Utjecaj sociodemografskih čimbenika na motivaciju odabira prehrane u Hrvatskoj

Staničić, Barbara

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:450998

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za zdravstvene studije
Sveučilišni preddiplomski jednopredmetni studij sestrinstva

Barbara Staničić

Utjecaj sociodemografskih čimbenika na motivaciju odabira prehrane u Hrvatskoj

Završni rad

Zadar, 2022.

Sveučilište u Zadru

Odjel za zdravstvene studije
Sveučilišni preddiplomski jednopredmetni studij sestrinstva

Utjecaj sociodemografskih čimbenika na motivaciju odabira prehrane u Hrvatskoj

Završni rad

Student/ica:
Barbara Staničić

Mentor/ica:
Prof.dr.sc. Marijana Matek Sarić

Zadar, 2022.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Barbara Staničić,** ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Utjecaj sociodemografskih čimbenika na motivaciju odabira prehrane u Hrvatskoj** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 28. ožujak 2022.

Sadržaj

SAŽETAK

SUMMARY

1. UVOD 1

1.1. Pravilna prehrana 1

1.2. Projekt EATMOT 1

1.3 Motivacije za odabir hrane 1

2. MATERIJALI I METODE 3

2.1. Upitnik za procjenu motivacija za izbor hrane 3

2.2. Prikupljanje podataka 4

2.3. Statistička analiza 4

3. REZULTATI I RASPRAVA 5

3.1. Sociodemografski podatci 5

3.2. Antropometrijski podaci, elementi vezani za ponašanje i zdravlje 6

3.3. Percepcija zdrave prehrane 9

3.4. Zdravstveni motivi 16

3.5. Emocionalni motivi 25

3.6. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane 31

3.7. Društveni i kulturološki motivi 37

3.8. Okolišni i politički motivi 43

3.9. Marketinški i komercijalni motivi 50

4. ZAKLJUČAK 57

5. LITERATURA 58

SAŽETAK

Uvod: Pravilna i zdrava prehrana jedan je od važnijih čimbenika psihofizičkog razvoja, uravnoteženosti, dobrog zdravlja, mentalne i tjelesne sposobnosti čovjeka. Ona podrazumijeva raznolik, umjeren i uravnotežen unos namirnica kako bi se zadovoljile osnovne energetske potrebe primjerene dobi, spolu, građi, klimatskim uvjetima i radnoj okolini čovjeka. Ponašanje ljudi prilikom odabira hrane uvjetovano je brojnim čimbenicima sociološke ili psihološke prirode. EATMOT (PROJ/CI&DETS/CGD0012) projekt multinacionalna je studija koja se bavi proučavanjem čimbenika i motivacija koji mogu utjecaji na ponašanje ljudi prilikom odabira hrane. Ovo istraživanje napravljeno je u sklopu EATMOT projekta.

Cilj: Utvrditi na koji način sociodemografski čimbenici, kao što su spol, dob, bračni status, radni status, razina obrazovanja i životno okruženje određuju prehranu ljudi u Hrvatskoj. Ispitati će se povezanost navedenih sociodemografskih faktora sa zdravstvenim, ekonomskim, emocionalnim, društvenim i kulturološkim, okolišnim, političkim, marketinškim i komercijalnim motivima izbora hrane.

Ispitanici i metode: U istraživanju je sudjelovalo 1535 ispitanika iz Republike Hrvatske. Rad se temelji na provedenim upitnicima koji su izrađeni i validirani u sklopu projekta. Podatci su obrađeni u Microsoft Excel Office-u i SPSS-u. Za analizu podataka koristili su se osnovni statistički alati, odnosno t-test za nezavisne uzorke i jednosmjerna analiza varijance (One Way ANOVA).

Rezultati: Rezultati su pokazali da postoji razlika u motivacijama za izbor hrane s obzirom na spol, bračni i radni status. Nisu uočene statistički značajne razlike za tri od šest vrsta motivacija: emocionalne, ekonomske i marketinško komercijalne s obzirom na razinu obrazovanja ispitanika. Nije utvrđena statistički značajna razlika za sve vrste motivacija s obzirom na životno okruženje ispitanika.

Zaključak: Sociodemografski čimbenici utječu na motivaciju odabira hrane, te je od iznimne važnosti shvatiti motivacije ljudi kako bi se mogli razviti postupci za poboljšanje prehrambenih navika.

ključne riječi: pravilna prehrana, EATMOT projekt, motivacije za izbor hrane

SUMMARY

Influence of sociodemographic factors on eating motivations in Croatia

Introduction: Proper and healthy diet is one of the most important factors of psychophysical development, balance, good health, mental and physical ability of human. It involves a varied, moderate and balanced intake of food to meet basic energy needs, appropriate to age, gender, build, climate and working environment. People's behavior, when choosing food, is conditioned by a number of factors of a sociological or psychological nature. The EATMOT (PROJ/CI&DETS/CGD0012) project is a multinational study that examines these factors and types of motivations that can influence people's behavior when choosing food. This research was done as part of the EATMOT project.

Purpose: To determine how some sociodemographic factors, such as gender, age, marital status, employment status, level of education and living environment, determine the diet of people in Croatia. The link between food choices and health, economic, emotional, social and cultural, environmental, political, marketing and commercial motives will also be examined.

Subjects and methods: 1535 participants from the Republic of Croatia were involved in the study. This work is based on the conducted questionnaires that were developed and validated within the project. The data were processed in Microsoft Excel Office and SPSS. Basic statistical tools were used for data analysis, such as t-test for independent samples and One-way analysis of variance (One Way ANOVA).

Results: The results showed that there is a difference in motivations for food choices based on gender, marital and work status. No statistically significant differences were observed for three of the six types of motivation: emotional, economic, and marketing /commercial considering the level of education of the participants. No statistically significant differences were found for all types of motivation considering the living environment of the participants.

Conclusion: Sociodemographic factors influence the motivation of healthy diet and it is extremely important to understand people's motivation in order to develop procedures to improve eating habits.

keywords: healthy diet, EATMOT project, motivation for food choice

POPIS KRATICA

EATMOT – The Eating Motivatons Scale (Ljestvica motivacije prehrane)

KNB – Kronične nezarazne bolesti

IBM – International Business Machines (Međunarodni stroj za poslovanje)

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences (Statistički paket za društvene znanosti)

ANOVA – Analysis of variance (Analiza varijance)

ITM – Indeks tjelesne mase

GM – Genetski modificirana

1. UVOD

1.1. Pravilna prehrana

Nepravilna prehrana je u stalnom porastu u razvijenim zemljama. Sve više ljudi konzumira hranu koju karakterizira visok udio masti i kolesterola, proteina, te visok udio šećera i soli (1). Takva prehrana u kombinaciji s drugim nezdravim ponašanjem, dovodi do jednog od glavnih čimbenika rizika za nastanak raznih kroničnih nezaraznih bolesti (KNB), kao što su bolesti srca, dijabetes, moždani udar itd. (2). Pravilna prehrana, zbog svojih brojnih uloga, važan je čimbenik u rastu i razvoju, uravnoteženosti, održavanju psihičkog i fizičkog zdravlja, kao i u sprečavanju i liječenju bolesti. Određuje je ne samo fiziologija, već i mnogi drugi čimbenici koji na složen način utječu na oblikovanje individualnih prehrambenih navika. Odluke vezane uz hranu ovise o socioekonomskom statusu, kulturi i tradiciji osobe, vjerovanjima i vrijednostima, utjecaju marketinga, kao i fiziološkim i psihološkim čimbenicima (3). Štoviše, proces odabira hrane je dinamičan, razvija se od djetinjstva, mijenja se tijekom života osobe i varira od osobe do osobe, od situacije do situacije (4). S obzirom na važnost prehrane i njen utjecaj na zdravlje čovjeka bitno je razumjeti motivaciju ljudi koja utječe na odabir hrane kako bi se mogli razviti postupci za poboljšanje prehrambenih navika.

1.2. Projekt EATMOT

EATMOT (The Eating motivation scale/Ljestvica motivacije prehrane) projekt („Psihosocijalne motivacije povezane s izborom hrane i prehrambenim navikama“) multinacionalna je studija o različitim tipovima motivacija koje utječu na prehrambene obrasce ljudi u odnosu na njihov izbor hrane tj. prehrambene navike. Studija je uključila 16 zemalja, među kojima i Hrvatsku. Za provođenje studije razvijen je, testiran i potvrđen upitnik koji je primijenjen na veliki broj ljudi u različitim zemljama. Osnovni cilj ovog istraživanja je proučiti i procijeniti na koji način neki sociodemografski čimbenici, kao što su dob, spol, bračno stanje, obrazovanje, zanimanje i okolina mogu utjecati na motivacije odabira hrane u Hrvatskoj.

1.3 Motivacije za odabir hrane

Različite motivacije kao što su individualne sklonosti prema karakteristikama hrane, socio-ekonomska ili kulturna pitanja imaju bitnu ulogu u odabiru hrane (5). Shepherd (1999.) je bio jedan od prvih znanstvenika koji je istraživao odnose između psiholoških stavova i ponašanja

u odabiru hrane (6). Neki autori identificiraju različite skupine potrošača poput 'emocionalnih jedača' s prehrambenim navikama povezanim s njihovim emocionalnim statusom; „vanjskih jedača” čije ponašanje ovisi o kvalitetnim znakovima i „ograničenih jedača” koji donose izbore u prehrani povezan s njihovim fizičkim statusom (7). Paralelno, različiti aspekti slobodnog vremena i socijalni aspekti u nekim društvima također mogu utjecati na odabir hrane (8). Cuevas i sur. (2021.) ističu da nekoliko čimbenika može utjecati na obrasce prehrane a to su kultura, socioekonomski status, prehrambeno okruženje te hedonizam (9). Kako bi se u potpunosti razumjelo što stoji iza izbora hrane, preporučuju se holistički pristupi kako bi se povezalo svojstva kvalitete hrane, kulturnu pozadinu i društvene čimbenike (7).

2. MATERIJALI I METODE

2.1. Upitnik za procjenu motivacija za izbor hrane

U sklopu EATMOT projekta izrađen je upitnik kako bi se istražio utjecaj psihosocijalnih motivacija na odabir hrane. Dizajn upitnika detaljno je opisan u prethodnim radovima projektnog tima (3,10,11). Upitnik se sastoji od deset različitih dijelova: I. Demografski podaci, II. Antropometrijski podaci i elementi vezani za ponašanje i zdravlje, III. Percepcija zdrave prehrane, IV. Izvori podataka o zdravoj prehrani, V. Zdravstveni motivi, VI. Emocionalni motivi, VII. Motivi vezani uz ekonomičnost i dostupnost, VIII. Društveni i kulturološki motivi, IX. Okolišni i politički motivi i X. Marketinški i komercijalni motivi. U prva dva dijela ispitanici su morali navesti svoju dob, spol (ženski ili muški), razinu obrazovanja (osnovna škola, srednja škola, sveučilišna razina (fakultet)), mjesto stanovanja (seosko, gradsko, prigradsko), bračno stanje (neoženjen/neudana, oženjen/udana/izvanbračna zajednica, razveden/razvedena, udovac/udovica), radni status (zaposlen/zaposlena, nezaposlen/nezaposlena, student/studentica, umirovljenik/umirovljenica, student uz zaposlenje/studentica uz zaposlenje), područje rada (nutricionizam, hrana, poljoprivreda, sport, psihologija, zdravstvena djelatnost, područje rada nije u vezi gore navedenih skupina) informacija o opskrbi hranom koju ispitanik jede (da/ne), antropometrijska mjerenja (tjelesnu visinu i masu), navika pušenja (nikada, nekad prije, pušim, povremeno pušim), tjelesnu aktivnost (nikad, rijetko (rijeđe od jednom tjedno), povremeno (jednom tjedno), umjereno (2-3 puta tjedno), intenzivno (više od 3 puta tjedno)), dnevno provedeno vrijeme pred televizijom i računalom, pridržavanje pravilne prehrane, provođenje svojevoljno određenih prehrambenik navika (sirovojedstvo, frutarijanstvo, vegetarijanstvo, veganstvo, fleksitarijanstvo, ograničen energetski unos, religijska ograničenja, drugo;), prisustvo kroničnih bolesti ili alergija na hranu. U ostalim dijelovima ispitanici su izrazili svoje mišljenje koristeći Likertovu skalu od 1-5: 1 – uopće se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem niti se ne slažem, 4 – slažem se i 5 – u potpunosti se slažem (12) na pitanja o pravilnoj prehrani, zdravstvenim, emocionalnim motivima, motivima vezanim za ekonomičnost i dostupnost, društvenim, kulturološkim, okolišnim, političkim te marketinškim i komercijalnim motivima vezanim za izbor hrane.

2.2. Prikupljanje podataka

Prikupljanje podataka provedeno je u razdoblju od rujna 2017. do lipnja 2018. U istraživanju je sudjelovalo 1535 ispitanika u dobi od 18 do 84 godine. Prikupljanje podataka provelo se u gradovima i selima. Uzorak je uključivao ljude iz različitih slojeva stanovništva, oba spola, s različitim stupnjevima obrazovanja, koji pokrivaju širok raspon dobi. Prije prikupljanja podataka upitnik je odobren od strane Etičkog povjerenstva Ethical Committee of Polytechnic Institute of Viseu (Registration number 04/2017). Dodatno Etičko odobrenje dala je Opća bolnica Zadar prije prikupljanja hrvatskog uzorka (Registracijski. broj 01-5623-6/1). Sudjelovanje u istraživanju bilo je anonimno i dobrovoljno uz informirani pristanak. Svi su podaci prikupljeni i analizirani u skladu sa Helsinškom deklaracijom.

2.3. Statistička analiza

Podaci prikupljeni upitnikom obrađeni su pomoću programa Microsoft Excel Office 2016 i IBM (International Business Machines/Međunarodni stroj za poslovanje) SPSS (Statistical Package for the Social Science/Statistički paket za društvene znanosti) Statistics 20 (IBM Corp. Released 2011. IBM SPSS Statistics for Windows, Version 20.0. Armonk, NY: IBM Corp.). Svi podaci su deskriptivno prikazani kao srednja vrijednost i standardna pogreška ukoliko se radi o kontinuiranim varijabla te kao postoci ukoliko se radi o kategoričkim varijabla. Za analizu podataka korišten je T-test za nezavisne uzorke, za usporedbu između dvije skupine, dok je za usporedbu između više skupina korištena jednosmjerna analiza varijance (One Way Analysis of Variance (ANOVA)). U svim statističkim testovima razina značajnosti je iznosila 5% ($p < 0,05$).

3. REZULTATI I RASPRAVA

3.1. Sociodemografski podatci

U Tablici 1. prikazane su sociodemografske karakteristike uzorka. Od ukupno 1535 ispitanika 55,8% su žene, a 44,1% muškarci. Ispitanici su podijeljeni u četiri dobne skupine: mlada dob (18 do 30) koju čini 45,14% ispitanika, srednja dob (31 do 50) 37,58% ispitanika, starija dob (51 do 65) 14,07% ispitanika i starost (≥65) 2,85% ispitanika. Prevladavaju ispitanici sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem (60,1%), dok je najmanje ispitanika sa završenom osnovnom školom (5,28%). Prevladava urbano životno okruženje ispitanika (57,92%). Kao neoženjen/neudana izjašnjava se 45,40% ispitanika, a kao oženjen/udana/izvanbračna zajednica 47,16%. Ostalo čine razveden/razvedena (4,43%) te udovci/udovice (3,06). Zaposlenim se izjašnjava 56,94% ispitanika, a 11,67% nezaposlenim. Ostalo su studenti/studentice sa (4,37%) i bez zaposlenja (18,26%) te umirovljenici/umirovljenice (8,48%). Od zaposlenih 18,78% radi u području zdravstva, 6,39% u području poljoprivrede, 5,47% u području hrane, 2,5% u području psihologije, 2,41% u sportu, a 0,52% u području nutricionizma. Najveći broj ispitanika izjasnio se za opciju ostalo (63,6%). 78,93% ispitanika sudjeluju u opskrbi i odabiru hrane koju jedu, dok 20,93% to ne radi.

Tablica 1. Sociodemografske karakteristike uzorka

Sociodemografski podatci	Postotak (%)
Dob	
Mlada dob (18 do 30)	45,14
Srednja dob (31 do 50)	37,58
Starija dob (51 do 65)	14,07
Starost (≥65)	2,85
Spol	
Žensko	55,8
Muško	44,1
Najviša razina obrazovanja	
Osnovna škola	5,28
Srednja škola	60,01
Fakultetska naobrazba	34,51

Životno okruženje	
Prigradsko	19,04
Gradsko	57,92
Seosko	22,96
Bračno stanje	
Neoženjen/neudana	45,40
Oženjen/udana/izvanbračna zajednica	47,16
Razveden/razvedena	4,43
Udovac/udovica	3,06
Radni status	
Zaposlen/zaposlena	56,94
Nezaposlen/nezaposlena	11,67
Student/studentica	18,26
Student uz zaposlenje/studentica uz zaposlenje	4,37
Umirovljenik/umirovljenica	8,48
Profesionalno područje	
Zdravstvo	18,78
Poljoprivreda	6,39
Hrana	5,47
Psihologija	2,54
Sport	2,41
Nutricionizam	0,52
Ostalo	63,6

3.2. Antropometrijski podaci, elementi vezani za ponašanje i zdravlje

U Tablici 2. prikazana je uhranjenost ispitanika prema indeks-u tjelesne mase (ITM). Većina ispitanika je normalne tjelesne težine (59,9%), zatim slijede ispitanici s prekomjernom tjelesnom težinom (30,1%), pretili (6,6°%), a najmanje ima pothranjenih (3,4%) ispitanika. S obzirom na spol veći broj žena prema ITM-u (67,4%) je normalno uhranjen u odnosu na muškarce (48,4%).

Tablica 2. Indeks tjelesne mase (ITM)

ITM	Hrvatska (%)	Žene (%)	Muškarci (%)

Pothranjenost (ITM < 18.5)	3,4	4,8	0,3
Normalna tjelesna težina (18.5 ≤ ITM ≤ 24.9)	59,9	67,4	40,6
Prekomjerna tjelesna težina (25 ≤ ITM ≤ 29.9.)	30,1	24,1	48,4
Pretilost (ITM ≥ 30)	6,6	3,7	10,6

Što se tiče štetne navike pušenja, 36% ispitanika nije nikad pušilo, a 32,1% se izjašnjavaju kao pušač/pušačica, prikazano u Tablici 3. Od toga 39,5% žena ne puši, a 32,8% puši. Kod muškaraca razlika između pušača i nepušača je minimalna i ona iznosi 32,3% vs 32,2%.

Tablica 3. Pušenje kod žena i muškaraca

	Hrvatska (%)	Žene (%)	Muškarci (%)
Nikada nisam pušio/pušila	36	39,5	32,3
Ne pušim, nekad prije sam pušio/pušila	18	15,3	22
Da pušim	32,1	32,8	32,2
Povremeno pušim	13,5	12,3	13,2

Tjelesna neaktivnost jedan je od rizičnih faktora morbiditeta i smrtnosti (13). Najveći broj ispitanika (30,5%) tjelovježbom se bavi rijetko (rijeđe od jednom tjedno), a uvijek se pridržava pravilne prehrane tek 5,1% ispitanika. Najveći broj ispitanika (37,3%) pridržava se samo povremeno pravilne prehrane. Ispitanici se uglavnom pridržavaju generalnog režima prehrane (80,2%), nakon čega slijedi fleksitarijanstvo (5,9%), a najmanje ima vegana (0,2%). Što se tiče kroničnih bolesti, najmanje ispitanika boluje od pretilosti (2,2%), zatim slijedi dijabetes (2,5%), crijevne bolesti (2,7%), povišen kolesterol (4%), bolesti želuca (4,2%), kardiovaskularne bolesti (4,7%), arterijska hipertenzija (5%) dok većina ispitanika (68,73%) ne boluje od nikakve kronične bolesti. Također 82,2% ispitanika nema alergiju/intoleranciju na hranu, a 5,6% ima i to na laktozu; (2,9%) na gluten i orašaste plodove; (1,8%) na školjke i (0,3%) na kazein. 95,4% ispitanika navodi da nema niti je imalo poremećaj u prehrani. Prosječno dnevno vrijeme provedeno pred televizijom i računalom iznosi 3-4 sata. Tablica 4 prikazuje podatke i elemente vezane za ponašanje i zdravlje ispitanika.

