitanik selektira otpad samo pod kuharstvom. Ovi podaci pokazuju da iako postoji svijest o pravilnom selektiranju otpada, postoji prostor za poboljšavanjem dodatnim edukacijama kako bi selektiranje postalo redovito.



Grafikon 11. Pozornost ispitanika na eco friendly oznake prilikom kupovine proizvoda
(vlastito istraživanje autora)

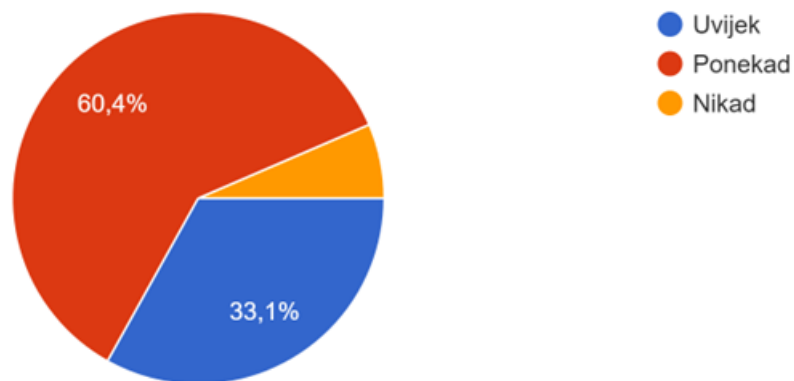
68,3 % ispitanika, odnosno 95 ispitanika prilikom kupovine vodi računa o eco-friendly oznakama na proizvodima, dok 31,7 % ispitanika, odnosno 44 ispitanika to ne čini. Ovi rezultati pokazuju da je većina ispitanika svjesna ekoloških oznaka i smatra ih važnim faktorom u donošenju odluka pri kupovini, dok trećina ispitanika još uvijek ne obraća pažnju na ove oznake, što ukazuje na prostor za povećanje svijesti o održivim proizvodima.



Grafikon 12. Stav ispitanika na plaćanje više cijene za eco friendly proizvode

(vlastito istraživanje autora)

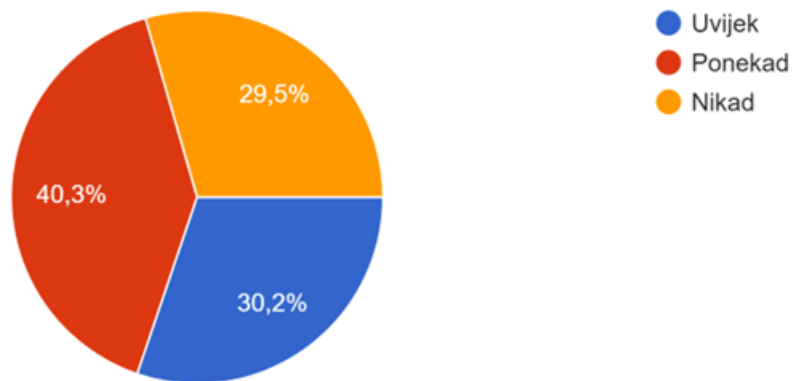
Na pitanje 12: "Prilikom kupovine proizvoda spreman(na) si platiti više cijenu za proizvode s eco-friendly oznakama na proizvodima?", od ukupno 139 ispitanika, 71,9 % ispitanika, odnosno 100 ispitanika je odgovorilo da su spremni platiti više cijenu za eco friendly proizvod, dok je 28,1% ispitanika, odnosno 39 ispitanika odgovorilo da nisu spremni platiti više cijenu za takve proizvode. Rezultati pokazuju da većina ispitanika cijeni proizvode s ekološkim oznakama te je spremna platiti više cijenu kako bi podržala održive i ekološki prihvatljive opcije.



Grafikon 13. Briga ispitanika o štednji energije u kućanstvu
(vlastito istraživanje autora)

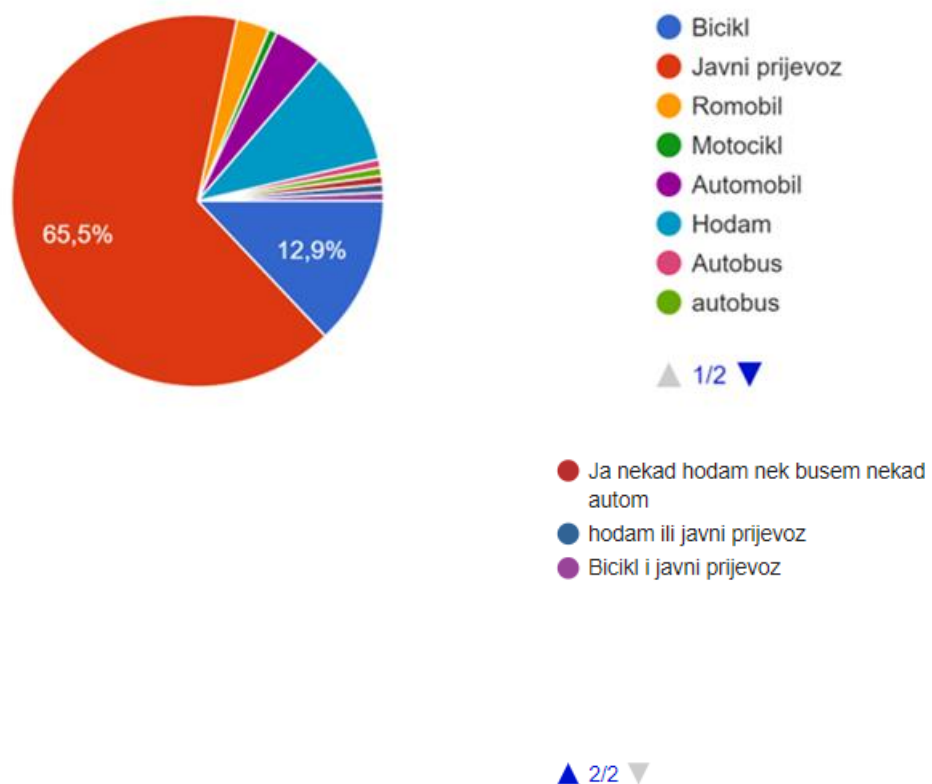
Na trinaesto pitanje "Vodiš li računa o štednji energije u svom kućanstvu?", od ukupno 139 ispitanika, 60,4 % ispitanika, odnosno 84 ispitanika, odgovorilo je da uvijek vode računa o štednji energije, dok je 33,1 % ispitanika, odnosno 46 ispitanika, odgovorilo da ponekad vode računa o tome. 6,5 % ispitanika, odnosno 9 ispitanika, odgovorilo je da nikad ne vode računa o

