

STAVOVI I PONAŠANJE MAJKI PRI KUPOVINI ZDRAVE HRANE

Ružica Brečić

<https://doi.org/10.20867/cromar.29.1>

Sažetak

Svrha - Cilj rada je ispitati u kojoj mjeri implicitni i eksplicitni stavovi majki prema „zdravoj“¹ hrani predviđaju njihovo kupovno ponašanje. Posebna pažnja posvećena je razlikama između implicitnih, automatskih i nesvjesnih evaluacija te eksplicitnih, svjesnih i verbaliziranih stavova, kao i njihovoj povezanosti s kupovinom „zdravih“ prehrambenih proizvoda.

Metodologija - U istraživanju je sudjelovalo 159 majki djece u dobi od 6 do 9 godina. Implicitni stavovi mjerili su se testom implicitnih asocijacija, a eksplicitni standardiziranim upitnicima o prehrambenim stavovima. Podaci o stvarnom ponašanju prikupljeni su putem MultiPlus aplikacije, koja omogućuje uvid u kupovine i njihovu kategorizaciju na zdrave i nezdrave proizvode. Analiza je provedena u dva koraka: najprije su ispitane korelacije između implicitnih i eksplicitnih stavova, a zatim hijerarhijske višestruke regresije radi procjene njihove prediktivne snage.

Rezultati - Rezultati pokazuju da, iako implicitni i eksplicitni stavovi međusobno koreliraju, ni jedni ni drugi nisu značajni prediktori stvarne kupovine zdravih prehrambenih proizvoda. Rezultati potvrđuju postojanje raskoraka između stava i ponašanja u kontekstu prehrambenih odluka majki.

Doprinos - Istraživanje doprinosi literaturi o ponašanju potrošača i javnom zdravlju pružajući empirijske dokaze o ograničenoj prediktivnoj snazi stavova za objašnjenje stvarnog kupovnog ponašanja. Originalnost rada ogleda se u multimetodskom pristupu koji kombinira mjerenja stavova (deklarativno izraženih) i objektivne podatke o kupovini, čime se otvara prostor za preciznije razumijevanje svakodnevnih prehrambenih odluka u obiteljskom kontekstu.

Ključne riječi stavovi, implicitni stavovi, eksplicitni stavovi, kupovno ponašanje, zdrava hrana, obiteljske odluke

UVOD

Danas je prehrambeno okruženje obilježeno snažnom prisutnošću „nezdravih“ proizvoda, koje prati intenzivno oglašavanje i laka dostupnost u različitim kontekstima, od prodavaonica, ugostiteljskih objekata do radnih mjesta i online prostora (Swinburn et al., 2011). Kontinuirana izloženost tako privlačnim, ali nutritivno siromašnim

¹ U ovom radu pod „zdravom hranom“ podrazumijevaju se proizvodi koji su nutritivno poželjni i preporučeni u javnozdravstvenim smjernicama, poput voća, povrća, mahunarki, cjelovitih žitarica i nezaslađenih mliječnih proizvoda. Nasuprot tome, „nezdrava hrana“ odnosi se na proizvode s visokim udjelom šećera, soli i zasićenih masti, uključujući slatkiše, grickalice i zaslađene napitke. Ovakva kategorizacija temelji se na kriterijima Svjetske zdravstvene organizacije (WHO, 2022).

namirnicama, bilo kroz vizualni podražaj ili njihovu fizičku dostupnost u neposrednom okruženju, potiče njihovu učestalu konzumaciju i doprinosi razvoju i odražavanju nezdravih prehrambenih navika (Temple, 2023; WHO, 2022).

Ekonomski i psihološki modeli nude različita objašnjenja formiranja navika. Prema ekonomskom pristupu navike se promatraju kao posljedica ponavljane potrošnje koja oblikuje buduće preferencije i odluke (Becker & Murphy, 1988). Međutim, u kontekstu izbora hrane malo je empirijskih dokaza koji potvrđuju takav racionalan proces (Belot et al., 2018). Psihološki pristup, nasuprot tome, definira navike kao automatizirane obrasce ponašanja koje pojedincima olakšavaju svakodnevno funkcioniranje (Verplanken & Aarts, 1999; Wood & Neal, 2016). Umjesto stalnog promišljanja i svjesnog donošenja odluka, ljudi razvijaju rutine koje smanjuju kognitivni napor i vrijeme potrebno za donošenje odluke primjerice o izboru hrane. No, takve heuristike mogu biti suboptimalne, osobito kada se okolnosti mijenjaju ili kada su pojedinci raspoložu netočnim informacijama o posljedicama svojih prehrambenih izbora.

Roditelji u tom kontekstu često nastoje poticati zdrave prehrambene navike i u skladu s tim donositi zdrave prehrambene odluke, ali su istovremeno pod utjecajem dječijih preferencija. To često rezultira kupovinom slatkiša i grickalica kao oblika nagrađivanja (Spielvogel et al., 2021; van Ansem et al., 2015). Takva praksa jača nezdrave navike i pridonosi rastućoj epidemiji dječje pretilosti (Belot et al., 2024; Russell et al., 2015). Situaciju dodatno otežava činjenica da prehrambene kompanije ciljano usmjeravaju promociju proizvoda bogatih šećerom i mastima prema djeci, čime se pojačava njihova konzumacija (John et al., 2024). Iako djeca značajno utječu na odluke u do 80% kućnih prehrambenih kupovina, vrijednosti roditelja – poput prioritiziranja cijene, okusa ili zdravlja – također oblikuju ono što se kupuje (Moore, 2018; Moore & Rideout, 2007; Moore et al., 2017). Ovaj paradoks – u kojem roditelji znaju što je zdravo, ali pod utjecajem djece biraju nezdrave opcije – odražava raskorak između stava i ponašanja. Taj raskorak dijelom proizlazi iz sukoba između automatskih (implicitnih) i svjesnih (eksplicitnih) stavova (Gawronski et al., 2019; Payne et al., 2019).

