

Poštovani/e,

pozivamo vas na *Znanstveni utorak* koji će se održati **19. studenoga 2019.** godine (utorak) u Ekonomskom institutu, Zagreb, I. kat s početkom u **15:00** sati. Izlaganje će održati **dr.sc. Andrijana Mušura Gabor** na temu:

Utjecaj načina označavanja proizvoda na percepciju i procjenu kvalitete proizvoda: eksperimentalni rezultati

Područje regulacije vezane za nutritivne tablice na pakiranjima je podložno stalnim promjenama, od kojih su najčešće vezane uz sami sadržaj tih tablica, dok se rijetko mijenjao njihov izgled. Osim u Ujedinjenom Kraljevstvu, gdje se već neko vrijeme primjenjuje sistem semafora (crveno, narančasto i zeleno), ostatak Europske unije je navikao na standardne crno-bijele ili monokromatske tablice. Motiv iza uvođenja sistema semafora je poznatost, jednostavnost i olakšano donošenje odluke o izboru proizvoda. Mnoge velike europske kompanije zalažu se za jedinstven i dosljedan način označavanja proizvoda kako bi se potrošačima pomoglo u donošenju uravnoteženih i promišljenih izbora. Budući da su načini označavanja sastava proizvoda ključni u stvaranju svijesti potrošača o nutritivnoj kvaliteti proizvoda i poticanju zdravijih izbora te s obzirom na činjenicu da edukacija potrošača i oslanjanje na racionalnost pri odlučivanju nisu dovoljno učinkoviti, nužno je provjeriti učinkovitost različitih načina označavanja sastava proizvoda. Potaknuti nedavnim događanjima vezanima uz rast popularnosti francuskog Nutriscore načina označavanja sastava proizvoda, ZSEM BEE Lab je proveo eksperimentalno istraživanje u kojem se testirao utjecaj različito direktivnog načina informiranja o sastavu proizvoda na prednjoj strani pakiranja na percepciju i procjenu nutritivne kvalitete proizvoda. U suradnji s agencijom za bihevioralni marketing „Promosapiens“, istraživanje je provedeno pomoću opreme koja će analizirati poglede sudionika istraživanja dok promatraju različita pakiranja jednog proizvoda (Eng. eye-tracking). Kako bi se dodatno provjerila točnost percepcije proizvoda, ispitan je uzorak nutricionista koji su izvorne proizvode ocjenjivali na istim mjerama kao i sudionici eksperimenta. Rezultati su pokazali kako je veća direktivnost nutritivnih oznaka povezana s manjom količinom posvećene pažnje, ali i manjom prosječnom točnošću u procjenama nutritivne kvalitete proizvoda.

Andrijana Mušura Gabor je, među prvima u Hrvatskoj, 2013. godine doktorirala na temi iz područja ekonomske psihologije na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Na Zagrebačkoj školi ekonomije i managementa (ZSEM) predaje, na preddiplomskom i diplomskom studiju, niz kolegija koji uključuju primjenu psihologije u području ekonomije, marketinga i organizacije. Osnovala je i vodi Behavioral and Experimental Economics (BEE) Lab. Dugi niz godina vodi institucionalna istraživanja na ZSEM-u, što uključuje mjerenja zadovoljstva i prediktivnu analitiku. Usavršavala se kroz studentske boravke na partnerskim sveučilištima u SAD-u, Španjolskoj i Nizozemskoj. Autorica je radova iz područja ekonomske psihologije, uglavnom prezentiranih i objavljenih na međunarodnim konferencijama i u inozemnim recenziranim znanstvenim časopisima. Aktivno surađuje s poslovnom zajednicom u vidu provođenja primijenjenih istraživanja, pružanja konzultantskih usluga i držanja pozvanih predavanja. Održala je brojne seminare i radionice za hrvatske tvrtke na teme donošenja odluka, timskog rada, emocionalne inteligencije i vodstva. U javnosti je prepoznata kao stručnjakinja u području potrošačke psihologije, poslovnog odlučivanja te praktične primjene bihevioralne znanosti. Redovno piše za poslovne portale.

Zahvaljujemo na odazivu.