مطالعه رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف کننده میگو در کشور

سیه سیاه پول، علیرضا عالیشاهی، افشنی عادی، عباس نرگسیان، سید مهدی اجاق

afshinadeli@gau.ac.ir

1- گروه آموزشی فراوری محصولات شیلاتی، دانشگاه شیلات و محیط زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، ایران
2- گروه آموزشی مدیریت، دانشگاه تهران، پژوهشکده تهران، ایران

تاریخ دریافت: تیر 1398
تاریخ پذیرش: شهریور 1398
تاریخ پذیرش: شهریور 1398

چکیده
برنامه‌ریزی برای افزایش سرانه مصرف میگو در کشور، مانند هر ماه، غذایی دیگر، بدون بررسی رفتار مصرف کننده‌گان و شناخت آنان، علاوه بر سیاست‌های آن‌ها می‌باشد. هدف از تحقیق حاضر تیز ارزیابی اولویت‌های مصرف کننده‌گان میگو و مواد مصرف آن‌ها در کشور است. جامعه آماری تحقیق، کل کشور است که به صورت نمونه‌گیری تصادفی 10 شهر انتخاب و تعداد 1000 پرسشنامه متناسب با جمعیت شهرهای مورد نظر تکمیل شد. اطلاعات پرسشنامه به نرمافزار SPSS منتقل و تهیه و تجزیه، انسجام و سایکل‌های وام‌کاری و مشخصه‌های اولویت‌ها از آن‌ها به استفاده از آزمون فریدمان مشخص گردید. نتایج نشان داد که سه اولویت نخست مصرف کننده‌گان برای غذای مصرف میگو، کیفیت، بسته بندی و سوابق تجربی است. ترتیب سایر اولویت‌ها به صورت: باهویت مثبت و منفی، نوی عرضه و فروآوری، چیت، ضروریت، راحتی رخت، باشم مصرف کننده و زمان مصرف تعیین شد. اولویت اول جامعه مصرف در مورد شاخص‌های کیفیت، بسته بندی، باهویت مثبت و منفی و انواع عرضه و فراوری بترین پایه نمادی، آژندی (پرداخت‌هایی) و میگویی سوغاتی (بسته‌بندی) بود. بررسی مواد مصرف این محصول در کشور نشان داد که گرانی‌سایر میگویی پیوسته و عدم تناسب قیمت با درآمدهای کاربرین بر پایه نسبت خرید و مصرف این آن‌ها در ایران هستند. در این تحقیق، سرانه مصرف برای جامعه آماری 400 و پاییز جامعه مصرف 200 گرم محاسبه شد. با توجه به نتایج، دست‌اندرکاران قرار دادند به عرضه میگو به مطابق افزایش سرانه مصرف این آن‌ها به فعالیت‌های خود را پرورش دهند.

لغات کلیدی: میگو، کیفیت، بسته بندی، سوابق تجربی، رفتار مصرف کننده

تویینده مستند

35
مطالعه رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف کنندگان

ریحانی پول و همکاران

مقدمه

با وجداد ارزش قناعت بلات میگو، سرانه مصرف آن در ایران بسیار پایین است طبیعته بخش ویژه میگو تویلی، هرساله صاد می‌شود. بنابر گزارش سازمان شیلات، در سال 1395 از 780 هزار دار مصرف گردیده است (سانهام آماری سازمان شیلات، ۱۳۹۵). از این استاد و ارقام بیهویت می‌توان به کمی سرانه مصرف میگو در کشورتای چه حداً تایین است. این انتخاب به منظور ایده‌ها تحقیقی تغییر شده است. مطالعه‌ای که به منظور بررسی میزان مصرف میگو متغیراتی از جمله شرکت انجام گرفت، نشان داد 22 دوخت آنها نیز در سال بهزیستی میگو مصرف گردیده‌اند، بلکه تمامی نیز تعیین می‌کنند. به عنوان مثال مصرف طبیعتی بین متخصصان شرکت انجام افزایش می‌شود است. مطالعه‌ای که به منظور بررسی میزان مصرف میگو در سال مورد نظر و وقت 14 درصد آنها از آن میگو در سال مصرف می‌کنند (صالحی، 1389). اخیراً رقم سرانه مصرف در ایران (سال 1397) 1000/03 می‌گردد. این رقم که حالاً در مقاله بر نقشه ویژه سال می‌گذار. (FAO، 2019) (پایگاه دیجیتال FAO) (پایگاه دیجیتال FAO).