Jedno od mogućih objašnjenja ovog raskoraka jeste uloga stavova u oblikovanju prehrambenih odluka. Stavovi, eksplicitni (svjesna uvjerenja) i implicitni (automatska, nesvjesna uvjerenja), u kombinaciji sa znanjem o prehrani utječu na izbor hrane, kako kod odraslih tako i kod djece. Kod odraslih, implicitni stavovi predviđaju prehrambene odluke čak i kada eksplicitni to ne čine, osobito u situacijama kada se odluke donose brzo ili bez dubljeg promišljanja (npr. izbor voća naspram grickalica) (Richetin et al., 2007; Trendel & Werle, 2016). Međutim, taj odnos nije univerzalan. Primjerice, Ayres et al. (2012) su pokazali da implicitni stavovi gube prediktivnu snagu kada se u obzir uzmu preferencije okusa.

Izbor hrane danas predstavlja paradoks – unatoč sve većoj dostupnosti informacija i rastu znanja o zdravoj prehrani, sve je veći broj pretilih i prekomjernih osoba (OECD, 2023). Taj nesklad potaknuo je razvoj interdisciplinarnih istraživanja usmjerenih na unutarnje psihološke konflikte koji prate prehrambene odluke. Budući da ti konflikti često ostaju nevidljivi kada se koriste isključivo eksplicitne mjere, kombinacija eksplicitnih i implicitnih mjera omogućuje dublje razumijevanje ponašanja potrošača. Stoga se u ovom

radu postavlja pitanje u kojoj se mjeri implicitni i eksplicitni stavovi majki o hrani međusobno podudaraju te mogu li predvidjeti njihovo stvarno ponašanje u kupovini zdrave hrane? Odgovor na ovo pitanje omogućuje bolje razumijevanje raskoraka stav–ponašanje u prehranbenom kontekstu.

1. PREGLED LITERATURE

Stavovi čine temeljnu psihološku komponentu ljudskog ponašanja. Oni ne samo da usmjeravaju ponašanje, već ga u određenim situacijama mogu i pouzdano predvidjeti. Veza između stavova i ponašanja temelj je brojnih teorija u psihologiji, među kojima se ističu Teorija razložne akcije (eng. *Theory of Reasoned Action*, TRA) i Teorija planiranog ponašanja (eng. *Theory of Planned Behavior*, TPB), koje se često primjenjuju i u kontekstu ponašanja potrošača (Ajzen, 1985).

Osnovno pretpostavka TRA je da namjera ponašanja vodi do stvarnog ponašanja. Namjera ponašanja se sastoji od dva čimbenika: stav prema ponašanju (pozitivni ili negativni osjećaji pojedinca prema ponašanju) i subjektivne norme (percipirani društveni pritisak da se izvede određeno ponašanje) (Fishbein & Ajzen, 1977). Što je namjera snažnija, veća je i vjerojatnost da će doći do stvarnog ponašanja (Ajzen, 2011). Međutim, TRA pretpostavlja da je ponašanje u potpunosti pod svjesnom kontrolom, što se pokazalo kao jedno od njezinih ključnih ograničenja (Sheppard et al., 1988).

Kako bi prevladao to ograničenje, Ajzen (1985) je razvio TPB uključivanjem dodatne varijable, percipirane bihevioralne kontrole. Ona se odnosi na percepciju pojedinca o lakoći ili težini izvršenja određenog ponašanja, te vjerovanje pojedinca da to ponašanje može izvršiti (Ajzen, 2020). TPB smatra da pozitivniji stavovi o ponašanju, snažnija subjektivna norma i snažna percipirana bihevioralna kontrola pojedinca vode većoj vjerojatnosti ponašanja. Percipirana bihevioralna kontrola može imati i izravni učinak na ponašanje te neizravni učinak putem namjere (Ajzen, 2020).

Iako su TRA i TPB razvijene iz okvira kognitivnog modela donošenja odluka, stavovi i dalje ostaju višedimenzionalan i nedovoljno precizno definiran konstrukt. Stav se može definirati kao asocijacija pohranjena u memoriji između objekta i evaluacije (pozitivne ili negativne). Takva se asocijacija može automatski aktivirati već pri samoj izloženosti objektu (Fazio & Olson, 2003). Tradicionalna mjerenja stavova temeljena na anketnim upitnicima ne predstavljaju nužno stvarne stavove, već verbalne izraze stavova koji su formirani promišljeno, bez vremenskog pritiska i pod kontrolom svjesnog procesa razmišljanja (Smith & Nosek, 2011). Eksplicitna mjerenja stoga ne mogu uhvatiti asocijativnu i automatsku prirodu stavova, koji se javljaju spontano.

TRA i TPB primjenjivane su u brojnim istraživanjima ponašanja potrošača, uključujući stavove prema konzumaciji genetski modificirane hrane (Sparks et al., 1995), dijetama (Sejwacz et al., 1980) i kupnji ekološki prihvatljivih proizvoda (Schepers & Wetzels, 2007). Unatoč širokoj primjeni, navodi se da TRA i TPB u prosjeku objašnjavaju tek 39% varijance u namjeri ponašanja i 27% u stvarnom ponašanju (Armitage & Conner, 2001). Razlozi za to uključuju postojanje nesvjesnih ponašanja koja nisu obuhvaćena

TRA/TPB okvirima te zavisnost od dostupnog skupa izbora u procesu donošenja odluka (Sheppard et al., 1988).

