

RODITELJSKE ODLUKE O KUPOVINI HRANE ZA DJECU¹

ORIGINAL SCIENTIFIC PAPER
/ IZVORNI ZNANSTVENI RAD

UDK: 641-053.2:339.186

JEL: J13; L66
DOI: 10.56321/IJMBS.10.16.49

Autori/Authors:

RUŽICA BREČIĆ

PhD, IZVANREDNA PROFESORICA
Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6, Zagreb, Hrvatska
E-mail: rbrecic@efzg.hr
ORCID: 0000-0003-3327-2187

ANAMARI KATANUŠIĆ (KOŽUL),

mag. oec., STRUČNI SURADNIK U CRM-U
Kaufland k.d.
Zagreb, Hrvatska
E-mail: anamarikozul@gmail.com

SAŽETAK

Roditeljske odluke o kupovini hrane ključne su za razvoj dječjih prehrambenih navika, ali te odluke često ovise o vanjskim utjecajima. Ovaj rad analizira utjecaj različitih čimbenika na roditeljske odluke o kupnji hrane za djecu. Korištena metodologija obuhvatila je analizu dvaju scenarija kupovine te anketno ispitivanje roditeljskih stavova o kupovnim odlukama u svakodnevnim situacijama na uzorku od 60 roditelja. Analiza scenarija pokazuje da roditelji mijenjaju svoje prioritete pri odabiru namirnica ovisno o situaciji i okolnostima. „zdrave“ namirnice kupuju radi zdravlja i odgoja djece, ali visoka cijena smanjuje učestalost kupovine „zdravih“ prehrambenih proizvoda. „Nezdrave“ namirnice kupuju uslijed popuštanja dječjim željama, kako bi smanjili stres i skratili kupovinu. Pokazalo se da cijena hrane utječe na izbor „zdravih“ prehrambenih proizvoda, da djeca imaju bitan utjecaj na izbor slatkiša i grickalica te da roditelji pod stresom češće popuštaju dječjim željama. Rezultati rada mogu koristiti za razvoj učinkovitih politika i strategija usmjerenih na promicanje zdravijih obiteljskih prehrambenih navika.

KLJUČNE RIJEČI: roditelji i kupovina hrane, obiteljske prehrambene navike, utjecaj djece, cijena hrane

1. UVOD

Prema podacima Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) više od 340 milijuna djece u dobi od 5 do 19 godina ima problema s prekomjernom težinom. Glavni su razlozi za to „nezdrave“ prehrambene navike i konzumacija nutritivno siromašne hrane (Jia et al., 2021). Stoga se u društvenim znanostima sve više istražuje potrošnja hrane u kućanstvu (Moore et al., 2017). Poznato je da je izbor hrane za djecu roditeljima često velik izazov. Iako većina roditelja želi da im djeca jedu zdravije (Grønhoj & Gram, 2020), katkada ne uspijevaju provesti to načelo jer djeca često uporno traže da im se kupe „nezdrave“ namirnice (Castro et al., 2021).

Kako bi obitelji stekle zdravije prehrambene navike, važno je istražiti strategije kojima roditelji mogu smanjiti utjecaj djece u kupovini „nezdrave“ hrane (Vos et al., 2022). Tako se zna da zajednički obroci predstavljaju važan trenutak za modeliranje prehrambenih navika, budući da su djeca sklona oponašati roditelje (Michels et al., 2012), ali i da neke od strategija mogu biti i kontraproduktivne, poput nagrađivanja hranom ili pretjerane kontrole jer ona može izazvati otpor prema određenim namirnicama.

Dječje se prehrambene navike razvijaju složenim spletom utjecaja, genetskih, obiteljskih i okolišnih. Iako svi nužno ne vode k zdravim prehrambenim navikama, obitelj se izdvaja kao ključan čimbenik u oblikovanju prehrambenih navika djece (Scaglioni et al., 2008). Roditelji svojim izborima stvaraju okruženje koje može poticati zdrave navike ili ih, na žalost, ograničavati. Na oblikovanje navika osobito utječu roditeljski prehrambeni obrasci, stilovi odgoja i načini komunikacije (Fisher & Birch, 1999). Majčine sklonosti često oblikuju dječje prehrambene izbore (Noble et al., 2007), ali presudnu ulogu ima osoba unutar obitelji odgovorna za nabavu i pripremu hrane, nazvana „vratar“ (eng. gatekeeper) jer njezine odluke izravno utječu na dostupnost hrane i prehrambene navike cijele obitelji (Lewin, 1943). Iako roditelji nastoje

¹ Rad se temelji na diplomskom radu studentice Anamari Kožul pod naslovom *Analiza čimbenika koji utječu na ponašanje roditelja pri kupovini prehrambenih namirnica* koji je izrađen i obranjen pod mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ružice Brečić u rujnu 2021. godine.

donositi najbolje odluke za svoju djecu (Maubach et al., 2009) i oni postavljaju temelje prehrambenih navika, taj je zadatak složen i izložen raznim vanjskim i unutarnjim izazovima. Naime, širi društveni kontekst također oblikuje dinamiku unutar obitelji, pa tako i ulogu djece u donošenju odluka.

U suvremenom životu društvene promjene dovele su do toga da je autoritarni odgojni model sve češće zamijenjen participativnim, gdje djeca imaju aktivniju ulogu u obiteljskim odlukama, što se odražava i na odluke o kupnji hrane. K tomu su djeca danas sve više izložena oglašavanju i uključena u marketinške aktivnosti, što ih čini svjesnijima njihove uloge kao potrošača. Unatoč tomu roditelji ostaju ključni kupci (Baldassarre et al., 2016). Stoga je cilj ovoga rada istražiti ključne čimbenike koji utječu na roditeljske navike u kupovini hrane za djecu.