štednji energije. Rezultati pokazuju da većina ispitanika, bilo uvijek ili povremeno, pazi na potrošnju energije u svom kućanstvu.



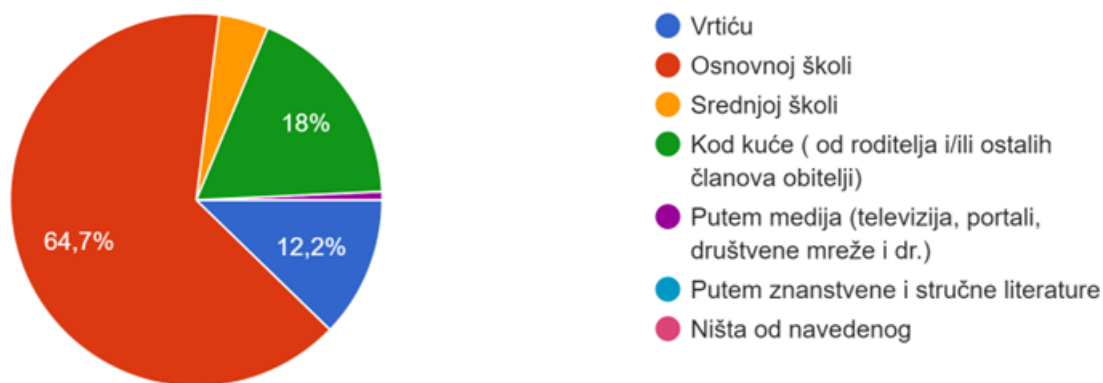
Grafikon 14. Briga ispitanika o štednji energije u školi
(vlastito istraživanje autora)

Na pitanje: "Vodiš li računa o štednji energije u školi?", od ukupno 139 ispitanika, 30,2 % ispitanika, odnosno 42 ispitanika, odgovorilo je da uvijek vode računa o štednji energije, dok je 40,3 % ispitanika, odnosno 56 ispitanika, odgovorilo da to čine ponekad. 29,5 % ispitanika, odnosno 41 ispitanik, odgovorilo je da nikad ne vode računa o štednji energije u školi. Rezultati pokazuju da postoji podijeljenost među ispitanicima kada je riječ o štednji energije u školi, pri čemu značajan broj ispitanika samo povremeno ili nikad ne obraća pažnju na to.



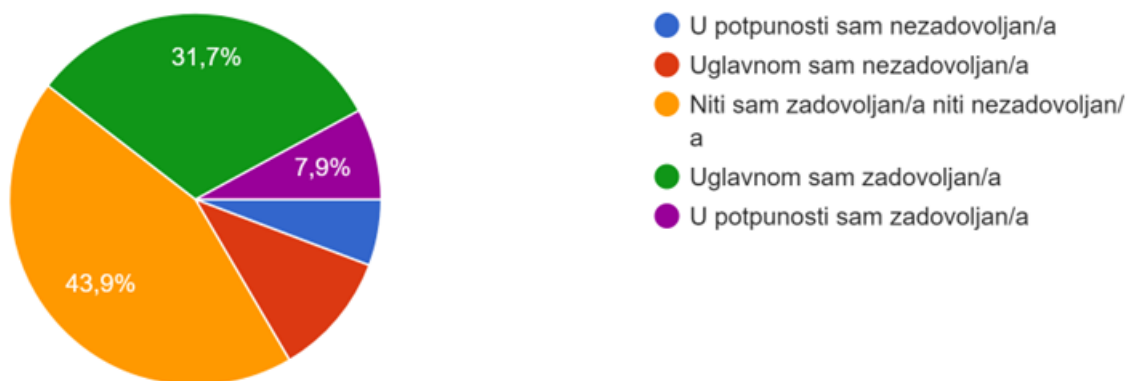
Grafikon 15. Način prijevoza ispitanika prilikom dolaska u školu ili na trening
(vlastito istraživanje autora)

Na pitanje: "Prilikom dolaska u školu ili primjerice odlaska na trening koristiš?", od ukupno 139 ispitanika, 65,5 % ispitanika odnosno 91 ispitanik, koristi javni prijevoz, dok 12,9 % ispitanika, odnosno 18 ispitanika, koristi bicikl, 10,1 % ispitanika, odnosno 14 ispitanika hoda. 4,3 % ispitanika, odnosno 6 ispitanika, koristi automobil. 2,9 % ispitanika, odnosno 4 ispitanika, koristi romobil. 1,4 % ispitanika, odnosno 2 ispitanika, koristi autobus, a 0,7 %, odnosno 1 ispitanik, koristi motocikl. Nekoliko ispitanika ima kombinirane odgovore, 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik koristi bicikl i javni prijevoz, dok 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik hoda ili koristi javni prijevoz, te 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik ponekad koristi hodanje, autobus ili automobil. Rezultati pokazuju da većina ispitanika koristi javni prijevoz kao glavni način dolaska u školu ili na trening, dok manji broj koristi bicikl, hodanje ili druge načine prijevoza.



