

مقادیر خرید میگو در بازار و رابطه میزان مصرف با برخی از ویژگی‌های جمعیت-

شناختی

سهیل ریحانی پول^۱، افشین عادل^۱، علیرضا عالیشاهی^{*}

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

چکیده

نوع مقاله

مقاله پژوهشی اصیل

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

تاریخ چاپ الکترونیکی:

۱۳۹۹/۱۲/۲۵

* نویسنده مسول:

alishahi@gau.ac.ir

هدف از مطالعه حاضر ارزیابی میزان خرید میگو در بازار و رابطه مقدار مصرف با برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی است. جامعه آماری این تحقیق کل کشور است که به صورت تصادفی ۱۰ شهر شامل مشهد مقدس، تهران، تبریز، بیرجند، کرمانشاه، گرگان، یزد، بندرعباس، ایلام و شیراز انتخاب و در مجموع تعداد ۱۰۰۰ پرسش‌نامه متناسب با جمعیت خانوار شهرهای مورد مطالعه توسط شهروندان تکمیل شد. به منظور ارزیابی تعداد دفعات خرید میگو در سال و همچنین میزان هر مرتبه خرید از خروجی نرم‌افزار و جهت بررسی وجود رابطه معنی‌دار بین مقدار مصرف و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از آزمون‌های همبستگی استفاده گردید. مطابق نتایج تعداد دفعات خرید میگو توسط خانوار از سالی یک تا دوازده مرتبه متفاوت بود (میانگین $1/11 \pm 1/71$ مرتبه). درصد خانوارهای جامعه مصرف سالی یک مرتبه و $2/28$ درصد آن‌ها سالی دو مرتبه میگو خریداری می‌کردند. در ادامه مشخص شد مقدار هر مرتبه خرید خانوار از $0/5$ تا 2 کیلوگرم متغیر است (میانگین $0/92 \pm 0/26$ کیلوگرم)، ضمن اینکه $3/76$ درصد خانوارهای جامعه مصرف در هر مرتبه مقدار یک کیلوگرم میگو خریداری می‌کنند. طبق یافته‌ها میزان مصرف ارتباط معنی‌داری با متغیرهای سن، شغل و رشته تحصیلی افراد نداشت ($p > 0/05$). اما رابطه این شاخص با متغیرهای سطح تحصیلات و تعداد اعضای خانوار معنی‌دار بوده است ($p < 0/05$).

کلید واژه‌ها: میگو، میزان خرید، سن، سطح تحصیلات، اندازه خانوار

مقدمه

مصرف آبزیان در بازار داخل و همچنین صادرات آن‌ها می‌تواند متضمن تولید و اشتغال پایدار باشد. افزایش مصرف آبزیان در داخل علاوه بر مزیت‌های فوق، فایده دیگری هم دارد که مربوط به نقش مصرف آبزیان در حفظ سلامتی و پیشگیری از بیماری‌های مختلف جمعیت است. میزان مصرف آبزیان در کشور (و یا صادرات آن‌ها)، مقدار تولید و تعداد شاغلین یک زنجیره مرتبط هستند. به گونه‌ای که با افزایش مصرف (صادرات) به ناچار زیربخش‌های شیلات مجبور به افزایش تولید هستند. در نتیجه، افزایش تولید نیازمند تعداد بیشتری شاغل است که این عامل علاوه بر ایجاد شغل، امنیت و ثبات شغلی افراد را در زیربخش‌های مختلف شیلات افزایش می‌دهد. در حال حاضر تعداد افراد شاغل در بخش‌های مختلف صنعت شیلات حدود 232707 نفر است^[۱] که افزایش این تعداد و ثبات شغلی آن‌ها مستلزم تولید پایدار و لازمه تولید پایدار، مصرف مداوم آبزیان

در داخل یا صادرات آن‌هاست. بنابراین مصرف (صادرات) آبزیان اثر بسیار مهمی بر اقتصاد خرد و کلان بخش کشاورزی دارد. به همین جهت مطالعه و ارزیابی میزان مصرف آبزیان (صادرات) و عوامل موثر بر آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هم مصرف آبزیان در داخل و هم صادرات آن‌ها به خارج به عنوان دو بازوی مهم به چرخه اقتصاد کشاورزی کمک می‌کنند اما به دو دلیل فوکوس بر روی تدوین برنامه‌هایی جهت افزایش مصرف در داخل اهمیت می‌یابد. دلیل اول که در بالا هم بدان اشاره شد مربوط به نقش مصرف آبزیان در حفظ سلامت مردم است. دلیل دوم مربوط به عدم احتمالی وجود شرایط دائمی صادرات می‌باشد. بدین معنی که اگر در مقطعی به هر دلیل صادرات آبزیان کاهش یافت، مصرف داخل به حفظ تولید و عدم شکست اقتصاد شیلاتی (کشاورزی) کمک موثری خواهد کرد.