Tablica 4. Podatci i elementi vezani za zdravlje i ponašanje

Podatci i elementi vezani za zdravlje i ponašanje ispitanika	Postotak (%)
Prakticiranje tjelovježbe	

Nikad	15,3
Rijetko (rijeđe od jednom tjedno)	30,5
Povremeno (jednom tjedno)	23,5
Umjereno (2-3 puta tjedno)	19,7
Intenzivno (više od 3 puta tjedno)	10,8
Pridržavanje uravnotežene/zdrave prehrane	
Nikad	4,7
Rijetko	18,7
Povremeno	37,3
Često	34
Uvijek	5,1
Pridržavanje specifičnih režima prehrane	
Fleksitarijanstvo	5,9
Ograničenje kalorija	4,9
Vjersko ograničenje	2,7
Vegetarijanstvo	1,5
Drugo	1,3
Frutarijanstvo	0,7
Sirovojedstvo	0,5
Veganstvo	0,2
Generalni režim prehrane	80,2
Prisustvo kronične bolesti	
Arterijska hipertenzija	5
Kardiovaskularne bolesti	4,7
Bolesti želuca	4,2
Povišen kolesterol	4
Crijevne bolesti	2,7
Pretilost	2,2
Drugo	0,02
Nema	68,73
Prisustvo alergije/intolerancije na hranu	
Laktoza	5,6
Gluten	2,9

Orašasti plodovi	2,9
Drugo	2,5
Školjke	1,8
Kazein	0,3
Nema	82,2
Prisustvo poremećaja prehrane	
Prejedanje	2,3
Anoreksija	0,9
Drugo	0,5
Bulimija	0,4
Nema	95,4

3.3. Percepcija zdrave prehrane

Percepcija zdrave prehrane može se smatrati mogućim čimbenikom koji utječe na prehrambene navike ljudi i izbor hrane (10). Više od polovine ispitanika se ne slaže s tvrdnjama da se zdrava prehrana temelji na brojanju kalorija (53,7%) i da je čudno što neki ljudi imaju želju za slatkim (62,8%). Većina ispitanika navodi da je voće i povrće jako bitno u pravilnoj prehrani (94,4%), a neodlučnost prevladava kod važnosti tradicije za istu. Ispitanici se slažu s tvrdnjama da je hrana proizvedena na biološki način zdravija, da ne bi trebali konzumirati slatke i masne proizvode, da prehrana treba biti uravnotežena, raznolika i kompletna, te da sve možemo jesti u malim količinama. Također, većina smatra da zdrava prehrana nije nužno jeftinija (66,4%). Ponekad, konzumiranje raznolikog voća i povrća može biti skuplje od izbora drugih vrijednih nimirnica ili druge kalorične hrane (14). Literatura navodi da su nezaposlene osobe manje osjetljive za važnost percepcije zdrave hrane i općenito manje prakticiraju zdrava ponašanja vjerojatno zbog ograničenih financijskih mogućnosti (15,16). To nužno ne znači da nezaposlene osobe nisu motivirane za zdravu prehranu ili pozitivno zdravstveno ponašanje, ali su možda više u opasnosti da zdravo ponašanje poremete (15,16).

Tablica 5. Percepcija o zdravoj prehrani

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem niti ne slažem N (%)	Slažem se N (%)	U potpunosti se slažem N (%)

1.Zdrava prehrana temelji se na broju kalorija	333 (21,7)	492 (32)	380 (24,7)	264 (17,2)	64 (4,2)
2.Nikad ne bismo trebali konzumirati slatke proizvode	26 (1,6)	105 (6,8)	215 (14)	743 (48,4)	445 (29)
3.Voće i povrće su jako bitni u zdravoj prehrani	7 (0,5)	15 (1)	62 (4)	594 (38,7)	856 (55,7)
4.Zdrava prehrana bi trebala biti uravnotežena, raznolika i kompletna	5 (0,3)	8 (0,5)	62 (4,1)	475 (30,9)	983 (63,9)
5.Možemo jesti sve u malim količinama	17 (1,1)	90 (5,9)	220 (14,4)	631 (41,1)	575 (37,4)
6.Vjerujem da zdrava prehrana nije jeftina	45 (2,9)	141 (9,2)	326 (21,2)	610 (39,7)	413 (26,9)
7.Po mom mišljenju čudno je što neki ljudi imaju želju za slatkim	407 (26,4)	559 (36,4)	319 (20,8)	178 (11,6)	70 (4,6)
8.Vjerujem da je tradicija jako bitna za zdravu prehranu	161 (10,5)	357 (23,2)	521 (34)	361 (23,5)	131 (8,5)
9.Vjerujem da je hrana proizvedena na biološki način zdravija	48 (3)	113 (7,4)	329 (21,5)	632 (41,1)	412 (26,8)
10.Nikada ne bismo trebali konzumirati masne proizvode	108 (7)	387 (25,1)	452 (29,5)	411 (26,8)	178 (11,5)

N – broj ispitanika

Tablica 6. Percepcija o zdravoj prehrani s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene Muškarci	23,9 18,8	30,7 33,7	24,3 25,4	17,5 16,8	3,3 5,3	*0,067*
2.	Žene Muškarci	1,6 1,6	4,7 9,6	11,4 17,3	48,9 47,9	33,2 23,6	*<0,001**
3.	Žene Muškarci	0,7 0,1	0,5 1,6	2,3 6,2	33,6 45,2	62,7 46,8	*<0,001**
4.	Žene Muškarci	0,2 0,4	0,4 0,7	2,3 6,2	26,4 36,8	70,4 55,8	*<0,001**
5.	Žene Muškarci	0,8 1,5	5,4 6,5	12,6 16,5	41,6 40,5	39,5 34,9	*0,010**
6.	Žene Muškarci	2,8 3,1	10,9 7,1	19,4 23,3	40,4 39	26,5 27,5	*0,491*

7.	Žene Muškarci	30 22	35,6 37,4	19 23	10,5 13	4,6 4,6	*0,003**
8.	Žene Muškarci	10,3 10,8	23,7 22,7	35,4 32,1	22,3 25	7,9 9,3	*0,330*
9.	Žene Muškarci	2,3 3,8	6,3 8,7	20,9 22,2	42,2 39,9	27,9 25,4	*0,018**
10.	Žene Muškarci	5,8 8,6	24,9 25,6	29,8 29	39,9 26	25,4 10,9	*0,111*

[1]T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika ($p<0,05$)

Postoje značajne razlike percepcije zdrave prehrane s obzirom na spol (Tablica 6). I druge studije pokazale su da žene posjeduju bolja nutritivna znanja (17) u odnosu na muškarce, te da su sklonije pridržavanju različitih režima dijeta u cilju mršavljenja (18). U našem ispitanom uzorku 33,2% žena i 23,6% muškaraca se u potpunosti slaže s tvrdnjom da nikad ne bi trebalo konzumirati slatke proizvode. Također, znatno veći postotak žena u odnosu na muškarce (70,4%>55,5%) u potpunosti se slaže da bi zdrava prehrana trebala biti uravnotežena, raznolika i kompletna. Podjednaki postotak, tj. oko trećina žena i muškaraca se ne slažu s tvrdnjama da se zdrava prehrana temelji na brojanju kalorija te da je čudno što neki ljudi imaju potrebu za slatkim. Žene u odnosu na muškarce više zagovaraju da se ne bi trebali konzumirati šećer i masni proizvodi, da su voće i povrće jako bitni za zdravu prehranu i da je biološki proizvedena hrana zdravija od one proizvedene na konvencijonalni način.

Ferrão i sur. (2019.) uočili su da nema značajnih razlika između ispitanika s obzirom na završeni stupanj obrazovanja, a vezano uz percepciju zdrave hrane (17). Dobiveni rezultati nisu u skladu s našim rezultatima, kao ni prethodno provedenim istraživanjima na ovu temu (19). S tvrdnjom da se zdrava prehrana temelji na brojanju kalorija u potpunosti se slaže 30,9% ispitanika sa osnovnom školom, 20,4% ispitanika sa srednjoškolskim obrazovanjem te 22,5% sa fakultetskom naobrazbom. Ispitanici s osnovnom školom (44%) se slažu da ne bi trebalo konzumirati masne proizvode i smatraju da je tradicija (40,7%) jako bitna u pravilnoj prehrani, dok je veći broj ispitanika sa srednjoškolskim (33%) i fakultetskim obrazovanjem (37,8%) neodlučan u svezi navedene tvrdnje. Većina ispitanika, bez obzira na razinu obrazovanja, slaže se da je hrana proizvedena na biološki način zdravija, te da ne bi uopće trebalo konzumirati slatke proizvode. Više od polovica ispitanika bez obzira na stupanj obrazovanja misli da je pravilna prehrana skupa i utvrđena statistički značajna razlika s obzirom na razinu obrazovanja. Treba istaknuti da brza hrana nije nužno jeftinija od voća i

povrća, ali često ipak postoji viša motivacija za izbor takve hrane (20,21). Moguće je da je okus hrane ipak važnija odrednica pri izboru hrane od ekonomskog ili zdravstvenog statusa (16,20).

Tablica 7. Percepcija o zdravoj prehrani s obzirom na obrazovanje

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola	30,9	32,1	23,5	9,9	2,5	*0,019**
	Srednja škola	20,3	31,6	24,1	19,8	4,1	
	Sveučilište	22,5	32,9	26,1	13,8	4,5	
2.	Osnovna škola	2,5	6,2	13,6	46,9	29,6	*0,119*
	Srednja škola	1,7	7,3	14,6	50,1	26,3	
	Sveučilište	1,3	6,2	13,2	45,6	33,6	
3.	Osnovna škola	1,2	1,2	2,5	33,3	60,5	*0,009**
	Srednja škola	0,5	1	4,6	42,2	51,7	
	Sveučilište	0,2	0,9	3,4	33,8	61,6	
4.	Osnovna škola	0	1,2	2,5	29,6	65,4	*<0,001**
	Srednja škola	0,5	0,5	4,6	35,5	58,8	
	Sveučilište	0	0,4	3,4	23,4	726	
5.	Osnovna škola	2,5	4,9	13,6	45,7	32,1	*0,386*
	Srednja škola	1,2	6,3	13,5	41,8	37,1	
	Sveučilište	0,8	5,3	15,7	39,3	38,9	
6.	Osnovna škola	1,2	4,9	19,8	49,4	24,7	*0,334*
	Srednja škola	2,7	9,7	20,3	38,7	28,6	
	Sveučilište	3,4	9,1	22,5	40,5	24,6	
7.	Osnovna škola	13,6	37	24,7	18,5	4,9	*0,044**
	Srednja škola	26,1	36,4	20,4	12,5	4,5	
	Sveučilište	29,3	36,1	20,8	9,1	4,7	
8.	Osnovna škola	0	22,2	18,5	40,7	17,3	*<0,001**
	Srednja škola	11	23,6	32,9	22,7	9,6	
	Sveučilište	11,2	22,9	37,8	22,5	5,5	
9.	Osnovna škola	1,2	7,4	8,6	54,3	27,2	*<0,001**
	Srednja škola	3,7	8,9	22,5	39,6	25,2	
	Sveučilište	2,1	4,5	21,6	42	29,7	
10.	Osnovna škola	2,5	14,8	24,7	44,4	12,3	*0,005**
	Srednja škola	6,4	26	28,5	26,8	12,3	
	Sveučilište	8,9	25,3	31,6	24,2	10	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Više od pola ispitanika bez obzira na životno okruženje (selo, predgrađe i grad), slaže se s tvrdnjom da ne bi trebali konzumirati slatke proizvode, te se u potpunosti slažu s tvrdnjom da su voće i povrće jako bitni za zdravu prehranu. Također, velik broj ispitanika sa sela (65,9%), iz predgrađa (59,4%) i grada (64,8%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom da zdrava

prehrana treba biti uravnotežena, raznolika i kompletna. Podjednaku neodlučnost iskazuje 32,7% ispitanika sa sela, 33,1% iz predgrađa i 27% iz grada o tvrdnji da nikad ne bi trebalo konzumirati masne proizvode. Za razliku od naših rezultata ispitivanja provedena na portugalskom uzorku pokazala su da je percepcija o zdravoj prehrani portugalskih ispitanika iz predgrađa značajno viša nego percepcija gradskih ispitanika (17).

Tablica 8. Percepcija o zdravoj prehrani s obzirom na okruženje

Tvrdnje	Okruženje	Liker skala[2]					*p* *vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko	28,7	27,8	25	16,2	2	*0,005**
	Gradsko	19,6	32,2	24,7	18,2	5,2	
	Prigradsko	19,2	36,6	25	15,4	3,8	
2.	Seosko	1,1	7,4	14,2	50,9	26,1	*0,006**
	Gradsko	1,7	6	14,8	46,4	31,2	
	Prigradsko	1,7	8,9	11,6	51,7	26	
3.	Seosko	0,6	0,9	4,3	39,2	54,8	*0,237*
	Gradsko	0,5	0,7	3,6	38,3	57	
	Prigradsko	0,3	2,1	5,1	39,7	52,7	
4.	Seosko	0,6	0,3	2,3	30,7	65,9	*0,183*
	Gradsko	0,1	0,2	5,1	29,7	64,8	
	Prigradsko	0,7	1,7	3,1	35,3	59,2	
5.	Seosko	1,4	4,8	12,8	45,5	34,9	*0,318*
	Gradsko	1,1	5,7	14,1	39,9	39,2	
	Prigradsko	0,7	7,5	17,1	40,1	34,6	
6.	Seosko	2,6	8,5	21,3	42	25,6	*0,180*
	Gradsko	3,2	10,4	21,4	39,1	26	
	Prigradsko	2,7	6,5	20,5	38,7	31,5	
7.	Seosko	18,2	40,6	24,1	11,9	4,8	*0,004**
	Gradsko	30,7	34,5	20	10,4	4,3	
	Prigradsko	23,3	37,3	19,2	15,1	5,1	
8.	Seosko	6,3	25,6	30,4	25,6	11,6	*0,053*
	Gradsko	12,3	22,7	35	22,6	7,2	
	Prigradsko	10,3	22,3	34,6	23,6	8,9	
9.	Seosko	0,6	7,1	17,3	44,9	29,5	*0,002**
	Gradsko	3,4	7,4	21,7	40	27,4	
	Prigradsko	4,8	7,5	25,7	40,4	21,6	
10.	Seosko	5,1	27,8	32,7	25	9,1	*0,131*
	Gradsko	8	25,7	27	26,4	13	
	Prigradsko	6,2	20,5	33,2	30,1	9,9	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika ($p<0,05$)

Nekoliko studija pokazalo je bračni status kao važnu odrednicu ispitanika u zdravstvenom ponašanju, uključujući prehrambene navike (22-24). Najveći broj ispitanika

koji su slobodni (35,9%) kao i onih koji su u braku/žive skupa (29,7%) ne slaže se s tvrdnjom da brojanje kalorija predstavlja pravilnu prehranu, odnosno 36,2% ispitanika u kategoriji udovci/ce. Također ispitanici se, neovisno o bračnom statusu, slažu da ne bi trebalo konzumirati slatke proizvode. Više od polovice ispitanika u potpunosti se slaže s tvrdnjom da su voće i povrće jako bitni za zdravu prehranu i da zdrava prehrana mora biti uravnotežena, raznolika i kompletna. Što se tiče tradicije i njenog utjecaja na pravilnu prehranu, ispitanici koji su slobodni i u braku/žive skupa uglavnom su neodlučni na ovu temu, dok se razvedeni ispitanici i udovci/ce više slažu s navedenim.

Tablica 9. Percepcija o zdravoj prehrani s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana	19,3	35,9	24,1	16,5	4	*0,770*
	U braku/žive zajedno	22,5	29,7	25,9	17,8	3,9	
	Rastavljen/a	26,5	23,5	26,5	14,7	8,8	
	Udovac/ica	36,2	23,4	14,9	21,3	4,3	
2.	Neoženjen/neudana	1,4	6,5	16,7	50,1	25,3	*0,324*
	U braku/žive zajedno	1,2	7,3	12,3	47,9	31,1	
	Rastavljen/a	5,9	7,4	7,4	39,7	39,7	
	Udovac/ica	4,3	4,3	10,6	44,7	36,2	
3.	Neoženjen/neudana	0,6	0,7	4,6	38,9	55,2	*0,347*
	U braku/žive zajedno	0,1	1,1	3,2	38,7	56,7	
	Rastavljen/a	1,5	1,5	4,4	42,6	50	
	Udovac/ica	2,1	2,1	8,5	29,8	57,4	
4.	Neoženjen/neudana	0,3	0,6	4,6	30,2	64,2	*0,974*
	U braku/žive zajedno	0,4	0,4	3,7	31,5	63,8	
	Rastavljen/a	0	1,5	2,9	30,9	64,7	
	Udovac/ica	0	0	2,1	34	63,8	
5.	Neoženjen/neudana	1,1	6,2	17,7	39,8	35,1	*0,032*[*]
	U braku/žive zajedno	0,1	5,7	11,9	43,2	38,2	
	Rastavljen/a	1,5	7,4	11,8	36,8	42,6	
	Udovac/ica	2,1	2,1	6,4	36,2	53,2	
6.	Neoženjen/neudana	3,3	8,3	25	37,6	25,7	*0,359*
	U braku/žive zajedno	2,6	9,8	18,4	42	27,1	
	Rastavljen/a	4,4	11,8	11,8	39,7	32,4	
	Udovac/ica	0	8,5	21,3	36,2	34	
7.	Neoženjen/neudana	31	36,6	19,3	9,2	3,9	*<0,001*[*]
	U braku/žive zajedno	22,1	36,5	23,2	12,6	5,3	
	Rastavljen/a	30,9	29,4	13,2	22,1	4,4	
	Udovac/ica	19,1	42,6	17	17	4,3	

8.	Neoženjen/neudana	13,6	25,4	38,6	17,7	4,5	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	8,2	22,3	29,9	28,2	11,1	
	Rastavljen/a	8,8	19,1	30,9	35,3	5,9	
	Udovac/ica	2,1	12,8	29,8	21,3	34	
9.	Neoženjen/neudana	4,3	7,5	26,1	39,9	21,8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	1,7	7,3	18,4	42,2	30,3	
	Rastavljen/a	2,9	8,8	16,2	44,1	27,9	
	Udovac/ica	4,3	4,3	6,4	38,3	46,8	
10.	Neoženjen/neudana	7,9	27,6	31,8	23,3	9,5	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	5,9	24,5	27,9	29,3	12,2	
	Rastavljen/a	13,2	13,2	30,9	23,5	19,1	
	Udovac/ica	2,1	17	17	44,7	19,1	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Tablica 10. prikazuje percepciju o zdravoj prehrani s obzirom na radni status. Čak (55,3%) umirovljenika se slaže da ne bi trebali konzumirati masne proizvode i da je tradicija bitna za zdravu prehranu (60,8%), dok je za ostale ispitivane skupine postotak slaganja značajno niži (<40%). Veliki postotak ispitanika, a najviše studenata (73,2%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom da pravilna prehrana treba biti uravnotežena, raznolika i kompletna. Također, studenti se slažu u velikom postotku da ne bi trebalo konzumirati slatke proizvode i da su voće i povrće jako biti u zdravoj prehrani.

Tablica 10. Percepcija o zdravoj prehrani s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	21,5	30,8	24,7	18	4,9	*0,573*
	Nezaposlen/a	19,6	32,4	27,9	15,6	3,4	
	Student/ica	21,4	36,8	23,2	16,1	2,5	
	Umirovljenik/ica	28,5	27,7	21,5	20	2,3	
	Student/ica uz posao	17,9	32,8	29,9	11,9	7,5	
2.	Zaposlen/a	1,6	7,7	12,8	48,8	29,1	*0,322*
	Nezaposlen/a	2,2	6,1	18,4	47,5	25,1	
	Student/ica	1,1	5	15	49,3	29,6	
	Umirovljenik/ica	2,3	6,9	12,3	43,1	35,4	
	Student/ica uz posao	1,5	6	16,4	53,7	22,4	
3.	Zaposlen/a	0,3	1,1	4,5	40,5	53,5	*0,227*
	Nezaposlen/a	0,6	1,1	3,4	41,9	52,5	
	Student/ica	0,7	0,4	2,5	33,9	62,5	
	Umirovljenik/ica	0,8	1,5	6,2	29,2	62,3	
	Student/ica uz posao	0	0	3	43,3	53,7	

4.	Zaposlen/a	0,3	0,5	4,8	32,1	62,2	*0,013**
	Nezaposlen/a	0	0,6	5	36,3	57,5	
	Student/ica	0	0,7	2,1	23,9	73,2	
	Umirovljenik/ica	0,8	0,8	1,5	31,5	65,4	
	Student/ica uz posao	1,5	0	4,5	31,3	62,7	
5.	Zaposlen/a	1	5,6	14,2	41,5	37,6	*0,174*
	Nezaposlen/a	0	6,1	17,9	44,1	31,3	
	Student/ica	1,8	6,8	15,7	37,1	38,6	
	Umirovljenik/ica	1,5	4,6	4,6	46,2	43,1	
	Student/ica uz posao	1,5	7,5	20,9	34,3	35,8	
6.	Zaposlen/a	2,5	9,6	19,7	40,7	27,5	*0,012**
	Nezaposlen/a	2,2	6,1	19	38,5	34,1	
	Student/ica	4,6	9,6	25	42,1	18,6	
	Umirovljenik/ica	3,1	10,8	21,5	34,6	30	
	Student/ica uz posao	3	7,5	28,4	31,3	29,9	
7.	Zaposlen/a	25,1	38,3	21,3	11	4,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	24	34,1	21,8	12,8	6,7	
	Student/ica	35,7	35	17,9	8,2	3,2	
	Umirovljenik/ica	15,4	30	26,9	19,2	8,5	
	Student/ica uz posao	32,8	37,3	13,4	14,9	1,5	
8.	Zaposlen/a	9,9	24,1	32,2	26,5	7,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	11,7	25,1	30,2	23,5	8,9	
	Student/ica	15,7	25	42,9	12,1	3,9	
	Umirovljenik/ica	2,3	12,3	24,6	30,8	30	
	Student/ica uz posao	10,4	19,4	46,3	20,9	3	
9.	Zaposlen/a	2,3	7,2	21,9	41,2	27,3	*<0,001**
	Nezaposlen/a	4,5	12,3	23,5	39,1	20,1	
	Student/ica	4,3	6,1	22,1	42,5	24,6	
	Umirovljenik/ica	2,3	6,9	11,5	41,5	37,7	
	Student/ica uz posao	4,5	3	26,9	40,3	25,4	
10.	Zaposlen/a	6,6	25,7	28,5	26,7	12,5	*<0,001**
	Nezaposlen/a	10,1	28,5	26,3	24,6	10,1	
	Student/ica	7,1	25,7	37,5	21,4	8,2	
	Umirovljenik/ica	4,6	18,5	21,5	41,5	13,8	
	Student/ica uz posao	9	20,9	32,8	28,4	9	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

3.4. Zdravstveni motivi

Kod obrade zdravstvenih, ali i drugih motiva povezanih uz pravilnu prehranu zbrojili smo neslaganja i slaganja, odnosno prva dva stupca (uopće se ne slažem i ne slažem se) daju

neslaganje, treći neodlučnost (niti se slažem niti se ne slažem), a zadnja dva stupca (slažem se, u potpunosti se slažem) slaganje.