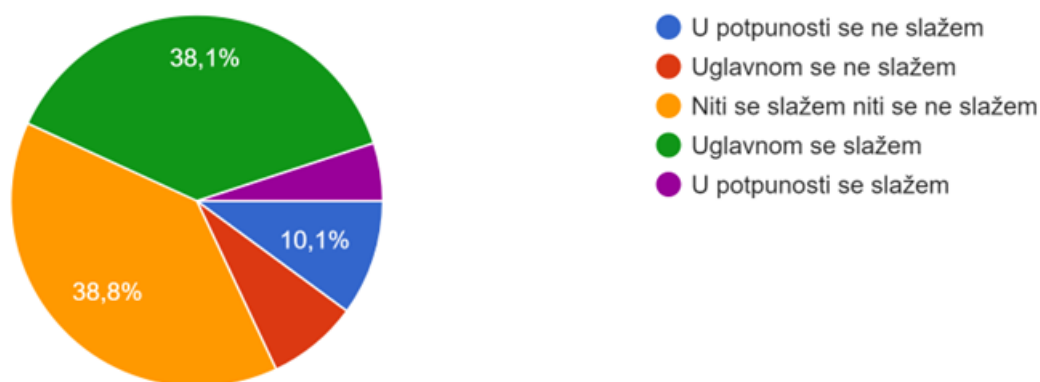
Grafikon 16. Izvor znanja o selektiranju otpada
(vlastito istraživanje autora)

Na pitanje: "O selektiranju otpada učio(la) si u?", 64,7 % ispitanika, odnosno 90 ispitanika, o tome učilo u osnovnoj školi dok je 18 % ispitanika, odnosno 25 ispitanika, dobilo te informacije kod kuće od roditelja ili ostalih članova obitelji. 12,2 % ispitanika, odnosno 17 ispitanika, odgovorilo je da su o selektiranju otpada učili u vrtiću. 4,3 % ispitanika, odnosno 6 ispitanika, učilo je o selektiranju otpada u srednjoj školi, a 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik, učio je o selektiranju otpada putem medija (televizija, portali, društvene mreže). Rezultati pokazuju da većina ispitanika informacije o selektiranju otpada dobiva kroz formalno obrazovanje, prvenstveno u osnovnoj školi.



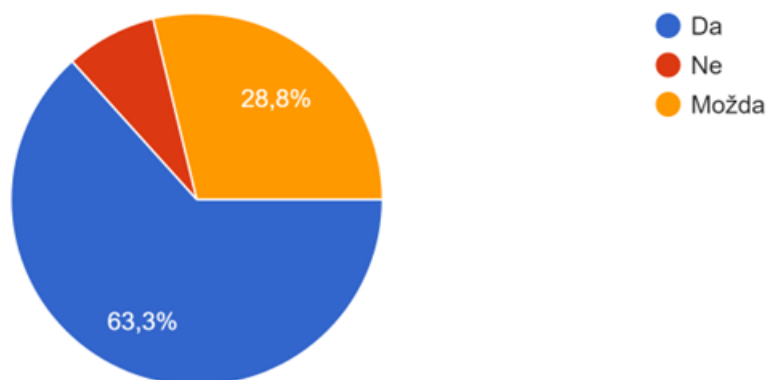
Grafikon 17. Zadovoljstvo ispitanika o postojećim modelima selektiranja
(vlastito istraživanje autora)

Prema rezultatima ankete, na postavljeno pitanje “Koliko si zadovoljan(a) postojećim modelom selektiranja otpada u svom mjestu prebivališta?” Najveći broj ispitanika, njih 43,9 %, odnosno 61 ispitanik naveo je da su neutralni, odnosno da nisu ni zadovoljni ni nezadovoljni postojećim modelom. 31,7 % ispitanika, odnosno 44 ispitanika, uglavnom je zadovoljno, dok je 10,8 % ispitanika, odnosno 15 ispitanika, uglavnom nezadovoljno. 7,9 % ispitanika, odnosno 11 ispitanika u potpunosti je zadovoljno modelom selektiranja otpada. 5,8 % ispitanika, odnosno 8 osoba, izjavilo je da su potpuno nezadovoljni modelom selektiranja otpada, Rezultati pokazuju da je najveći broj ispitanika neutralan prema sustavu selektiranja otpada, dok značajan broj ipak iskazuje određeni stupanj zadovoljstva, a manji postotak izražava nezadovoljstvo.



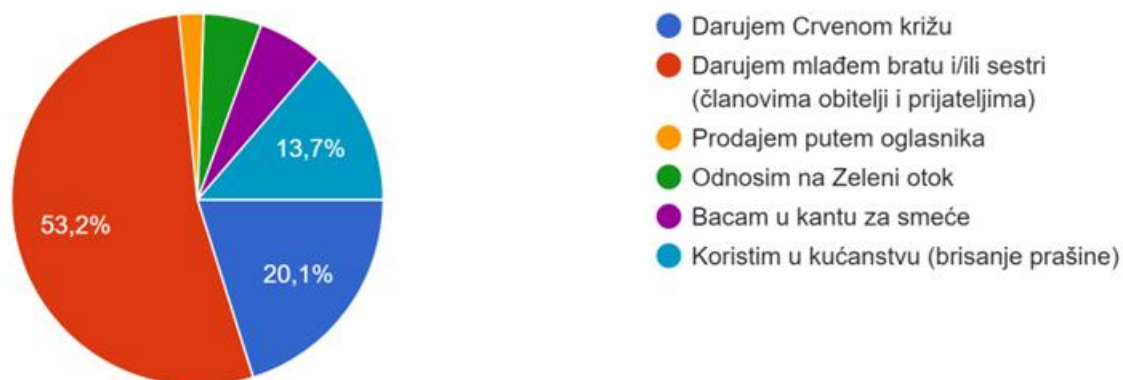
Grafikon 18. Stav ispitanika o mjerama politike zaštite okoliša
(vlastito istraživanje autora)

