

عنوان مقاله:

مطالعه عوامل موثر بر نگرش سالمندان نسبت به خرید و مصرف ماهی تازه در ایران

محل انتشار:

مجله علمی شیلات ایران، دوره 32، شماره 5 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

بهنام فرجامی - گروه شیلات، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه گیلان، صومعه سرا، ایران

افشین عادلی - گروه فراوری محصولات شیلاتی، دانشکده شیلات و محیط زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، ایران

آریا باباخانی - گروه شیلات، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه گیلان، صومعه سرا، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به نقش مصرف آبزیان در تامین سلامت جامعه و افزایش جمعیت سالمندان در کشور، در این پژوهش نگرش سالمندان نسبت به مصرف ماهی تازه و عوامل موثر بر آن مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور، پرسشنامه ای بر اساس مطالعه کتابخانه‌ای و نظریات افراد متخصص، طراحی و استاندارد شد. پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیکی از طریق فضای مجازی برای افراد سالمند (سن 60 به بالا) ارسال شد. بر اساس یک مدل پیش فرض، رفتار مصرف کننده نتایج نشان داد که 7 عامل کیفیت، نوع عرضه، درآمد، دسترسی، سوابق تجربی، سلامتی و راحتی مصرف به طور معنی‌داری بر نگرش سالمندان نسبت به مصرف ماهی تازه موثر هستند ($p < 0.05$). ولی دو عامل قیمت و تبلیغات اثر معنی‌داری بر نگرش نداشتند و مشخص شد که نگرش سالمندان نسبت به مصرف ماهی تازه بر تصمیم به خرید و افزایش مصرف ماهی موثر است ($p < 0.05$). بدین ترتیب، با تغییر و بهبود هر یک از عوامل موثر بر نگرش، می‌توان مصرف ماهی را در سالمندان افزایش داد. کیفیت و دسترسی از جمله عوامل بسیار موثر بر نگرش سالمندان نسبت به مصرف ماهی تازه بودند. لذا، با بهبود کیفیت و افزایش دسترسی به ماهی تازه در مناطق مختلف کشور می‌توان برای سهولت و افزایش مصرف قشر سالمند از ماهی تازه، گامی مهم برداشت.

کلمات کلیدی:

سالمندان، الگوی مصرف، نگرش، ماهی تازه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1875109>