برابر آخرین آمار سازمان شیلات، میزان سرانه مصرف آبزیان در کشور ۱۲/۱ کیلوگرم است^[۱]. گرچه این رقم نسبت به سنوات قبل بیشتر شده اما باز هم این مقدار در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته کمتر و یا حتی ناچیز است. این میزان از مصرف سرانه در مقایسه با سایر مواد غذایی پروتئینی که احتمالاً از ارزش تغذیه‌ای کمتری نسبت به آبزیان برخوردارند، بسیار کمتر است. برای مثال سرانه مصرف مرغ در سال ۹۷، ۳۲ کیلوگرم بوده است که تقریباً ۲/۵ برابر سرانه مصرف آبزیان است.

در بین آبزیان و فراورده‌های شیلاتی، میگو از سرانه مصرف بسیار پائینی برخوردار است تا جائیکه ۳۱۸۸۵ تن، یعنی حدود ۵۷ درصد از تولید کل این محصول در سال ۹۷ از کشور به مقاصد مختلف صادر گردید. با توجه به این حجم از صادرات و احتمال عدم وجود شرایط دائمی صادرات، افزایش میزان مصرف میگو در داخل همواره به عنوان مولفه‌ای مهم در جهت حفظ تولید پایدار مطرح است. ضمن اینکه میگو با خواص تغذیه‌ای ارزشمند جز مواد غذایی فراسودمند تلقی می‌شود و مصرف آن در دراز مدت می‌تواند سلامت مردم را تضمین کند. کمبود مصرف سرانه میگو در کشور در مطالعه ریحانی پول و همکاران^[۲] نیز تأیید شد. به گونه‌ای که میزان سرانه مصرف برای جوامع مصرف و آماری به ترتیب اعداد ۴۸۷ و ۹۸/۵ گرم عنوان شد. اخیراً مطالعات گوناگونی در داخل و خارج پیرامون رفتار مصرف‌کنندگان میگو، اولویت‌ها و موانع مصرف انجام و نتایج قابل تاملی ارائه گردیده است^[۳-۴].

یکی از مواردی که لازمه طراحی برنامه‌هایی جهت افزایش سرانه مصرف میگو است، تحلیل کمی بازار خرید و ارتباط میزان خرید با برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه است. بررسی بازار خرید این آبزی و رابطه میزان مصرف با برخی از متغیرهای جمعیت‌شناختی می‌تواند اطلاعات مهمی در اختیار مدیران و دست‌اندرکاران صنعت تولید و عرضه میگو قرار دهد. اینکه مشخص شود مردم سالی چند مرتبه میگو می‌خرند و یا اینکه در هر مرتبه خرید چه میزان میگو را ترجیح می‌دهند، می‌تواند مستقیم و غیرمستقیم در تعیین راهبردهای تولید و عرضه به دست‌اندرکاران و مدیران صنعت میگو کمک کند. برای مثال وقتی مدیران تولید و عرضه بدانند مردم در هر مرتبه خرید چه میزان میگو را ترجیح می‌دهند، می‌توانند وزن بسته‌بندی میگو را به گونه‌ای تنظیم کنند که پاسخگوی نیاز بازار باشند. یا اگر مشخص شود با افزایش سن، سرانه مصرف میگو در کشور به صورت معنی‌داری افزایش می‌یابد یا کاهش، این امر مدیران سلامت را در تعیین سیاست‌های کلی تغذیه جمعیت یاری می‌دهد.

مطالعات متعددی در داخل رابطه بین میزان مصرف آبزیان و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی را بررسی کرده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به مطالعات باقیانی مقدم و همکاران^[۵]، نصرتی و همکاران^[۶]، دادگر و همکاران^[۷]، دوراندیش و همکاران^[۸]، دارایی و همکاران^[۹] و حسینی و همکاران^[۱۰] اشاره کرد. اما در معدود تحقیقاتی به صورت تک محصولی به میگو پرداخته شده است، لذا در مطالعه حاضر به صورت جزئی بر روی میگو تمرکز شده و اطلاعات دفعات و مقادیر هر مرتبه خرید میگو در کشور بررسی و رابطه میزان مصرف با برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ارزیابی گردیده است.

مواد و روش‌ها

جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق حاضر کل کشور است که به صورت تصادفی ۱۰ شهر با حجم نمونه ۱۰۰۰ نفر برای انجام تحقیقات میدانی انتخاب شدند (جدول ۱). مطابق جدول تعداد نمونه در هر شهر متناسب با جمعیت خانوار آن شهر تعیین شده است. برای تکمیل تعداد نمونه ۱۰۰۰ نفری که مصرف کننده باشند، ۴۱۵۰ نفر مورد پرسش قرار گرفتند (ابزار جمع آوری اطلاعات پرسش نامه است). یعنی فقط حدود ۲۴ درصد از جامعه آماری (کل افراد مورد پرسش) مصرف کننده میگو و بیش از ۷۵ درصد دیگر (۳۱۵۰ نفر) تاکنون میگو مصرف نکرده بودند.

در جدول ۲ فراوانی برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه آماری مانند سن، شغل، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و تعداد اعضای خانوار ارائه شده است. همانطور که مشاهده می‌شود با طیف گسترده‌ای از افراد از نظر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه شده که این عامل به دقیق‌تر بودن یافته‌ها منتج خواهد شد.