Tablica 12. Zdravstveni motivi

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem niti ne slažem N (%)	Slažem se N (%)	U potpunosti se slažem N (%)
1. Jako me brine higijena i sigurnost hrane koju jedem	25 (1,6)	101 (6,6)	250 (16,3)	696 (45,4)	460 (30)
2. Važno mi je da moja prehrana ima niski udio masti	69 (4,5)	330 (21,5)	578 (37,7)	425 (27,7)	131 (8,5)
3. Obično se pridržavam principa zdrave i uravnotežene prehrane	40 (2,6)	219 (14,3)	446 (29,1)	640 (41,7)	186 (12,1)
4. Važno mi je da moja svakodnevna prehrana sadržava mnogo vitamina i mineralnih tvari	25 (1,6)	84 (5,5)	413 (26,9)	751 (49)	260 (17)
5. Određene namirnice konzumiram redovito iako znam da mi mogu povisiti razinu kolesterola	63 (4,1)	301 (19,6)	408 (26,6)	644 (42)	115 (7,5)
6. Trudim se jesti hranu koja ne sadrži aditive	56 (3,7)	232 (15,1)	478 (31,2)	570 (37,2)	197 (12,9)
7. Izbjegavam jesti prerađenu hranu jer ima manju hranjivu vrijednost	76 (5)	314 (20,5)	531 (34,6)	433 (28,8)	177 (11,5)
8. Važno mi je jesti hranu koja me održava zdravim	11 (0,7)	57 (3,7)	278 (18,1)	794 (51,8)	393 (25,6)
9. Određene namirnice konzumiram redovito iako znam da mi mogu povisiti razinu šećera u krvi	76 (5)	268 (17,5)	416 (27,1)	641 (41,8)	130 (8,5)
10. Izbjegavam genetski modificiranu hranu (GM hranu)	77 (5)	190 (12,4)	375 (24,5)	486 (31,7)	403 (26,3)

N – broj ispitanika

75,4% ispitanika zabrinuto je za sigurnost i higijenu hrane koju jedu. Također, polovina ispitanika pridržava se principa zdrave i uravnotežene prehrane (53,8%), brine o količini vitamina i mineralnih tvari u prehrani (66%), te izbjegavanju genetski modificiranu hranu (GM hranu) (57%) i hranu koja sadrži aditive (50,1%). Bez obzira što zna da neka

hrana može povisiti razinu kolesterola i šećera u krvi, polovina ispitanika ipak konzumira takvu hranu.

80,4% žena zabrinuto je za higijenu i sigurnost hrane koju jedu, kao i 69% muškaraca. Također, žene se više pridržavaju zdrave i uravnotežene prehrane nego muškarci (58%>48,7%), bitnije im je da prehrana sadrži manji udio masti (39,2%>32,8%) i aditiva (53,1%>46,4%). Više od polovica muškaraca (54,6%) i nešto niži postotak žena (45,2%) navodi da konzumira hranu koja može povisiti razinu kolesterola. Također, žene više izbjegavaju prerađenu hranu u odnosu na muškarce (43,3%>35,5%) iako je čak trećina muškaraca i žena neodlučna oko ove tvrdnje. Ženama je bitnije da jedu zdravu hranu (81,4%>52,6%) iako više od polovine muškaraca i žena konzumiraju namirnice koje podižu razinu šećera u krvi kao i GM hranu, prikazano u Tablici 13. Rezultati su u skladu s istraživanjem koje su proveli Guiné i sur. (2019.), koji su također pokazali da su žene jače zdravstveno motivirane u odnosu na muškarce (25). I studije iz drugih europskih zemalja potvrđuju da je veća privrženost zdravoj hrani (npr. mediteranskoj prehrani) povezana s dobi, ženskim spolom i zaposlenosti (26,27). Postoji negativna povezanost između višeg ITM te zdravstvenih motiva što može ukazivati da ljudi s višim ITM nisu toliko motivirani za zdravu prehranu kao niti sudjelovanje u tjelesnoj aktivnosti (28). Nedostatak zdravstvenih motiva može dodatno rezultirati prekomjernom konzumacijom hrane, većim debljanjem i pojavom pretilosti a onda i pojavom drugih kroničnih bolesti (29). Nasuprot tome, veća razina tjelesnog vježbanja može biti pokazatelj zdravijeg stila života (30) što je potvrđeno i u istraživanju (16).

Tablica 13. Zdravstveni motivi s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene	0,8	4,2	14,5	45,7	34,8	*<0,001**
	Muškarci	2,7	9,6	18,6	45,1	23,9	
2.	Žene	4,1	18,8	38	30,3	8,9	*0,003**
	Muškarci	5	24,8	37,4	24,7	8,1	
3.	Žene	2,7	13,2	26,1	45,1	13	*0,005**
	Muškarci	2,5	15,7	32,8	37,5	11,2	
4.	Žene	1,4	4	25	50,4	19,3	*<0,001**
	Muškarci	1,9	7,4	29,4	47,3	14	
5.	Žene	4,4	22,3	27,6	38,6	6,9	*0,068*
	Muškarci	3,7	16,2	25,4	46,5	8,1	
6.	Žene	3,5	13	30,5	38,7	14,4	*0,003**

	Muškarci	3,8	17,9	31,9	35,5	10,9	
7.	Žene Muškarci	4,8 5,2	19,2 22	32,5 37,4	30,5 25,6	12,9 9,9	*0,011**
8.	Žene Muškarci	0,5 1	2,9 4,7	15,3 21,6	54,2 48,7	27,1 23,9	*<0,001**
9.	Žene Muškarci	4,8 5,2	18,5 16,2	26,2 28,4	41,1 42,7	9,2 7,5	*0,991*
10.	Žene Muškarci	4,8 5,3	10,7 14,3	23,2 26	32,6 30,6	28,4 23,8	*0,010**

[1]T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Trećina ispitanika izbjegava konzumirati prerađenu hranu, tj. 70% ispitanika konzumira zdravu hranu. S obzirom na razinu obrazovanja, kao što je prikazano u Tablici 14., 65,4% ispitanika s osnovnom, 75% sa srednjom školom i 77% sa fakultetskom naobrazbom zabrinuto je za higijenu i sigurnost hrane što je bitno jer su sigurnost i higijena hrane ključni u sprečavanju nastanka infekcija, kao što su Salmonela, Creutzfeldt-Jakobova bolest i sl. (31). Veći udio ispitanika sa osnovnom (48,1%) u odnosu na one sa srednjom školom (37%) i fakultetskom naobrazbom (33%) navodi bitnost da prehrana sadrži niski udio masti. 59,9% ispitanika s fakultetskom naobrazbom, 50,6% sa srednjoškolskom i 54,4% sa osnovno školskom pridržava se zdrave i uravnotežene prehrane te navodi da im je bitna količina vitamina i minerala u prehrani. Također veći postotak ispitanika sa osnovnom školom (69%) izbjegava GM hranu u odnosu na ispitanike sa srednjom školom (57%) i fakultetskom naobrazbom (56%). U istraživanju koje su proveli Guiné i sur. (2020.) viša razina obrazovanja nije značajno povećala zdravstvene motive za izbor hrane, iako bi bilo očekivano da fakultetsko obrazovanje pruža više znanja i alata za oblikovanje i ovog ponašanja te pozitivno mjenjati ove stavove (14).

Tablica 14. Zdravstveni motivi s obzirom na razinu obrazovanja

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	3,7 1,3 1,9	18,5 7,3 3,6	12,3 16,1 17,4	40,7 45 47,1	24,7 30,2 30,1	*0,006**
2.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	2,5 4,5 4,9	21 22,7 19,7	28,4 35,9 42,3	37 29,3 23,4	11,1 7,6 9,6	*0,204*
3.	Osnovna škola	1,2	19,8	24,7	34,6	19,8	*<0,001**

	Srednja škola	3	16,4	29,7	41,1	9,6	
	Fakultet	2,1	9,8	28,5	44	15,5	
4.	Osnovna škola	0	3,7	33,3	45,7	17,3	*0,009**
	Srednja škola	1,6	7,2	27,2	48,9	15,1	
	Fakultet	1,9	2,8	25,7	49,5	20	
5.	Osnovna škola	7,4	19,8	30,9	32,1	8,6	*0,018**
	Srednja škola	4,1	18,2	24,6	44,1	8,9	
	Fakultet	3,6	22,1	29,1	40,3	4,9	
6.	Osnovna škola	3,7	13,6	27,2	38,3	17,3	*0,140*
	Srednja škola	4	17,2	29,7	36,7	12,4	
	Fakultet	3	11,9	34,6	37,4	13	
7.	Osnovna škola	3,7	22,2	25,9	28,4	18,5	*0,230**
	Srednja škola	5,9	21,3	33,2	28,8	10,8	
	Fakultet	3,6	18,9	38,4	27,2	11,9	
8.	Osnovna škola	0	2,5	17,3	50,6	29,6	*0,012*
	Srednja škola	0,8	4,5	20,3	50	24,5	
	Fakultet	0,8	2,6	14,6	54,8	27,2	
9.	Osnovna škola	9,9	19,8	34,6	28,4	7,4	*0,019*
	Srednja škola	4,6	16,6	26,8	42	9,8	
	Fakultet	4,9	18,5	26,3	43,9	6,4	
10.	Osnovna škola	2,5	6,2	22,2	33,3	35,8	*0,031*
	Srednja škola	5,4	13,7	23	32	25,8	
	Fakultet	4,7	11,2	27,2	30,8	25,9	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)

[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem

*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Tablica 15. Zdravstveni motivi s obzirom na životno okruženje

Tvrdnje	Životno okruženje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko	2,6	8	16,8	46,6	25,9	*0,060*
	Gradsko	1,1	5,6	17,2	44,7	31,3	
	Prigradsko	2,1	7,9	13	45,9	31,2	
2.	Seosko	4	23	40,9	25,9	6,3	*0,314*
	Gradsko	4,7	21,1	37,3	27,6	9,3	
	Prigradsko	4,5	21,2	34,9	30,5	8,9	
3.	Seosko	2,6	16,8	35,5	35,8	9,1	*0,003**
	Gradsko	2,4	13,7	26,1	44,5	13,2	
	Prigradsko	3,4	13	30,5	40,4	12,7	
4.	Seosko	0,9	7,4	31	48	12,8	*0,016**
	Gradsko	1,8	4,3	25,3	50	18,6	
	Prigradsko	2,1	6,8	27,1	46,9	17,1	

5.	Seosko Gradsko Prigradsko	2,3 4,8 4,1	19 21,4 15,1	27,8 25,5 28,8	44,3 39,8 45,9	6 8,6 6,2	*0,137*
6.	Seosko Gradsko Prigradsko	3,4 3,8 3,4	13,9 14,9 17,5	29,8 30,9 33,9	40,1 37,6 32,2	12,8 12,8 13	*0,385*
7.	Seosko Gradsko Prigradsko	6,3 4,2 5,8	23,2 19,8 18,8	26,7 37,5 35,6	31,8 27,4 26,7	11,9 11 12,7	*0,987*
8.	Seosko Gradsko Prigradsko	0,3 0,8 1	3,7 3,4 4,8	18,5 18,6 16,4	51,7 51,9 51,4	25,9 25,3 26,4	*0,946*
9.	Seosko Gradsko Prigradsko	4,8 5,4 3,8	18,2 17,6 16,4	25,6 26,4 31,5	43,5 41,7 40,1	7,7 8,9 8,2	*0,956*
10.	Seosko Gradsko Prigradsko	2,8 5,6 5,8	12,2 11,6 15,1	22,4 25,8 22,9	33,2 31,8 29,8	28,7 25,2 26,4	*0,181*

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Tablica 15. prikazuje zdravstvene motive za izbor hrane s obzirom na životno okruženje. Velik postotak ispitanika (>70%), neovisno o životnom okruženju brine se za higijenu i sigurnost hrane. 40,9% ispitanika seoskog okruženja, 37,3% gradskog i 34,9% prigradskog neodlučno je po pitanju važnosti da prehrana sadrži niski udio masti. 44,9% ispitanika iz seoskog okruženja navodi da se pridržava uravnotežene prehrane, dok je kod gradskih (57,7%) i predgradskih (53,1%) ispitanika taj postotak nešto viši. Ispitanici iz seoskog okruženja konzumiraju određene namirnice iako im mogu povećati razinu kolesterola (50,3%), ali se s druge strane trude jesti hranu koja ne sadrži aditive (52,9%) više od drugih ispitanika. Više od polovice ispitanika sa sela (61,9%), iz grada (57%) i predgrađa (56,2%) izbjegava jesti GM hranu.

Tablica 16. Zdravstveni motivi s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	1,3 1,5 4,4 4,3	7,5 5,7 4,4 10,6	20 13,8 13,2 4,3	44,3 45,5 55,9 44,7	26,9 33,3 22,1 36,2	*0,015**

2.	Neoženjen/neudana	6,2	24,9	40	22,2	6,8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	2,4	18,8	36,9	31,8	10,1	
	Rastavljen/a	8,8	20,6	32,4	30,9	7,4	
	Udovac/ica	6,4	14,9	23,4	42,6	12,8	
3.	Neoženjen/neudana	2,4	16	31,7	39,6	10,1	*0,004**
	U braku/žive zajedno	1,9	12,3	27,2	45,4	13,1	
	Rastavljen/a	10,3	16,2	25	30,9	17,6	
	Udovac/ica	4,3	17	25,5	34	19,1	
4.	Neoženjen/neudana	1,4	6,8	30,4	46,9	14,5	*0,011**
	U braku/žive zajedno	1,7	4,7	23,8	51,6	18,3	
	Rastavljen/a	2,9	2,9	23,5	51,5	19,1	
	Udovac/ica	2,1	2,1	29,8	36,2	29,8	
5.	Neoženjen/neudana	4	20	29,4	39,1	7,5	*0,356*
	U braku/žive zajedno	4,1	18,8	25	44,1	7,6	
	Rastavljen/a	4,4	14,7	23,5	51,5	5,9	
	Udovac/ica	4,3	34	14,9	38,3	8,5	
6.	Neoženjen/neudana	4	19,3	34,5	32,4	9,8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	2,6	11,9	28,6	40,8	16	
	Rastavljen/a	8,8	11,8	26,5	42,6	10,3	
	Udovac/ica	6,4	8,5	27,7	44,7	12,8	
7.	Neoženjen/neudana	6,6	23,3	38,7	22,6	8,8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	3,5	18,1	32	31,7	14,5	
	Rastavljen/a	5,9	20,6	25	41,2	7,4	
	Udovac/ica	2,1	14,9	29,8	40,4	12,8	
8.	Neoženjen/neudana	0,7	4,7	20,9	50,8	22,9	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	0,6	2,9	15,6	52,3	28,6	
	Rastavljen/a	2,9	4,4	20,6	52,9	19,1	
	Udovac/ica	0	0	12,8	57,4	29,8	
9.	Neoženjen/neudana	3,6	17,7	26,5	41,7	10,4	*0,114*
	U braku/žive zajedno	5,8	17,7	28,1	41,2	7,1	
	Rastavljen/a	7,4	11,8	26,5	47,1	7,4	
	Udovac/ica	8,5	19,1	23,4	44,7	4,3	
10.	Neoženjen/neudana	5,2	15,1	28,2	30,1	21,4	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	4,1	10,4	21,7	32,6	30,8	
	Rastavljen/a	11,8	5,9	19,1	42,6	20,6	
	Udovac/ica	6,4	12,8	19,1	25,5	36,2	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Tek 20% neoženjenih ispitanika neodlučno je oko zabrinutosti za higijenu i sigurnost hrane, te 4,3% udovaca. Ukupno gledano visok je postotak ispitanika (>70%) zabrinut za higijenu i sigurnost svoje hrane. 55,4% udovaca navodi važnost niskog udjela masti u

prehrani, ali s druge strane 40% neoženjenih, 32,4% rastavljenih i 36,9% ispitanika u braku nesigurno je oko te teme. Također, rezultati su pokazali da se ispitanici u braku više pridržavaju uravnotežene i zdrave prehrane (58,5%), zatim slijede udovci (53,1%), neoženjeni (49,7%) te tek na kraju rastavljeni (48,5%). 70,6% rastavljenih slaže se s važnosti unosa vitamina i minerala u svakodnevnoj prehrani, dok je kod neoženjenih taj postotak nešto niži (61,4%). 38,3% udovaca ne slaže se s tvrdnjom da konzumiraju određene namirnice iako im mogu povisiti razinu kolesterola, a 46,8% se slaže. Što se tiče izbjegavanja prerađene hrane, neoženjeni se najmanje slažu s tom tvrdnjom (31,4%) dok je kod udovaca taj postotak najveći (53,2%). Također, 51,5% neoženjenih izbjegava GM hranu, dok je kod ostalih taj postotak viši od 60%.