Od ispitanika je zatraženo da izraze svoje mišljenje o tome smatraju li da su informirani o mjerama politike zaštite okoliša. Prema rezultatima ankete, 38,8 % ispitanika, odnosno 54 ispitanika, zauzelo je neutralan stav, navodeći da se niti slažu niti ne slažu s tvrdnjom. 38,1 % ispitanika, odnosno 53 ispitanika, uglavnom se slaže da su informirani o mjerama politike zaštite okoliša. Dok 10,1 % ispitanika, odnosno 14 ispitanika, izjavilo je da se u potpunosti ne slažu s tvrdnjom da su informirani. 7,9 % ispitanika, odnosno 11 ispitanika, uglavnom se ne slaže da su dovoljno informirani, dok 5 % ispitanika, odnosno 7 ispitanika smatra da su u potpunosti informirani. Rezultati pokazuju podijeljenost među ispitanicima, pri čemu značajan dio njih ili nije siguran u svoju informiranost ili se osjeća donekle informirano, dok manji broj u potpunosti prihvaća ili odbacuje tu tvrdnju.



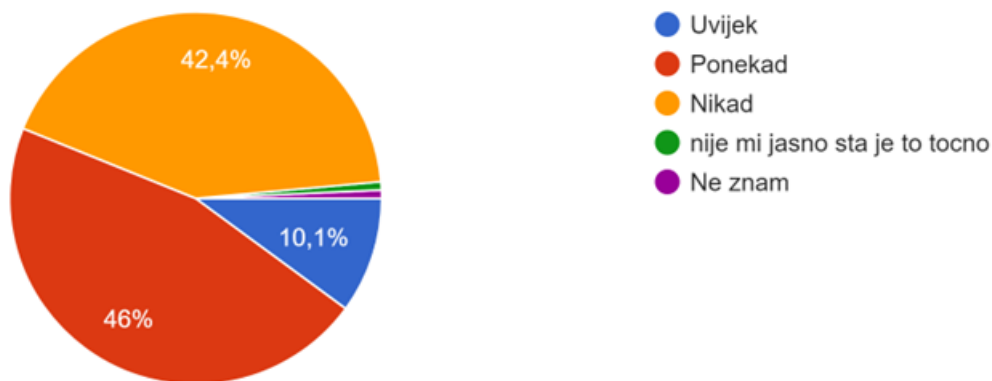
Grafikon 19. Stav ispitanika o nagradama za selektiranje otpada
(vlastito istraživanje autora)

Od ispitanika je zatraženo da iznesu svoje mišljenje o tome treba li građane nagraditi, primjerice umanjnjem računa za odvoz komunalnog otpada, ako redovito selektiraju otpad. Prema rezultatima ankete, većina ispitanika, njih 63,3 %, odnosno 88 ispitanika, smatra da bi građani trebali biti nagrađeni za ovu praksu. Ovi rezultati sugeriraju da većina podržava poticanje građana na ekološki odgovorno ponašanje kroz financijske stimulacije. Manji dio ispitanika, njih 28,8 %, odnosno 40 ispitanika, izjavilo je da bi možda trebalo nagrađivati takvo ponašanje, što ukazuje na određeni stupanj neodlučnosti, vjerojatno zbog nepoznanica u vezi s primjenom ili održivošću takvog sistema poticaja. S druge strane, 7,9 % ispitanika, odnosno 11 ispitanika, smatra da građane ne treba nagrađivati za selektiranje otpada, što može upućivati na mišljenje da je to odgovornost svakog pojedinca, neovisno o dodatnim poticajima. Ovi rezultati pokazuju jasnu podršku za uvođenje nagrada kao mjere motivacije za ekološki odgovorno ponašanje, uz manjinsku grupu koja je skeptična prema takvom pristupu.



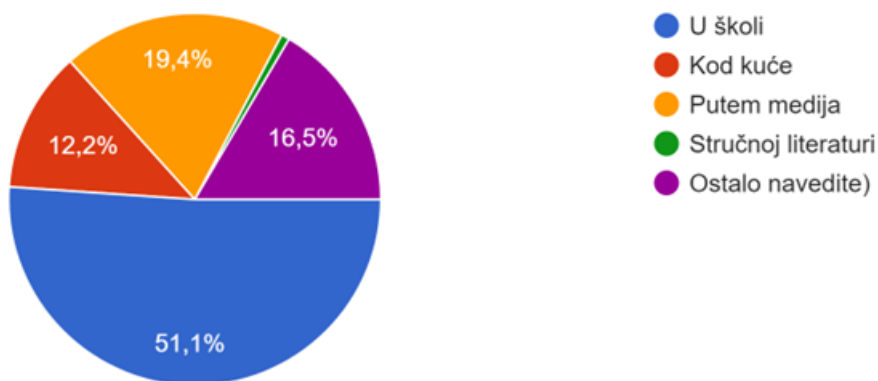
Grafikon 20. Postupanje ispitanika s preraslom odjećom ili obućom
(vlastito istraživanje autora)

Od ispitanika je zatraženo da navedu što rade s odjećom i obućom koju prerastu. Prema rezultatima ankete, većina ispitanika, njih 53,2 %, odnosno 74 ispitanika, navelo je da odjeću i obuću daruju mlađim članovima obitelji ili prijateljima, što ukazuje na čestu praksu unutar obitelji i bliskih krugova. Značajan broj ispitanika, 20,1 %, odnosno 28 ispitanika, daruje odjeću i obuću Crvenom križu, čime se potiče solidarnost i humanitarno djelovanje. Manji postotak ispitanika, njih 13,7 %, odnosno 19 ispitanika, koristi staru odjeću u kućanstvu, primjerice za brisanje prašine, što pokazuje praktično recikliranje unutar domaćinstva. S druge strane, 5,8 % ispitanika, odnosno 8 ispitanika, izjavilo je da odjeću i obuću bacaju u kantu za smeće, što ukazuje na potencijalnu priliku za edukaciju o ekološki prihvatljivijim načinima zbrinjavanja tekstila. Još 5 %, odnosno 7 ispitanika, staru odjeću odnosi na Zeleni otok, gdje se ona zbrinjava na održiv način. Manji broj ispitanika, njih 2,2 %, odnosno 3 ispitanika, prodaje odjeću putem oglasnika, čime odjeći daju drugu priliku uz financijsku korist. Ovi podaci pokazuju da većina ispitanika preferira redistribuiranje ili ponovnu uporabu stare odjeće i obuće unutar obitelji, dok manji postotak koristi druge ekološki i društveno odgovorne opcije, poput doniranja ili recikliranja.