جدول ۱- تعداد نمونه‌ها در شهرهای مورد مطالعه. تعداد نمونه در هر شهر برحسب درصد جمعیت خانوار آن شهر تعیین شده است.

شهر	تعداد خانوار	درصد	تعداد نمونه
تهران	۲۹۱۱۰۶۵	۵۱/۸	۵۱۸
مشهد	۹۱۴۱۴۶	۱۶/۳	۱۶۳
تبریز	۴۹۷۸۹۸	۸/۹	۸۹
شیراز	۴۷۷۹۱۶	۸/۵	۸۵
کرمانشاه	۲۸۶۴۸۴	۵	۵۰
یزد	۱۵۸۳۶۸	۲/۸	۲۸
بندرعباس	۱۵۲۸۶۲	۲/۷	۲۷
گرگان	۱۱۱۰۹۹	۲	۲۰
ایلام	۵۳۵۸۱	۱	۱۰
بیرجند	۵۷۷۴۵	۱	۱۰
جمع	۵۶۲۱۱۶۴	۱۰۰	۱۰۰۰

جدول ۲- برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه مصرف. این ویژگی‌ها طبقه‌بندی و فراوانی افراد در هر طبقه به صورت درصد بیان شده است.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی (درصد)	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی (درصد)
سن		شغل	
کمتر از ۲۰ سال	۰/۱	آزاد	۴۳
۲۰ تا ۳۵ سال	۴۳/۹	کارمند	۲۷/۹
۳۵ تا ۵۰ سال	۴۰	دانشجو	۷/۹
۵۰ تا ۶۵ سال	۱۴/۵	بیکار	۱۵/۳
۶۵ تا ۸۰ سال	۱/۵	بازنشسته	۵/۹
سطح تحصیلی		رشته تحصیلی	
زیر دیپلم	۱۰	شیلات	۱/۸
دیپلم	۲۰/۹	کشاورزی	۷/۸
کاردان	۶/۷	ریاضی و فنی	۳۴/۳
لیسانس	۳۶/۹	انسانی	۲۲/۵
فوق لیسانس	۲۰/۷	تجربی	۱۹/۲
دکتری	۴/۸	هنر	۴/۳
تعداد اعضای خانوار			
۲ نفر	۴		
۳ نفر	۲۲/۴		
۴ نفر	۳۸/۶		
۵ نفر و بیشتر	۳۵		

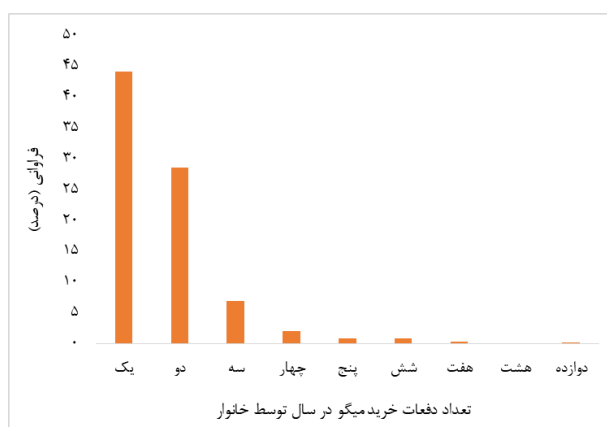
تجزیه و تحلیل آماری

پس از جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تعداد دفعات خرید میگو در خانوار (سالانه) و همچنین مقادیر هر مرتبه خرید از طریق مطالعه میدانی (تکمیل پرسش‌نامه)، این داده‌ها وارد نرم‌افزار SPSS و سپس از خروجی این نرم‌افزار اطلاعات مورد نیاز استخراج شد. پس از محاسبه میزان مصرف میگو در سال برای افراد جامعه مصرف، جهت بررسی وجود ارتباط معنی‌دار بین این مقادیر و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از ضرایب همبستگی اسپیرمن، پیرسون و کرامر (معنی‌داری در سطح ۹۵ درصد) استفاده گردید.

نتایج

تعداد دفعات خرید میگو در سال توسط خانوارهای جامعه مصرف

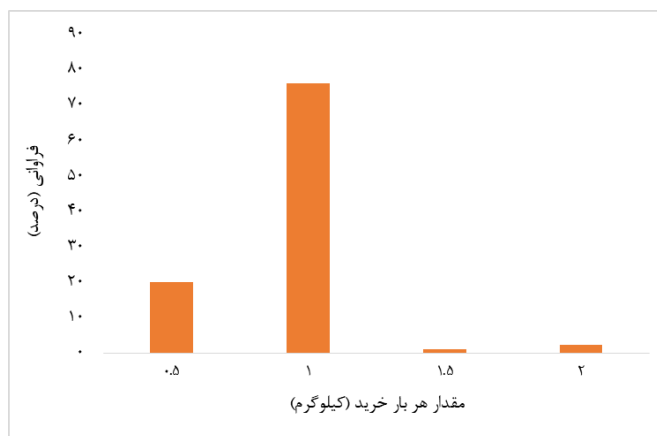
مطابق شکل ۱ بیشتر خانوارهای جامعه مصرف سالی یک و دو مرتبه (به ترتیب ۴۴/۲ و ۲۸/۶ درصد) میگو خریداری می‌کنند. اگرچه خانوارهایی هم در جامعه مصرف بودند که سالی سه تا دوازده مرتبه میگو خریداری می‌کردند اما فراوانی آن‌ها بسیار کم است. بنابر اعداد و ارقام، میانگین تعداد دفعات خرید میگو در سال توسط خانوارهای جامعه مصرف $1/11 \pm 1/71$ مرتبه می‌باشد.