Dodatni teorijski okvir za razumijevanje odnosa stavova i ponašanja pruža teorija dvostrukog procesa (eng. *Dual-process theory*, DPT). Prema ovom pristupu, ljudsko ponašanje proizlazi iz djelovanja dvaju različitih kognitivnih sustava: implicitnog, automatskog, brzog i intuitivnog (Sustav 1) te eksplicitnog, sporijeg, reflektivnog i racionalnog (Sustav 2) (Kahneman, 2011). Ova perspektiva posebno je relevantna za prehrabene odluke, gdje brze i emocionalne reakcije mogu doći u sukob s racionalno oblikovanim stavovima, što rezultira raskorakom između stavova i ponašanja.

Eksplicitni stavovi obično se mjere anketnim upitnicima i odražavaju svjesne, verbalizirane procjene pojedinaca (Cvencek et al., 2021). Iako su važni u objašnjenju namjernih i reflektivnih odluka, ne pružaju potpune spoznaje o ponašanju potrošača (Perkins & Forehand, 2012). S druge strane, implicitni stavovi procjenjuju se neizravnim metodama (npr. Test implicitnih asocijacija, priming zadaci i Go/No Go zadatak) te omogućuju zahvaćanje nesvjesnih i automatskih dijelova uma, bez potrebe za introspekcijom (Greenwald & Banaji, 2017).

Implicitni i eksplicitni stavovi mogu neovisno pridonositi predviđanju ponašanja, a ponekad i ukazivati na različite obrasce. Dok su eksplicitni stavovi ključni u objašnjenju namjernog ponašanja, implicitni stavovi mogu predvidjeti automatske, svakodnevne odluke potrošača (Perugini, 2005). Time se objašnjava zašto u nekim slučajevima dolazi do raskoraka između stavova i ponašanja, unatoč teorijskim očekivanjima modela poput TRA i TPB.

Majke često imaju ključnu ulogu u oblikovanju prehrabnenih odluka unutar kućanstva, uključujući planiranje obroka, pripremu hrane i svakodnevnu kupovinu. Empirijska istraživanja pokazuju da majke u većini slučajeva preuzimaju glavnu odgovornost za prehrabene aktivnosti, dok je uloga očeva u tim procesima manje izražena (Burnod et al. (2022); Davison et al. (2020); Paugh & Izquierdo, 2009). Ovakva podjela zadataka odražava prevladavajuće rodne norme koje i dalje oblikuju obiteljske uloge, pri čemu se prehrabena briga tradicionalno percipira kao „majčina domena“ (Moura & Philippe, 2023). Istraživanja također ukazuju na to da očeви sudjeluju u manjem broju prehrabnenih aktivnosti, dok majke često obavljaju većinu zadataka povezanih s hranjenjem, od planiranja do pripreme obroka (Patel et al., 2024; Schnettler et al., 2022). Uzimajući u obzir ove obrasce, fokus ovog rada je percepcija majki, koje su prepoznate kao primarni akteri u donošenju svakodnevnih prehrabnenih odluka unutar kućanstva.

Polazeći od navedenih teorijskih okvira, ovaj rad najprije ispituje povezanost implicitnih i eksplicitnih stavova o hrani majki kako bi se utvrdilo u kojoj se mjeri svjesne i nesvjesne evaluacije međusobno podudaraju. U drugom koraku analizira se odnos tih stavova sa stvarnim ponašanjem u kupovini zdrave hrane. Na taj način istraživanje nastoji razjasniti mogu li implicitni i eksplicitni stavovi – promatrani zasebno i komplementarno – pridonijeti objašnjenju raskoraka stav-ponašanje u kontekstu obiteljskih prehrabnenih odluka. Majke su odabrane kao fokus istraživanja jer su u brojnim prethodnim istraživanjima (Davison et al., 2020; Votsi & Koutelidakis, 2024;

Yee et al., 2017) prepoznate kao primarni donositelji odluka vezanih uz prehranu djece unutar kućanstva. Njihova uloga obuhvaća ne samo kupovinu, već i planiranje, pripremu te modeliranje prehrambenih navika djece. Prethodna istraživanja pokazuju da majke znatno češće od očeva preuzimaju svakodnevne zadatke vezane uz prehranu, čime direktno utječu na dostupnost i izbor namirnica u kućanstvu ((Burnod et al., 2022; Moura & Philippe, 2023; Schnettler et al., 2022)). U tom kontekstu, fokus na majke omogućuje dublje razumijevanje motivacijskih i perceptivnih mehanizama koji oblikuju prehrambene odluke u obiteljskom okruženju. Iako se u nekim slučajevima odluke donose zajednički, za potrebe ovog istraživanja smatralo se opravdanim fokusirati se na majke kao ključne aktere u prehrambenom ponašanju obitelji.

2. METODOLOGIJA

Implicitni stavovi majki prema hrani mjerili su se prilagođenim Testom implicitnih asocijacija (IAT) dizajniranim za odrasle ispitanike. Korišteni su identični vizualni podražaji kao u eksplicitnim mjerama, a zadatak je uključivao standardne blokove uparivanja kategorija „zdrava hrana – pozitivno“ / „nezdrava hrana – negativno“ i njihovih obrnutih kombinacija. Vrijeme reakcije bilježilo se tijekom svake klasifikacije, a rezultati su obrađeni pomoću D-algoritma (Greenwald et al., 2003), koji transformira vrijeme reakcije u standardiziranu mjeru snage asocijacije. Pozitivan D-rezultat ukazuje na snažniju povezanost „zdrava hrana = ukusno“, dok negativan označava preferenciju „nezdrava hrana = ukusno“ (Cvencek et al., 2011). Rezultati su očišćeni prema standardnim kriterijima isključenja: ako je više od 10% pokušaja bilo kraće od 300 ms, prosječno vrijeme bilo dulje od tri standardne devijacije od prosjeka ili je stopa pogrešaka prelazila 35%

Eksplicitni stavovi majki prema hrani procijenjeni su anketnim upitnikom temeljenim na zadatku kategorizacije razvijenom u prethodnim istraživanjima (Brecic, 2022; DeJesus et al., 2020). Sudionice su na 7-stupanjskoj Likertovoj ljestvici (1 = „uopće se ne slažem“, 7 = „u potpunosti se slažem“) ocjenjivale tvrdnje koje se odnose na različite dimenzije stava, uključujući podljestvice „zdravo = ukusno“ i „zdrava hrana je važna“. Za obje podljestvice provjerena je interna pouzdanost. Viši rezultati označavaju pozitivnije stavove prema zdravoj hrani, odnosno veću sklonost povezivanju zdravih proizvoda s poželjnim obilježjima (Monnery-Patris et al., 2016).