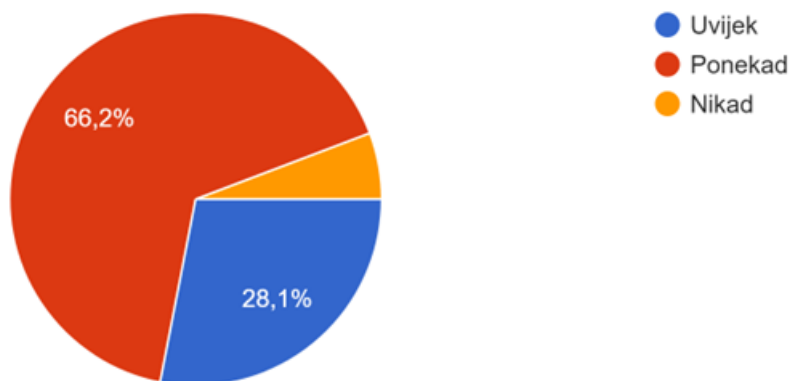
Grafikon 21. Učestalost primjene tehnike Zero waste kod kuće
(vlastito istraživanje autora)

Od ispitanika je zatraženo da navedu koriste li tehniku Zero waste u svom domaćinstvu. Prema rezultatima ankete, većina ispitanika, njih 46 % ispitanika, odnosno 64 ispitanika navelo je da ponekad koriste ovu tehniku, što sugerira da su svjesni njenih principa, ali je ne primjenjuju dosljedno. S druge strane, 42,4 % ispitanika, odnosno 59 ispitanika, izjavilo je da nikad ne koriste tehniku Zero waste kod kuće, što ukazuje na potencijalni nedostatak interesa ili resursa za primjenu ove ekološke prakse u svakodnevnom životu. 10,1 % ispitanika, odnosno 14 ispitanika, izjavilo je da uvijek primjenjuju tehniku Zero waste kod kuće. Mali broj ispitanika, njih 0,7 % odnosno 1 ispitanik, nije siguran koristi li tehniku, dok je još 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik izjavilo da im nije jasno što točno podrazumijeva tehnika Zero waste. Dobiveni odgovori pokazuju da, iako postoji određena svijest i interes za tehniku Zero waste, mnogi ispitanici ili ne primjenjuju ovu praksu ili nisu u potpunosti upoznati s njom.



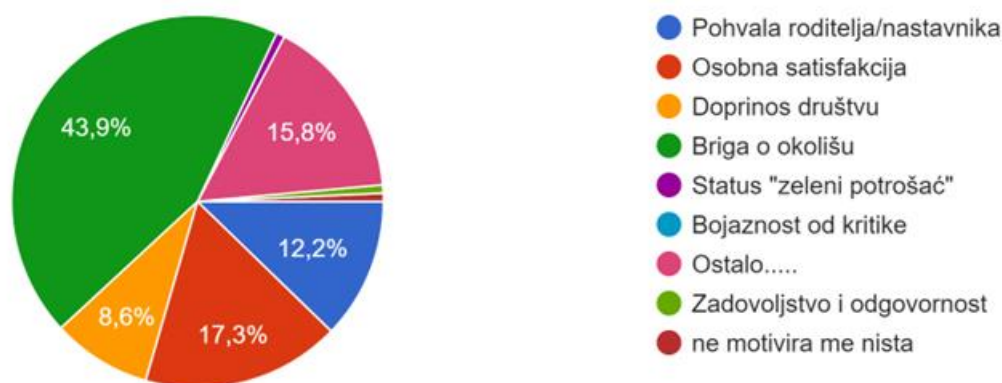
Grafikon 22. Izvor upoznavanja s tehnikom Zero waste
(vlastito istraživanje autora)

Od ispitanika je zatraženo da odgovore gdje su se upoznali s tehnikom Zero waste. 51,1 % ispitanika, odnosno 71 ispitanik, izjavilo je da su se s tehnikom Zero waste upoznali u školi. 19,4 % ispitanika, odnosno 27 ispitanika, navelo je da su se s ovom tehnikom upoznali putem medija. 16,5 % ispitanika, odnosno 23 ispitanika, odgovorilo je da su se upoznali na neki drugi način. 12,2 % ispitanika, odnosno 17 ispitanika, izjavilo je da su se s tehnikom upoznali kod kuće, dok je samo 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik, naveo da se upoznao putem stručne literature. Rezultati pokazuju da je škola najčešći izvor informacija o tehnici Zero waste, dok značajan dio ispitanika dolazi do tih informacija i putem medija.