2. OBITELJSKE PREHRAMBENE NAVIKE

Jedan od značajnih čimbenika koji utječe na odluke roditelja je cijena hrane. Cijena nutritivno bogate hrane može smanjiti vjerojatnost da će roditelji odabrati te proizvode, čak i kada su svjesni njihovih zdravstvenih prednosti. Roditelji s ograničenim budžetima često donose kompromise između nutritivne vrijednosti i cijene (Maubach et al., 2009). Dodatno, djeca imaju značajan utjecaj na roditeljske odluke prilikom kupovine. Roditelji često popuštaju pritiscima djece kako bi izbjegli sukobe ili nagradili djecu za dobro ponašanje. Ti trenuci mogu rezultirati kupovinom proizvoda koji nisu nutritivno vrijedni, poput slatkiša, čokolada i sokova. Prisutnost djece tijekom kupovine može znatno promijeniti ponašanje roditelja. U takvim situacijama, roditelji su skloniji kupovati nutritivno siromašne proizvode kako bi izbjegli konflikte (Maubach et al., 2009). S druge strane, roditelji koji odlaze u kupovinu sami često biraju zdravije opcije i pokušavaju uvesti edukaciju o prednostima zdrave prehrane kod kuće (Noble et al., 2007).

Na ponašanje roditelja u kupovini utječe i stil života. Nedostatak vremena, stres i pritisak svakodnevnih obaveza mogu dovesti do impulzivne kupovine i odabira brze, već pripremljene hrane. Roditelji često kupuju smrznutu i procesiranu hranu kako bi uštedjeli vrijeme, što može utjecati na kvalitetu prehrane cijele obitelji. Mnogi roditelji obavljaju veće kupovine jednom mjesečno te se oslanjaju na rutinske odabire koji smanjuju teret donošenja novih odluka (Noble et al., 2007). Takvo ponašanje dovodi do uspostavljanja obrazaca koji otežavaju promjene u prehranbenim navikama. Razumijevanje čimbenika koji utječu na ponašanje roditelja pri kupovini hrane za djecu od velike je važnosti za oblikovanje strategija koje mogu poticati usvajanje zdravijih prehranbenih navika.

2.1. Utjecaj cijene na roditeljske odluke o kupnji hrane

Iako su roditelji svjesni važnosti nutritivnih vrijednosti prilikom odabira hrane, pragmatični faktori poput cijene često prevagnu ovu namjeru pri konačnoj odluci o kupovini (Dunn et al., 2008). Prema ekonomskoj racionalnoj teoriji izbora, roditelji, posebno oni s ograničenim financijskim sredstvima, često odlučuju na temelju cijene kako bi maksimizirali količinu hrane koju mogu kupiti (Drewnowski & Specter, 2004). Visoka cijena „zdravih“ prehranbenih proizvoda može potaknuti izbor pristupačnijih opcija koje su često nutritivno siromašne te ne podržavaju dugoročno zdravlje (Mhurchu & Gorton, 2007). Pri tome, niži socio-ekonomski status dodatno ograničava pristup zdravijim opcijama, povećavajući ovisnost o jeftinijim, energetski bogatim, ali nutritivno siromašnim namirnicama, što doprinosi razvoju loših prehranbenih navika (Ball et al., 2006; Drewnowski & Specter, 2004). Drewnowski (2009) ističe da je jedan od glavnih razloga za ovo ponašanje činjenica da energetski bogati prehranbeni proizvodi imaju niži trošak po kaloriji u usporedbi s nutritivno bogatim namirnicama poput voća i povrća, što obitelji s ograničenim proračunom navodi na donošenje kompromisne odluke. Čak i uz dostupnost nutricionističkih informacija, drugi faktori poput cijene i praktičnosti često igraju presudnu ulogu pri donošenju odluka (Dunn et al., 2008). Stoga je prva hipoteza ovog rada:

H1. *Visoka cijena „zdrave“ hrane smanjuje roditeljsku kupovinu „zdravih“ proizvoda*

2.2. Utjecaj djece na roditeljske odluke o kupnji hrane

Na roditeljski izbor hrane utječu djeca (Turner et al., 2006). Iako roditelji cijene „zdravu“ hranu, često prave kompromise kako bi zadovoljili dječje želje za manje zdravim opcijama. Utjecaj djece na obiteljske kupovine hrane priznaje većina roditelja, pri čemu 60% priznaje da popušta dječjim zahtjevima (Turner et al., 2006). Djeca koriste prisutnost tijekom kupovine kako bi nametnuli svoje preferencije, često zahtijevajući proizvode koji su manje nutritivno bogati, poput slatkiša i grickalica (Darian, 1998).

Pojam „moć nagovaranja“ (eng. „pester power“) opisuje sposobnost djece da vrše pritisak na roditelje kako bi im udovoljili u procesu kupovine (Lawlor & Prothero, 2011). Mlađa djeca češće traže takve proizvode, dok starija djeca mogu imati suptilniji, ali

jednako značajan utjecaj na roditeljske odluke. Starija djeca ne idu tako često u kupovinu s roditeljima, što može smanjiti njihov izravni utjecaj, no roditelji pri kupovini uzimaju u obzir njihove želje, te kupuju proizvode koje bi inače mogli izbjegavati (Lawlor & Prothero, 2011). Roditelji koji vode djecu sa sobom u kupovinu imaju višu vjerojatnost popuštanja dječjim željama za slatkišima i grickalicama u usporedbi s roditeljima koji kupuju sami (Wilson & Wood, 2004). Ta situacija proizlazi iz potrebe roditelja da smanje potencijalne konflikte i omoguće mirnu kupovinu, što ih navodi na kompromis i odabir manje zdravih opcija.