Podaci o kupovini prikupljeni su iz baze MultiPlusCard programa vjernosti trgovačkog lanca Konzum. Proizvodi su kodirani u dvije kategorije prema unaprijed definiranim pravilima: *zdravi proizvodi* (voće, povrće, mahunarke, cjelovite žitarice, nezaslađeni mliječni proizvodi) i *nezdravi proizvodi* (slatkiši, grickalice, napitci s dodanim šećerom, konditorski proizvodi s visokim udjelom šećera, soli i masti). Na temelju tih kodiranja izračunat je udio zdravih proizvoda u ukupnoj prehrambenoj košarici.

2.1. Opis uzorka

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 159 majki. Ispitanice su birane namjernim uzorkovanjem, a kriterij uključenja bio je da su majke djece u dobi od 6 do 9 godina te korisnice MultiPlusCard kartice trgovačkog lanca Konzum. Ova dobna skupina djece odabrana je jer se nalazi u osjetljivom razdoblju formiranja prehrambenih navika, dok se majke promatraju kao ključni donositelji odluka o kupovini. Istraživanje je provedeno tijekom 2023. godine i trajalo je dva mjeseca. Istraživački protokol dobio je odobrenje Etičkog povjerenstva Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, a sve su sudionice potpisale informirani pristanak. Podaci o kupovini preuzeti su iz baze MultiPlusCard programa vjernosti za razdoblje od godinu dana, obuhvaćajući sve transakcije zabilježene putem kartice. Podaci su pseudonimizirani na strani pružatelja. Istraživački tim nije imao pristup osobno identifikacijskim podacima. Obrada je provedena sukladno GDPR-u i internom sporazumu.

Najveći broj roditelja bio je u dobnoj skupini 36–40 godina (37,1%), dok je najmanje bilo onih mlađih od 30 godina (3,8%). Većina majki imala je visoko obrazovanje (46,2%), a manji udio poslijediplomski ili doktorski stupanj (7,6%). Prihod kućanstva bio je najčešće iznad 2.000 € (41,5%), dok su niži prihodi bili zastupljeni u znatno manjoj mjeri. Među djecom je bilo više djevojčica (67,9%) nego dječaka (32,1%), a najčešće su bila zastupljena djeca u dobi od 6 (34,6%) i 8 godina (30,8%).

Tablica 1: Opis uzorka

Varijabla	Kategorija	N	%
Dob roditelja	25–30 godina	6	3,8
	31–35 godina	31	19,5
	36–40 godina	59	37,1
	41–45 godina	48	30,2
	46 i više	15	9,4
	Ukupno		159
Obrazovanje roditelja	Završena srednja škola	56	35,4
	Završena viša škola	17	10,8
	Visoko obrazovanje	73	46,2
	Poslijediplomski studij/doktorat	12	7,6
	Ukupno		158
Prihod kućanstva	400–600€	1	0,6
	600–800€	6	3,8
	800–1100€	11	6,9
	1100–1300€	19	11,9
	1300–1600€	24	15,1
	1600–2000€	32	20,1
	Više od 2000€	66	41,5
	Ukupno		159
Spol djeteta	Djevojčica	108	67,9
	Dječak	51	32,1

Izvor: autorica

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Za ispitivanje povezanosti između implicitnih i eksplicitnih stavova majki proveden je Spearmanov rang-korelacijski test. Rezultati korelacijske analize pokazali su statistički značajnu pozitivnu povezanost između implicitnih i eksplicitnih stavova majki ($r = 0,325$; $p < 0,01$), što znači da se svjesne i nesvjesne evaluacije djelomično podudaraju (Tablica 2, Graf 1). Drugim riječima, majke koje implicitno povezuju zdravu hranu s pozitivnim atributima istodobno iskazuju i pozitivnije eksplicitne stavove.

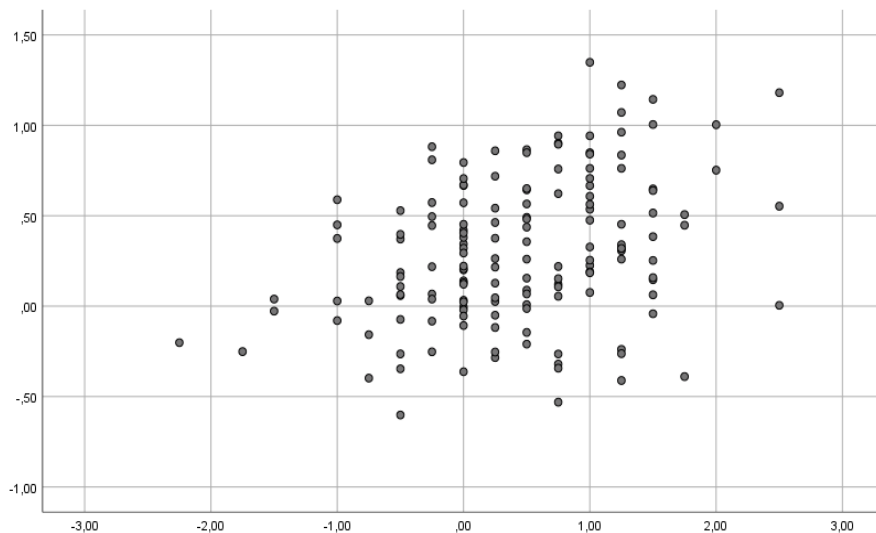
Tablica 2: Spearmanove korelacije između implicitnih i eksplicitnih stavova majki te kupovine zdrave hrane