Tablica 17. Zdravstveni motivi s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					*p* *vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	1,7	6,6	13,7	46,8	30,9	*0,212*
	Nezaposlen/a	1,1	8,4	18,4	43,6	28,5	
	Student/ica	0,7	7,1	21,8	46,4	23,9	
	Umirovljenik/ica	3,8	4,6	15,4	40,8	35,4	
	Student/ica uz posao	1,5	3	20,9	37,3	37,3	
2.	Zaposlen/a	4,4	20,3	38,6	28,6	8,1	*<0,001**
	Nezaposlen/a	4,5	28,5	30,7	30,2	6,1	
	Student/ica	5	22,9	45,4	21,8	5	
	Umirovljenik/ica	3,8	15,4	23,8	38,5	18,5	
	Student/ica uz posao	6	25,4	38,8	13,4	16,4	
3.	Zaposlen/a	2,9	13,6	29,1	42	12,3	*<0,001**
	Nezaposlen/a	3,9	17,9	35,2	35,8	7,3	
	Student/ica	1,1	12,9	32,9	44,3	8,6	
	Umirovljenik/ica	2,3	16,2	18,5	40,8	22,3	
	Student/ica uz posao	3	10,4	17,9	47,8	20,9	
4.	Zaposlen/a	1,9	5,7	25	51,2	16,2	*0,021**
	Nezaposlen/a	1,1	7,3	27,4	53,1	11,2	
	Student/ica	1,1	5	32,5	47,5	13,9	
	Umirovljenik/ica	1,5	5,4	26,2	34,6	32,3	
	Student/ica uz posao	1,5	0	25,4	46,3	26,9	
5.	Zaposlen/a	4,1	19,1	26,1	43,6	7	*0,376*
	Nezaposlen/a	3,9	17,9	28,5	41,9	7,3	
	Student/ica	2,5	22,5	30,7	36,8	7,5	
	Umirovljenik/ica	5,4	20,8	16,2	46,9	10	
	Student/ica uz posao	9	17,9	31,3	31,3	10,4	
6.	Zaposlen/a	3	13,6	29,8	40,4	13,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	3,9	19	29,1	35,2	12,8	
	Student/ica	5	18,6	40	26,8	9,6	
	Umirovljenik/ica	3,1	12,3	25,4	40,8	18,5	
	Student/ica uz posao	7,5	14,9	26,9	38,8	11,9	

7.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	3,9 7,3 7,1 3,8 6	21 25,1 18,9 15,4 16,4	34,7 30,7 45,4 16,9 32,8	29,2 24,6 21,4 39,2 34,3	11 12,3 7,1 24,6 10,4	*<0,001**
8.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	0,7 1,1 0,4 0,8 1,5	3,3 4,5 5,7 1,5 3	17,9 19 20,7 14,6 13,4	51,9 53,6 46,9 46,9 49,3	26,2 22,3 19,6 36,2 32,8	*0,004**
9.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	5,8 2,2 2,1 6,9 9	16 17,9 18,2 20,8 25,4	29,7 27,9 21,4 22,3 26,9	41,1 41,9 47,5 40,8 26,9	7,2 10,1 10,7 8,5 11,9	*0,011**
10.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	4,8 5,6 6,4 3,1 4,5	11,7 12,3 14,3 10 17,9	24,4 21,8 28,9 18,5 23,9	32,4 36,3 28,6 27,7 29,9	26,7 24 21,4 40 23,9	*0,013**

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Kada uspoređujemo ispitanike s obzirom na radni status (Tablica 17.) više od pola umirovljenika (57%) slaže se da se treba hraniti hranom s niskim udjelom masti, dok je kod svih ostali skupina to slaganje niže od 35%. 43,1% nezaposlenih pridržava se pravilne i uravnotežene prehrane, a 35,2% je neodlučno po tom pitanju. Pravilnu prehranu prakticira veći postotak nezaposlenih (52,9%) i zaposlenih studenata (54,3%) i očekivano visok postotak umirovljenika (63,1%). Veći se postotak zaposlenih (73,2%) i nezaposlenih studenata (60,5%) slaže da je važna konzumacija vitamina i minerala u prehrani. Umirovljenici (59,3%) i zaposleni ispitanici (53,6%) više se trude jesti hranu bez aditiva u odnosu na nezaposlene (48%) i studente (36,4%). 32,4% nezaposlenih i 26% studenata ne izbjegavaju jesti prerađenu hranu, dok je 30,7% nezaposlenih i 45,4% studenata neodlučno oko te teme. 19,2% umirovljenika ne izbjegava jesti prerađenu hranu, a to ipak čini njih 63,8%. Također, 67,7% umirovljenika navodi da izbjegava jesti GM hranu. Kod ostalih ispitanika taj je postotak značajno niži (<59%). Umirovljenici su pokazali veći utjecaj zdravstvenih motiva na izbor hrane, te se to može pripisati dobi koja pridonosi oblikovanju ovakvog ponašanja u smislu veće zabrinutosti za zdravlje (14).

3.5. Emocionalni motivi

Tablica 18. Emocionalni motivi

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem niti ne slažem N (%)	Slažem se N (%)	U potpunosti se slažem N (%)
1.Hrana mi pomaže nositi se sa stresom	292 (19)	458 (31,6)	327 (21,3)	338 (22)	93 (6,1)
2.Obično jedem hranu koja mi pomaže održavati tjelesnu masu	78 (5,1)	316 (20,6)	529 (34,5)	472 (30,8)	137 (8,9)
3.Često jedem hranu koja me održava budnim i pozornim (poput kave, Coca-Cole i energetskih pića)	205 (13,4)	387 (25,2)	268 (17,5)	462 (30,1)	211 (13,8)
4.Često jedem hranu koja mi pomaže opustiti se (poput nekih čajeva ili crvenog vina)	207 (13,5)	340 (22,2)	339 (22,1)	472 (30,8)	176 (11,5)
5. Zbog hrane koju jedem, dobro se osjećam	35 (2,3)	126 (8,2)	408 (26,6)	700 (45,6)	264 (17,2)
6.Kad sam osamljen, tješim se hranom	484 (31,6)	530 (34,6)	269 (17,5)	179 (11,7)	71 (4,6)
7.Jedem više kad mi je dosadno	281 (18,3)	354 (23,1)	256 (16,7)	458 (29,9)	184 (12)
8.Po mom mišljenju, hrana pruža emotivnu utjehu	369 (24,1)	460 (30)	383 (25)	236 (15,4)	85 (5,5)
9.Više žudim za slatkišima kad sam depresivan	392 (25,6)	412 (26,9)	295 (19,2)	311 (20,3)	123 (8)

N – broj ispitanika

Bartkiene i sur. (2019.) navode važnost emocija, jer izbor hrane može ovisiti o raspoloženju pojedinca (32). Tablica 18. prikazuje emocionalne motive vezane za izbor hrane. Većina ispitanika se slaže da konzumiraju hranu koja im pomaže održavati tjelesnu masu (39,7%), hranu koja ih održava pozornim i budnim (43,9%), kao i hranu koja im pomaže opustiti se (42,3%). Polovina ispitanika (50,6%) se ne slaže da im hrana pomaže u nošenju sa stresom, dok se gotovo trećina slaže s navedenom tvrdnjom (28,1%). 62,8% ispitanika dobro se osjeća zbog hrane koju jede, iako 66,2% tvrdi da se ne tješi hranom kod osamljenosti. Također, 20,4% ispitanika ne slaže se da više jede od dosade, dok dvostruko više (41,9%) to ipak prakticira. 54,1% ispitanika se ne slažu da hrana pruža emocionalnu utjehu i njih čak

52,5% navodi da ne žude za slatkima kad su depresivni. Dobiveni rezultati su u skladu s istraživanjem koje su proveli Guiné i sur. (2020.)(14). Ipak literatura navodi da su u nekim slučajevima ljudi nesvjesno ili svjesno skloni negirati utjecaj emocionalnih motiva. Smatra se da strah od kritike i sram ponekad dovode do neiskrenih odgovora ili do davanja društveno prihvatljivih odgovora pa tako i u pogledu konzumacije hrane (33,34).

Tablica 19. Emocionalni motivi s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene	17,9	29,2	21,1	24,9	6,9	*<0,001**
	Muškarci	20,4	34,6	21,6	18,5	5	
2.	Žene	4,8	21,3	34,1	32	7,6	*0,892*
	Muškarci	5,5	19,6	35	29,2	10,6	
3.	Žene	12,9	26,3	16,2	31	13,7	*0,592*
	Muškarci	14	23,8	19,1	29,1	13,9	
4.	Žene	14,3	22,5	20,3	31,3	11,6	*0,641*
	Muškarci	12,4	21,7	24,4	30,1	11,4	
5.	Žene	2,3	9,2	28,4	44,4	15,7	*0,012**
	Muškarci	2,2	6,9	24,2	47,3	19,2	
6.	Žene	29,8	32,9	17,6	13,8	5,8	*<0,001**
	Muškarci	33,7	36,6	17,4	9	3,1	
7.	Žene	15,9	22,8	15	31,9	14,5	*<0,001**
	Muškarci	21,3	23,5	18,9	27,3	8,9	
8.	Žene	22,4	29,4	23,9	16,2	7,9	*<0,001**
	Muškarci	26	30,7	26,3	14,3	2,5	
9.	Žene	22,3	23,4	18,3	25,5	10,5	*<0,001**
	Muškarci	29,5	31,3	20,4	13,7	4,9	

[1] T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2] Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Žene su pod većim utjecajem emocionalnih odrednica, te su češće pogođene emocionalnim problemima vezanim za prehranu, nego muškarci (35). To potvrđuju i naši rezultati. Naime, veći postotak muškaraca (55%) u odnosu na žene (47,1%) ne slaže se s tvrdnjom da hrana pomaže kod stresa. 60,1% žena i 66, 4 % muškaraca osjeća se dobro zbog hrane koju jedu, dok 11,5% žena i 9,1 % muškaraca ne misli tako. 19,6% žena te 12,1% muškaraca tješe se hranom kada su osamljeni, iako s druge strane i velik postotak žena (62,7%) i muškaraca (70,3%) ne misli da je takva utjeha potrebna. Za razliku od muškaraca, žene su navele da više jedu kad im je dosadno (46,4%>36,2%) te da više žude za slatkišima kad su depresivne (36%>18,6%).

Tablica 20. Emocionalni motivi prema obrazovanju

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola	27,2	32,1	13,6	19,8	7,4	*0,305*
	Srednja škola	18,8	31,8	20,8	21,6	7	
	Fakultet	17,8	31,2	23,4	23,3	4,3	
2.	Osnovna škola	11,1	28,4	24,7	24,7	11,1	*0,002**
	Srednja škola	5,8	22	35,9	29,8	6,4	
	Fakultet	3	17,2	33,3	33,5	13	
3.	Osnovna škola	29,6	30,9	11,1	21	7,4	*0,004**
	Srednja škola	12,6	25,1	18,2	29,9	14,1	
	Fakultet	12,1	24,6	17,4	32,1	13,8	
4.	Osnovna škola	21	30,9	7,4	27,2	13,6	*0,061*
	Srednja škola	13,5	22,3	23,5	29,9	10,9	
	Fakultet	12,3	20,8	22,1	33,1	11,7	
5.	Osnovna škola	0	6,2	24,7	42	27,2	*0,125*
	Srednja škola	2,2	9,1	24,7	48,4	15,5	
	Fakultet	2,6	7	30,2	41,8	18,3	
6.	Osnovna škola	33,3	39,5	12,3	6,2	8,6	*0,393*
	Srednja škola	30	35,5	17	12,4	5	
	Fakultet	33,8	31,9	19,5	11,3	3,4	
7.	Osnovna škola	25,9	30,9	14,8	17,3	11,1	*0,051*
	Srednja škola	17,3	22,7	16,4	31,4	12,1	
	Fakultet	18,9	22,1	17,6	29,3	12,1	
8.	Osnovna škola	22,2	34,6	25,9	12,3	4,9	*0,621*
	Srednja škola	24,1	29,8	24,8	15,1	6,1	
	Fakultet	24	29,7	25,1	16,4	4,7	
9.	Osnovna škola	34,6	32,1	11,1	17,3	4,9	*0,135*
	Srednja škola	25	27,4	18,6	20,3	8,6	
	Fakultet	25,1	25	21,6	20,8	7,6	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika ($p<0,05$)

Što se tiče stupnja obrazovanja čak 39,5% ispitanika sa osnovnom školom, 27,8% sa srednjom stručnom spremom i 20,2% s fakultetskom naobrazbom ne slaže se s tvrdnjom da jedu hranu koja pomaže održavati tjelesnu masu. Ipak, gotovo polovina ispitanika (46,5%) sa završenom fakultetskom naobrazbom, nešto manje onih sa srednjoškolskom (36,2%) i osnovnoškolskom (35,8%) zapravo jede hranu koja im pomaže održavati tjelesnu masu.Što se tiče tvrdnje o konzumiranju hrane koja nas održava budnim i pozornim, 60,5% ispitanika sa osnovnom školom ne slaže se s tom tvrdnjom, dok je postotak ispitanika sa srednjom (37,7%) i fakultetskom naobrazbom (36,7%) značajno niži. Većina ispitanika sa osnovnom (66,7%),

srednjom (52,4%) i fakultetskom naobrazbom (50,1%) ne slaže se s tvrdnjom da više žude za slatkim kada su depresivni te time ne smatraju da hrana pruža emocionalnu utjehu.

Tablica 21. Emocionalni motivi s obzirom na životno okruženje

Tvrdnje	Životno okruženje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko	21,9	31,8	17,9	21,9	6,5	*0,348*
	Gradsko	18,9	31,8	22,1	21,8	5,4	
	Prigradsko	16,1	30,5	22,9	22,9	7,5	
2.	Seosko	8,2	25	34,1	27	5,7	*<0,001**
	Gradsko	4,2	19	33,7	32,5	10,4	
	Prigradsko	4,1	20,2	37,7	29,5	8,6	
3.	Seosko	16,5	32,1	13,4	25	13,1	*0,018**
	Gradsko	12,2	22,3	19,5	32	14	
	Prigradsko	13	25,7	16,4	30,8	14	
4.	Seosko	15,3	23,6	19,9	27,6	13,6	*0,144*
	Gradsko	13,5	22,3	23,5	30,5	10,1	
	Prigradsko	11,3	19,9	20,5	35,3	13	
5.	Seosko	2,3	8	29,5	41,5	18,5	*0,434*
	Gradsko	2,1	9,8	25	46,8	16,2	
	Prigradsko	2,7	3,8	28,1	46,6	18,8	
6.	Seosko	31,5	37,5	16,8	9,7	4,3	*0,285*
	Gradsko	31,5	34,5	17,7	12,5	3,8	
	Prigradsko	31,5	31,5	18,2	11,6	7,2	
7.	Seosko	16,5	26,4	12,8	32,1	11,9	*0,360*
	Gradsko	18,5	22,7	18	30,3	10,5	
	Prigradsko	19,9	20,2	17,5	26	16,4	
8.	Seosko	22,7	35,2	27	10,8	4	*0,141*
	Gradsko	24,3	29,5	24,1	16,7	5,4	
	Prigradsko	25	24,7	25,3	17,1	7,9	
9.	Seosko	24,7	29,5	17	22,7	5,7	*0,706*
	Gradsko	26,2	25,9	20,4	19,3	8,2	
	Prigradsko	24,7	26,4	18,2	20,5	10,3	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

32,7% seoskih, 38,1% prigradskih te 42,9% gradskih ispitanika konzumira hranu koja pomaže u održavanju tjelesne mase. Što se tiče konzumiranja hrane koja ispitanike održava budnima i pozornima, gradski ispitanici (46%) više konzumiraju takvu hranu u odnosu na seoske ispitanike (38,1%). Veliki postotak ukupnih ispitanika ne tješi se hranom kada su osamljeni, i ne slaže se da se zbog hrane koju jedu osjećaju dobro (>60%).

Tablica 22. Emocionalni motivi s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana	15,7	29,2	23,1	24	8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	21,3	32,6	20,6	21,2	4,3	
	Rastavljen/a	20,6	41,2	13,2	16,2	8,8	
	Udovac/ica	31,9	36,2	17	14,9	0	
2.	Neoženjen/neudana	4,7	19,3	36,5	29,9	9,3	*0,400*
	U braku/žive zajedno	5,5	21,6	32,5	32,5	7,9	
	Rastavljen/a	1,5	27,9	36,8	25	8,8	
	Udovac/ica	8,5	14,9	31,9	25,5	19,1	
3.	Neoženjen/neudana	10,9	21,3	18,5	32,2	17	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	15,4	27,2	18	28,5	10,9	
	Rastavljen/a	8,8	39,7	8,8	29,4	13,2	
	Udovac/ica	25,5	31,9	6,4	25,5	10,6	
4.	Neoženjen/neudana	11,6	20,7	24,7	30,3	12,6	*0,175*
	U braku/žive zajedno	14,9	24,2	19,4	30,8	10,7	
	Rastavljen/a	11,8	17,6	27,9	33,8	8,8	
	Udovac/ica	21,3	19,1	17	31,9	10,6	
5.	Neoženjen/neudana	2,9	9,1	28,2	43,2	16,5	*0,072*
	U braku/žive zajedno	1,7	7,1	25,4	48,8	17	
	Rastavljen/a	2,9	13,2	23,5	41,2	19,1	
	Udovac/ica	2,1	6,4	25,5	38,3	27,7	
6.	Neoženjen/neudana	27	35,6	18	13,6	5,6	*0,004**
	U braku/žive zajedno	35,4	33,1	17,7	10,2	3,6	
	Rastavljen/a	30,9	41,2	16,2	8,8	2,9	
	Udovac/ica	40,4	31,9	10,6	8,5	8,5	
7.	Neoženjen/neudana	12,8	20,7	17,8	32,3	16,2	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	22,7	24,5	15,8	28,4	8,7	
	Rastavljen/a	22,1	30,9	20,6	25	1,5	
	Udovac/ica	27,7	25,5	8,5	23,4	14,9	
8.	Neoženjen/neudana	20	28,4	28	16,1	7,3	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	27,5	31	22,7	15,1	3,7	
	Rastavljen/a	22,1	41,2	19,1	13,2	4,4	
	Udovac/ica	34	21,3	23,4	12,8	8,5	
9.	Neoženjen/neudana	20,7	23,9	22,1	22,4	10,8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	29,2	29,5	17,8	17,6	5,9	
	Rastavljen/a	32,4	29,4	10,3	23,5	4,4	
	Udovac/ica	31,9	27,7	10,6	25,5	4,3	

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)

[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem

*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Trećina ispitanika koji su slobodni (32%), odnosno nisu u braku, navodi da im hrana pomaže nositi se sa stresom, dok je kod udovaca/ica taj postotak manji (14,9%) za polovicu. Također, neoženjeni češće konzumiraju hranu koja ih održava budnim i pozornim (49,2%) i jedu više kad im je dosadno (48,5%) u odnosu na ostale skupine ispitanika. Najmanje kad im je dosadno jedu rastavljeni (26,5%), a potom ispitanici u braku (37,1%). 63,3% rastavljenih, 58,5% u braku, 55,3% udovaca i 48,4% neoženjenih ne slaže se da hrana pruža emotivnu utjehu, odnosno više od 50% ispitanika svake skupine. Neoženjeni ispitanici više žude za slatkišima kada su depresivni (33,2%), za razliku od onih u braku (23,5%), iako se više od polovina ispitanika obje skupine ne slaže uopće s navedenom tvrdnjom. Ipak, Guiné i sur. (2019.) navode da će se jedenje pod utjecajem emocija kao i prejedanje vjerojatnije javiti kod pojedinaca koji su sami, a do sličnih rezultata smo došli i mi u našem ispitivanju (35).

Tablica 23. Emocionalni motivi s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					*p* *vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	18,2	32,4	20,6	22,1	6,6	*<0,001*[*]
	Nezaposlen/a	17,3	31,3	20,7	24,6	6,1	
	Student/ica	14,3	28,6	26,8	25	5,4	
	Umirovljenik/ica	33,8	35,4	13,1	15,4	2,3	
	Student/ica uz posao	23,9	28,4	25,4	13,4	9	
2.	Zaposlen/a	4,9	18,7	35,6	31,7	9	*0,015*[*]
	Nezaposlen/a	3,9	27,4	35,2	25,1	8,4	
	Student/ica	3,9	22,1	35,4	33,2	5,4	
	Umirovljenik/ica	6,9	23,8	28,5	27,7	11,5	
	Student/ica uz posao	9	13,4	26,9	31,3	19,4	
3.	Zaposlen/a	11,3	23,9	18,1	31,6	14,9	*<0,001*[*]
	Nezaposlen/a	8,9	33	14,5	32,4	11,2	
	Student/ica	12,9	17,9	22,5	31,4	15,4	
	Umirovljenik/ica	32,3	39,2	9,2	13,8	5,4	
	Student/ica uz posao	14,9	26,9	11,9	31,3	14,9	
4.	Zaposlen/a	12,9	21,5	23,4	31,2	11	*0,249*
	Nezaposlen/a	12,3	29,1	18,4	28,5	11,7	
	Student/ica	11,4	20	27,5	30	11,1	
	Umirovljenik/ica	20	22,3	12,3	30,8	14,6	
	Student/ica uz posao	17,9	19,4	13,4	35,8	13,4	
5.	Zaposlen/a	2,1	8,2	26,6	44,8	18,2	*0,209*
	Nezaposlen/a	2,2	7,8	27,4	48	14,5	
	Student/ica	2,1	10,7	28,6	42,9	15,7	
	Umirovljenik/ica	2,3	4,6	17,7	56,9	18,5	
	Student/ica uz posao	6	6	31,3	40,3	16,4	
6.	Zaposlen/a	32,1	34,5	18,6	11,3	3,4	*0,050*
	Nezaposlen/a	31,8	31,8	14,5	13,4	8,4	
	Student/ica	25,7	36,8	19,6	12,5	5,4	
	Umirovljenik/ica	40	35,4	9,2	8,5	13,4	

	Student/ica uz posao	31,3	31,3	20,9	6,9	3	
7.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	19,2 15,1 8,9 36,2 17,9	22,6 27,4 20 28,5 20,9	17,4 14 20 9,2 10,8	31,3 27,9 34,6 15,4 23,9	9,4 15,6 16,4 10,8 20,9	*<0,001**
8.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	23 26,3 20 36,2 23,9	32,6 29,1 24,6 25,4 29,9	24,6 21,2 31,1 17,7 28,4	15,6 11,7 17,9 13,8 14,9	4 11,7 6,4 6,9 3	*0,029**
9.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	25,4 23,5 19,3 39,2 31,3	26,8 29,6 24,3 33,8 17,9	21,1 11,7 23,2 5,4 25,4	19,6 24 23,2 13,8 19,4	7 11,2 10 7,7 6	*<0,001**

[1]One Way ANOVA (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

28,7% zaposlenih, 30,7% nezaposlenik i 29,4% studenata smatra da im hrana pomaže nositi se sa stresom, dok kod umirovljenika taj postotak iznosi tek 17,7%. Umirovljenici manje konzumiraju hranu koja ih održava budnim i pozornim (19,2%), za razliku od ostalih ispitanika. 41,8% zaposlenih, 42,5% nezaposlenih i 64,7% umirovljenika ne slaže se da jede više od dosade, dok to misli tek 28,9% studenata. Također, umirovljenici manje žude za slatkišima kada su depresivni (21,5%) za razliku od npr. studenata (32,2%) ili nezaposlenih (35,2%).

