

عنوان مقاله:

مولفه های اثرگذار بر ترجیح مصرف کنندگان به گوشت مرغ با برچسب های پایداری (مطالعه موردی: شهر مشهد)

محل انتشار:

مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی، دوره 13، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

حنانه آقاصفیری - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد.

علی رضا کرباسی - استاد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد.

خلاصه مقاله:

تولید گوشت مرغ با برچسب های پایداری یا برچسب های ارگانیک، سبز و سالم، نیازمند شناخت ترجیح مصرف کنندگان به مواد غذایی با این برچسب ها است. از این رو، این مطالعه تلاش می کند تا مهم ترین مولفه های اثرگذار بر ترجیح مصرف گوشت مرغ با برچسب های پایداری را با بهره گیری از الگوی لاجیت ترتیبی تعمیم یافته مورد بررسی قرار دهد. داده های مطالعه با گردآوری ۲۰۰ پرسش نامه از مصرف کنندگان مشهدی با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی در سال ۹۷ بدست آمده است. نتایج بیانگر آن است که متغیرهای جنسیت، دفعات خرید گوشت مرغ در ماه و قیمت منطقی نسبت به کیفیت احتمال ترجیح مصرف گوشت مرغ با برچسب سبز و سالم را نسبت به گوشت مرغ با برچسب ارگانیک افزایش می دهند. هم چنین، متغیرهای درجه اهمیت گوشت مرغ در سبد خانوار، کیفیت، ارزش تغذیه ای، اعتماد و فقدان مواد شیمیایی و دارویی احتمال ترجیح مصرف گوشت مرغ با برچسب ارگانیک را نسبت به گوشت مرغ با برچسب سبز و سالم افزایش می دهد. بر اساس یافته های مطالعه، توصیه می شود که بازاریابان متناسب با خصوصیات مصرف کنندگان از جمله جنسیت، راهبردهای بازاریابی گوناگونی را اتخاذ کنند.

کلمات کلیدی:

برچسب ارگانیک، برچسب سالم، برچسب سبز، گوشت مرغ، لاجیت ترتیبی تعمیم یافته

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1906848>