Utjecaj djece nije samo posljedica njihove upornosti, već proizlazi iz emocionalne povezanosti s roditeljima. Roditelji čestim popuštanjem odgovaraju na dječje zahtjeve kako bi nadoknadili nedostatak vremena provedenog s djecom, što im omogućava stvaranje pozitivnih interakcija i jačanje emocionalne veze (McNeal & Yeh, 2003). Ta dinamika može posebno doći do izražaja u obiteljima s jednim roditeljem, gdje dijete čestim sudjelovanjem u kupovini preuzima veću odgovornost, što rezultira povećanom sklonošću roditelja da udovolje djetetovim željama (Sheth et al., 1999).

Marketinške strategije koje se ciljano usmjeravaju na djecu dodatno pojačavaju utjecaj djece na roditelje. Djeca su sve svjesnija promotivnih poruka koje koriste atraktivne likove, žive boje i ambalažu kako bi privukle njihovu pažnju (Ebster et al., 2009). Te strategije ne samo da pojačavaju dječje zahtjeve za određene proizvode, već dodatno otežavaju roditeljima donošenje odluka koje bi bile u skladu s njihovim željenim prehrambenim normama. Marketinški stručnjaci se kroz specifičan stil komunikacije obraćaju djeci, koja dosađuju roditeljima koji na kraju popuste. Baldassarre et al. (2016) razlikuje dvije vrste dosađivanja: 1) uporno dosađivanje: djeca koriste tantrume, povišen ton glasa i uporne zahtjeve kako bi iscrpila roditelje i natjerala ih da zadovolje njihove želje i 2) važno dosađivanje: ova vrsta dosađivanja je sofisticiranija jer djeca pokušavaju uvjeriti roditelje objašnjavajući „temeljne“ razloge za kupnju željenog proizvoda.

Henry i Borzekowski (2011) dokazali su da djeca dosađuju roditeljima tijekom kupovine, a pri tome elementi za ovu djecu su pakiranje proizvoda, prisutnost popularnih likova i oglašavanje. Na temelju ovih spoznaja, potrebno je istražiti u kojoj mjeri djeca utječu na roditeljske odluke pri kupovini hrane, posebice kada su u pitanju prehrambeni proizvodi koji nisu nutritivno bogati, poput slatkiša i grickalica. Stoga je druga hipoteza ovog rada:

H2. Djeca imaju značajan utjecaj na odluku roditelja o kupovini slatkiša i grickalica

2.3. Promjene u kupovnim odlukama roditelja

Uz ekonomske čimbenike, psihološki i situacijski čimbenici također igraju ključnu ulogu u oblikovanju roditeljskih odluka o kupovini hrane. Stres i svakodnevni pritisci često ograničavaju vrijeme i kapacitet za planiranje obroka te za pažljiv odabir zdravijih opcija. U takvim uvjetima, roditelji se često oslanjaju na rutinu i odabiru proizvode poznatih marki koje pojednostavljaju proces kupovine i štede vrijeme (Dallman et al., 2005; Scheibehenne et al., 2007). Takvo ponašanje može smanjiti njihovu spremnost za čitanje i analizu nutritivnih informacija, čime se smanjuje vjerojatnost izbora zdravijih opcija. Roditelji često preferiraju proizvode i marke koje su već upoznali, što dodatno smanjuje kognitivno opterećenje i čini kupovinu manje zahtjevnom.

Stresne situacije, poput vremenskih pritisaka ili drugih obaveza, povećavaju sklonost impulzivnom donošenju odluka, pri čemu roditelji lakše popuštaju dječjim željama za manje „zdravim“, ali brzo dostupnim prehrambenim proizvodima (Michels et al., 2012). Ta saznanja pružaju osnovu za postavljanje treće hipoteze koja predviđa da stres i vremenski pritisak povećavaju roditeljsku sklonost popuštanju dječjim željama za „nezdravim“ prehrambenim proizvodima.

H3. Roditelji popuštaju dječjim željama i kupuju „nezdrave“ proizvode kada su pod vremenskim pritiskom ili stresom.

3. METODOLOGIJA

Za potrebe rada provedeno je opisno istraživanje na prigodnom uzorku roditelja djece od 6 do 9 godina. Mjerni instrument uključuje anketni upitnik kojem su ispitanici pristupili online, putem digitalne platforme Google forms. Anketni upitnik preuzet je i prilagođen od različitih autora (Maubach et al., 2009; Noble et al., 2007; Padel & Foster, 2005). Sastojao se od tri dijela i sadržavao je ukupno 31 pitanje. Za obradu podataka korišteni su Excel i IBM SPSS Statistic Data Editor ver. 29.

U prvom dijelu ankete ispitanicima su opisana sljedeća dva slučaja, preuzeta i prilagođena od autora Noble et al. (2007). U istraživanju su roditelji odgovarali na dva različita scenarija kupovine, osmišljena kako bi se istražili njihovi prioriteti i stavovi te utjecaj djece na izbor proizvoda. Svaki scenarij prikazivao je majku s djecom u trgovini, ali u različitim kontekstima: kupovinu „zdravih“ namirnica i kupovinu slatkiša.

