

عنوان مقاله:

بررسی نگرش مصرف کنندگان و عوامل موثر بر پذیرش محصول گوشت پرنده کوچک (مطالعه موردی: شهر تهران)

محل انتشار:

کنفرانس سراسری تحقیق در علوم کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

شکوفه باقری - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات

سید یعقوب زراعت کیش - استادیاران گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات

امیر محمدی نژاد - استادیاران گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی نگرش مصرف کنندگان به گوشت پرنده کوچک (بلدرچین) و عواملی که در پذیرش مصرف این گوشت موثر است، مطرح گردید. این پژوهشی از نوع مطالعات توصیفی - همبستگی بوده که برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را افراد ساکن در مناطق مختلف شهر تهران تشکیل دادند که براساس فرمول کوکران 306 نفر از آنها به روش نمونه گیری طبقه ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه ای بود که روایی آن بر اساس نظر اساتید گروه مدیریت کشاورزی دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات تایید گردید و برای تعیین میزان پایایی بخش های مختلف، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که بیانگر مناسب بودن ابزار تحقیق بود. تحلیل داده ها با استفاده از برنامه نرم افزاری SPSS انجام شد. یافته های تحقیق نشان داد که میزان دانش و آگاهی افراد نسبت به محصول گوشت پرنده کوچک (بلدرچین) در حد متوسط می باشد. علاوه بر آن، نگرش افراد نسبت به این محصول در حد متوسط و رو به مساعد بوده است. در نهایت، با استفاده از تحلیل عاملی چهار عامل به عنوان عوامل موثر بر پذیرش محصول گوشت بلدرچین شناسایی شدند. این عوامل عبارتند از اطلاع رسانی و آموزشی، بهبود دسترسی، بهبود ویژگی های محصول، و ویژگی های مصرف کنندگان (دموگرافیک) که به ترتیب 26/60، 23/60، 9/40 و 8/80 درصد واریانس کل (68/425) را تبیین کردند.

کلمات کلیدی:

محصول گوشت پرنده کوچک (بلدرچین)، آگاهی و دانش، نگرش، تحلیل عاملی، عوامل پذیرش، مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/597619>