Grafikon 23. Stav ispitanika prema ekološkom odgovornom ponašanju
(vlastito istraživanje autora)

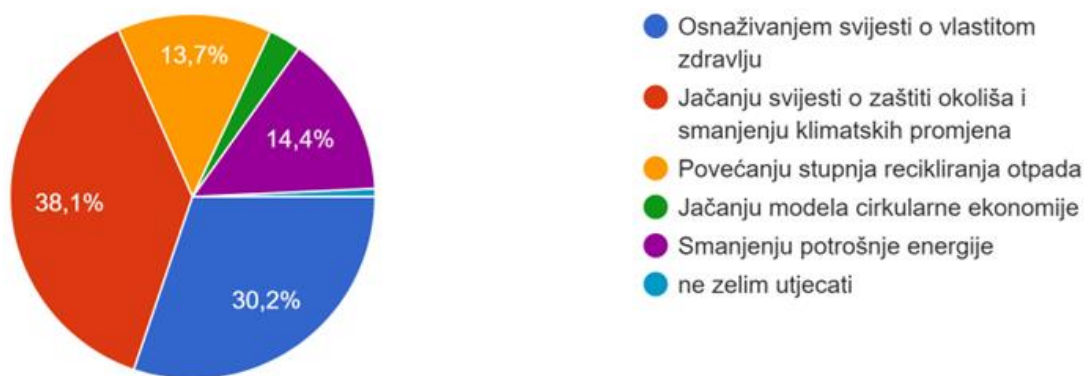
Od ispitanika je zatražen stav o poticanju svojim primjerom na pozitivan stav prema ekološkom odgovornom ponašanju. 66,2 %, ispitanika odnosno 92 ispitanika, odgovorilo je da ponekad potiču pozitivan stav 28,1 % ispitanika, odnosno 39 ispitanika, odgovorilo je da uvijek potiču pozitivan stav prema ekološki odgovornom ponašanju., dok je 5,8 % ispitanika, odnosno 8 ispitanika, izjavilo da nikad ne potiču takav stav. Rezultati pokazuju da većina ispitanika, iako možda ne uvijek, barem povremeno nastoji promovirati ekološki odgovorno ponašanje svojim primjerom, dok je mali postotak onih koji to uopće ne čine.



Grafikon 24. Motiv ispitanika o ekološkoj osviještenosti
(vlastito istraživanje autora)

Na pitanje: "Što te najviše motivira da budeš ekološki osviještena osoba?", od ukupno 139 ispitanika, najveći postotak, 43,9 % ispitanika, odnosno 61 ispitanik, odgovorilo je da ih najviše motivira briga o okolišu. Ovaj rezultat jasno pokazuje da je najveći broj ispitanika ekološki osviješten prvenstveno zbog svoje odgovornosti prema očuvanju okoliša. Sljedeći po zastupljenosti odgovor, odabran od strane 17,3 % ispitanika, odnosno 24 ispitanika, odnosi se

na osobnu satisfakciju, dok 15,8 % ispitanika, odnosno 22 ispitanika, ističe brižnost prema društvu kao ključan motiv. 12,2 % ispitanika, odnosno 17 ispitanika, navelo je da ih motivira pohvala roditelja ili nastavnika, dok 8,6 % ispitanika, odnosno 12 ispitanika, motivira doprinos društvu. 0,7 %, odnosno 1 ispitanik odgovara da ih motivira status zeleni potrošač. Dok 0,7 %, odnosno 1 ispitanik odgovara da ga ne motivira ništa dok 0,7 % ispitanika, odnosno 1 ispitanik da ga motivira status zadovoljstvo i odgovornost. Rezultati pokazuju da većina ispitanika djeluje ekološki prvenstveno zbog unutarnje motivacije i brige za okoliš, dok su pohvale, društvena odgovornost i osobno zadovoljstvo također važni faktori.



Grafikon 25. Utjecaj ispitanika na promjene u potrošačkom ponašanju na buduće ciljeve (vlastito istraživanje autora)

Na pitanje "Promjenom potrošačkog ponašanja u budućnosti želim(š) utjecati na?",. Od ukupno 139 ispitanika, najveći postotak, 38,1 % ispitanika, odnosno 53 ispitanika, odgovorilo je da žele utjecati na jačanje svijesti o zaštiti okoliša i smanjenju klimatskih promjena. Drugi najzastupljeniji odgovor, odabran od strane 30,2 % ispitanika, odnosno 42 ispitanika, odnosi se na osnaživanje svijesti o vlastitom zdravlju. 14,4 % ispitanika, odnosno 20 ispitanika, izjavilo je da žele doprinijeti smanjenju potrošnje energije, dok je 13,7 % ispitanika, odnosno 19 ispitanika, izrazilo interes za povećanje stupnja recikliranja otpada. Manji postotak ispitanika, 1,4 %, odnosno 2 ispitanika, usmjeren je na jačanje modela cirkularne ekonomije. Nije bilo

ispitanika koji su odabrali opciju da ne žele utjecati. Rezultati pokazuju da većina ispitanika promjenom potrošačkog ponašanja želi utjecati na zaštitu okoliša i smanjenje klimatskih promjena, dok su osnaživanje svijesti o zdravlju i smanjenje potrošnje energije također važni ciljevi.

1. Rasprava

Prema rezultatima istraživanja, postoji visoka razina svijesti o ekološki odgovornom ponašanju među ispitanicima srednje ugostiteljske škole. Većina ispitanika, kako pokazuje Grafikon 5., prepoznaje pojam ekološkog odgovornog ponašanja, što je pozitivna osnova za daljnju edukaciju i promicanje održivih praksi. Nadalje, rezultati pokazuju da značajan broj ispitanika 74.8 % ispitanika u Grafikon 6., smatra sebe ekološki odgovornim, iako je manji dio njih aktivan u ekološkim organizacijama ili udrugama, što ukazuje na prostor za povećanje praktične primjene ekološke svijesti. Jedan od zanimljivih aspekata istraživanja je selektiranje otpada, gdje većina ispitanika redovito provodi ovu praksu u svojim kućanstvima čak 68.3 % ispitanika prikazano u Grafikonu 9. Međutim, situacija razvrstavanja otpada u školi je nešto lošija, jer samo 54.7 % ispitanika redovito selektira otpad u školi, prikazano u Grafikon 10. To upućuje na potrebu dodatnih napora u školama kako bi se poboljšala infrastruktura i osviještenost o pravilnom odlaganju otpada. S druge strane, Grafikon 11. i Grafikon 12. ukazuju na zanimljiv stav ispitanika prema kupovini eco-friendly proizvoda i spremnost na plaćanje više cijene za takve proizvode. Većina ispitanika obraća pažnju na ekološke oznake proizvoda, a 71.9 % ispitanika spremno je platiti višu cijenu za održive proizvode, što ukazuje na pozitivne stavove prema održivoj potrošnji. Međutim, iako je osviještenost o ekološkoj odgovornosti visoka, primjena tehnike Zero Waste u kućanstvima nije široko rasprostranjena, 42.4 % nikada ne koristi tu tehniku, prema Grafikonu 21. Ovo ukazuje na potencijal za daljnje obrazovanje i poticanje ispitanika da usvoje prakse koje smanjuju otpad. Zanimljivo je primijetiti da su mediji i škola glavni izvori znanja o tehnikama poput Zero waste u Grafikonu 22., što podcrtava važnost obrazovnih institucija u promicanju ekološki odgovornih praksi.