1. Zamislite majku u kupovini s djecom kako kupuje mrkve i jabuke na odjelu povrća dok dijete drži bocu mlijeka. O čemu majka razmišlja u toj situaciji? Koji su njeni motivi kupovine (npr. zdravlje djeteta / kratkoročno zadovoljstvo

djeteta slatkišima)? Koliki utjecaj na kupovinu ima dijete? Što je majci prioritet (skratiti vrijeme kupovine, udovoljiti djetetu, djetetovo zdravlje itd.)? Mislite li da bi majka odabrala druge proizvode da je sama u kupovini?

2. Zamislite istu tu majku i djecu u istoj kupovini kako kupuje čokoladice i slatkiše dok dijete drži bocu soka. O čemu majka razmišlja u toj situaciji? Koji su njeni motivi kupovine (npr. zdravlje djeteta / kratkoročno zadovoljstvo djeteta slatkišima)? Koliki utjecaj na kupovinu ima dijete? Što je majci prioritet (skratiti vrijeme kupovine, udovoljiti djetetu, djetetovo zdravlje itd.)? Mislite li da bi majka odabrala druge proizvode da je sama u kupovini?

Drugi dio sastojao se od 23 tvrdnje gdje su ispitanici trebali označiti stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama i to u rasponu od 1 do 5 pri čemu je vrijednost 1 označavala nikako se ne slažem, dok je vrijednost broj 5 označavala je slažem se u potpunosti. Treći dio ankete odnosio se na socio-demografska pitanja.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Tablica 1 prikazuje demografske podatke ispitanika. Većinu ispitanika čine žene (61,67%), dok muškarci čine 38,33% uzorka. Najzastupljenija dobna skupina je između 36 i 45 godina (51,67%), slijedi dobna skupina 26-35 godina (41,67%), dok je najmanje ispitanika u dobi 46-55 godina (6,67%). Većina ispitanika ima visoko obrazovanje – 80% su magistri znanosti, a 11,67% doktori znanosti, dok 8,33% ima završenu srednju školu. Što se tiče zaposlenja, većina ispitanika je zaposlena (93,33%), dok je manji udio nezaposlenih (5%) i studenata u radnom odnosu (1,67%). Što se tiče broja djece u kućanstvu, najviše ispitanika ima dvoje (36,67%) ili troje djece (36,67%), dok manji broj ima jedno (21,67%), četvero (10%), ili petero i više djece (1,67%).

Tablica 1. Demografski podaci ispitanika

| Demografske kategorije | Kategorije | Key findings | Postotak (%) |
|------------------------|-------------------------|--------------|--------------|
| Spol | Žensko | 37 | 61,67 |
| | Muško | 23 | 38,33 |
| Dob | 26-35 | 25 | 41,67 |
| | 36-45 | 31 | 51,67 |
| | 46-55 | 4 | 6,67 |
| Obrazovanje | Srednja škola | 5 | 8,33 |
| | Fakultet | 0 | 0,00 |
| | Magistar znanosti | 48 | 80,00 |
| | Doktor znanosti | 7 | 11,67 |
| Status zaposlenja | Zaposlen/a | 56 | 93,33 |
| | Nezaposlen/a | 3 | 5,00 |
| | Student u radnom odnosu | 1 | 1,67 |
| Broj djece u kućanstvu | 1 dijete | 13 | 21,67 |
| | 2 djece | 22 | 36,67 |
| | 3 djece | 22 | 36,67 |
| | 4 djece | 6 | 10,00 |
| | 5 i više | 1 | 1,67 |

Izvor: autorice rada

4.1. Analiza stavova roditelja o različitim situacijama kupovine

U Tablici 2 prikazana je analiza rezultata scenarija koji su istraživali prioritete roditelja pri kupovini zdrave hrane² i slatkiša. Odgovori su analizirani metodom analize sadržaja, pri čemu su odgovori ispitanika kategorizirani prema ključnim temama: zdravlje djeteta, kratkoročno zadovoljstvo djeteta, utjecaj djeteta na odluke roditelja i praktičnost kupovine.

U prvom scenariju, koji uključuje kupovinu „zdravih“ namirnica poput mrkve, jabuka i mlijeka, roditelji smatraju da je prioritet majke briga za zdravlje obitelji i izbor nutritivno kvalitetnih namirnica. Također, roditelji ističu da majka koristi kupovinu kao priliku za edukaciju djece o „zdravoj“ prehrani, čak i ako to znači da će dulje trajati. Većina ispitanika naglašava da majka vodi računa o zdravlju djece i obitelji te bi čak i da je sama u kupovini odabrala iste proizvode.

U drugom scenariju, koji uključuje kupovinu „nezdravih“ namirnica poput čokoladica i slatkiša, roditelji ističu da majka prvenstveno nastoji zadovoljiti djetetove želje kako bi skratila vrijeme kupovine i izbjegla stres. Djeca su u ovom scenariju imala značajan utjecaj na izbor proizvoda, zbog čega su roditelji percipirali da majka prilagođava svoje odluke u korist djetetovih želja. Roditelji smatraju da u ovoj situaciji majka nije usmjerena na zdravlje već na praktičnost i udovoljavanje djetetu kako bi kupovina prošla što bezbolnije.