		Implicitni stavovi_majke	Eksplicitni stavovi_majke	Kupovina „zdrave hrane“
Implicitni stavovi_majke	r	1,000	0,325**	0,102
	p	.	0,000	0,207
	N	156	154	153
Eksplicitni stavovi_majke	r	0,325**	1,000	0,058
	p	0,000	.	0,476
	N	154	157	154
Kupovina „zdrave hrane“	r	0,102	0,058	1,000
	p	0,207	0,476	.
	N	153	154	156

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor: autorica

Graf 1: Povezanost implicitnih i eksplicitnih stavova majki o hrani



Izvor: autorica

Kako bi se ispitala prediktivna snaga implicitnih i eksplicitnih stavova majki u objašnjenju njihovog stvarnog ponašanja pri kupovini „zdrave“ hrane, provedena je hijerarhijska regresijska analiza. Hijerarhijska regresija odabrana je jer omogućuje procjenu dodatnog doprinosa implicitnih stavova iznad eksplicitnih, što je bilo ključno za istraživački cilj rada. Taj pristup u skladu je s metodologijom korištenom u radu (Trendel & Werle, 2016), gdje je također ispitivana prediktivna snaga različitih psiholoških konstrukata u objašnjenju prehrambenih izbora. Hijerarhijska regresija provedena je u dva koraka. U prvom koraku u model je uključen samo prediktor implicitnih stavova, dok je u drugom koraku dodatno uvedena varijabla eksplicitnih stavova. Na taj se način nastojalo procijeniti u kojoj mjeri implicitni stavovi samostalno doprinose objašnjenju varijance zavisne varijable, odnosno kupovine zdrave hrane, te ostvaruju li eksplicitni stavovi dodatnu vrijednost kada se promatraju zajedno s implicitnima. Rezultati analize prikazani su u Tablici 3.

Tablica 3: **Rezultati hijerarhijske regresijske analize implicitnih i eksplicitnih stavova, s kupovinom „zdrave“ hrane kao zavisnom varijablom**

I.korak				II.korak		
R= 0,071				R= 0,075		
R ² = 0,005				R ² = 0,006		
F(1,149)=0,760				ΔR ² = 0,001		
p>0,05				F(2,148)= 0,417		
				p>0,05		
Prediktori	β	t	p	β	t	p
Implicitni stavovi	0,071	0,872	0,385			
Implicitni stavovi				0,079	0,912	0,363
Eksplicitni stavovi				-0,024	-0,279	0,781

Izvor: autorica

Hijerarhijskom regresijskom analizom u prvom i drugom koraku, nije uočena niti jedna varijabla s značajnim prediktorskim osobinama (značajnost svih regresijskih koeficijenata je veća od 0,05; $p>0,05$), te su u obadva modela razine značajnosti modela veće od 0,05 ($p>0,05$).

Zaključno, rezultati ukazuju da, iako postoji djelomično podudaranje između implicitnih i eksplicitnih stavova, ni jedni ni drugi ne objašnjavaju značajno ponašanje majki u kupovini zdrave hrane. To jasno potvrđuje postojanje raskoraka između stava i ponašanja u ovom kontekstu.

4. RASPRAVA

Ovaj rad je analizirao povezanost implicitnih i eksplicitnih stavova majki prema zdravoj hrani te njihovu prediktivnu snagu za stvarnu kupovinu. Time se nadovezuje na postojeću literaturu o raskoraku stav–ponašanje u prehrambenom kontekstu, ali unosi novinu kroz kombinaciju psiholoških mjerenja i objektivnih podataka o kupovini.

Rezultati pokazuju da implicitni i eksplicitni stavovi majki koreliraju, što upućuje na djelomično preklapanje svjesnih i nesvjesnih evaluacija hrane. Međutim, nijedna vrsta stava ne pokazuje statistički značajnu prediktivnu vrijednost za kupovinu zdrave hrane. Drugim riječima, iako majke mogu implicitno i eksplicitno iskazivati pozitivan odnos prema zdravoj hrani, to se ne odražava u njihovom stvarnom kupovnom ponašanju.

Spoznaje dobivene u ovom radu potvrđuju prethodne spoznaje da implicitni i eksplicitni stavovi nisu redundantni, već djelomično povezani konstrukti (Fazio & Olson, 2003; Smith & Nosek, 2011). Međutim, za razliku od studija koje pokazuju da implicitni stavovi mogu predvidjeti brze i manje promišljene prehrambene odluke (Richetin et al., 2007; Trendel & Werle, 2016), u ovom radu prediktivna snaga stavova nije potvrđena. Ovakav rezultat bliži je nalazima Ayres i sur. (2012), koji pokazuju da utjecaj implicitnih stavova slabi kada se u obzir uključe čimbenici poput preferencija okusa. Jedno moguće objašnjenje jest specifičnost podataka o kupovini – odluke se donose na razini kućanstva, pod utjecajem djece i vanjskih poticaja (npr. promocija, dostupnost, cijena), što smanjuje vidljivost individualnih stavova majki u krajnjem ishodu.