Iako je osviještenost o ekološkim pitanjima među ispitanicima visoka, postoji prostor za poboljšanje u praktičnoj primjeni održivih praksi, osobito u selektiranju otpada u školama i usvajanju Zero Waste filozofije u svakodnevnom životu. Ovi rezultati sugeriraju potrebu za dodatnim edukativnim naporima i poticajima koji će motivirati mlade na aktivno sudjelovanje u očuvanju okoliša.

2. Zaključak

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati stavove i ponašanje ispitanika srednje ugostiteljsko – turističke škole u Hrvatskoj prema ekološki odgovornom ponašanju, kao i identificirati faktore koji mogu doprinijeti razvoju ekološke svijesti u budućnosti. S obzirom na sve veći pritisak na prirodne resurse te rastuću potrebu za održivim razvojem, istraživanje je nastojalo analizirati u kojoj mjeri su ispitanici upoznati s ekološkim konceptima, poput selektiranja otpada, Zero waste filozofije i štednje energije, te kako primjenjuju te prakse u svakodnevnom životu.

U svrhu ovog rada provedeno je istraživanje na 139 ispitanika srednje ugostiteljsko - turističke škole u Osijeku. Rezultati su pokazali da većina ispitanika prepoznaje važnost ekološki odgovornog ponašanja, što se ogleda u njihovoj svijesti o selektiranju otpada, štednji energije i spremnosti da plate više za ekološki prihvatljive proizvode. Iako je svijest visoka, praktična primjena ekoloških praksi, poput Zero waste tehnike, još uvijek nije dovoljno rasprostranjena, što ukazuje na prostor za daljnje edukativne napore. Istraživanje je pokazalo da ispitanici dobivaju informacije o ekološkim praksama uglavnom kroz obrazovne institucije i medije, što ističe važnost daljnjeg jačanja obrazovnih programa o održivosti. Pozitivni stavovi ispitanika prema ekološki odgovornom ponašanju obećavaju, ali je potrebno uložiti dodatne napore kako bi se povećala njihova aktivna primjena tih stavova u svakodnevnom životu.

Zaključno, za postizanje dugoročne održivosti potrebno je kontinuirano raditi na podizanju svijesti i poticanju konkretnih akcija, a škole i institucije igraju ključnu ulogu u tom procesu.

Literatura

1. Bačun, D. (2009). Priručnik o znakovima na proizvodima i ambalaži. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj. Zagreb.
2. Draženović Olgic, B. (2023). Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet.
3. Goodstein, E. S. (1999). Ekonomika i okoliš, drugo izdanje. Mate d.o.o. Zagreb. str. 110.
4. Gunter, P. (2012). Plava ekonomija. Katarina Zrinski d.o.o. Varaždin. str. 43, 271.
5. Herceg, N. (2013). Okoliš i održivi razvoj. Synopsis d.o.o Zagreb. str. 259-267.
6. Jalšenjak, B., & Krkač, K. (2014). Društveno odgovorno ponašanje. Mate d.o.o., Zagreb. str. 17.
7. Jalšenjak, B., & Krkač, K. (2016). Poslovna etika, korporacijska društvena odgovornost i održivost. Mate d.o.o. Zagreb.
8. Johnson, B. (2013). Zero Waste Home: The Ultimate Guide to Simplifying Your Life by Reducing Your Waste. Scribner, New York. str. 15-29
9. Kotler, P., & Lee, N. (2009). Društveno odgovorno ponašanje. M.E.P. d.o.o. Zagreb.
10. Održivi razvoj. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.
11. Mitrović, Đ., & Pešalj, B. (2021). Cirkularna ekonomija. Centar za izdavačku djelatnost Ekonomski fakultet u Beogradu.
12. Nefat, A. (2014). Zeleni marketing. Sveučilište Jurja Dobrila u Puli.
13. Nikolić, K. (2015). Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing (Završni rad). Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:572888>.
14. Ritchie, J.K., & Freed, C.E. (2021). Circular Economy For Dummies. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
15. Todorović, M.S. (2012). Ekološko i profitabilno poslovanje malih poduzetnika. Ecorural NET Osijek.
16. Tolušić i sur. (n.d.). Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/185434> str. 28.
17. Ured za strategiju razvitka Republike Hrvatske (2001). Hrvatska u 21. stoljeću. Tonimir d.o.o. Varaždinske toplice Zagreb. str. 11.