Tablica 2. Prikaz analize rezultata scenarija

| Kategorija | Scenarij a („zdrava“ hrana) | Scenarij b („slatkiši“) |
|--|---|--|
| Zdravlje djeteta | Većina odgovora (45 roditelja) ukazuje na brigu za zdravlje djeteta i edukaciju o zdravoj prehrani. | Mali broj odgovora (5 roditelja) se odnosi na zdravlje; većina je fokusirana na druge prioritete poput smanjenja stresa. |
| Kratkoročno zadovoljstvo djeteta | Rijetko spomenuto (3 roditelja); roditelji su usmjereni na dugoročne ciljeve zdravlja djeteta. | Često spomenuto (40 roditelja); motivacija za kupovinu slatkiša uključuje trenutnu želju za zadovoljstvom djeteta. |
| Utjecaj djeteta na odluke roditelja | Djeca imaju mali do umjeren utjecaj (15 roditelja); majka zadržava kontrolu nad izborom. | Djeca imaju značajan utjecaj (35 roditelja); roditelji često popuštaju kako bi smanjili napetost i ubrzali kupovinu. |
| Praktičnost i skraćivanje vremena kupovine | Nekolicina roditelja (10 roditelja) spominje efikasnost; vrijeme nije primarni faktor. | Često spomenuto (25 roditelja); roditelji žele skratiti vrijeme kupovine zbog prisutnosti djece. |

Izvor: autorice rada

Analiza rezultata scenarija pokazuje da roditelji preferiraju „zdravu“ prehranu za dobrobit obitelji, ali njihovo ponašanje varira ovisno o kontekstu. U scenariju „zdravih“ namirnica, roditelji su usmjereni na zdravlje i edukaciju djece, dok u scenariju sa slatkišima češće popuštaju dječjim željama zbog praktičnosti i smanjenja stresa. Ovaj obrazac ponašanja pokazuje kako djeca, iako indirektno, mogu značajno utjecati na prehrambene odluke cijele obitelji.

4.2. Analiza čimbenika koji utječu na kupovne odluke roditelja

Upitnik s 23 izjave ocijenio je stavove roditelja o prehrambenim odlukama. Izjave su ispitivale četiri faktora: percepciju troškova zdrave hrane, utjecaj djece na odabir proizvoda, stres i popuštanje te ulogu cijene „zdrave“ hrane. Odgovori su ponuđeni na Likertovoj skali od 1 do 5, gdje 1 označava „nikako se ne slažem“, a 5 „u potpunosti se slažem“. Varijabla „Percepcija cijene zdrave hrane“ uključuje tvrdnje a) „Smatram da je „zdrava“ hrana skupa,“ b) „U slučaju da je „zdrava“ hrana skuplja za otprilike 10% i dalje bih ju kupovao/kupovala,“ i c) „Cijena mi je presudni faktor u kupovini.“ Varijabla „Utjecaj djece na odabir proizvoda“ uključuje tvrdnje d) „Izbjegavam voditi djecu sa sobom u kupovinu kako bi ju što prije obavila“, e) „U kupovini s djecom u obzir uzimam i njihove želje pa tako često zdrave verzije grickalica zamijenim čokoladama, čipsom itd.“ f) „Često popuštam djeci pa ih ne forsiram da jedu zdravo,“ i g) „Smatram da moja djeca jedu previše slatkiša“. Varijabla „Stres i popuštanje“, uključuje tvrdnje poput f) „Često popuštam djeci oko prehrane kako bih izbjegao/izbjegla konflikte“, g) „Zbog previše obaveza svoju kupovinu obavljam rutinski te u većini slučajeva uvijek kupujem iste proizvode“, i h) „Ponudim slatkiše svom djetetu kao nagradu za dobro ponašanje“. Konačno, varijabla „Preferencije prema zdravoj hrani“ obuhvaća tvrdnje b) „Vjerujem da su „zdravi“ prehrambeni proizvodi bolji za moje zdravlje“, e) „Prilikom kupovine u većini slučajeva biram zdravu hranu“, i c) „Biram zdravu prehranu jer je ona u najboljem interesu za moju obitelj“. Ova metoda osigurala je standardizaciju i omogućila usporedbu među varijablama u analizama.

Tablica 3 prikazuje deskriptivnu statistiku za četiri varijable: 1) percepcija cijene zdrave hrane, 2) utjecaj djece na kupovinu hrane, 3) roditeljski stres i popuštanje te 4) preferencije prema zdravoj hrani.

² U radu se pojmovi „zdrava“ i „nezdrava“ hrana koriste kao opisne kategorije. „Zdrava“ hrana odnosi se na nutritivno bogatu hranu (više vitamina i minerala, manje šećera, masti, kalorija i umjetnih sastojaka). „Nezdrava“ hrana opisuje energetski zasićene proizvode (više šećera, soli, masti, kalorija i umjetnih sastojaka).

Tablica 3. Deskriptivna statistika po faktorima

| | Broj ispitanika (count) | Srednja vrijednost (mean) | Standardna devijacija (std) | Minimalna vrijednost (min) | Maksimalna vrijednost (max) |
|----------------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Percepcija cijene zdrave hrane | 60 | 3,68 | 1,10 | 2,0 | 5,0 |
| Utjecaj djece na kupovinu hrane | 60 | 3,27 | 1,12 | 2,0 | 5,0 |
| Roditeljski stres i popuštanje | 60 | 3,30 | 1,17 | 2,0 | 5,0 |
| Preferencije prema zdravoj hrani | 60 | 3,47 | 1,10 | 2,0 | 5,0 |

Izvor: autorice rada

Provedene su analize za testiranje triju hipoteza kako bi se razumio utjecaj različitih čimbenika na kupovne navike roditelja. Za svaku hipotezu korišten je t-test za nezavisne uzorke kako bi se analizirala značajnost među grupama. Rezultati su prikazani u Tablici 4.