ZAKLJUČAK

Polazište ovog rada bio je paradoks suvremenog prehrambenog okruženja, roditelji su svjesni važnosti zdrave prehrane, ali pod utjecajem djece i tržišnih trendova često donose odluke koje odstupaju od njihovih deklariranih stavova i stečenog znanja. Analizom stavova majki te njihovog stvarnog kupovnog ponašanja pokazano je da se implicitni i eksplicitni stavovi majki djelomično podudaraju, no nemaju značajnu prediktivnu snagu za objašnjenje konkretnih kupovnih odluka. Rezultati time potvrđuju postojanje raskoraka između stava i ponašanje u kontekstu izbora „zdrave“ hrane.

Rezultati istraživanja naglašavaju važnost razumijevanja prehrambenih odluka ne samo kroz prizmu individualnih stavova, već i u okviru šireg sustava obiteljskih dinamika, tržišnih poticaja i društvenih normi. Stavovi, implicitni i eksplicitni, pritom se trebaju promatrati kao jedan od elemenata kompleksnog ekosustava odlučivanja, a ne kao samostalni prediktori ponašanja.

Šira implikacija istraživanja jest da raskorak između onoga što ljudi misle i onoga što čine nadilazi područje prehrane te predstavlja opću značajku potrošačkog ponašanja. Razumijevanje tih nesklada ključno je ne samo za teorijski napredak u području marketinga i potrošačkog ponašanja, već i za oblikovanje učinkovitih intervencija i javnih politika usmjerenih na zdravlje i dobrobit obitelji.

Rezultati ukazuju na potrebu za razvojem intervencija koje ne ciljaju isključivo znanje i svjesne stavove, već i automatske emocionalne asocijacije. Takve intervencije mogu uključivati pažljivo osmišljene marketinške poticaje ili oznake na proizvodima koje istovremeno aktiviraju oba sustava odlučivanja (Hollands et al., 2013; Thaler & Sunstein, 2009). Uz to, istraživanje otvara mogućnosti za širu primjenu u kontekstima u kojima

dolazi do unutarnjeg konflikta između željenog samoprikaza i stvarnih uvjerenja – poput održive i „zelene“ potrošnje.

Ograničenje istraživanja

Istraživanje ima nekoliko ograničenja koja treba uzeti u obzir pri interpretaciji rezultata. Veličina uzorka od 159 majki ograničava statističku snagu i mogućnost generalizacije na širu populaciju roditelja, osobito očeve i druge skrbnike čiji bi obrasci odlučivanja mogli biti drukčiji. Analiza je usmjerena isključivo na majke, čime nisu obuhvaćene obiteljske dinamike zajedničkog donošenja odluka u kućanstvu. Nadalje, podaci o kupovini prikupljeni su putem jednog trgovačkog lanca i programa vjernosti, što znači da vanjske kupovine (u drugim lancima, na tržnicama ili online) nisu bile uključene te specifičnosti asortimana i promocija tog lanca može ograničiti vanjsku valjanost nalaza. Dodatno ograničenje odnosi se na pojednostavljenu kategorizaciju proizvoda na „zdrave“ i „nezdrave“, koja ne uzima u obzir nijanse poput veličine porcija, učestalosti konzumacije ili varijacija unutar pojedinih kategorija.

Preporuke za buduća istraživanja

Na temelju navedenih ograničenja mogu se formulirati i preporuke za buduća istraživanja. Prvo, potrebno je koristiti veće i reprezentativnije uzorke te uključiti očeve i druge skrbnike, kako bi se preciznije sagledala uloga svih članova kućanstva u prehrambenim odlukama. Drugo, analiza bi se mogla proširiti na više trgovačkih lanaca i dodatne izvore podataka (npr. online kupnje, tržnice) radi cjelovitije slike potrošnje. Treće, kategorizaciju proizvoda treba precizirati uporabom kontinuiranih nutritivnih mjera (npr. Nutri-Score) umjesto binarne podjele na „zdravo/nezdravo“. Četvrto, preporučuju se longitudinalni ili kvazi-eksperimentalni dizajni kako bi se pratila dinamika stavova i ponašanja kroz vrijeme te snažnije testirala uzročnost odnosa stav–ponašanje. Peto, korisno je u modele uključiti dodatne kovarijate (cijene, promocije, sezonalnost, kućni budžet) kako bi se obuhvatio širi kontekst odluka o kupnji. Konačno, iako su stavovi važni za razumijevanje ponašanja, demografske značajke (npr. obrazovanje i dohodak majke, broj djece) vjerojatno snažnije oblikuju stvarne kupnje; stoga te varijable treba sustavno uključivati u buduće modele. Budući da se ovaj rad namjerno fokusira na majke, često primarne donositelje odluka o prehrani, buduća bi istraživanja trebala proširiti pristup na oba roditelja kako bi se bolje razumjela dinamika zajedničkog odlučivanja i njezin utjecaj na prehrambene izbore.

REFERENCE

- Ajzen, I. (1985), "From intentions to actions: A theory of planned behavior", in *Action control: From cognition to behavior*, Springer, pp. 11-39 https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (2011), "The theory of planned behaviour: Reactions and reflections", *Psychology & Health*, Vol. 26, No. 9, pp. 1113-1127 <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I. (2020), "The theory of planned behavior: Frequently asked questions", *Human Behavior and Emerging Technologies*, Vol. 2, No. 4, pp. 314-324 <https://doi.org/10.1002/hbe2.198>