شکل ۱- فراوانی تعداد دفعات خرید میگو در سال توسط خانوار. فراوانی خانوارهایی که در سال یک تا دوازده مرتبه میگو خریداری می‌کنند به صورت درصد بیان شده است.

مقادیر خرید میگو در هر مرتبه خرید توسط خانوار

مطابق شکل ۲ بیشتر خانوارهای جامعه مصرف در هر مرتبه خرید یک (۷۶/۳ درصد) و یا نیم کیلو (۲۰/۲ درصد) میگو خریداری می‌کنند. فراوانی خانوارهایی از جامعه مصرف که در هر مرتبه خرید ۱/۵ یا ۲ کیلوگرم میگو را برای خرید ترجیح می‌دادند، کمتر از ۴ درصد بود. بنابر اطلاعات شکل زیر میانگین مقدار خرید میگو در هر مرتبه خرید $0/26 \pm 0/92$ کیلوگرم می‌باشد.



شکل ۲- فراوانی مقادیر هر مرتبه خرید میگو توسط خانوارهای جامعه مصرف. فراوانی خانوارهایی که در هر مرتبه مراجعه به مراکز خرید نیم تا دو کیلوگرم میگو خریداری می‌کنند به صورت درصد بیان شده است.

رابطه میزان مصرف میگو با برخی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه مصرف

مطابق جدول ۳ و با توجه به مقادیر p-value می‌توان ادعا کرد که رابطه معنی‌داری بین میزان مصرف میگو و متغیرهای سن، شغل و رشته تحصیلی افراد جامعه مصرف وجود ندارد ($p > 0/05$). در ادامه، رابطه بین میزان مصرف و سطح تحصیلات افراد جامعه مصرف معنی‌دار و مثبت (ضریب همبستگی معادل با ۰/۴۰۵) گزارش گردید ($p < 0/05$). تعداد اعضای خانوار ویژگی جمعیت‌شناختی دیگری بود که رابطه میزان مصرف با آن منفی و معنی‌دار (ضریب همبستگی معادل -۰/۳۳۳) عنوان شد ($p < 0/05$).

جدول ۳- رابطه میزان مصرف میگو با برخی از متغیرهای جمعیت‌شناختی. بر حسب نوع متغیر جمعیت‌شناختی از ضرایب همبستگی متناسب استفاده و معنی‌داری روابط بین متغیرها و میزان مصرف در سطح ۹۵ درصد بررسی شده است.

متغیرهای مستقل	نوع آزمون	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری (SIG)
سن	اسپیرمن	۰/۰۲۷	۰/۵۲۹
سطح تحصیلات	پیرسون	۰/۴۰۵	۰/۰۰۰
شغل	کرامر	۰/۰۲۲	۰/۶۴۵
رشته تحصیلی	کرامر	۰/۰۳۱	۰/۴۸۲
تعداد اعضای خانوار	پیرسون	-۰/۳۳۳	۰/۰۰۱

بحث

اینکه در پژوهش حاضر از بین ۴۱۵۰ نفر، ۷۶ درصد یعنی ۳۱۵۰ نفر تاکنون میگو مصرف نکردند یا اینکه بیشتر خانوارهایی که مصرف‌کننده میگو بودند فقط سالی یک مرتبه به سراغ خرید و مصرف این آبی می‌رفتند، به خوبی بیانگر پائین بودن مصرف سرانه این محصول در کشور و عدم جای‌گیری مناسب و کافی این آبی در سبد غذایی خانوارهای ایرانی است. در مطالعات مختلف دلایل متعددی برای این کمبود ارائه شده است که از جمله آن‌ها می‌توان بوی میگو، قیمت بالا و عدم تناسب قیمت با درآمد خانوار اشاره کرد [۲]. البته در کنار این عوامل نباید از نقش آموزش و تبلیغات غافل شد. اگر مدیران صنعت تولید و عرضه میگو و همچنین دست‌اندرکاران حفظ سلامت جمعیت از طرق مختلف (رسانه‌ها، کتب، مجلات و ...) جامعه را از خواص مصرف آبیان بویژه میگو آگاه سازند، حتماً این عامل می‌تواند در افزایش سرانه مصرف موثر واقع گردد.

همچنین در حال حاضر در سطح شهرهای کشور و همچنین رسانه‌های مختلف شاهد تبلیغاتی پیرامون مصرف آبزیان (میگو) نیستیم. قطعاً اگر به صورت جامع به این موارد پرداخته شود، شاهد افزایش سرانه مصرف میگو در داخل خواهیم بود.