Tablica 4. Rezultati t-test analize za hipoteze

| Hipoteza | Varijabla | t vrijednost | p vrijednost | Značajnost ($\alpha = 0,05$) | Zaključak |
|---|---------------------|--------------|--------------|--------------------------------|-----------|
| H1: Visoka cijena smanjuje kupovinu zdravih proizvoda | Percepcija troškova | 2,34 | 0,022 | Značajna razlika | Potvrđena |
| H2: Djeca imaju značajan utjecaj na izbor slatkiša | Utjecaj djece | 3,01 | 0,004 | Značajna razlika | Potvrđena |
| H3: Roditelji popuštaju dječjim željama pod stresom | Stres i popuštanje | 2,56 | 0,013 | Značajna razlika | Potvrđena |

Izvor: autorice rada

H1: Visoka cijena smanjuje roditeljsku kupovinu „zdravih“ proizvoda

Analiza t-testa pokazala je da postoji statistički značajna razlika između grupa koje su percipirale visoku cijenu „zdrave“ hrane i onih koje nisu. Vrijednost t (2,34) i p-vrijednost (0,022) manja od 0,05 ukazuje na to da cijena ima značajan utjecaj na odluku o kupovini „zdravih“ proizvoda, čime je hipoteza **potvrđena**.

H2: Djeca imaju značajan utjecaj na odluku roditelja o kupovini slatkiša i grickalica

Rezultati t-testa ($t = 3,01$, $p = 0,004$) ukazuju na to da djeca zaista imaju značajan utjecaj na kupovne odluke roditelja prilikom izbora grickalica i slatkiša, čime se hipoteza **potvrđuje**.

H3: Roditelji popuštaju dječjim željama i kupuju „nezdrave“ proizvode kada su pod vremenskim pritiskom ili stresom.

Rezultati t-testa ($t = 2,56$, $p = 0,013$) pokazuju značajnu razliku između roditelja pod stresom i onih koji nisu, ukazujući na veće popuštanje željama djece u stresnim situacijama. Time se potvrđuje da stres i vremenski pritisak značajno povećavaju sklonost roditelja kupovini „nezdravih“ proizvoda, što znači da je hipoteza **potvrđena**.

5. RASPRAVA

Cilj ovog rada je analizirati kako cijena „zdrave“ hrane, prisutnost djece i roditeljski stres utječu na roditeljske odluke pri kupnji hrane za djecu. Rezultati ukazuju da visoka cijena „zdrave“ hrane smanjuje sklonost roditelja kupovini nutritivno bogatih namirnica, što je u skladu s prethodnim istraživanjima koja ističu važnost cijene kao čimbenika pri izboru hrane (Drewnowski & Specter, 2004). Niže ekonomske mogućnosti roditelja mogu ograničiti pristup „zdravoj“ prehrani, te je potrebno kreirati dodatne javne politike koje bi omogućile pristupačnije opcije „zdrave“ hrane.

Utjecaj djece na kupovne odluke roditelja, posebno kada su u pitanju slatkiši i grickalice, također je značajan. Rezultat podržava istraživanja o „moći nagovaranja“ djece, a koja pokazuju da djeca često mogu utjecati na roditelje prilikom donošenja odluka o kupovini, posebice kada su prisutna u prodavaonicama (Lawlor & Prothero, 2011). Taj utjecaj ima implikacije za marketinške strategije i pristupe koji ciljaju djecu, jer pridonosi oblikovanju prehrambenih navika kroz njihove zahtjeve i roditeljske kompromise.

Dodatno, stres i vremenski pritisak pokazali su se kao faktori koji povećavaju roditeljsku sklonost popuštanju dječjim željama, što je u skladu s literaturom koja ističe utjecaj svakodnevnog stresa na prehrabene navike obitelji (Michels et al., 2012). Ti nalazi sugeriraju da stres može djelovati kao okidač za impulzivne kupovine manje „zdravih“ proizvoda, dok roditelji koriste manje vremena za evaluaciju nutritivnih vrijednosti hrane u takvim situacijama.

Ovaj rad podupire postojeće spoznaje o važnosti socio-ekonomskih i psiholoških čimbenika u oblikovanju roditeljskih odluka o prehrani, te ukazuje na potrebu za razvojem obrazovnih programa i politika koje bi pomogle roditeljima da, unatoč ekonomskim i vremenskim ograničenjima, donose „zdravije“ prehrabene odluke za svoju obitelj.

6. ZAKLJUČAK

Ovaj rad omogućio je razumijevanje čimbenika koji oblikuju prehrabene odluke roditelja pri kupovini hrane za djecu, s posebnim naglaskom na cijenu „zdrave“ hrane, utjecaj djece i roditeljski stres. Rezultati pokazuju da visoka cijena „zdrave“ hrane smanjuje njezinu dostupnost u obiteljskim obrocima, posebno kod roditelja s ograničenim budžetom. Utjecaj djece na odluku o kupovini slatkiša i grickalica također je potvrđen, podržavajući teorije o „moći nagovaranja“ kojom djeca često vrše pritisak na roditelje. Roditeljski stres, koji se javlja zbog vremenskih pritisaka i svakodnevnih obaveza, dodatno pojačava sklonost roditelja da udovolje dječjim zahtjevima za „nezdravim“ prehrabnim proizvodima, čime se smanjuje pažnja posvećena nutritivnim vrijednostima odabranih namirnica.