- Armitage, C.J. and Conner, M. (2001), "Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review", *British Journal of Social Psychology*, Vol. 40, No. 4, pp. 471-499 <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Ayres, K., Conner, M.T., Prestwich, A. and Smith, P. (2012), "Do implicit measures of attitudes incrementally predict snacking behaviour over explicit affect-related measures?", *Appetite*, Vol. 58, No. 3, pp. 835-841 <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.01.025>
- Becker, G.S. and Murphy, K.M. (1988), "A theory of rational addiction", *Journal of Political Economy*, Vol. 96, No. 4, pp. 675-700 <https://doi.org/10.1086/261558>
- Belot, M., Berlin, N., James, J. and Skafida, V. (2018), "The formation and malleability of dietary habits: A field experiment with low income families", *IZA Discussion Paper No. 11317* <https://doi.org/10.2139/ssrn.3135326>
- Belot, M., Berlin, N., James, J. and Skafida, V. (2024), "Changing dietary habits early in life: A field experiment with low-income families", *Journal of Political Economy Microeconomics* <https://doi.org/10.1086/726104>
- Brecic, R. and Cvencek, D. (2022), "Development of children's implicit and explicit attitudes toward healthy food: Personal and environmental factors", *Appetite*, Vol. 176, Article 106094 <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106094>
- Burnod, L., Patterson, K., Dickinson, K. and Coveney, J. (2022), "Sharing the load: A qualitative exploration of what mothers and fathers believe the father's role should be in food provisioning", *Appetite*, Vol. 176, 106101 <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106101>
- Cvencek, D., Brečić, R., Gacasa, D. and Meltzoff, A.N. (2021), "Development of math attitudes and math self-concepts: Gender differences, implicit-explicit dissociations, and relations to math achievement", *Child Development*, Vol. 92, No. 5, pp. e940-e956 <https://doi.org/10.1111/cdev.13574>
- Cvencek, D., Greenwald, A.G. and Meltzoff, A.N. (2011), "Measuring implicit attitudes of 4-year-olds: The preschool implicit association test", *Journal of Experimental Child Psychology*, Vol. 109, No. 2, pp. 187-200 <https://doi.org/10.1016/j.jecp.2010.11.002>
- Davison, K.K., Haines, J., Garcia, E.A., Douglas, S. and McBride, B. (2020), "Fathers' food parenting: A scoping review of the literature from 1990 to 2019", *Pediatric Obesity*, Vol. 15, No. 10, e12654 <https://doi.org/10.1111/ijpo.12654>
- DeJesus, J.M., Gelman, S.A. and Lumeng, J.C. (2020), "Children's implicit food cognition: Developing a food Implicit Association Test", *Cognitive Development*, Vol. 54, 100889 <https://doi.org/10.1016/j.cogdev.2020.100889>
- Fazio, R.H. and Olson, M.A. (2003), "Implicit measures in social cognition research: Their meaning and use", *Annual Review of Psychology*, Vol. 54, No. 1, pp. 297-327 <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145054>
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1977), *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley.
- Gawronski, B., Brannon, S., Albarracín, D. and Johnson, B. (2019), *The handbook of attitudes: Vol. 1. Basic principles*, Routledge <https://doi.org/10.4324/9780429435119>
- Greenwald, A.G. and Banaji, M.R. (2017), "The implicit revolution: Reconciling the relation between conscious and unconscious", *American Psychologist*, Vol. 72, No. 9, pp. 861-871 <https://doi.org/10.1037/amp0000191>
- Hollands, G.J., Shemilt, I., Marteau, T.M., Jebb, S.A., Kelly, M.P., Nakamura, R., Suhrcke, M. and Ogilvie, D. (2013), "Altering choice architecture to change population health behaviour: A large-scale conceptual and empirical scoping review of interventions within micro-environments", *BMC Public Health*, Vol. 13, No. 1, 1218 <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-1218>
- John, D.R., Pechmann, C.C. and Chaplin, L.N. (2024), "Understanding the past and preparing for tomorrow: Children and adolescent consumer behavior insights from research in our field", *Journal of the Association for Consumer Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 107-118 <https://doi.org/10.1086/728143>
- Kahneman, D. (2011), *Thinking, fast and slow*, Farrar, Straus and Giroux.
- Monnery-Patris, S., Marty, L., Bayer, F., Nicklaus, S. and Chambaron, S. (2016), "Explicit and implicit tasks for assessing hedonic-versus nutrition-based attitudes towards food in French children", *Appetite*, Vol. 96, pp. 580-587 <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.10.026>
- Moore, E.S. (2018), "Intergenerational influences on children's food preferences, and eating styles: A review and call for research", *European Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 12, pp. 2532-2543 <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2017-0711>
- Moore, E.S. and Rideout, V.J. (2007), "The online marketing of food to children: Is it just fun and games?", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 26, No. 2, pp. 202-220 <https://doi.org/10.1509/jppm.26.2.202>