مطابق اطلاعات پرسش‌نامه بیش از ۷۵ درصد خانوارهای جامعه مصرف در هر مرتبه خرید، یک کیلوگرم میگو خریداری می‌کنند. اگر مردم در هر مرتبه خرید مقادیر بیش از یک کیلو را ترجیح نمی‌دهند احتمالاً به دلیل قیمت بسیار بالای این محصول است که آن را در طبقه مواد غذایی لوکس قرار داده است. شاید به دلیل عدم تناسب قیمت بسته‌های نیم کیلویی با مقدار محصول (مقرون به صرفه نبودن) مردم گرایش چندانی به خرید مقدار نیم کیلوگرم در هر مرتبه خرید ندارند. با توجه به این موضوع، دست‌اندرکاران و مدیران صنعت تولید و عرضه میگو باید بسته‌بندی میگوها را با تکیه بر سایز یک کیلوگرم طراحی کرده تا بتوانند محصولی مطابق میل جامعه هدف روانه بازار کنند.

از آنجا که میگو غنی از کلسترول است (در هر ۱۰۰ گرم میگو، حدود ۲۰۰ میلی‌گرم کلسترول وجود دارد)، برخی از متخصصین مصرف آن را در سنین بالا صحیح نمی‌دانند و اعتقاد دارند در جامعه با افزایش سن افراد میزان مصرف میگو باید کاهش یابد. در حالیکه بر پایه بسیاری از مطالعات انجام‌شده، با وجود غنی بودن میگو از کلسترول، هیچ دلیلی برای اجتناب از مصرف آن وجود ندارد. بر اساس تحقیقاتی که در دانشگاه راکفلر آمریکا صورت گرفته و به تأیید انجمن متخصصان قلب آمریکا رسیده، کلسترول موجود در میگو باعث افزایش کلسترول خون نمی‌شود. اصولاً مصرف اسیدهای چرب اشباع منجر به افزایش کلسترول خون می‌گردد که این نوع از اسیدهای مضر برای سلامتی در بافت میگو وجود ندارد [۱۱]. فارغ از درستی یا نادرستی نظریات مطرح‌شده، در مطالعه حاضر ارتباط معنی‌داری بین میزان مصرف میگو با متغیر سن وجود نداشت. به این معنی که با افزایش سن در جامعه مورد مطالعه، مصرف میگو به صورت معنی‌دار روند کاهشی و یا افزایشی نداشته است. نتایج مطالعه دادگر و همکاران [۷] در مورد سنجش مصرف آبزیان در استان مرکزی این مورد را تأیید کرد. در پژوهش حسینی و همکاران [۱۰] نیز رابطه معنی‌داری بین دو متغیر سن و مصرف ماهی در شهر ساری یافت نشد. همچنین تحقیق باقیانی مقدم و عیوضی [۵] نشان داد بین سن افراد و میزان مصرف ماهی همبستگی معنی‌داری وجود ندارد.

تحقیق نایگا و همکاران [۱۲] در مورد مصرف ماهی و صدف در آمریکا نشان داد که ارتباط معنی‌داری بین سن و احتمال مصرف (ماهی و صدف) وجود دارد. در تحقیق مایرلند و همکاران [۱۳] نیز گزارش شد با افزایش سن افراد، مصرف آبزیان افزایش می‌یابد. وربک و واکیر [۱۴] که به مطالعه الگوی مصرف ماهی در بلژیک پرداختند، گزارش کردند که مصرف ماهی در بین زنان با توجه به توصیه‌های سلامت بیشتر است و نرخ مصرف در بین آن‌ها با افزایش سن افزایش می‌یابد. تحلیل ضیایی و همکاران [۱۵] پیرامون بررسی مولفه‌های موثر بر مصرف ماهی تازه در ایران نشان داد که با افزایش سن، احتمال مصرف ماهی تازه افزایش می‌یابد. در پژوهش دارایی و همکاران [۹] عنوان شد که رابطه معنی‌داری بین سن افراد و مصرف میگو وجود دارد. هرمان و همکاران [۱۶] وجود رابطه معنی‌دار بین سن و فراوانی خرید غذاهای دریایی را در شمال شرق آمریکا تأیید کردند. در مطالعه بوس و براون [۱۷] سن افراد در مناطق ساحلی ویکتوریا (استرالیا) از عواملی بود که به طور معنی‌داری بر رفتار مصرف غذای دریایی اثر داشت. تروندسن و همکاران [۱۸] طی تحقیقی گزارش کردند که با افزایش سن در زنان نروژی، مصرف غذاهای دریایی افزایش می‌یابد. در مطالعه اردوگان و همکاران [۱۹] فراوانی مصرف‌کنندگان غذاهای دریایی و فراوانی مصرف با افزایش سن مصرف‌کنندگان (جامعه آماری استانبول) متناسب بود. وانگ [۲۰] در بررسی مصرف ماهی آزاد در کشور چین به این نتیجه رسید که سطوح سنی و سطوح مصرف ماهی با هم ارتباط معنی‌داری دارند. نصرتی و همکاران [۶] در پژوهشی که عوامل موثر بر مصرف ماهی در شهر تبریز را مورد ارزیابی قرار داد، گزارش کردند که افزایش سن سرپرست خانوار احتمال فرارگرفتن این خانوارها را در زمره خانوارهای با مصرف بالاتر ماهی افزایش می‌یابد. در برخی دیگر از مطالعات مانند اولسن [۲۱] و واسکنسلوس [۲۲] بر خلاف تحقیق حاضر وجود رابطه مثبت بین سن و مصرف آبزیان تأیید شده است.

