

## عنوان مقاله:

عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر تمایل به خرید محصول سالم و ارگانیک

## محل انتشار:

دومین همایش ملی توسعه پایدار کشاورزی و محیط زیست سالم (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

یحیی استادی - دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی

غلامرضا یآوری - استادیار دانشگاه پیام نور

محمود شجاعی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

سید مهدی میردامادی - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

محسن شوکت فدایی - دانشیار گروه تخصصی اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه پیام نور

فرشید استادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

## خلاصه مقاله:

هدف تحقیق بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر تمایل به خرید محصول سالم و ارگانیک در سطح میادین میوه و تره بار شهر تهران بود. تحقیق از نوع کاربردی روش پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی و جامعه آماری آن شامل 15408 نفر از مصرف کنندگان بود که از این تعداد 320 نفر به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه گردید و نمونه گیری نیز به شیوه نظام مند به روش طبقه ای نسبی و به شکل تصادفی صورت گرفت. ابزار تحقیق پرسشنامه ای بوده که روایی صوری محتوای آن بر اساس نظرات اساتید تایید و برای تعیین میزان پایایی از ضریب الفای کرونباخ 0/80 استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزار SPSS صورت گرفت. یافته ها نشان داد از 12 عامل اجتماعی و فرهنگی مورد بررسی عوامل نگرانی مصرف کنندگان در رابطه با الودگی محصولات کشاورزی دادن آگاهی در مورد زیانهای مصرف آفت کش ها و کودهای شیمیایی به مصرف کنندگان و اطلاع رسانی در مورد ارتباط میزان مصرف سموم در محصولات و افزایش بیماریهای مزمن بر تمایل به خرید محصول سالم و ارگانیک از دیده گاه مصرف کنندگان به ترتیب در اولویت می باشد. نتایج رگرسیون چندگانه به روش گام به گام نشان داد که متغیرهای بسته بندی محصولات ارگانیک و درج مشخصات بر روی آن دادن آگاهی به مصرف کنندگان در مورد زیانهای مصرف آفت کشها و کودهای شیمیایی در محصولات کشاورزی و ارتقا فرهنگ مصرف کنندگان در مورد مصرف محصولات ارگانیک نقش مثبت بر تمایل به خرید محصول سالم و ارگانیک را داشته و 35/5 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نموده اند.

## کلمات کلیدی:

عوامل اجتماعی و فرهنگی تمایل به خرید، محصول سالم و ارگانیک، مصرف کنندگان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/220312>