3.6. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane

Tablica 26. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem, niti se ne slažem N (%)	Slažem se N (%)	U potpunosti se slažem N (%)
1. Obično biram hranu koja ima dobar omjer cijene i kvalitete	24 (1,6)	107 (7)	272 (17,7)	864 (56,3)	267 (17,4)
2. Glavni razlog za odabir hrane mi je niska cijena	279 (18,2)	562 (36,6)	417 (27,2)	218 (14,2)	56 (3,7)
3.Biram hranu koja mi je dostupna	20 (1,3)	78 (5,1)	268 (17,5)	918 (59,8)	248 (16,2)
4.Kupujem i pripremam	42 (2,7)	134 (8,7)	260 (16,9)	624 (40,7)	471 (30,7)

sebi svježe povrće češće nego smrznuto					
5.Obično kupujem hranu koja je jednostavna za pripremu	76 (5)	323 (21,1)	434 (28,3)	558 (36,4)	141 (9,2)
6.Obično kupujem hranu na rasprodaji/akciji	219 (14,3)	422 (27,5)	483 (31,5)	311 (20,3)	97 (6,3)
7.Radije kupujem gotovu ili polugotovu hranu	477 (31,1)	571 (37,2)	280 (18,3)	152 (9,9)	52 (3,4)

N – broj ispitanika

Cijena hrane također ima važnu ulogu u izboru hrane. Potrošnja ovisi o dohotku i socioekonomskom statusu kako i o dostupnosti hrane, raspoloživim resursima te zemljopisnom položaju zemlje (36). Kao što je prikazano u Tablici 24., 73,7% ispitanika bira hranu koja ima dobar omjer cijene i kvalitete, a 76% bira hranu koja je trenutno dostupna. Također, 17,9% ispitanika smatra da je glavni razlog za odabir hrane niska cijena, dok se polovina ispitanika ne slaže s tom tvrdnjom. 41,8% ispitanika ne kupuje hranu koja je na akciji, 31,5% je neodlučno po tom pitaju, a 26,6% kupuje takvu hranu. Većina ispitanika ne kupuje gotovu ili polugotovu hranu (68,3%), te češće kupuju svježe nego smrznuto povrće (71,4%).

Tablica 25. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene Muškarci	1,5 1,6	5,1 9,3	16,6 19,2	57,7 54,5	19 15,4	*<0,001**
2.	Žene Muškarci	18,9 17,3	36,7 36,5	25,4 29,5	15,4 12,7	3,5 3,8	*0,805*
3.	Žene Muškarci	1,2 1,5	5 5,2	14,7 20,8	62,3 56,9	16,7 15,5	*0,037**
4.	Žene Muškarci	2,3 3,2	5,8 12,4	13,7 21,1	40,9 40,3	37 22,7	*<0,001**
5.	Žene Muškarci	4,7 5,3	22,3 19,4	27,8 29	35,4 37,7	9,7 8,6	*0,768*
6.	Žene Muškarci	14,5 14	27 28,1	30,5 32,8	20,7 19,8	7,2 5,2	*0,359*
7.	Žene Muškarci	37,7 22,6	34,6 40,6	17,1 19,8	7,5 13	3 3,8	*<0,001**

[1]T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

U istraživanju koje su proveli Guiné i sur. (2019.) žene su više zanemarivale motive vezane za ekonomičnost nego muškarci (3). U našem istraživanju, žene (76,7%) više nego muškarci (69,9%) biraju hranu koja ima dobar omjer cijene i kvalitete. Također, žene (77,9%) češće za razliku od muškaraca (63%) kupuju i pripremaju svježe povrće u odnosu na smrznuto. 63,2% muškaraca i 72,3% žena ne kupuje rado gotovu ili polugotovu hranu. Razlog navedenog je možda činjenica da su muškarci skloniji cijeniti lakoću nabavljanja hrane i općenito su spremni provesti puno manje vremena u odabiru hrane (3).

Fakultetski obrazovani ispitanici (76,2%) i ispitanici sa završenom osnovnom školom (70,4%) češće biraju hranu koja ima dobar omjer cijene i kvalitete, a tek manji postotak fakultetski obrazovanih (6,8%) i onih sa srednjom školom (11,1%) to ne prakticira. Jednostavnu hranu za pripremu kupuje 40,7% ispitanika sa završenom osnovnom školom te tek 27,4% ispitanika s fakultetskom naobrazbom.

Tablica 26. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane s obzirom na obrazovanje

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola	2,5	8,6	18,5	56,8	13,6	*0,049**
	Srednja škola	1,8	7,5	18,2	56,7	15,8	
	Fakultet	0,9	5,9	17	55,6	20,6	
2.	Osnovna škola	17,3	35,8	21	22,2	3,7	*0,076*
	Srednja škola	18	35,3	26,3	16,1	4	
	Fakultet	18,1	39,1	29,9	9,8	3	
3.	Osnovna škola	0	7,4	12,3	63	17,3	*0,848*
	Srednja škola	1	4,7	18,2	60,1	15,9	
	Fakultet	2,1	5,3	17,2	59,2	16,3	
4.	Osnovna škola	2,5	9,9	16	39,5	32,1	*0,367*
	Srednja škola	2,6	10,1	17,6	39,3	30,2	
	Fakultet	3	6,2	15,9	43,3	31,2	
5.	Osnovna škola	8,6	32,1	22,2	30,9	6,2	*0,029**
	Srednja škola	5,1	22,3	26,6	36,1	9,7	
	Fakultet	4,2	17,4	31,9	37,6	8,9	
6.	Osnovna škola	14,8	29,6	22,2	30,9	2,5	*0,359*
	Srednja škola	14,7	28,7	30,1	19	7,3	
	Fakultet	13	25,3	35,3	21	5,3	
7.	Osnovna škola	38,3	33,3	18,5	8,6	1,2	*0,234*
	Srednja škola	31	35,7	18,5	10,4	4,2	
	Fakultet	30,4	40,5	17,6	9,3	2,3	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)

[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem

*Statistički značajna razlika (p<0,05)

32,1% ispitanika iz seoskog okruženja ne kupuje hranu koja se brzo priprema, 27% njih je neodlučno po tom pitanju, a 40,4% pristaje na kupnju takve hrane. Kod gradskih ispitanika postotak je nešto drugačiji, odnosno 24,9% ne kupuje takvu hranu, 26,9% je neodlučno po tom pitanju, a 48,2% kupuje takvu hranu (Tablica 27). Prehrambeni obrasci duboko su povezani s područjem stanovanja i u razvijenim zemljama, ljudi koji žive u seoskom okruženju obično imaju zdravije obrasce ponašanja pa time i zdraviju prehranu (37). Naše istraživanje nije pokazalo takve razlike osim po pitanju kupnje hrane jednostavne za pripremu.

Tablica 27. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane s obzirom na životno okruženje

Tvrdnje	Životno okruženje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko	1,1	6,8	19,3	57,1	15,6	*0,437*
	Gradsko	1,7	6,9	16,3	56,2	18,9	
	Prigradsko	1,7	7,5	20,2	55,5	15,1	
2.	Seosko	18,5	36,1	26,7	14,2	4	*0,560*
	Gradsko	18,2	35,8	28	14,5	3,4	
	Prigradsko	17,5	39,7	25,3	13,4	4,1	
3.	Seosko	0,9	6	15,1	57,4	20,2	*0,671*
	Gradsko	1,4	4,8	17	62,6	14,2	
	Prigradsko	1,7	4,8	21,9	54,1	17,5	
4.	Seosko	2,6	8,2	15,1	42,3	31,8	*0,552*
	Gradsko	3,4	8,7	17	41	29,6	
	Prigradsko	1	9,6	19,2	37,7	32,5	
5.	Seosko	6	26,1	27	32,4	8	*0,003**
	Gradsko	5	19,9	26,9	38,2	10	
	Prigradsko	3,4	18,5	34,2	35,6	8,2	
6.	Seosko	15,3	31,8	25,9	21	5,4	*0,304*
	Gradsko	14,8	24	33,8	21,3	6,2	
	Prigradsko	11,6	32,9	31,2	16,4	7,9	
7.	Seosko	34,9	36,4	17,6	7,4	3,1	*0,100*
	Gradsko	31	36,5	18	10,9	3,6	
	Prigradsko	26,7	40,4	19,9	9,9	3,1	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

U Tablici 28., prikazani su motivi vezane uz ekonomičnost i dostupnost s obzirom na bračni statusu ispitanika. Možemo vidjeti da udovci i rastavljeni ispitanici više biraju hranu

koja im je dostupna, za razliku od neoženjenih i onih u braku. Također, 80,8% udovaca kupuje češće svježe povrće u odnosu na smrznuto. Slično ponašanje uočeno je i kod drugih skupina. Naime, 67,7% rastavljenih i 78,6% ispitanika u braku češće bira svježe povrće, ali značajno niži postotak onih u braku i rastavljenih kupuje hranu jednostavnu za pripremu u odnosu na neoženjene/neudate i udovce/udovice (Tablica 28.). Hranu koja je na akciji češće kupuju udovci (38,3%) u odnosu na ostale, iako je i u ovoj skupini veći postotak ispitanika naveo da ne kupuje hranu na akciji (46,8%). 45,6% rastavljenih i 27,1% u braku neodlučno je oko kupovine na akciji, a 36,8% rastavljenih i 48,7% u braku ne kupuje na akciji. Najviši je postotak umirovljenika (83%) koji ne kupuju gotovu ili polugotovu hranu, slijede ispitanici u braku (77,1%), rastavljeni (66,1%), te zadnji na popisu očekivano su neoženjeni (58,5%).

Tablica 28. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana	1,6	6,9	20,4	56,8	14,4	*0,057*
	U braku/žive zajedno	1,5	6,9	16,2	55,2	20,2	
	Rastavljen/a	0	7,4	19,1	63,2	10,3	
	Udovac/ica	4,3	8,5	0	57,4	29,8	
2.	Neoženjen/neudana	15,1	36,8	27,2	16,2	4,6	*0,009**
	U braku/žive zajedno	20,7	37,3	26,4	12,3	3	
	Rastavljen/a	17,6	33,8	35,3	11,8	1,5	
	Udovac/ica	25,5	27,7	27,7	17	2,1	
3.	Neoženjen/neudana	1,3	4,5	17	61,2	15,9	*0,024**
	U braku/žive zajedno	1,2	5,9	18,8	58	15,9	
	Rastavljen/a	2,9	1,5	16,2	72,1	7,4	
	Udovac/ica	0	6,4	6,4	51,1	36,2	
4.	Neoženjen/neudana	4	11,5	20,7	40,8	22,8	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	1,5	6,5	13,1	41,5	37,1	
	Rastavljen/a	2,9	8,8	20,6	36,8	30,9	
	Udovac/ica	2,1	2,1	14,9	31,9	48,9	
5.	Neoženjen/neudana	2,7	13,6	28	44,1	11,4	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	6,9	27,5	29,5	29	6,9	
	Rastavljen/a	8,8	23,5	27,9	36,8	2,9	
	Udovac/ica	2,1	27,7	14,9	34	21,3	
6.	Neoženjen/neudana	10,6	24,1	35,8	21,7	7,6	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	17,4	31,3	27,1	19,4	4,7	
	Rastavljen/a	14,7	22,1	45,6	13,2	4,4	
	Udovac/ica	19,1	27,7	14,9	23,4	14,9	
7.	Neoženjen/neudana	22,3	36,2	22	14,5	4,9	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	38,6	38,5	15,2	5,8	1,8	

	Rastavljen/a	27,9	38,2	19,1	8,8	5,9	
	Udovac/ica	51,1	31,9	8,5	6,4	2,1	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Nezaposleni očekivano (26,8%) više biraju hranu s niskom cijenom u odnosu na zaposlene (13,9%). 62,2% studenata i 82,3 % umirovljenika kupuje i priprema svježe povrće, češće nego smrznuto, a 20,1% studenata i 10,8% umirovljenika neodlučno je što se tiče ove teme. Također, više od polovice nezaposlenih studenata (57,1%) i (52,2%) zaposlenih studenata kupuje hranu koja je jednostavna za pripremu. Kada govorimo o kupnji hrane na akciji, to najviše prakticiraju umirovljenici (53,8%), zaposleni (42,8%), nezaposlenih (41,9%) te tek onda studenti (33,2%).

Tablica 29. Motivi vezani za ekonomičnost i dostupnost hrane s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					*p vrijednost1*
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	1,7	7,1	17,8	54,2	19,2	*0,099*
	Nezaposlen/a	1,1	8,4	21,8	57	11,7	
	Student/ica	1,1	5,7	17,5	60	15,7	
	Umirovljenik/ica	2,3	6,2	11,5	60,8	19,2	
	Student/ica uz posao	1,5	6	17,9	61,2	13,4	
2.	Zaposlen/a	20,3	37,5	28,3	11,1	2,7	*<0,001**
	Nezaposlen/a	13,4	35,8	24	22,3	4,5	
	Student/ica	13,6	35,7	27,5	17,9	5,4	
	Umirovljenik/ica	20,8	30,8	25,4	18,5	3,8	
	Student/ica uz posao	16,4	44,8	25,4	7,5	6	
3.	Zaposlen/a	1,8	4,9	19,5	58,1	15,6	*0,191*
	Nezaposlen/a	1,1	6,1	16,2	62	14,5	
	Student/ica	0,7	3,6	15	62,1	18,6	
	Umirovljenik/ica	0	8,5	11,5	62,3	16,9	
	Student/ica uz posao	0	3	17,9	61,2	17,9	
4.	Zaposlen/a	1,9	7,9	17,4	40,9	31,5	*<0,001**
	Nezaposlen/a	2,2	11,7	15,6	41,9	28,5	
	Student/ica	5	11,8	21,1	39,3	22,9	
	Umirovljenik/ica	2,3	4,6	10,8	38,5	43,8	
	Student/ica uz posao	6	4,5	10,4	44,8	34,3	
5.	Zaposlen/a	5,5	22,8	27,9	35,4	8,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	8,4	23,5	29,1	30,7	8,4	
	Student/ica	1,4	11,8	29,6	45	12,1	
	Umirovljenik/ica	6,2	26,9	25,4	30,8	10	
	Student/ica uz posao	1,5	14,9	31,3	41,8	10,4	
6.	Zaposlen/a	14,9	27,9	32,4	19,5	5,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	15,1	26,8	26,3	24,6	7,3	
	Student/ica	9,6	23,6	33,6	23,2	10	

	Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	19,2 11,9	34,6 26,9	22,3 44,8	18,5 9	4,6 7,5	
7.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	32,5 33,5 21,8 39,2 28,4	36,2 36,9 39,6 35,4 47,8	18,7 12,3 20,7 18,5 14,9	9 14 13,2 4,6 7,5	3,4 3,4 4,6 1,5 1,5	*0,002*[*]

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

3.7. Društveni i kulturološki motivi

Tablica 30. Društveni i kulturološki motivi

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem, niti se ne slažem N (%)	Slažem se N (%)	U potpunosti se slažem N (%)
1.Obroci su vrijeme za druženje i uživanje	37 (2,4)	155 (10,1)	308 (20,1)	744 (48,5)	290 (18,9)
2.Jedem više nego obično kad sam u društvu	140 (9,1)	420 (27,4)	345 (22,5)	497 (32,4)	132 (8,6)
3.Važno mi je da hrana koju jedem podsjeća na hranu koju sam jeo dok sam bio dijete	234 (15,3)	437 (28,5)	451 (29,4)	334 (21,8)	75 (4,9)
4.Jedem određenu hranu jer je također jedu i drugi ljudi (moji kolege, prijatelji, obitelj)	270 (17,6)	499 (32,5)	349 (22,8)	361 (23,5)	53 (3,5)
5.Radije jedem sam	402 (26,2)	572 (37,3)	333 (21,7)	153 (10)	72 (4,7)
6.Za jelo biram hranu koja je sezonska	59 (3,8)	157 (10,2)	332 (21,6)	655 (42,7)	330 (21,5)
7.Jedem određenu hranu jer se od mene to očekuje	476 (31)	579 (37,7)	288 (18,8)	148 (9,6)	42 (2,7)
8.Volim isprobavati novu hranu na koju nisam navikao	142 (9,3)	253 (16,5)	330 (21,5)	527 (34,4)	282 (18,4)
9.Jedem hranu koja je u trendu	405 (26,4)	537 (35)	387 (25,2)	161 (10,5)	44 (2,9)

N – broj ispitanika

Više od polovine ispitanika slaže se s tvrdnjom da su obroci vrijeme druženja i uživanja, a 41% ispitanika misli da jede više nego uobičajeno kad je u društvu. Ovi su rezulati u skladu s istraživanjem provedenim u Italiji, gdje je vrijeme za obrok vrijeme koje treba provesti s obitelji i prijateljima (38). 43,8% ispitanika navelo je da im nije važno da ih hrana koju jedu podsjeća na hranu iz djetinjstva, dok njih 26,7% misli suprotno. Polovica ispitanika

ne jede određenu hranu zbog drugih ljudi, a čak 22,8% ispitanika je neodlučno na tu temu. 14,7% ispitanika radije jede u samoći, dok 63,5% to ne prakticira. Više od 60% ispitanika radije bira hranu koja je sezonska, ne jede određenu hranu jer se to od njih očekuje i ne jedu hranu koja je u trendu. Također, čak 52,8% ispitanika voli isprobavati novu hranu.

Tablica 31. Društveni i kulturološki motivi s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene	2	10,5	20,1	48,1	19,3	*0,726*
	Muškarci	3	9,6	19,9	49	18,5	
2.	Žene	9,8	30,6	21,1	30,5	7,9	*0,003**
	Muškarci	8,3	23,3	24,2	34,7	9,5	
3.	Žene	16,4	27,8	29,2	21,1	5,3	*0,553*
	Muškarci	13,9	29,4	29,5	22,6	4,4	
4.	Žene	19,3	34,3	22,5	20,9	2,9	*<0,001**
	Muškarci	15,5	30,3	22,9	26,9	4,1	
5.	Žene	28,7	38,3	20,8	8,2	3,7	*<0,001**
	Muškarci	23	36	22,7	12,3	5,9	
6.	Žene	3,9	8,2	17,6	46	24,2	*<0,001**
	Muškarci	3,8	12,9	26,7	38,4	18,2	
7.	Žene	33,5	38,8	17,4	7,6	2,6	*<0,001**
	Muškarci	27,9	36,3	20,5	12,3	3	
8.	Žene	8,6	16,7	20,6	35,6	18,5	*0,396*
	Muškarci	10	16,1	22,7	32,8	18,3	
9.	Žene	30	34,1	23,5	9,9	2,5	*0,001**
	Muškarci	21,9	36	27,5	11,2	3,4	

[1]T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika

Malo manje od polovine muškaraca (45,2%) i nešto manje žena (38,4%) jede više nego obično kad su u društvu. 56,3% žena i 48,5% muškaraca ne jede određenu hranu zbog drugih ljudi. 67% žena i 59% muškaraca ne voli jesti u samoći. 70,2% žena i 56,6% muškaraca za jelo bira sezonsku hranu. Kada govorimo o hrani koja je u trendu, prisutne su manje razlike s obzirom na spol. 64,1% žena i 57,9% muškaraca ne slaže se da jedu hranu koja je u trendu, dok tek 12,4% žena i 14,6% muškaraca s tom se tvrdnjom slaže. Iako, istraživanje provedeno u Libanonu je pokazalo da su muškarci pod većim utjecajem društvenih i kulturoloških motiva u odnosu na žene (39), ne možemo ga u potpunosti preslikati na naš uzorak jer treba uzeti u obzir velike društvene i kulturološke razlike između ovih dviju ispitivanih sredina.