- Moore, E.S., Wilkie, W.L. and Desrochers, D.M. (2017), "All in the family? Parental roles in the epidemic of childhood obesity", *Journal of Consumer Research*, Vol. 43, No. 5, pp. 824-859 <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw059>
- Moura, A.F. and Philippe, K. (2023), "Where is the father? Challenges and solutions to the inclusion of fathers in child feeding and nutrition research", *BMC Public Health*, Vol. 23, No. 1, 1183 <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16089-w>
- OECD (2023), Croatia: Country health profile 2023, State of Health in the EU, OECD Publishing <https://doi.org/10.1787/8410260c-en>
- Patel, P., Samant, A., Del Rosario, K., Vitolins, M.Z., Skelton, J.A., Ip, E.H., Lucas, C.B. and Brown, C.L. (2024), "Differences in maternal and paternal pressure to eat and perception of household responsibilities", *PLOS ONE*, Vol. 19, No. 4, e0302331 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0302331>
- Paugh, A. and Izquierdo, C. (2009), "Why is this a battle every night?: Negotiating food and eating in American dinnertime interaction", *Journal of Linguistic Anthropology*, Vol. 19, No. 2, pp. 185-204 <https://doi.org/10.1111/j.1548-1395.2009.01033.x>
- Payne, B.K., Vuletich, H.A. and Brown-Iannuzzi, J.L. (2019), "Historical roots of implicit bias in slavery", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 116, No. 24, pp. 11693-11698 <https://doi.org/10.1073/pnas.1816454116>
- Perkins, A.W. and Forehand, M.R. (2012), "Implicit self-referencing: The effect of nonvolitional self-association on brand and product attitude", *Journal of Consumer Research*, Vol. 39, No. 1, pp. 142-156 <https://doi.org/10.1086/664444>
- Perugini, M. (2005), "Predictive models of implicit and explicit attitudes", *British Journal of Social Psychology*, Vol. 44, No. 1, pp. 29-45 <https://doi.org/10.1348/014466604X23491>
- Richetin, J., Perugini, M., Prestwich, A. and O'Gorman, R. (2007), "The IAT as a predictor of food choice: The case of fruits versus snacks", *International Journal of Psychology*, Vol. 42, No. 3, pp. 166-173 <https://doi.org/10.1080/00207590600734525>
- Russell, C.G., Worsley, A. and Liem, D.G. (2015), "Parents' food choice motives and their associations with children's food preferences", *Public Health Nutrition*, Vol. 18, No. 6, pp. 1018-1027 <https://doi.org/10.1017/S136898001400083X>
- Schepers, J. and Wetzels, M. (2007), "A meta-analysis of the technology acceptance model: Investigating subjective norm and moderation effects", *Information & Management*, Vol. 44, No. 1, pp. 90-103 <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.10.007>
- Schnettler, B., Orellana, L., Miranda-Zapata, E., Saracostti, M., Poblete, H., Lobos, G., Adasme-Berríos, C., Lapo, M., Beroiza, K. and Grunert, K.G. (2022), "Contributions of work-to-family enrichment to parental food monitoring and satisfaction with food-related life during the COVID-19 pandemic in dual-earner parents and their adolescent children", *Nutrients*, Vol. 14, No. 19, 4140 <https://doi.org/10.3390/nu14194140>
- Sejwacz, D., Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), "Predicting and understanding weight loss: Intentions, behaviors, and outcomes", in Ajzen, I. and Fishbein, M. (Eds), *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Prentice-Hall, pp. 101-112.
- Sheppard, B.H., Hartwick, J. and Warshaw, P.R. (1988), "The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research", *Journal of Consumer Research*, Vol. 15, No. 3, pp. 325-343 <https://doi.org/10.1086/209170>
- Smith, C.T. and Nosek, B.A. (2011), "Affective focus increases the concordance between implicit and explicit attitudes", *Social Psychology*, Vol. 42, No. 4, pp. 300-313 <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000067>
- Sparks, P., Shepherd, R. and Frewer, L.J. (1995), "Assessing and structuring attitudes toward the use of gene technology in food production: The role of perceived ethical obligation", *Basic and Applied Social Psychology*, Vol. 16, No. 3, pp. 267-285 https://doi.org/10.1207/s15324834baspl603_3
- Spielvogel, I., Naderer, B., Binder, A. and Matthes, J. (2021), "The forbidden reward: The emergence of parent-child conflicts about food over time and the influence of parents' communication strategies and feeding practices", *Frontiers in Public Health*, Vol. 8, 604702 <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.604702>
- Swinburn, B.A., Sacks, G., Hall, K.D., McPherson, K., Finegood, D.T., Moodie, M.L. and Gortmaker, S.L. (2011), "The global obesity pandemic: Shaped by global drivers and local environments", *The Lancet*, Vol. 378, No. 9793, pp. 804-814 [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(11\)60813-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(11)60813-1)
- Temple, N.J. (2023), "A proposed strategy against obesity: How government policy can counter the obesogenic environment", *Nutrients*, Vol. 15, No. 13, 2910 <https://doi.org/10.3390/nu15132910>

- Thaler, R.H. and Sunstein, C.R. (2009), *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, Penguin.
- Trendel, O. and Werle, C.O. (2016), "Distinguishing the affective and cognitive bases of implicit attitudes to improve prediction of food choices", *Appetite*, Vol. 104, pp. 33-43 <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.04.001>
- van Ansem, W.J., Schrijvers, C.T., Rodenburg, G. and van de Mheen, D. (2015), "Children's snack consumption: Role of parents, peers and child snack-purchasing behaviour. Results from the INPACT study", *The European Journal of Public Health*, Vol. 25, No. 6, pp. 1006-1011 <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckv064>
- Verplanken, B. and Aarts, H. (1999), "Habit, attitude, and planned behaviour: Is habit an empty construct or an interesting case of goal-directed automaticity?", *European Review of Social Psychology*, Vol. 10, No. 1, pp. 101-134 <https://doi.org/10.1080/14792779943000035>
- Votsi, I.C. and Koutelidakis, A.E. (2024), "Functional foods' consumption in children and parents: A literature review", *Applied Sciences*, Vol. 14, No. 4, 1492 <https://doi.org/10.3390/app14041492>
- WHO (2022), *Food marketing exposure and power and their associations with food-related attitudes, beliefs and behaviours: A narrative review*, World Health Organization, available at: <https://iris.who.int/handle/10665/351521>
- Wood, W. and Neal, D.T. (2016), "Healthy through habit: Interventions for initiating & maintaining health behavior change", *Behavioral Science & Policy*, Vol. 2, No. 1, pp. 71-83 <https://doi.org/10.1353/bsp.2016.0006>
- Yee, A.Z., Lwin, M.O. and Ho, S.S. (2017), "The influence of parental practices on child promotive and preventive food consumption behaviors: A systematic review and meta-analysis", *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, Vol. 14, No. 1, 47 <https://doi.org/10.1186/s12966-017-0503-9>

Prof. dr. sc. **RUŽICA BREČIĆ**
Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet
Katedra za marketing
Trg J. F. Kennedy 6, Zagreb, Hrvatska
rbrecic@efzg.hr