Rezultati ovog istraživanja naglašavaju potrebu za politikama koje bi omogućile pristupačnije cijene „zdravih“ namirnica te za razvijanjem edukativnih programa koji bi podržali roditelje u donošenju „zdravijih“ prehrabnih odluka, čak i u uvjetima stresa i vremenskih ograničenja. S obzirom na to da djeca imaju izražen utjecaj na prehrabene odluke svojih roditelja, politike i strategije bi također trebale obuhvatiti edukaciju usmjerenu prema djeci, kako bi se potaknulo razumijevanje prednosti „zdravije“ prehrane i smanjio broj zahtjeva za „nezdravom“ hranom.

Preporuke za buduća istraživanja odnose se na istraživanje perspektive djece kako bi se dobio potpuniji prikaz dinamike pregovora između roditelja i djece. Također bi bilo korisno istražiti dugoročne učinke roditeljskih strategija u smanjenju zahtjeva za „nezdravim“ namirnicama na opće prehrabene navike obitelji.

Rezultati ovog istraživanja imaju praktičnu primjenu za kreatora politika i marketinške stručnjake koji mogu razviti smjernice za roditelje s ciljem smanjenja dječjih zahtjeva za „nezdravom“ hranom. Ti pristupi trebaju biti usmjereni i prema roditeljima i djeci kako bi se potaknuo pozitivan utjecaj na izbor hrane. Preporuča se uvođenje intervencija u prodavaonicama, poput prilagodbe rasporeda „nezdrave“ hrane, primjerice uklanjanjem s područja blagajni ili postavljanjem na početak trgovine. Nadalje, proizvođači hrane mogu unaprijediti oznake na prehrabnim proizvodima, što bi roditeljima olakšalo pregovore s djecom te smanjilo trud koji ulažu u poticanje zdravijih izbora.

Zaključno, ovaj rad ima nekoliko ograničenja. Prvo, promatrana je isključivo perspektiva roditelja, dok bi uključivanje dječjih stavova omogućilo cjelovitiji uvid u dinamiku pregovora. Drugo, uzorak istraživanja je relativno malen, što ograničava generalizaciju rezultata. Za širu primjenjivost, potrebno je provesti opsežnija istraživanja s većim uzorcima. Treće, ograničenje ovog istraživanja proizlazi iz metodologije koja se oslanjala na analizu scenarija i anketni upitnik, zbog čega su roditelji mogli davati socijalno poželjne odgovore, što potencijalno utječe na objektivnost prikazanih stavova i odluka.

Prijedlog za buduća istraživanja je primjena dubinskih intervjua u kojima sudjeluju svi članovi obitelji ili praćenje kupovine obiteljskih namirnica kroz određeni period. Konačno, bilo bi korisno provesti eksperimente kako bi se analizirala učinkovitost pojedinih strategija u različitim uvjetima, čime bi se omogućilo preciznije razumijevanje dugoročnih učinaka ovih pristupa.

LITERATURE

- Baldassarre, F., Campo, R. & Falcone, A. (2016) Food for kids: How children influence their parents purchasing decisions. *Journal of Food Products Marketing*, 22(5), pp. 596-609. DOI: 10.1080/10454446.2016.1141143
- Ball, K., Crawford, D. & Mishra, G. (2006) Socio-economic inequalities in women's fruit and vegetable intakes: a multilevel study of individual, social and environmental mediators. *Public health nutrition*, 9(5), 623-630. DOI: 10.1079/PHN2005897
- Castro, I. A., Miles, M. P., Gonzalez, G. R. & Ayala, G. X. (2021) Children's perceptions of their parent's parenting strategies and child influence on purchases in a supermarket. *Appetite*, 162, 105149. DOI: 10.1016/j.appet.2021.105149
- Dallman, M. F., Pecoraro, N. C. & la Fleur, S. E. (2005) Chronic stress and comfort foods: self-medication and abdominal obesity. *Brain, behavior, and immunity*, 19(4), pp. 275-280. DOI: 10.1016/j.bbi.2004.11.004
- Darian, J. C. (1998) Parent-child decision making in children's clothing stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 26(11), pp. 421-428. DOI: 10.1108/09590559810246377
- Drewnowski, A. (2009) Defining nutrient density: development and validation of the nutrient rich foods index. *Journal of the American college of nutrition*, 28(4), pp. 421S-426S. DOI: 10.1080/07315724.2009.10718106
- Drewnowski, A. & Specter, S. E. (2004) Poverty and obesity: the role of energy density and energy costs. *The American journal of clinical nutrition*, 79(1), pp. 6-16. DOI: 10.1093/ajcn/79.1.6

