

## عنوان مقاله:

شناسایی و تبیین پیشران های توسعه بازار محصولات کشاورزی ارگانیک

## محل انتشار:

تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره 50، شماره 2 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

عطیه صندوقی - *PhD. Candidate, Department of Rural Development and Extension, Faculty of Agriculture, University of Tabriz, Tabriz, Iran*

حسین یادآور - *Assistant Professor, Department of Rural Development and Extension, Faculty of Agriculture, University of Tabriz, Tabriz, Iran*

حسین رحالی - *Associate Professor, Department of Rural Development and Extension, Faculty of Agriculture, University of Tabriz, Tabriz, Iran*

آنا ماریا هارینگ - *Professor, Department of Politics and markets in the agricultural and food economy, Faculty of Landscape Management and Nature Conservation, University of Applied Sciences, Eberswalde, Germany*

## خلاصه مقاله:

آینده کشاورزی ارگانیک به عنوان یکی از مصادیق رهیافت‌های کشاورزی پایدار تا حد زیادی به تقاضای مصرف‌کنندگان و انگیزه آنها برای پرداخت قیمت بالاتر برای غذای ارگانیک وابسته است. از این‌رو مقاله حاضر با به کارگیری روش تحقیق آمیخته اکتشافی به شناسایی پیشران‌های توسعه بازار محصولات کشاورزی ارگانیک پرداخته است. در بخش کیفی، با کمک تحلیل محتوای منابع و داده‌های حاصل از ۱۶ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران بازار ارگانیک، ۲۹ پیشران در قالب شش گروه شناسایی شدند. در بخش کمی، به منظور تایید پیشران‌های شناسایی‌شده از روش تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم استفاده شد. جامعه آماری این بخش مدیران، کارشناسان، تولید کنندگان و فروشندگان محصولات ارگانیک بودند که با کمک فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب، ۶۸ نفر از آنان انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه مستخرج از بخش کیفی، گردآوری و با کمک نرم‌افزارهای SPSS۲۲ و Smart PLS۳ تجزیه و تحلیل شدند. مقادیر شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای هر یک از سازه‌های مدل، بیشتر از ۵/۰ و مقادیر ضریب پایایی ترکیبی (CR)، بیشتر از ۷/۰ بدست آمد که نشان‌دهنده عملکرد مناسب بخش اندازه‌گیری مدل است. بر اساس نتایج بدست آمده، عوامل فرهنگ‌سازی و تبلیغات، تقویت کانال‌های توزیع و فروش، حمایت‌های مالی و اعتباری، بازرسی و نظارت، برنامه‌های آموزشی و ترویجی و تسهیلات گرفتن گواهی، لوگو و برندسازی به ترتیب اصلی‌ترین و مهم‌ترین پیشران‌های توسعه بازار محصولات ارگانیک هستند.

## کلمات کلیدی:

Explorative Mixed Method, organic farming, Healthy Products Market

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1659444>