مطابق نتایج مطالعه حاضر، رابطه بین میزان مصرف میگو و سطح تحصیلات افراد جامعه مصرف معنی‌دار و مثبت بود. این امر تا حد زیادی بدیهی و قابل توجیه می‌باشد. با افزایش سطح تحصیلات به احتمال زیاد آگاهی افراد پیرامون تغذیه سالم و نقش آبزیان در حفظ سلامتی بیشتر می‌شود که این عامل موجب افزایش میزان مصرف می‌گردد. در مطالعه ضیایی و همکاران^[۱۵] عنوان شد که افزایش سطح سواد سرپرست و همسر، تاثیر مثبت و معنی‌داری بر مصرف ماهی دارد. پژوهش‌های دادگر و همکاران^[۷]، آکینید و دیپلو^[۲۳] و کن و همکاران^[۲۴] نیز نشان دادند بین میزان مصرف آبزیان (ماهی) و سطح تحصیلات رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. تحقیقات مایرلند و همکاران^[۱۳] و دارایی و همکاران^[۹] در این زمینه، نتیجه تحقیق حاضر را تأیید کردند. کوهبر^[۲۵] طی مطالعه‌ای گزارش کرد سطح تحصیلات سرپرست خانوار بر مصرف غذاهای دریایی تاثیرگذار است. ساین و همکاران^[۲۶] در مطالعه عوامل موثر بر تصمیمات خانوار به مصرف ماهی در کشور ترکیه به این نتیجه رسیدند که سطح تحصیلات افراد بر تصمیم به خرید و مصرف ماهی موثر هستند. پژوهش‌های باقیانی مقدم و عیوضی^[۵] و حسینی و همکاران^[۱۰] بر خلاف تحقیق حاضر نشان دادند که رابطه معنی‌داری بین میزان مصرف ماهی و سطح تحصیلات وجود ندارد.

شغل افراد، ویژگی جمعیت‌شناختی دیگری بود که مشخص شد با میزان مصرف میگو رابطه معنی‌داری ندارد. در باور عموم و تصور، نوع شغل به واسطه اثری که بر سطوح مختلف زندگی فرد از جمله شرایط اقتصادی، فرهنگی و ... دارد، می‌بایست با میزان مصرف میگو ارتباط داشته باشد اما در این تحقیق چنین چیزی ثبت نشد. در تحقیق دادگر و همکاران^[۷] نیز رابطه معنی‌داری بین نوع شغل و مصرف آبزیان گزارش نشد.

پترنیا و همکاران^[۲۷] طی مطالعه‌ای با عنوان "مصرف ماهی و ارتباط آن با عوامل اقتصادی و اجتماعی" در روسیه گزارش کردند که داشتن شغل دائمی بر میزان مصرف ماهی موثر است. باقیانی مقدم و عیوضی^[۵] در تحقیقی پیرامون بررسی علل مرتبط با عدم مصرف ماهی به میزان توصیه‌شده سازمان جهانی بهداشت در خانوارهای شهر جوانرود گزارش کردند رابطه بین شغل و مصرف ماهی معنی‌دار است به گونه‌ای که میزان مصرف در کارمندان بیشتر از کارگران و افراد بیکار می‌باشد. برخی دیگر از مطالعات مانند دوراندیش و همکاران^[۸] و حسینی و همکاران^[۱۰] نیز وجود ارتباط معنی‌دار بین میزان مصرف ماهی (آبزیان) و نوع شغل را تأیید کردند. در مطالعه حسینی و همکاران^[۱۰] مشخص شد که میزان مصرف ماهی در افراد بازنشسته بیشتر از افراد کارمند است و دلیل احتمالی آن خواص درمانی درک‌شده توسط افراد بازنشسته عنوان گردید. در پژوهش پیش رو، رابطه معنی‌داری بین میزان مصرف میگو و رشته تحصیلی افراد جامعه مصرف وجود نداشت. در حالیکه که حدود ۳۰ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای رشته‌های کشاورزی، شیلات و تجربی بوده‌اند که قاعدتا اطلاعات آن‌ها پیرامون خواص غذایی آبزیان بیش از سایر رشته‌های تحصیلی است. در پژوهش دادگر و همکاران^[۷] نیز رابطه معنی‌داری بین میزان مصرف آبزیان (در استان مرکزی) و رشته تحصیلی افراد ثبت نشد.