Tablica 32. Društveni i kulturološki motivi s obzirom na obrazovanje

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola	3,7	9,9	19,8	48,1	18,5	*0,025**
	Srednja škola	2,7	11,2	20,5	48,5	17,1	
	Fakultet	1,5	8,3	19,3	48,6	22,3	
2.	Osnovna škola	4,9	37	14,8	34,6	8,6	*0,861*
	Srednja škola	9,9	25,9	22,6	34	7,6	
	Fakultet	8,3	28,5	23,4	29,3	10,4	
3.	Osnovna škola	7,4	24,7	27,2	32,1	8,6	*0,017**
	Srednja škola	16,5	27,8	27,3	23,7	4,5	
	Fakultet	14,2	30,4	33,3	16,8	5,1	
4.	Osnovna škola	11,1	45,7	19,8	22,2	1,2	*0,460*
	Srednja škola	18,4	30,3	23,3	23,9	4	
	Fakultet	17,2	34,2	22,5	23,1	2,8	
5.	Osnovna škola	24,7	39,5	24,7	7,4	3,7	*0,904*
	Srednja škola	27,6	36,5	20,5	9,7	5,5	
	Fakultet	24,2	38,2	23,1	11	3,4	
6.	Osnovna škola	2,5	8,6	12,3	42	34,6	*0,038**
	Srednja škola	4,3	10,9	21,7	42,7	20,3	
	Fakultet	3,2	9,5	22,7	43,1	21,4	
7.	Osnovna škola	27,2	37	22,2	8,6	4,9	*0,338*
	Srednja škola	31,8	36,2	17,5	11,3	3,2	
	Fakultet	30,2	40,3	20,6	7	1,7	
8.	Osnovna škola	23,5	28,4	23,5	19,8	4,9	*<0,001**
	Srednja škola	9,3	17	21,1	34,9	17,7	
	Fakultet	7	13,8	22,1	35,3	21,7	
9.	Osnovna škola	33,3	49,4	8,6	6,2	2,5	*0,004**
	Srednja škola	28,6	33	25,3	10	3	
	Fakultet	21,6	36,1	27,6	12,1	2,6	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

40,7% ispitanika sa osnovnom školom, 44,3% sa srednjom školom i 44,6% s fakultetskom naobrazbom ne smatra važnim da hrana koju jedu podsjeća na hranu iz djetinjstva. Najveći broj ispitanika sa završenom osnovnom školom (76,6%) za jelo bira sezonsku hranu, dok je kod ostalih skupina taj postotak nešto niži. Kada govorimo o isprobavanju hrane na koju ispitanici nisu navikli, 52,6% ispitanika sa srednjom i 57% s fakultetskom naobrazbom probalo bi „novu“ hranu, dok 51,9% ispitanika sa osnovnom školom to ne bi uradilo. Kod konzumiranja hrane koja je u trendu, 82,7% ispitanika sa

osnovnom, 61,6% sa srednjom školom te 57,7% s fakultetskom naobrazbom ne konzumira hranu koja je u trendu. 25,3% ispitanika sa srednjom školom, kao i 27,6% sa fakultetskom naobrazbom je neodlučno oko ove tvrdnje (Tablica 32).

Tablica 33. Društveni i kulturološki motivi s obzirom na životno okruženje

Tvrdnje	Životno okruženje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko	2,6	10,8	18,2	46,3	22,2	*0,434*
	Gradsko	2,6	10,4	19,7	50,8	16,6	
	Prigradsko	1,7	8,6	23,3	44,2	22,3	
2.	Seosko	9,4	25,6	21	36,4	7,7	*0,153*
	Gradsko	9,9	28,3	22,2	30,6	9	
	Prigradsko	6,2	27,1	25,3	32,9	8,6	
3.	Seosko	12,5	27,8	29	23	7,4	*0,001**
	Gradsko	16,8	30,1	29,4	19,6	3,9	
	Prigradsko	13,7	24,7	30,1	26,7	4,8	
4.	Seosko	15,6	30,4	22,7	27	4	*0,001**
	Gradsko	20,6	32,9	21,7	21,8	2,8	
	Prigradsko	11	33,9	26	24,3	4,8	
5.	Seosko	29	41,5	16,8	7,7	5,1	*0,109*
	Gradsko	24,9	36,5	23,2	10,9	4,4	
	Prigradsko	26,7	34,6	23,3	9,9	5,1	
6.	Seosko	3,1	6,5	18,8	45,2	26,4	*0,003**
	Gradsko	4,4	12	21,4	42	20,2	
	Prigradsko	3,1	9,2	25,7	41,8	19,9	
7.	Seosko	27,3	40,1	19	9,9	3,4	*0,075*
	Gradsko	33,4	36,9	18,1	9,3	2,1	
	Prigradsko	28,1	37,3	20,5	10,3	3,8	
8.	Seosko	12,2	18,8	23,6	32,4	13,1	*0,001**
	Gradsko	8	15,4	20	36,3	20,3	
	Prigradsko	9,6	17,1	23,3	30,8	19,2	
9.	Seosko	24,1	38,9	23,3	11,6	2	*0,636**
	Gradsko	27,6	32,5	25,6	11,5	2,8	
	Prigradsko	25,3	37,7	26,7	6,2	4,1	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika ($p<0,05$)

46,9% gradskih ispitanika smatra da im nije važno da hrana koju jedu podsjeća na hranu iz djetinjstva, dok 30,4% ispitanika sa sela i 31,5% iz predgrađa navodi suprotno. Što se tiče konzumacije hrane pod utjecajem drugih ljudi, 53,5% ispitanika iz grada, 46% sa sela i 44,9% iz predgrađa ne slaže se s tom tvrdnjom. 71,6% ispitanika sa sela za jelo bira hranu

koja je sezonska, dok je kod drugih ispitanika taj postotak nešto niži (<63%). 56,6% ispitanika iz grada te 45,5 % ispitanika sa sela voli isprobavati novu hranu na koju nisu navikli, dok je njih 20% odnosno 23,6% neodlučno na ovu temu.

Tablica 34. Društveni i kulturološki motivi s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana	2,6	8,8	21	51,1	16,5	*0,003**
	U braku/žive zajedno	2,1	9,7	19,2	47	22	
	Rastavljen/a	2,9	23,5	20,6	39,7	13,2	
	Udovac/ica	4,3	17	19,1	44,7	14,9	
2.	Neoženjen/neudana	9,2	29,5	25	27,7	8,6	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	8,2	25,3	20,3	37,1	9,1	
	Rastavljen/a	7,4	29,4	22,1	33,8	7,4	
	Udovac/ica	25,5	25,5	19,1	27,7	2,1	
3.	Neoženjen/neudana	18,1	31,9	29,2	17,5	3,3	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	12,9	26,3	29,6	25	5,9	
	Rastavljen/a	7,4	26,5	38,2	26,5	1,5	
	Udovac/ica	21,3	14,9	17	27,7	17	
4.	Neoženjen/neudana	19,4	33,2	20,7	22,7	4	*0,557*
	U braku/žive zajedno	15,9	32,1	24,1	24,6	3	
	Rastavljen/a	13,2	30,9	33,8	22,1	0	
	Udovac/ica	23,4	31,9	17	21,3	6,4	
5.	Neoženjen/neudana	21,3	34,9	24,7	13,2	5,7	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	30,6	40,1	19,9	6,5	2,8	
	Rastavljen/a	27,9	35,3	13,2	16,2	7,4	
	Udovac/ica	29,8	31,9	17	6,4	14,9	
6.	Neoženjen/neudana	4,6	13,8	27,7	39,7	14,2	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	2,6	6,6	18	43,7	28,9	
	Rastavljen/a	8,8	10,3	11,8	55,9	13,2	
	Udovac/ica	4,3	12,8	2,1	53,2	27,7	
7.	Neoženjen/neudana	30,9	37,5	18,7	9,3	3,6	*0,103*
	U braku/žive zajedno	29,2	39,3	19,9	9,7	1,8	
	Rastavljen/a	45,6	30,9	16,2	7,4	0	
	Udovac/ica	40,4	27,7	6,4	17	8,5	
8.	Neoženjen/neudana	9,3	13,1	20,4	34,6	22,6	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	8,6	18,9	22,8	34,2	15,5	
	Rastavljen/a	10,3	16,2	13,2	48,5	11,8	
	Udovac/ica	17	29,8	29,8	12,8	10,6	
9.	Neoženjen/neudana	23,6	32,3	26,9	13,5	3,7	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	28,1	37,5	24,5	7,9	2,1	
	Rastavljen/a	29,4	32,4	25	10,3	2,9	
	Udovac/ica	38,3	40,4	12,8	6,4	2,1	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

67,5% neoženjenih i 69% u braku se slaže da su obroci vrijeme za druženje i uživanje, dok je kod ostalih ispitanika postotak manji od 60%. 26,4% rastavljenih se ne slaže s tom tvrdnjom. 51% udovaca ne jede više kad je u društvu, dok je kod ostalih ispitanika postotak neslaganja je znatno niži (<40%). Kada govorimo o važnosti konzumiranja hrane koja podsjeća na hranu iz djetinjstva, 50% neoženjenih i 33,9% rastavljenih smatra da to nije važno, dok 47,7% udovaca i 28% rastavljenih drži to važnim. 70,7% ispitanika u braku i 56,2% neoženjenih ne voli jesti u samoći. Što se tiče udovaca, njih 61,7% se ne slaže, a 21,3% se slaže s tom tvrdnjom. Kada govorimo o isprobavanju hrane na koju se ispitanici nisu navikli, 46,8% udovaca ne voli isprobavati „novu“ hranu, dok više od polovice ostalih to voli. Kod biranja hrane koja je sezonska, postotak među ispitanicima se također razlikuje. 72,6% neoženjenih i 75,9% udovaca bira sezonsku hranu, dok je kod ispitanika koji su u braku taj postotak znatno niži (53,9%)

Tablica 35. Društveni i kulturološki motivi s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					p vrijednost[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	2,6	9,7	20,4	47,3	19,9	*0,261*
	Nezaposlen/a	3,4	13,4	21,8	45,8	15,6	
	Student/ica	1,1	8,6	19,3	56,1	15	
	Umirovljenik/ica	3,1	10,8	16,2	49,2	20,8	
	Student/ica uz posao	1,5	11,9	22,4	38,8	25,4	
2.	Zaposlen/a	8,8	24,2	22,8	34,6	9,6	*0,001**
	Nezaposlen/a	7,3	27,9	23,5	33,5	7,8	
	Student/ica	8,6	36,1	24,3	25,4	5,7	
	Umirovljenik/ica	10,8	29,2	16,2	34,6	9,2	
	Student/ica uz posao	14,9	28,4	20,9	26,9	8,9	
3.	Zaposlen/a	13,9	29,1	30,7	22	4,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	12,8	27,4	29,6	25,1	5	
	Student/ica	21,1	35,7	27,5	12,5	3,2	
	Umirovljenik/ica	10,8	12,3	26,9	34,6	13,8	
	Student/ica uz posao	22,4	25,4	25,4	23,9	3	
4.	Zaposlen/a	18,3	31	22,3	25,3	3,1	*0,038**
	Nezaposlen/a	11,7	35,8	24	24,6	3,9	
	Student/ica	18,9	38,2	20,7	18,9	3,2	
	Umirovljenik/ica	17,7	27,7	22,3	24,6	7,7	
	Student/ica uz posao	16,4	29,9	35,8	13,4	4,5	
5.	Zaposlen/a	27,7	37,3	21	9,2	4,6	*0,088*
	Nezaposlen/a	24,6	34,1	26,3	7,8	7,3	
	Student/ica	20,7	39,3	23,2	14,3	2,5	

	Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	32,3 23,9	40,8 31,3	15,4 20,9	5,4 17,9	6,2 6	
6.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	3,7 3,9 2,9 5,4 7,5	9,2 15,6 13,9 4,6 6	19,9 20,1 29,6 12,3 29,9	43,5 43 40,7 43,1 38,8	23,6 17,3 12,9 34,6 17,9	*<0,001**
7.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	30,5 24 35,7 34,6 29,9	38,9 36,9 34,6 33,1 46,3	18,9 24 18,2 13,1 16,4	9,5 8,9 8,9 15,4 6	2,1 6,1 2,5 3,8 1,5	*0,064*
8.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	8,4 9,5 5,7 20 14,9	15,8 19,6 14,3 25,4 10,4	22,3 19,6 18,2 27,7 19,4	35,1 34,1 37,1 21,5 35,8	18,4 17,3 24,6 5,4 19,4	*<0,001**
9.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	24,9 25,1 26,1 37,7 31,3	35,3 35,2 33,2 38,5 32,8	26,6 22,9 25 16,2 29,9	10,3 14 12,5 4,6 6	3 2,8 3,2 3,1 0	*0,005**

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Za razliku od umirovljenika (48,4%), kojima je važno da ih hrana podsjeća na hranu iz djetinjstva, više od polovici studenata (56,8%) to nije važno. Također, 77,7% umirovljenika bira hranu koja je sezonska. Kod ostalih ispitanika taj postotak je znatno niži, tj. iznosi 53,6% kod nezaposlenih studenata, 56,7% kod zaposlenih studenata, 60,3% kod nezaposlenih i 67,1% kod zaposlenih. 29,6% studenata neodlučno je oko ove tvrdnje, a 53,6% se slaže s njom. Što se tiče isprobavanja „nove“ hrane, 53,5% zaposlenih i 51,4% nezaposlenih voli isprobavati novu hranu na koju nisu navikli. Od svih ispitanika studenti su ti koji najviše vole isprobavati „novu“ hranu (61,7%), a najmanje to prakticiraju umirovljenici (45,4%).

3.8. Okolišni i politički motivi

Tablica 36. Okolišni i politički motivi

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem, niti se ne slažem N (%)	Slažem se (%)	U potpunosti se slažem (%)
1.Važno mi je da hrana koju jedem bude pripremljena/pakirana	114 (7,4)	270 (17,6)	533 (34,7)	470 (30,6)	145 (9,5)

u skladu s načelima zaštite okoliša					
2.Prilikom kuhanja pazim na količine kako bi izbjegao bacanje hrane	44 (2,9)	132 (8,6)	244 (15,9)	728 (47,5)	384 (25)
3.Važno mi je da hrana koju jedem potječe iz moje zemlje	81 (5,3)	204 (13,3)	383 (25)	559 (36,4)	305 (19,9)
4.Radije jedem hranu koja je proizvedena prema načelima koja štite prava životinja	156 (10,2)	294 (19,2)	599 (39)	350 (22,8)	130 (8,5)
5.Biram hranu koja je proizvedena u zemljama u kojim nisu narušena ljudska prava	175 (11,4)	326 (21,3)	621 (40,5)	298 (19,4)	109 (7,1)
6.Izbjegavam odlazak u restorane koji nemaju politiku zbrinjavanja viška hrane	262 (17,1)	387 (25,2)	639 (41,7)	172 (11,2)	70 (4,6)
7.Radije kupujem hranu koja udovoljava politikama smanjenja ambalažnog materijala	186 (12,1)	331 (21,6)	620 (40,4)	292 (19)	99 (6,5)

N – broj ispitanika

Manje od polovini ispitanika (40,1%) važna je priprema hrane u skladu s načelima zaštite okoliša. 72,5% ispitanika prilikom kuhanja pazi na količine kako bi izbjegli bacanje hrane, dok 11,7% ne pazi. U Italiji, ispitanici su također pridavali veliku pozornost količini hrane koju pripremaju kako bi izbjegli bacanje (38). Više od polovine ispitanika (56,3%) složilo se s tvrdnjom o važnosti hrane koja potječe iz njihove zemlje. Što se tiče konzumiranja hrane koja je proizvedena prema načelima koja štite prava životinja, 29,4% ispitanika ne slaže se s tom tvrdnjom, a 31,3% se slaže. Kada govorimo o tvrdnji „Biram hranu koja je proizvedena u zemljama u kojim nisu narušena ljudska prava“ 40,5% ispitanika neodlučno je oko ove tvrdnje, dok 32,7% ne slaže se s njom. Također, 41,7% ispitanika neodlučno je oko izbjegavanja odlaska u restorane koji nemaju politiku zbrinjavanja viška hrane, te 40,4% je neodlučno oko kupnje hrane koja udovoljava politikama smanjenja ambalažnog materijala.

Tablica 37. Okolišni i politički s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene Muškarci	6,7 8,4	15,2 20,7	32,8 37,1	33,6 26,9	11,4 6,9	*<0,001**
2.	Žene Muškarci	2,3 3,5	6,3 11,5	12,6 20,1	50 44,3	28,5 20,5	*<0,001**
3.	Žene Muškarci	5,4 5,2	11,9 15,1	24,1 26,1	37 35,6	21,4 18	*0,076*

4.	Žene Muškarci	8,8 12	16,5 22,5	38,1 40,3	25,2 19,8	10,9 5,5	*<0,001**
5.	Žene Muškarci	10 13,1	19,9 23	40,2 40,9	20,8 17,6	8,5 5,3	*0,002**
6.	Žene Muškarci	16,4 17,9	25 25,6	40,4 43,3	12,4 9,7	5,4 3,5	*0,115*
7.	Žene Muškarci	11,9 12,4	21,5 21,7	36,9 44,8	21,3 16,2	7,8 4,7	*0,053*

[1]T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Muškarcima (33,8%) u odnosu na žene (45%) manje je važna priprema hrane u skladu s načelima zaštite okoliša. Također, žene (78,5%) više paze na količinu hrane koju pripremaju kako bi izbjegli njeno bacanje, u odnosu na muškarce (64,8%). 34,5% muškaraca i 25,3% žena ne jede hranu proizvedenu prema načelima koja štite prava životinja, 40,3% muškaraca i 38,1% žena neodlučno je po ovom pitanju, a 25,3% muškaraca i 36,1% žena takvu hranu jede. Ispada da su žene po pitanju okolišnih motiva osvještenije u odnosu na muškarce. U ovoj studiji, žene su bolje ocijenile pripremu/pakiranje hrane, bacanje hrane, te poštivanje životinjskih i ljudskih prava, što ukazuje da žene obraćaju veću pozornost na specifične ekološke i političke determinante prilikom odabira hrane u odnosu na muškarce. Mnoge studije sugeriraju veću zabrinutost žena za okoliš od muškaraca (40,41). Moguće je to zbog ženine zaštitničke uloge u životu obitelji što posljedično dovodi i do veće brige za okolišem. Iako se ipak čini da su se u modernim kućanstvima te razlike smanjile ili nestale jer rodne uloge više nisu toliko jasne (41). Rezultati sugeriraju da su žene također sklonije zabrinutosti o dobrobiti životinja tj. žene pokazuju višu razinu pozitivnog ponašanja i bolji stav prema životinjama (42-45). Za to postoje razna objašnjenja, uključujući hormonalne i genetske razlike između muškaraca i žena, te društvenu ulogu tj. ulogu žena u društvu (46). Studije pokazuju da žene češće kupuju ili bojkotiraju proizvode u skladu s njihovim etičkim, ekološkim i političkim vrijednostima, a često puta je upravo i uloga žene kao skrbnika ponuđena kao objašnjenje (47). Što se tiče bacanja hrane, prema literaturi, spol ima različite utjecaje na praksu bacanja hrane. Neka istraživanja su pokazala da su muškarci skloni bacanju od žena (48-50), druge navode da spol nema značajan utjecaj na ovu temu (51-54), dok treće navode da žene troše više hrane time i bacaju više od muškaraca (55,56). Čini se da postoji sukob između identiteta pružatelja usluga ili ponašanja "dobre majke" i svijesti o negativnim posljedicama rasipanja hrane (57). Nedavno istraživanje provedeno u Rumunjskoj pokazalo je

da učinak spola na stavove i ponašanje prema hrani različit ovisno o dobnim skupinama ispitanika, što vjerojatno ima podlogu u činjenici da se i uloga žena mijenja s godinama (58).

Tablica 38. Okolišni i politički motivi s obzirom na razinu obrazovanja

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola	14,8	25,9	23,5	32,1	3,7	*0,003**
	Srednja škola	8,5	17,1	34,8	30,9	8,6	
	Fakultet	4,5	17,2	36,7	30,1	11,5	
2.	Osnovna škola	3,7	6,2	14,8	48,1	27,2	*0,023**
	Srednja škola	3,4	9,7	17	46,2	23,6	
	Fakultet	1,9	7,2	14,2	49,7	27	
3.	Osnovna škola	1,2	6,2	23,5	48,1	21	*0,093*
	Srednja škola	6,3	13	25,4	34,5	20,5	
	Fakultet	4,2	14,7	24,6	38,2	18,3	
4.	Osnovna škola	17,3	18,5	38,3	22,2	1,2	*<0,001**
	Srednja škola	11,5	19,8	39,3	20,8	8,3	
	Fakultet	6,6	18,3	38,9	26,1	10	
5.	Osnovna škola	8,6	28,4	37	16	7,4	*0,163*
	Srednja škola	12,7	20,8	40,2	19,7	6,3	
	Fakultet	9,5	21,2	41,8	19,5	8,1	
6.	Osnovna škola	18,5	21	48,1	4,9	4,9	*0,452*
	Srednja škola	19,1	24,8	38,8	12,2	4,9	
	Fakultet	13,2	26,7	45,6	10,6	4	
7.	Osnovna škola	11,1	22,2	39,5	18,5	6,2	*0,032**
	Srednja škola	14,3	22,2	38,7	18	6,4	
	Fakultet	8,3	20,6	43,3	21	6,6	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

40,7% ispitanika sa završenom osnovnom školom ne slaže se s tvrdnjom o važnosti pripreme hrane u skladu s načelima zaštite okoliša, 23,5% je neodlučno, a 35,8% se s tvrdnjom slaže. U odnosu na njih 21,7% ispitanika sa završenom fakultetskom naobrazbom ne slaže se s tvrdnjom, 36,7% je neodlučno, a 41,6% se slaže. Kada govorimo o konzumiranju hrane koja je proizvedena prema načelima koja štite prava životinja, trećina ispitanika sa završenom osnovnom školom se ne slaže s tom tvrdnjom (35,8%), dok je kod ispitanika sa završenom fakultetskom naobrazbom taj postotak nešto manji (24,9%). Što se tiče slaganja s istom tvrdnjom 23,4% ispitanika sa završenom osnovnom, 29,1% sa završenom srednjom školom i 36,1% ispitanika sa završenom fakultetskom naobrazbom slaže se s njom. Ispada da ispitanici s fakultetskom naobrazbom više izbjegavaju rasipanje i pretjerano pakiranje hrane,

te su više zabrinuti za dobrobit životinja u odnosu na ispitanike koji su završili osnovna ili srednju školu. Ipak, ispitanici iz obje kategorije imaju tendenciju da daju neutralne odgovore, s izuzetkom stavki koje se odnose na otpad i podrijetlo hrane. Brojna istraživanja pokazuju da su ljudi s visokim obrazovanjem svjesniji i zainteresiraniji te posjeduju bolja znanja po pitanju okoliša (40). Međutim, neke studije su otkrile da postoji jaz između posjedovanja znanja i svijesti i određenih poželjnih ponašanja (40). Ipak, učinak edukacije prema kojoj ispitanici s visokim obrazovanjem pokazuju pozitivniji stav prema dobrobiti životinja u skladu je i s nekim drugim ranije provedenim studijama (44,59-61). Slično je sa smanjenjem ambalažnog otpada koje je također prepoznato kao metoda za smanjenje utjecaja na okoliš od strane ekološki svjesnih ljudi, osobito onih s visokim obrazovanjem (62). Što se tiče bacanja hrane, literaturni podaci nisu konzistentni. Viša razina obrazovanja nije utjecala na rasipanje hrane npr. u Finskoj (55), Filipinima (53) i Nizozemskoj (51). Rezultati dobiveni u novijim studijama provedenim u Poljskoj (50) i Mađarskoj (52) pokazali su da su ljudi s visokim obrazovanjem skloniji bacati veću količinu hrane. S druge strane također prema novijim studijama, ljudi sa sveučilišnom diplomom rjeđe bacaju hranu u Češkoj (54), Egiptu (63) i Libanon (64).