8. Dunn, K. I., Mohr, P. B., Wilson, C. J. & Wittert, G. A. (2008) Beliefs about fast food in Australia: a qualitative analysis. *Appetite*, 51(2), pp. 331-334. DOI: 10.1016/j.appet.2008.03.003
9. Ebster, C., Wagner, U. & Neumueller, D. (2009) Children's influences on in-store purchases. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(2), pp. 145-154. DOI: 10.1016/j.jretconser.2008.11.005
10. Fisher, J. O. & Birch, L. L. (1999). Restricting access to foods and children's eating. *Appetite*, 32(3), pp. 405-419. DOI: 10.1006/appe.1999.0231
11. Grønhoj, A. & Gram, M. (2020). Balancing health, harmony and hegemony: Parents' goals and strategies in children's food related consumer socialization. *International Journal of Consumer Studies*, 44(1), pp. 77-88. DOI: 10.1111/ijcs.12547
12. Henry, H. K. & Borzekowski, D. L. (2011) The Nag Factor: A mixed-methodology study in the US of young children's requests for advertised products. *Journal of Children and Media*, 5(3), pp. 298-317. DOI: 10.1080/17482798.2011.584380
13. Jia, P., Luo, M., Li, Y., Zheng, J. S., Xiao, Q. & Luo, J. (2021) Fast-food restaurant, unhealthy eating, and childhood obesity: a systematic review and meta-analysis. *Obesity Reviews*, 22, e12944. DOI: 10.1111/obr.12943
14. Lawlor, M.-A. & Prothero, A. (2011) Pester power—A battle of wills between children and their parents. *Journal of marketing management*, 27(5-6), pp. 561-581. DOI: 10.1080/0267257X.2010.495281
15. Lewin, K. (1943) Forces behind food habits and methods of change. *Bulletin of the national Research Council*, 108(1043), pp. 35-65.
16. Maubach, N., Hoek, J. & McCreanor, T. (2009) An exploration of parents' food purchasing behaviours. *Appetite*, 53(3), pp. 297-302. DOI: 10.1016/j.appet.2009.07.005
17. McNeal, J. U. & Yeh, C. H. (2003) Consumer behavior of Chinese children: 1995-2002. *Journal of consumer marketing*, 20(6), pp. 542-554. DOI: 10.1108/07363760310499129
18. Mhurchu, C. N. & Gorton, D. (2007) Nutrition labels and claims in New Zealand and Australia: a review of use and understanding. *Australian and New Zealand journal of public health*, 31(2), pp. 105-112. DOI: 10.1111/j.1753-6405.2007.00026.x
19. Michels, N., Sioen, I., Braet, C., Eiben, G., Hebestreit, A., Huybrechts, I., Vanaelst, B., Vyncke, K. & De Henauw, S. (2012) Stress, emotional eating behaviour and dietary patterns in children. *Appetite*, 59(3), pp. 762-769. DOI: 10.1016/j.appet.2012.08.010
20. Moore, E. S., Wilkie, W. L. & Desrochers, D. M. (2017) All in the Family? Parental Roles in the Epidemic of Childhood Obesity. *Journal of Consumer Research*, 43(5), 824-859. DOI: 10.1093/jcr/ucw059
21. Noble, G., Stead, M., Jones, S., McDermott, L. & McVie, D. (2007) The paradoxical food buying behaviour of parents: Insights from the UK and Australia. *British Food Journal*, 109(5), pp. 387-398. DOI: 10.1108/0070700710746795
22. Padel, S. & Foster, C. (2005) Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*, 107(8), pp. 606-625. DOI: 10.1108/00070700510611002
23. Scaglioni, S., Salvioni, M. & Galimberti, C. (2008) Influence of parental attitudes in the development of children eating behaviour. *British Journal of Nutrition*, 99(51), pp. S22-S25. DOI: 10.1017/S0007114508892471
24. Scheibehenne, B., Miesler, L. & Todd, P. M. (2007) Fast and frugal food choices: Uncovering individual decision heuristics. *Appetite*, 49(3), pp. 578-589. DOI: 10.1016/j.appet.2007.03.224
25. Sheth, J. N., Mittal, B., Newman, B. I. & Shah, R. (1999) Customer behavior: consumer behavior and beyond. Instructor's manual to accompany "Customer behavior-consumer behavior and beyond". Dryden Press.
26. Turner, J. J., Kelly, J. & McKenna, K. (2006) Food for thought: parents' perspectives of child influence. *British Food Journal*, 108(3), pp. 181-191. DOI: 10.1108/00070700610651007
27. Vos, M., Deforche, B., Van Kerckhove, A., Michels, N., Poelman, M., Geuens, M. & Van Lippevelde, W. (2022) Determinants of healthy and sustainable food choices in parents with a higher and lower socioeconomic status: A qualitative study. *Appetite*, 178, 106180. DOI: 10.1016/j.appet.2022.106180
28. Wilson, G. & Wood, K. (2004) The influence of children on parental purchases during supermarket shopping. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4), pp. 329-336. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2004.00393.

PARENTAL DECISIONS ABOUT BUYING FOOD FOR CHILDREN³

ABSTRACT

Parental decisions about food purchases are crucial for shaping children's dietary habits but are often influenced by external factors. This study examines the impact of various factors on par-ents' food purchasing decisions for their children. The methodology included analyzing two shopping scenarios and surveying parental attitudes toward everyday purchasing decisions with a sample of 60 parents. The scenario analysis revealed that parents adjust their priorities depend-ing on the situation and context. Healthy foods are purchased to support children's health and upbringing, but high prices often discourage such purchases. Conversely, unhealthy foods are frequently chosen to appease children's demands, reduce stress, and expedite the shopping pro-cess. The findings indicate that food prices significantly influence the choice of healthy prod-ucts, children have a strong impact on the selection of sweets and snacks, and stressed parents are more likely to yield to their children's preferences. These results provide valuable insights for developing effective policies and strategies to promote healthier family dietary habits.

KEYWORDS: parents and food purchasing, family dietary habits, children's influence, food prices

³ The paper is based on the thesis of student Anamari Kožul entitled *Analysis of Factors Influencing Parents' Behaviour When Buying Food*, which was written and defended under the mentorship of Associate Professor Ružica Brečić in September 2021