در این تحقیق رابطه بین میزان مصرف میگو و تعداد اعضای خانوار منفی و معنی‌دار بود. به این معنی که با افزایش تعداد اعضای خانوار فرد مورد پرسش، میزان مصرف روند کاهشی داشته است. یافته حسینی و همکاران^[۱۰] این موضوع را تأیید کرد. بر خلاف مطالعه حاضر، نتایج تحقیقات ضیایی و همکاران^[۱۵]، مایرلند و همکاران^[۱۳]، تروندسن و همکاران^[۱۸]، آکینید و دیپلو^[۲۳] و کن و همکاران^[۲۴] (۲۰۱۵) نشان داد که اندازه خانوار اثر مثبت و معنی‌داری بر میزان مصرف آبزیان دارد.

نتیجه‌گیری کلی

در تحقیق حاضر متوسط دفعات خرید میگو در سال توسط خانوارهای جامعه مصرف کمتر از دو ($1/71 \pm 1/11$) مرتبه و میانگین مقادیر هر مرتبه خرید کمتر از یک ($0/92 \pm 0/26$) کیلوگرم بوده است. در جامعه مورد بررسی ارتباط معنی‌داری بین میزان مصرف میگو و متغیرهای سن، شغل و رشته تحصیلی افراد یافت نشد. اما میزان مصرف میگو با متغیرهای سطح تحصیلات و تعداد اعضای خانوار دارای روابط معنی‌داری (به ترتیب روابط مثبت و منفی) بود.

تقدیر و تشکر

محققین مطالعه حاضر بر خود لازم می‌دانند از دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان جهت تامین هزینه‌های مالی مرتبط با بخش‌های میدانی پژوهش تقدیر و تشکر به عمل آورند.

تائیدیه‌های اخلاقی

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

تعارض منافع

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

سه‌م نویسندگان در مقاله

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

منابع مالی / حمایت‌ها

این تحقیق با حمایت مالی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان انجام شده است.

منابع

- 1- Yearbook of the Iranian Fisheries Organization. Deputy of Planning and Resource Management. Planning and Budget Office. 2018.
- 2- Reyhani Poul, S., Alishahi, A., Adeli, A., Nargesian, A., and Ojaq, M. Study of behavior, priorities and barriers of shrimp consumers in Iran. Iranian scientific fisheries journal. 2019b; 28(6): 35-47 [In Persian].
- 3- Ghifarini, A. F., Sumarwan, U., and Najib, M. Application of theory of planned behavior in shrimp consumer behavior analysis. Independent journal of management & production. 2018; 9(3): 984-1001.
- 4- Reyhani Poul, S., Alishahi, A., Adeli, A., Nargesian, A., and Ojaq, M. Study and assessment of the behavior of shrimp consumers in Iran based on the theory of planned behavior. Journal of food science and technology. 2019a; 90(16): 65-77 [In Persian].
- 5- Baghyani Moghadam, M.H., and Eivazi, S. Investigation of factors related to lack of using fish at the recommended amount by WHO in families of Javanrood (western Iran) according to model goal-directed behavior (MGB) in 2006. Scientific journal of Ilam university of medical sciences. 2011; 19(1): 39-45 [In Persian].
- 6- Nosrati, Sh., Hayati, B., Pishbahar, S., and Mohammadrezai, R. Analysis of effective factors on fish meat consumption behavior among households in Tabriz. Journal of agricultural economics and development. 2013; 27(3): 230-241 [In Persian].
- 7- Dadgar, Sh., Salehi, H., Hajimirrahimi, S.D., and Teimoori, M. Measuring of per capita fish consumption and assessing barriers and development strategies for consumption in Markazi Province. Iranian scientific fisheries journal. 2014; 23(4): 17-28 [In Persian].
- 8- Durandish, A., Hosseinzad, M., and Nematollahi, Z. Investigation of factors affecting fish consumption in Mashhad. Journal of agricultural economics and development. 2015; 9(4): 197-219 [In Persian].
- 9- Darai, Sh., Fekrandish, H., and Marmazi, S. Investigating the behavior and awareness of Bushehr citizens regarding the consumption of wild and farmed shrimp. Msc thesis. Bushehr Kherad Higher Education Institute. 2015 [In Persian].
- 10- Hosseini, M., and Adeli, A., and Vahedi, M. Evaluation of factors and barriers affecting fish consumption per capita in Sari. Iranian journal of natural resources. 2016; 69(3): 341-350 [In Persian].
- 11- Krauss, R. M., Eckel, R. H., Howard, B., Appel, L. J., Daniels, S. R., Deckelbaum, R. J., ... & Lichtenstein, A. H. AHA scientific statement: AHA dietary guidelines: revision 2000: a statement for healthcare