Tablica 39. Okolišni i politički motivi s obzirom na životno okruženje

Tvrdnje	Životno okruženje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko	8,2	16,8	34,1	32,7	7,7	*0,913*
	Gradsko	6,4	18,8	35,1	30,2	9,5	
	Prigradsko	9,6	15,1	34,2	29,8	11,3	
2.	Seosko	2,3	8,5	15,9	49,7	23	*0,955*
	Gradsko	2,9	9,1	16,3	45,6	26	
	Prigradsko	3,4	7,2	14,7	50	24,7	
3.	Seosko	4	12,2	20,7	37,5	25	*0,030**
	Gradsko	5,7	14,9	26,2	34,7	18,5	
	Prigradsko	5,5	9,9	26,4	40,1	18,2	
4.	Seosko	12,5	20,7	38,6	19,9	7,1	*0,033**
	Gradsko	9,1	19,7	39	23,3	8,9	
	Prigradsko	10,6	15,4	40,1	24,7	8,9	
5.	Seosko	13,1	21,9	40,6	18,2	4,8	*0,002**
	Gradsko	10,7	23	41	17,8	7,5	
	Prigradsko	11,3	15,4	38,7	26	8,6	
6.	Seosko	16,8	25,6	40,3	13,1	3,1	*0,242*
	Gradsko	17,5	26	41,4	10	5,1	
	Prigradsko	16,1	22,6	43,8	12,7	4,8	

7.	Seosko Gradsko Prigradsko	10,8 12,8 11,3	23,3 22 18,5	41,8 39,9 40,4	17,6 18,2 23,3	5,4 7 6,2	*0,138*

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Ispitanicima iz seoskog okruženja (62,5%) za razliku od onih iz gradskog (53,2%) važnije je da hrana potječe iz njihove zemlje. Što se tiče konzumiranja hrane koja je proizvedena prema načelima koja štite prava životinja, 33,6% ispitanika iz predgrađa odnosno 33,2% iz seoskog okruženja se slaže s tom tvrdnjom, a njih 26% odnosno 27% se ne slaže. Također, 23% ispitanika iz seoskog okruženja ne brine i ne bira hranu proizvedenu u zemljama u kojima nisu narušena ljudska prava, kao i 34,6% ispitanika iz predgrađa.

Tablica 40. Okolišni i politički motivi s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	6,8 7,3 13,2 10,6	20,5 14,5 17,6 31,9	36,4 33,9 29,4 31,9	28,6 33,1 29,4 25,5	7,8 10,9 10,3 10,6	*0,041**
2.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	3,6 1,8 7,4 2,1	10,8 6,2 11,8 8,5	18 15,2 8,8 6,4	47,6 46,9 57,4 40,4	20,1 29,6 14,7 42,6	*<0,001**
3.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	7,2 2,6 14,7 4,3	18 9,3 14,7 4,3	28,9 21,7 26,5 14,9	33,6 39,3 32,4 40,4	12,4 26,8 11,8 36,2	*<0,001**
4.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	8,8 10,2 17,6 19,1	20,3 18,4 14,7 21,3	36,1 42 35,3 42,6	25 21,3 25 10,6	9,6 7,6 7,4 6,4	*0,040**
5.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	10,6 11,1 19,1 17	23,9 19,4 17,6 17	40,4 40,4 41,2 42,6	18,1 21 16,2 19,1	6,8 7,7 5,9 4,3	*0,224*
6.	Neoženjen/neudana U braku/žive zajedno Rastavljen/a Udovac/ica	16,4 16,5 26,5 23,4	28,3 22,4 25 23,4	38,8 44,4 41,2 42,6	11,2 12 4,4 8,5	5 4,4 2,9 2,1	*0,056*
7.	Neoženjen/neudana	12,5	24,1	37,9	18,8	6,2	*0,179*

	U braku/žive zajedno	10,5	19,6	43,7	19,2	6,5	
	Rastavljen/a	20,6	23,5	32,4	16,2	7,4	
	Udovac/ica	19,1	10,6	38,3	23,4	8,5	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Ispitanici u braku (44%) više pridaju važnost hrani pripremljenoj u skladu s načelima zaštite okoliša, nego neoženjeni (36,4%) i udovci (36,1%). 46% neoženjenih i 44,2% rastavljenih i 76,6% udovaca navodi da im je važno da hrana koju jedu potječe iz vlastite zemlje. 34,6% neoženjenih, 32,4% rastavljenih, 28,9% ispitanika u braku i 17% udovaca radije jede hranu koja je proizvedena prema načelima koja štite prava životinja. Ispada da ispitanici koji su u braku ili izvanbračnoj zajednici više brinu o smanjenju bacanja hrane u usporedbi s onima koji žive bez životnog partnera, a nalaz se slaže sa ranije provedenom studijom u Hrvatskoj koja je pokazala da s povećanjem broja članova kućanstva smanjuje količina otpadne hrane (65).

Tablica 41. Okolišni i politički motivi s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	6,8	16,5	36,3	30,7	9,5	*0,122*
	Nezaposlen/a	8,9	20,7	35,2	26,8	8,4	
	Student/ica	7,1	21,8	35	27,5	8,6	
	Umirovljenik/ica	13,1	16,2	21,5	38,5	10,8	
	Student/ica uz posao	3	10,4	38,8	34,3	13,4	
2.	Zaposlen/a	2,7	9	16,6	46,2	25,2	*<0,001**
	Nezaposlen/a	6,7	11,2	15,6	46,9	19,6	
	Student/ica	1,8	7,1	17,9	52,5	20,7	
	Umirovljenik/ica	0,8	6,9	9,2	46,2	36,9	
	Student/ica uz posao	3	6	13,4	46,3	31,3	
3.	Zaposlen/a	4,8	13,1	25,8	35,9	20,3	*<0,001**
	Nezaposlen/a	6,7	15,1	24	36,9	17,3	
	Student/ica	8,2	16,4	27,5	33,9	13,9	
	Umirovljenik/ica	0,8	7,7	11,5	46,9	33,1	
	Student/ica uz posao	4,5	10,4	31,3	34,3	19,4	
4.	Zaposlen/a	10	18,4	39,9	22,8	8,6	*0,010**
	Nezaposlen/a	9,5	22,3	39,1	21,2	6,7	
	Student/ica	7,9	21,1	37,5	23,9	9,6	
	Umirovljenik/ica	19,2	14,6	37,7	23,1	5,4	
	Student/ica uz posao	7,5	20,9	38,8	23,9	9	
5.	Zaposlen/a	12,1	18,9	42,8	18,6	7,3	*0,577*
	Nezaposlen/a	11,2	26,8	34,1	21,8	5	
	Student/ica	8,2	28,6	38,6	17,5	7,1	
	Umirovljenik/ica	16,2	10,8	36,2	26,2	10	

	Student/ica uz posao	7,5	26,9	43,3	17,9	4,5	
6.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	16 20,1 17,5 20,8 14,9	25 24 30,4 16,9 26,9	43,9 36,3 36,8 42,3 46,3	10,4 14,5 11,4 13,1 9	4,5 3,9 3,9 6,9 3	*0,093*
7.	Zaposlen/a Nezaposlen/a Student/ica Umirovljenik/ica Student/ica uz posao	11,2 14 13,2 16,9 6	20,3 23,5 28,2 15,4 17,9	43,5 31,8 36,1 36,2 49,3	17,5 24 17,1 25,4 22,4	7,1 5 5,4 6,2 4,5	*0,063*

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

71,4% zaposlenih, 73,2% studenata i 77,6% zaposlenih studenata prilikom kuhanja pazi na količinu kako ne bi došlo do bacanja hrane. Kod nezaposlenih taj postotak je nešto manji (66,5%), a kod umirovljenika je najveći (83,1%). Kada govorimo o tvrdnji „Važno mi je da hrana koju jedem potječe iz moje zemlje“ najveću razliku, s obzirom na ostale ispitanike, možemo vidjeti kod umirovljenika. Naime, 8,5% umirovljenika se ne slaže, dok se 80% slaže s ovom tvrdnjom. Što se tiče ostalih ispitanika, polovina zaposlenih (56,2%), nezaposlenih (54,2%) i studenata (47,8%) se slaže s ovom tvrdnjom.

3.9. Marketinški i komercijalni motivi

Tablica 42. prikazuje marketinške i komercijalne motive obuhvaćene sa sedam tvrdnji. 28,2% ispitanika osvrće se na marketinške promidžbene akcije, a 40% njih se ne osvrće. Polovina ispitanika (50,5%) se ne slaže s tvrdnjom da bira proizvod jer im je poznat zbog promidžbenih televizijskih reklama. Također, polovini ispitanika (48,1%) važna je marka hrane prilikom odabira hrane. 45,9% ispitanika obično ne kupuje spontano hranu tj. učestalo čita deklaraciju iste (46,9%). 39,1% ispitanika ne pokušava organizirati vrijeme za kupovinu kada su promocije ili popusti/akcije, a 29,9% navodi da to pokušava. U istraživanju koje je provedeno u Italiji, ispitanici također radije čitaju deklaracije proizvoda, tj. ne kupuju spontano hranu te paze na organiziranje vremena za kupnju (38). Vanderlee i sur. (2021) su u međunarodnoj studiji o prehrambenoj politici izvijestili o važnosti i utjecaju televizije i digitalnih medija u pet zemalja (Kanada, Sjedinjene Američke Države, Ujedinjeno Kraljevstvo, Australija i Meksiko) na odabir hrane (66). Ovo istraživanje također je pokazalo da sociodemografski čimbenici poput dobi, obrazovanja, bračnog statusa, životnog okruženja ili profesionalne aktivnosti utječe na izbor hrane. Konkretno, uočeno je da su potrošači koji su

skloniji komercijalnim i marketinškim motivacijama obično mlađi, manje obrazovani, vjerojatnije žive u ruralnim ili prigradskim područjima i manje je vjerojatno da su profesionalno aktivni. Žene i samci također će vjerojatnije biti dio izrazito motiviranih potrošača.

Tablica 42. Marketinški i komercijalni motivi

	Uopće se ne slažem N (%)	Ne slažem se N (%)	Niti se slažem, niti se ne slažem N (%)	Slažem se N (%)	U potpunosti se slažem N (%)
1.Kad kupujem hranu ne osvrćem se na marketinške promidžbene akcije koje se odvijaju u trgovini	72 (4,7)	360 (23,5)	487 (31,7)	461 (30,1)	152 (9,9)
2.Proizvode koje jedem biram zato što su mi poznati iz promidžbenih televizijskih reklama	249 (16,2)	526 (34,3)	474 (30,9)	256 (16,7)	27 (1,8)
3. Obično kupujem hranu koja me spontano privlači (npr. smještena je u trgovini na policama na razini očiju, privlačnih boja, atraktivnog pakiranja)	219 (14,3)	485 (31,6)	401 (26,1)	370 (24,1)	57 (3,7)
4. Prilikom kupnje radije čitam deklaracije prehrambenih proizvoda nego što se oslanjam na promidžbene kampanje	116 (7,6)	295 (19,2)	402 (26,2)	509 (33,2)	210 (13,7)
5.Reklamiranje hrane pobuđuju mi želju za određenom vrstom hrane	172 (11,2)	333 (21,7)	420 (27,4)	507 (33,1)	99 (6,5)
6. Marka hrane važna mi je prilikom odabira hrane	129 (8,4)	235 (15,3)	429 (28)	561 (36,6)	177 (11,5)
7.Pokušavam organizirati vrijeme za kupovinu kada su promocije ili popusti/akcije	221 (14,4)	379 (24,7)	473 (30,8)	365 (23,8)	93 (6,1)

N – broj ispitanika

Tablica 43. Marketinški i komercijalni motivi s obzirom na spol

Tvrdnje	Spol	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Žene Muškarci	5,3 4	25,9 20,4	30,5 33,2	28,7 31,8	9,3 10,6	*0,008* *

2.	Žene Muškarci	18,1 13,9	36,3 31,8	29,3 32,8	14,4 19,6	1,6 1,9	*<0,001**
3.	Žene Muškarci	13,9 14,8	32,4 30,6	26,5 25,7	22,9 25,7	4,1 3,2	*0,740*
4.	Žene Muškarci	6,3 9,2	17,1 22	22,8 30,6	37 28,2	16,6 10	*<0,001**
5.	Žene Muškarci	11,1 11,4	20,9 22,7	26,6 28,4	34,2 31,5	6,8 6,1	*0,340*
6.	Žene Muškarci	9,1 7,5	15,8 14,8	27,1 29	35,3 38,3	12,4 10,5	*0,447*
7.	Žene Muškarci	12,6 16,7	23,1 26,7	30,5 31,3	26,4 20,4	7,1 4,7	*<0,001**

[1]T-test za nezavisne uzorke za usporedbu dviju grupa (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Naši rezultati navode da se žene (38%) manje osvrću na marketinške promidžbene akcije koje se odvijaju u trgovini u odnosu na muškare (42,4%). Veći postotak muškarac bira proizvode koji su im poznati iz promidžbenih televizijskih reklama (21,5%) u odnosu na žene (16%). Kada govorimo o tvrdnji „Prilikom kupnje radije čitam deklaracije prehrambenih proizvoda nego što se oslanjam na promidžbene kampanje“ žene češće čitaju deklaracije nego muškarci (53,6%>38,2%). Također, žene više u usporedbi s muškarcima organiziraju vrijeme za kupovinu kada su promocije (33,5%>25,1%).

Tablica 44. Marketinški i komercijalni motivi s obzirom na obrazovanje

Tvrdnje	Obrazovanje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	3,7 5 4,3	22,2 23,5 23,8	29,6 30,9 33,1	30,9 30,3 29,7	13,6 10,2 8,9	*0,731*
2.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	19,8 16,3 15,5	22,2 33,7 37,2	30,9 31 30,6	23,5 17,4 14,6	3,7 1,5 1,9	*0,389*
3.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	14,8 15,2 12,5	32,1 31,1 32,7	25,9 24,1 29,3	23,5 25,9 21,4	3,7 3,6 4	*0,992*
4.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	11,1 7,9 6,4	27,2 19,9 17	23,5 24,8 29,3	29,6 34,3 31,2	8,6 12,9 15,9	*0,062*
5.	Osnovna škola Srednja škola	18,5 11,8	22,2 21,6	17,3 28,4	35,8 31,6	6,2 6,3	*0,310*

	Fakultet	9,1	21,7	27,2	35	6,8	
6.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	17,3 8,8 6,4	16 16,7 12,9	25,9 27,8 28,4	32,1 35,2 39,5	8,6 11,2 12,7	*0,006**
7.	Osnovna škola Srednja škola Fakultet	14,8 15,7 12,3	24,7 24,2 25,5	25,9 30,5 31,8	29,6 24 22,7	4,9 5,4 7,4	*0,696*

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

U odnosu na obrazovanje razlika je prisutna samo kod tvrdnje „Marka hrane važna mi je prilikom odabira hrane“. Ispitanici sa završenom srednjom školom (46,4%) više pridaju važnost marci hrane kod odabira, za razliku od fakultetski obrazovanih ispitanika (30,1%). Ipak, 37,8% fakultetski obrazovanih ispitanika, 33,3% sa završenom osnovnom i 25,5% sa završenom srednjom školom navelo je da im marka hrane nije važna prilikom odabira hrane.

Tablica 45. Marketinški i komercijalni motivi s obzirom na životno okruženje

Tvrdnje	Životno okruženje	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Seosko Gradsko Prigradsko	3,1 5,9 2,7	25 22,7 24	31 32,8 29,8	29,3 29,5 32,5	11,4 9,1 10,6	*0,084*
2.	Seosko Gradsko Prigradsko	18,2 16,3 13,7	33,8 35,5 30,8	28,4 31 33,9	17,9 15,9 17,8	1,4 1,4 3,4	*0,132*
3.	Seosko Gradsko Prigradsko	18,2 12,6 14	32,7 32,2 28,8	25 27,3 24,3	21,3 24,2 27,4	2,6 3,7 5,1	*0,011**
4.	Seosko Gradsko Prigradsko	10,5 6,8 6,5	23,6 17,2 20,2	27,3 25,2 27,7	31 34,3 32,2	7,4 16,4 13	*<0,001**
5.	Seosko Gradsko Prigradsko	13,6 10,5 10,6	23,3 20,5 23,3	26,4 27,4 28,8	30,7 34,6 31,2	5,4 7,1 5,8	*0,052*
6.	Seosko Gradsko Prigradsko	9,9 8,3 6,8	17,9 14,2 15,8	27 27 32,2	34,4 37,6 35,6	10,2 12,8 9,2	*0,088*
7.	Seosko Gradsko Prigradsko	14,5 14,4 14,4	25,3 24,3 25	31,3 30,7 30,8	25 24,3 20,5	3,7 6,1 8,9	*0,742*

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Polovina ispitanika iz grada (50,7%) radije čita deklaracije prehrambenih proizvoda nego što se oslanja na promidžbene kampanje. Što se tiče ispitanika iz seoskog okruženja, 38,4% radije čita deklaracije, dok 34,1% istu ne čita. Također, polovina ispitanika iz seoskog okruženja (50,9%) obično ne kupuje hranu koja ih spontano privlači, a 23,9% kupuje. U usporedbi s njima, 32,5% ispitanika iz predgrađa kupuje hranu koja ih spontano privlači, dok 42,8% ne kupuje.

Tablica 46. Marketinški i komercijalni motivi s obzirom na bračni status

Tvrdnje	Bračni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Neoženjen/neudana	4,9	24,3	34,3	29,5	7	*0,096*
	U braku/žive zajedno	4,3	23,1	29,2	30,8	12,3	
	Rastavljen/a	2,9	26,5	27,9	27,9	14,7	
	Udovac/ica	10,6	12,8	38,3	29,8	8,5	
2.	Neoženjen/neudana	15,4	35,2	31,9	16,5	1	*0,930*
	U braku/žive zajedno	16,2	33,9	30,3	17,3	2,1	
	Rastavljen/a	20,6	30,9	30,9	14,7	2,9	
	Udovac/ica	23,4	31,9	25,5	12,8	6,4	
3.	Neoženjen/neudana	11,9	29,6	27	27,9	3,6	*0,002**
	U braku/žive zajedno	16,6	33,1	26,7	20,1	3,3	
	Rastavljen/a	10,3	33,8	22,1	29,4	4,4	
	Udovac/ica	19,1	36,2	10,6	23,4	10,6	
4.	Neoženjen/neudana	9,3	23	27,2	28	12,5	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	5,7	16,2	26	36,8	15,1	
	Rastavljen/a	8,8	14,7	23,5	41,2	11,8	
	Udovac/ica	8,5	17	19,1	42,6	12,8	
5.	Neoženjen/neudana	9,3	18	30,9	32,6	9,2	*<0,001**
	U braku/žive zajedno	12,6	25,3	25,2	32,2	4,3	
	Rastavljen/a	10,3	19,1	23,5	44,1	2,9	
	Udovac/ica	19,1	25,5	14,9	36,2	4,3	
6.	Neoženjen/neudana	9,1	15,8	31,6	33,3	10,2	*0,073*
	U braku/žive zajedno	7,7	14,5	25,7	38,6	13	
	Rastavljen/a	5,9	10,3	27,9	48,5	7,4	
	Udovac/ica	12,8	27,7	8,5	36,2	14,9	
7.	Neoženjen/neudana	14,4	26	32,8	21	5,9	*0,177*
	U braku/žive zajedno	13,8	22,5	30,6	27,5	5,1	
	Rastavljen/a	14,7	27,9	22,1	22,1	13,2	

	Udovac/ica	23,4	34	19,1	10,6	12,8	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)
[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem
*Statistički značajna razlika (p<0,05)

Više od polovine udovaca (55,3%) ne kupuje hranu koja ih spontano privlači, dok je kod neoženjenih taj postotak niži (41,5%). Više od polovine oženjenih (51,9%), rastavljenih (53%) i udovaca (55,4%) radije čita deklaracije prehrambenih proizvoda, nego što se oslanja na promidžbene kampanje. Kod manjeg postotka neoženjenih (27,3%) i rastavljenih (29,4%) reklamiranje hrane ne pobuđuje želju za određenom vrstom hrane, dok je kod umirovljenika taj postotak veći (44,6%).