Popis grafikona

Grafikon 1. Spol ispitanika

Grafikon 2. Županija prebivališta

Grafikon 3. Razred koji pohađa ispitanik

Grafikon 4. Zanimanje za koje se školuje

Grafikon 5. Upoznatost ispitanika s pojmom ekološki odgovornog ponašanja

Grafikon 6. Samoprocjena ispitanika o ekološkoj odgovornosti

Grafikon 7. Članstvo ispitanika u ekološkim udrugama ili organizacijama

Grafikon 8. Sudjelovanje ispitanika u ekološkim akcijama

Grafikon 9. Provođenje selektiranja otpada u kućanstvima ispitanika

Grafikon 10. Provođenje selektiranja otpada u školi

Grafikon 11. Pozornost ispitanika na eco friendly oznake prilikom kupovine proizvoda

Grafikon 12. Stav ispitanika na plaćanje više cijene za eco friendly proizvode

Grafikon 13. Briga ispitanika o štednji energije u kućanstvu

Grafikon 14. Briga ispitanika o štednji energije u školi

Grafikon 15. Način prijevoza ispitanika prilikom dolaska u školu ili na trening

Grafikon 16. Izvor znanja o selektiranju otpada

Grafikon 17. Zadovoljstvo ispitanika o postojećim modelima selektiranja

Grafikon 18. Stav ispitanika o mjerama politike zaštite okoliša

Grafikon 19. Stav ispitanika o nagradama za selektiranje otpada

Grafikon 20. Postupanje ispitanika s preraslom odjećom ili obućom

Grafikon 21. Učestalost primjene tehnike Zero waste kod kuće

Grafikon 22. Izvor upoznavanja s tehnikom Zero waste

Grafikon 23. Stav ispitanika prema ekološkom odgovornom ponašanju

Grafikon 24. Motiv ispitanika o ekološkoj osviještenosti

Grafikon 25. Utjecaj ispitanika na promjene u potrošačkom ponašanju na buduće ciljeve

Prilozi

Anketa

Spol?

- Muško
- Žensko

Županija prebivališta?

- Osječko – baranjska
- Brodsko – posavska
- Vukovarsko – srijemska

Koji razred pohadaš?

- 1 razred
- 2 razred
- 3 razred
- 4 razred

Školuješ se za zanimanje?

- Konobar
- Kuhar
- Slastičar
- Hotelijsko – turistički tehničar
- Turističko – hotelijerski komercijalist

Jesi li upoznat(a) s pojmom ekološki odgovorno ponašanje?

- Da
- Ne

Smatraš li se ekološki odgovornom osobom?

- Da
- Ne

Jesi li član(članica) neke ekološke udruge ili organizacije?

- Da
- Ne

Sudjeluješ li u ekološkim akcijama

- Da
- Ne

Selektiraš li otpad kod kuće (plava kanta=papir, žuta kanta = plastika itd.)?

- Uvijek
- Ponekad
- Nikad
- Moje kućanstvo ne posjeduje za selektiranje otpada

Selektiraš li otpad u školi (plava kanta = papir, žuta kanta = plastika itd)?

- Uvijek
- Ponekad
- Nikad
- U školi ne postoje kante za selektiranje otpada

Prilikom kupovine proizvoda vodiš li računa o eco friendly oznakama na proizvodima?

- Da
- Ne

Prilikom kupovine proizvoda spreman(na) si platiti višu cijenu za proizvode sa eco friendly oznakama na proizvodima?

- Da
- Ne

Vodiš li računa o štednji energije u svom kućanstvu?

- Uvijek
- Ponekad
- Nikad

Vodiš li računa o štednji energije u školi?

- Uvijek
- Ponekad
- Nikad

Prilikom dolaska u školu ili primjerice odlaska na trening koristiš?

- Bicikl
- Javni prijevoz
- Romobil
- Motocikl
- Automobil
- Hodam
- Ostalo

O selektiranju otpada učio(la) si u?

- Vrtiću
- Osnovnoj školi
- Srednjoj školi
- Kod kuće (od roditelja i/ili ostalih članova obitelji)
- Putem medija (televizija, portali, društvene mreže i dr.)
- Putem znanstvene i stručne literature

Koliko si zadovoljan(a) postojećim modelom selektiranja otpada u svom mjestu prebivališta?

- U potpunosti sam nezadovoljan(a) postojećim modelom
- Uglavnom sam nezadovoljan/a
- Niti sam zadovoljan/a niti nezadovoljan/a
- Uglavnom sam zadovoljan/a
- U potpunosti sam zadovoljan/a

Smatraš li da si informiran(a) o mjerama politike zaštite okoliša?

- U potpunosti se ne slažem
- Uglavnom se ne slažem
- Niti se slažem niti se ne slažem
- Uglavnom se slažem
- U potpunosti se slažem

Smatraš li da bi građani trebali biti nagrađeni (primjerice umanjenje računa za odvoz komunalnog otpada) ukoliko redovito selektiraju otpad?

- Da
- Ne
- Možda

Što činiš s odjećom ili obućom koju prerasteš?

- Darujem Crvenom križu
- Darujem mlađem bratu i/ili sestri (članovima obitelji i prijateljima)
- Prodajem putem oglasnika
- Odnosim na Zeleni otok
- Bacam u kantu za smeće
- Koristim u kućanstvu (brisanje prašine)

Koristiš li kod kuće tehniku Zero waste?

- Uvijek
- Ponekad
- Nikad

Gdje si se upoznao(la) s tehnikom Zero waste?

- U školi
- Kod kuće
- Putem medija
- Stručnoj literaturi
- Ostalo navedite

Potičeš li svojim primjerom pozitivan stav prema ekološki odgovornom ponašanju?

- Uvijek
- Ponekad
- Nikad

Što te najviše motivira da budeš ekološki osviještena osoba?

- Pohvala roditelja/nastavnika
- Osobna satisfakcija
- Doprinos društvu
- Briga o okolišu
- Status „zeleni potrošač“
- Bojaznost od kritike
- Ostalo

Promjenom potrošačkog ponašanja u budućnosti želim(š) utjecati na?

- Osnaživanjem svijesti o vlastitom zdravlju
- Jačanje svijesti o zaštiti okoliša i smanjenju klimatskih promjena
- Povećanju stupnja recikliranja otpada
- Jačanju modela cirkularne ekonomije
- Smanjenju potrošnje energije