- professionals from the Nutrition Committee of the American Heart Association. *Journal of nutrition*. 2001.
- 12- Nayga, R. M., and Capps, O. Factors affecting the probability of consuming fish and shellfish in the away from home and at home markets. *Journal of agricultural and applied economics*. 1995; 27(1): 161-171.
- 13- Myrland, Ø., Trondsen, T., Johnston, R. S., and Lund, E. Determinants of seafood consumption in Norway: lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption. *Food quality and preference*. 2000; 11(3): 169-188.
- 14- Verbeke, W., & Vackier, I. Individual determinants of fish consumption: application of the theory of planned behaviour. *Appetite*. 2005; 44(1): 67-82.
- 15- Ziaee, S., Samare Hashemi, Kh., and Samare Hashemi S.A. Investigation of factors affecting fresh fish consumption in Iran. *Iranian scientific fisheries journal*. 2017; 26(3): 119-129 [In Persian].
- 16- Herrmann, R. O., Rauniyar, G. P., Hanson, G. D., and Wang, G. Identifying frequent seafood purchasers in the Northeastern US. *Agricultural and resource economics review*. 1994; 23(2): 226-235.
- 17- Bose, S., and Brown, N. A preliminary investigation of factors affecting seafood consumption behaviour in the inland and coastal regions of Victoria, Australia. *International journal of consumer studies*. 2000; 24(4): 257-262.
- 18- Trondsen, T., Braaten, T., Lund, E., and Eggen, A. E. Health and seafood consumption patterns among women aged 45–69 years. A Norwegian seafood consumption study. *Food quality and preference*. 2004; 15(2): 117-128.
- 19- Erdoğan, B. E., Mol, S., and Coşansu, S. Factors influencing the consumption of seafood in Istanbul, Turkey. *Turkish journal of fisheries and aquatic sciences*. 2011; 11(4): 631-639.
- 20- Wang L. Consumption of Salmon: A survey of supermarkets in China. M.Sc Thesis. Department of Economics and Management. Norwegian College of Fishery Science. University of Tromsø. Norway. 162 P. 2003.
- 21- Olsen, S. O. Understanding the relationship between age and seafood consumption: the mediating role of attitude, health involvement and convenience. *Food quality and preference*. 2003; 14(3): 199-209.
- 22- Vasconcellos, J. P., Vasconcellos, S. A., Pinheiro, S. R., de Oliveira, T. H. N., Ribeiro, N. A. S., Martins, C. N., ... & de Carvalho Balian, S. Individual determinants of fish choosing in open-air street markets from Santo André, SP/Brazil. *Appetite*. 2013; 68, 105-111.
- 23- Akinbode, S. O., & Dipeolu, A. O. Double-hurdle model of fresh fish consumption among urban households in South-West Nigeria. *Current research journal of social sciences*. 2012; 4(6): 431-439.
- 24- Can, M. F., Günlü, A., and Can, H. Y. Fish consumption preferences and factors influencing it. *Food science and technology*. 2015; 35(2): 339-346.
- 25- Kuhbar, M. Analysis of consumer behavior in seafood demand. *Journal of marine science and technology*. 2017.
- 26- Sayin, C., Emre, Y., Mencet, M. N., Karaman, S., & Tascioglu, Y. Analysis of factors affecting fish purchasing decisions of the household: Antalya district case. *Journal of animal and veterinary advances*. 2010; 9(12): 1689-1695.
- 27- Petrenya, N., Dobrodeeva, L., Brustad, M., Bichkaeva, F., Menshikova, E., Lutfaliev, G. and Odland, J. Ø. Fish consumption and socio-economic factors among residents of Arkhangelsk city and the rural Nenets autonomous area. *International journal of circumpolar health*. 2011; 70(1): 46-58.

Shrimp purchase quantities in the market and the relationship between consumption amount and some of demographic characteristics

Soheyl Reyhani Poul¹, Afshin Adeli¹, Alireza Alishahi^{1*}

1- Fisheries Department, Fisheries & Ecology Faculty, Gorgan University of Agricultural Sciences & Natural Resources, Gorgan, Iran

ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate the purchase amount of shrimp in the market and the relationship between consumption amount and some of demographic characteristics. The statistical population of this study is the whole country that 10 cities including Mashhad, Tehran, Tabriz, Birjand, Kermanshah, Gorgan, Yazd, Bandar Abbas, Ilam and Shiraz were randomly selected and a total 1000 questionnaires were completed by citizens proportionate to the household population of the studied cities. In order to evaluate the number of shrimp purchases per year as well as the amount of each purchase, from the output of SPSS software and to investigate the existence of a significant relationship between consumption amount and demographic characteristics, correlation tests were used. According to the results the number of times shrimp were bought by the household varied from one to twelve times a year (average 1.71 ± 1.11). 44.2% of households of the consumption society bought shrimp once a year and 28.6% of them bought shrimp twice a year. It was further found that the amount of shrimp purchased by household varies from 0.5 to 2 kg per purchase (average 0.92 ± 0.26 kg). While 76.3% of households of the consumption society purchase one kilogram of shrimp in per purchase. According to the findings, consumption amount had no significant relationship with the age, job and field of study variables ($p > 0.05$). But the relationship between this index with the education level and number of household members variables was significant ($p < 0.05$).

KEYWORDS: Shrimp, Purchase amount, Age, Education level, Number of household members

ARTICLE TYPE

Original Research

ARTICLE HISTORY

Received:

Accepted:

ePublished:

* Corresponding Author:

Email address: alishahi@gau.ac.ir

Tel:

© Published by Tarbiat Modares University

eISSN:2476-6887 pISSN:2322-5513