Manji se postotak zaposlenih studenata (28,4%), u odnosu na nezaposlene (42,7%) ne osvrće na marketinške promidžbene akcije. 32,9% nezaposlenih kupuje hranu koja ih spontano privlači, a 41,4% ne kupuje. Umirovljenici najmanje kupuju hranu koja ih spontano privlači (56,2%) Polovina zaposlenih (50,5%) i umirovljenika (53,1%) čita deklaracije prehrambenih proizvoda, dok je kod ostalih ispitanika postotak niži (<40%). Reklamiranje hrane pobuđuje želju za određenom vrstom hrane kod 44,8% zaposlenih studenata, 43,2% nezaposlenih studenata i 43% rastavljenih, a kod 46,2% umirovljenika ne pobuđuje.

Tablica 47. Marketinški i komercijalni motivi s obzirom na radni status

Tvrdnje	Radni status	Liker skala[2]					*p vrijednost*[1]
		1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	
1.	Zaposlen/a	4,4	21,2	31,5	31,6	11,1	*0,002**
	Nezaposlen/a	3,9	28,5	31,3	26,8	9,5	
	Student/ica	6,8	26,1	31,4	28,9	6,8	
	Umirovljenik/ica	3,1	23,1	33,8	29,2	10,8	
	Student/ica uz posao	6	29,9	35,8	23,9	4,5	
2.	Zaposlen/a	14,9	34,1	32	17,1	1,7	*0,184*
	Nezaposlen/a	17,3	33	31,3	16,8	1,7	
	Student/ica	17,5	37,5	28,9	14,6	1,4	
	Umirovljenik/ica	20	31,5	27,7	16,9	3,8	
	Student/ica uz posao	16,4	31,3	32,8	19,4	0	
3.	Zaposlen/a	13,9	31,4	27,1	23,8	3,6	*0,035**
	Nezaposlen/a	15,1	26,3	25,7	27,9	5	
	Student/ica	13,6	32,9	26,1	25	2,5	
	Umirovljenik/ica	20	36,2	20,8	19,2	3,8	
	Student/ica uz posao	7,5	35,8	26,9	22,4	7,5	

4.	Zaposlen/a	6,3	18,4	24,5	35,2	15,3	*0,012*[*]
	Nezaposlen/a	10,6	24	25,7	29,6	10,1	
	Student/ica	8,2	22,5	30	26,8	12,5	
	Umirovljenik/ica	10	10,8	26,2	43,1	10	
	Student/ica uz posao	9	19,4	32,8	23,9	14,9	
5.	Zaposlen/a	10	21,9	29,3	32,9	5,7	*<0,001*[*]
	Nezaposlen/a	12,8	21,2	22,9	34,6	8,4	
	Student/ica	8,9	20,7	27,1	35,7	7,5	
	Umirovljenik/ica	20,8	25,4	22,3	28,5	2,3	
	Student/ica uz posao	11,9	16,4	26,9	29,9	14,9	
6.	Zaposlen/a	6,8	15,7	29	35,5	12,8	*0,173*
	Nezaposlen/a	8,4	17,3	29,6	38,5	6,1	
	Student/ica	11,4	16,4	27,9	35,7	8,6	
	Umirovljenik/ica	13,1	12,3	16,2	41,5	16,2	
	Student/ica uz posao	9	7,5	34,3	35,8	13,4	
7.	Zaposlen/a	14,4	24,5	31,4	22,9	6,4	*0,373*
	Nezaposlen/a	16,8	20,1	32,4	25,7	5	
	Student/ica	12,1	26,8	31,4	23,9	5,7	
	Umirovljenik/ica	13,1	30	23,1	28,5	5,4	
	Student/ica uz posao	17,9	20,9	34,3	19,4	7,5	

[1]One Way ANOVA test (razina značajnosti 5%)

[2]Liker skala od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem

4. ZAKLJUČAK

Rezultati su pokazali da spol utječe na gotovo sve tipove motivacija, kao i bračni i radni status. Međutim, s obzirom na obrazovanje nisu uočene značajne razlike za tri od šest vrsta motivacija: emocionalne, ekonomske, te marketinške i komercijalne. Što se tiče životnog okruženja za većinu ispitanih tvrdnji u svih šest skupina motivacija nije utvrđena statistički značajna razlika. Žene više naginju zdravoj i uravnoteženoj prehrani nego muškarci i kod njih emocionalni motivi imaju veći utjecaj na odabir hrane. Ispitanici sa završenom fakultetskom naobrazbom više razmišljaju o načelima zaštite okoliša, politici zbrinjavanju hrane i politici smanjenju ambalažnog materijala, za razliku od ispitanika sa završenom osnovnom školom. Ekonomski motivi izraženiji su kod studenata, odnosno studenti više biraju hranu zbog niske cijene i hranu koja je na rasprodaji, te češće kupuju hranu koja je jednostavna za pripremu. Kod umirovljenika emocionalni motivi nemaju veliki utjecaj na odabir hrane. Umirovljenici manje konzumiraju hranu koja ih održava budnim i pozornim, ne jedu više kad im je dosadno i kada su pod stresom, te manje žude za slatkišima kada su depresivni. Veći postotak rastavljenih ispitanika, u usporedbi s ostalim ispitanicima ne smatra da hrana pruža emotivnu utjehu, ne jedu više kad im je dosadno i ne tješe se hranom kada su osamljeni. Ovi rezultati naglašavaju važnost sociodemografskih parametara, odnosno njihov utjecaj na obrasce prehrane, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. Važno je razumjeti što to čovjeka točno motivira na odabir hrane kako bi se mogli razviti postupci koji za cilj imaju poboljšanje prehrambenih navika populacije.

5. LITERATURA

1. Manzel A, Muller DN, Hafler DA, Erdman SE, Linker RA, Kleinewietfeld M. Role of "Western diet" in inflammatory autoimmune diseases. Curr Allergy Asthma Rep. 2014; 14:404.
2. World Health Organization. Healthy diet. World Health Organization [Internet]. 2018 [cited 2018 Oct 29]. Available from: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet
3. Guiné RPF, Ferrão AC, Ferreira M. et al. Influence of sociodemographic factors on eating motivations–modelling through artificial neural networks (ANN) International journal of food sciences and nutrition, 2019; 1-14.
4. Monteleone E, Spinelli S, Dinnella C. et al. Exploring influences on food choice in a large population sample: the Italian Taste project. Food Qual Pref. 2017; 59:123–140.
5. Chen P-J, Antonelli M. Conceptual Models of Food Choice: Influential Factors Related to Foods, Individual Differences, and Society. 2020; Foods 9(12), 1898.
6. Shepherd R. Social Determinants of Food Choice. Proceedings of the Nutrition Society, 1999; 58, 807-812. http://dx.doi.org/10.1017/S0029665199001093
7. Djekić I, Bartkiene E, Szűcs V. et al. Cultural dimensions associated with food choice: A survey based multi-country study, International Journal of Gastronomy and Food Science; December 2021; Volume 26, Article Number: 100414
8. Díaz-Méndez C, García-Espejo I. Eating out in Spain: Motivations, sociability and consumer contexts., April 2017; Appetite 119 doi:10.1016/j.appet.2017.03.047
9. Cuevas R.P, Guia A, Demont M. Developing a framework of gastronomic systems research to unravel drivers of food choice; International Journal of Gastronomy and Food Science, October 2017; Volume 9, Pages 88-99
10. Ferrão AC, Guiné RPF, Correia P, Ferreira M, Duarte J, Lima J. Development of a Questionnaire to Assess People's Food Choices Determinants Current Nutrition & Food Science, 2019; 15(3), 281-295
11. Guiné RPF, Bartkiene E, Szűcs V. et al. Study about food choice determinants according to six types of conditioning motivations in a sample of 11,960 participants. Foods 2020, 9, 888. [CrossRef] [PubMed]
12. Likert R. "A technique for the measurement of attitudes", Archives of Psychology, 1932; Vol. 22 140, p. 55.

13. Reiner M, Niermann C, Jekauc D, Woll A. “Long-term health benefits of physical activity – a systematic review of longitudinal studies”, BMC Public Health, 2013; No. 13, p. 813
14. Guiné RPF, Correia P, Ferreira M. et al. Information, Perceptions and Motivations for Healthy Eating on a Group of European Countries in Healthy Eating: Implementation, Gender Differences and Outcomes; 2020 https://hdl.handle.net/20.500.12512/108251
15. Foscolou A, Tyrovolas S, Soulis G, Mariolis A, Piscopo S, Valacchi G, Panagiotakos DB. The Impact of the Financial Crisis on Lifestyle Health Determinants Among Older Adults Living in the Mediterranean Region: The Multinational MEDIS Study (2005-2015). Journal of Preventive Medicine and Public Health, 2017; 50(1), 1. https://doi.org/10.3961/JPMPH.16.101
16. Ljubičić M, Matek Sarić M, Klarin I. et al. Motivation for health behaviour: a predictor of adherence to balanced and healthy food across different coastal Mediterranean countries. Journal of Functional Food, 2022.
17. Ferrão AC, Correia P, Ferreira M, Guiné RPF. Perceptions towards healthy diet of the Portuguese according to area of work or studies. Zdr Varst. 2019; 58(1):40-46.
18. Manippa V, Padulo C, Laan LN, Brancucci A. Gender differences in food choice: effects of superior temporal sulcus stimulation. Front Hum Neurosci. 2017;11:597.
19. Carrillo E, Varela P, Fiszman S. Influence of nutritional knowledge on the use and interpretation of Spanish nutritional food labels. J Food Sci. 2012; 77:H1–8.
20. Fuhrman J. The Hidden Dangers of Fast and Processed Food. American Journal of Lifestyle Medicine, 2018; 12(5), 375. https://doi.org/10.1177/1559827618766483
21. Rao M, Afshin A, Singh G, Mozaffarian D. Do healthier foods and diet patterns cost more than less healthy options? A systematic review and meta-analysis. BMJ Open, 2013; 3(12). https://bmjopen.bmj.com/content/3/12/e004277
22. Johnson NJ, Backlund E, Sorlie PD, Loveless CA. “Marital Status and Mortality”, Annals of Epidemiology, 2020; Vol. 10 No. 4, pp. 224–238.
23. Roos E, Lahelma E, Virtanen M, Prättälä R, Pietinen P. “Gender, socioeconomic status and family status as determinants of food behaviour”, Social Science & Medicine, 1998; Vol. 46 No. 12, pp. 1519–1529
24. Umberson D. “Gender, marital status and the social control of health behavior”, Social Science & Medicine, 1992; Vol. 34 No. 8, pp. 907–917
25. Guiné RPF, Ferrão AC, Ferreira M, Correia P, Cardoso AP, Duarte J, Rumbak I, Shehata A-M, Vittadini E, Papageorgiou M. The motivations that define eating patterns in some Mediterranean countries. Nutrition & Food Science, 2019; 49(6), 1126-1141

26. Naughton P, McCarthy SN, McCarthy MB. The creation of a healthy eating motivation score and its association with food choice and physical activity in a cross sectional sample of Irish adults. The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 2015; 12(1). https://doi.org/10.1186/S12966-015-0234-0
27. Andrade V, Jorge R, García-Conesa MT, Philippou E, Massaro M, Chervenkov M, Pinto P. Mediterranean Diet Adherence and Subjective Well-Being in a Sample of Portuguese Adults. Nutrients, 2020; 12(12), 1–15. https://doi.org/10.3390/NU12123837
28. Warren JC, Smalley KB, Barefoot KN. Discrepancy in Motivation for Weight Loss and Exercise in Rural Patients. American journal of health behavior, 2017; 41(6), 803. https://doi.org/10.5993/AJHB.41.6.14
29. Meer F van, Charbonnier L, Smeets PAM. Food Decision-Making: Effects of Weight Status and Age. Current Diabetes Reports, 2016; 16(9). https://doi.org/10.1007/S11892-016-0773-Z
30. Maenhout L, Peuters C, Cardon G, Compernolle S, Crombez G, DeSmet A. The association of healthy lifestyle behaviors with mental health indicators among adolescents of different family affluence in Belgium. BMC Public Health 2020; 20:1, 20(1), 1–13. https://doi.org/10.1186/S12889-020-09102-9
31. Nunes MM, Mota ALA de A, Caldas ED. Investigation of food and water microbiological conditions and foodborne disease outbreaks in the Federal District, Brazil. Food Control *34*, 2013; 235–240.
32. Bartkiene E, Steibliene V, Adomaitiene V, Juodeikiene G, Cernauskas D, Lele V, Klupsaite D, Zadeike D, Jarutiene L, Guiné RPF. Factors Affecting Consumer Food Preferences: Food Taste and Depression-Based Evoked Emotional Expressions with the Use of Face Reading Technology. BioMed Research International, 2019; Article ID 2097415, 10 pages.
33. Ford PA, Jaceldo-Siegl K, Lee JW, Youngberg W, Tonstad S. Intake of Mediterranean foods associated with positive affect and low negative affect. Journal of Psychosomatic Research, 2013; 74 (2), 142-148. http://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2012.11.002
34. Gilbert J, Stubbs RJ, Gale C, Gilbert P, Dunk L, Thomson L. A qualitative study of the understanding and use of "compassion focused coping strategies" in people who suffer from serious weight difficulties. Journal of Compassionate Health Care, 2014; 1 (1). doi: http://doi.org/10.1186/s40639-014-0009-5

35. Guiné RPF, Ferrão AC, Correia P, Cardoso AP, Ferreira M, Duarte J. Influence of emotional determinants on the food choices of the Portuguese. EUREKA: Social and Humanities, 2019; 5, 31-44.
36. European Food Information Council. The Determinants of Food Choice. EUFICREVIEW 2006.
37. Lozano M, Manyes L, Peiro J, Montes F. Geographic conditioning in dietary, social, and health patterns in elderly population with disabilities. Nutrition. 2019; 57:17–23
38. Wongprawmas R, Mora C, Pellegrini N, Guiné RPF, Carini E, Sogari G, Vittadini E. Food Choice Determinants and Perceptions of a Healthy Dietamong Italian Consumers; Foods 2021, 10, 318. https://doi.org/10.3390/foods10020318
39. Boustani NM, Guiné RPF. Food choice motivations and perception of a healthy diet in a developing Mediterranean country. Open Agriculture 2020; 5: 485–495.
40. Blankenberg A.-K, Alhusen H. On the determinants of pro-environmental behavior: A guide for further investigations. SSRN Electron. J. 2018; [CrossRef]
41. Longhi S. Individual Pro-Environmental Behaviour in the Household Context; ISER Working Paper Series; Institute for Social and Economic Research: Colchester, UK, 2013.
42. Herzog HA. Gender differences in human–animal interactions: A review. Anthrozoös 2007, 20, 7–21. [CrossRef]
43. Herzog HA, Golden LL. Moral emotions and social activism: The case of animal rights. J. Soc. Issues 2009; 65, 485–498. [CrossRef]
44. Miranda-de la Lama GC, Estévez-Moreno LX, Sepúlveda WS, Estrada-Chavero MC, Rayas-Amor, AA, Villarroel M, María GA. Mexican consumers' perceptions and attitudes towards farm animal welfare and willingness to pay for welfare friendly meat products. Meat Sci. 2017; 125, 106–113. [CrossRef] [PubMed]
45. 45.. McKendree MGS, Croney CC, Widmar NJO. Effects of demographic factors and information sources on United States consumer perceptions of animal welfare. J. Anim. Sci. 2014; 92, 3161–3173. [CrossRef] [PubMed]
46. 46.. Cornish A, Raubenheimer D, McGreevy P. What we know about the public's level of concern for farm animal welfare in food production in developed countries. Animals 2016; 6, 74. [CrossRef]
47. Neilson LA. Boycott or buycott? Understanding political consumerism. J. Consum. Behav. 2010; 9, 214–227.[CrossRef]
48. Principato L, Secondi L, Pratesi CA. Reducing food waste: An investigation on the behaviour of Italian youths. Br. Food J. 2015; 117, 731–748. [CrossRef]

49. Visschers VHM, Wickli N, Siegrist M. Sorting out food waste behaviour: A survey on the motivators and barriers of self-reported amounts of food waste in households. J. Environ. Psychol. 2016; 45, 66–78. [CrossRef]
50. Bilska B, Tomaszewska M, Kołozyn-Krajewska D. Analysis of the Bs of Polish consumers in relation to food waste. Sustainability 2019; 12, 304. [CrossRef]
51. Janssens K, Lambrechts W, van Osch A, Semeijn J. How consumer B in daily food provisioning affects food waste at household level in The Netherlands. Foods 2019; 8, 428. [CrossRef] [PubMed]
52. Szakos D, Szabó-Bódi B, Kasza G. Consumer awareness campaign to reduce household food waste based on structural equation b modeling in Hungary. Environ. Sci. Pollut. Res. 2020. [CrossRef] [PubMed]
53. Limon MR, Villarino CBJ. Knowledge, attitudes and practices on household food waste: Bases for formulation of a recycling system. Glob. J. Environ. Sci. Manag. 2020, 6, 323–340. [CrossRef] Environments 2020; 7, 103 19 of 20
54. Hazuchova N, Antosova I, Stavkova J. Food wastage as a display of consumer behaviour. J. Compet. 2020; 12, 51–66. [CrossRef]
55. Koivupuro H.-K, Hartikainen H, Silvennoinen K, Katajajuuri J.-M, Heikintalo N, Reinikainen A, Jalkanen L. Influence of socio-demographical, behavioural and attitudinal factors on the amount of avoidable food waste generated in Finnish households. Int. J. Consum. Stud. 2012; 36, 183–191. [CrossRef]
56. Silvennoinen K, Katajajuuri J.-M, Hartikainen H, Heikkilä L, Reinikainen A. Food waste volume and composition in Finnish households. Br. Food J. 2014; 116, 1058–1068. [CrossRef]
57. Porpino G. Household food waste B: Avenues for future research. JACR 2016; 1, 41–51. [CrossRef]
58. Cantaragiu R. The impact of gender on food waste at the consumer level. J. Studia Universitatis “Vasile Goldis” Arad—Econ. Ser. 2019; 29, 41–57. [CrossRef]
59. Faver CA, Muñoz JD. Orientations to nonhuman animal welfare: A view from the border. Soc. Anim. 2014; 22, 372–389. [CrossRef]
60. Cornish AR, Briley D, Wilson BJ, Raubenheimer D, Schlosberg D, McGreevy PD. The price of good welfare: Does informing consumers about what on-package labels mean for animal welfare influence their purchase intentions? Appetite 2020; 148, 104577. [CrossRef]

61. Clark B, Stewart GB, Panzone LA, Kyriazakis I, Frewer LJ. Citizens, consumers and farm animal welfare: A meta-analysis of willingness-to-pay studies. Food Policy 2017; 68, 112–127. [CrossRef]
62. Williams H, Wikström F, Otterbring T, Löfgren M, Gustafsson A. Reasons for household food waste with special attention to packaging. J. Clean Prod. 2012; 24, 141–148. [CrossRef]
63. Abdelradi F. Food waste behaviour at the household level: A conceptual framework. Waste Manag. 2018, 71, 485–493. [CrossRef]
64. Mattar L, Abiad MG, Chalak A, Diab M, Hassan H. Attitudes and bs shaping household food waste generation: Lessons from Lebanon. J. Clean Prod. 2018; 198, 1219–1223. [CrossRef]
65. Ilakovac B, Iličković M, Voća N. Food waste drivers in Croatian households. J. Cent. Eur. Agric. 2018; 19, 678–709. [CrossRef]
66. Vanderlee L, Czoli CD, Pauzé E, Potvin Kent M, White CM, Hammond D. A comparison of self-reported exposure to fast food and sugary drinks marketing among parents of children across five countries. Preventive Medicine, 2021; 147, 106521. https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2021.106521