مواد و روش کار

مطالعه نارضایت از نظر نوع و ماهیت، پژوهشی- تحلیلی و از منظر هدف از نوع مطالعات کاربردی در سطح کشور محصول می‌شود. بر اساس تصمیمات مربوط خصوصی گزارش بایستی بر مصرف و همچنین موانع خرید میگو تشکیل و در قالب یک پرسشنامه، تنظیم و بر اساس طبقه بندی گزارش‌ها انجام گرفت. از جمله فرضیه‌ها که شرکت کننده 1. Likert scale
2. Cronbach's alpha
3. Cochran

1. Likert scale
2. Cronbach's alpha
3. Cochran
نتایج

در جدول ۱ تفکیک پرسشنامه بر حسب تعداد خانوار بین شهرهای منتخب شده است. مطابق جدول، طرف گسترده‌ای از نظر تمام شاخص‌های جمعیت‌شناسی برای مصاحبه انتخاب شده‌اند که این عامل اعتبار تحقیق را افزایش و از طریق آن می‌کاهد.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی جامعه مصرف در جدول ۲ ویژگی‌های جمعیت‌شناسی جامعه مصرف ارائه شده است. موارد موجود از نظر تعداد خانوار در آمده‌اند.

<table>
<thead>
<tr>
<th>شماره</th>
<th>تعداد خانوار</th>
<th>درصد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تهران</td>
<td>۲۹۱۱۰۶۵</td>
<td>۵۱/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>مشهد</td>
<td>۹۱۴۱۴۶</td>
<td>۱۶/۳</td>
</tr>
<tr>
<td>تبریز</td>
<td>۴۹۷۸۹۸</td>
<td>۸/۹</td>
</tr>
<tr>
<td>شیراز</td>
<td>۴۳۹۹۱۶</td>
<td>۸/۵</td>
</tr>
<tr>
<td>کرمان</td>
<td>۲۸۶۴۸۴</td>
<td>۵</td>
</tr>
<tr>
<td>یزد</td>
<td>۱۵۸۳۸۴</td>
<td>۲/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>بندرعباس</td>
<td>۱۵۳۸۴۲</td>
<td>۲/۷</td>
</tr>
<tr>
<td>گرگان</td>
<td>۱۱۱۰۹۹</td>
<td>۲</td>
</tr>
<tr>
<td>ایلام</td>
<td>۵۳۸۸۱</td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td>پیشنظر</td>
<td>۵۷۷۴۶۵</td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع</td>
<td>۱۰۰۰۰۹۶۴</td>
<td>۱۰۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>شهر</th>
<th>تعداد خانوار</th>
<th>درصد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تهران</td>
<td>۲۹۱۱۰۶۵</td>
<td>۵۱/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>مشهد</td>
<td>۹۱۴۱۴۶</td>
<td>۱۶/۳</td>
</tr>
<tr>
<td>تبریز</td>
<td>۴۹۷۸۹۸</td>
<td>۸/۹</td>
</tr>
<tr>
<td>شیراز</td>
<td>۴۳۹۹۱۶</td>
<td>۸/۵</td>
</tr>
<tr>
<td>کرمان</td>
<td>۲۸۶۴۸۴</td>
<td>۵</td>
</tr>
<tr>
<td>یزد</td>
<td>۱۵۸۳۸۴</td>
<td>۲/۸</td>
</tr>
<tr>
<td>بندرعباس</td>
<td>۱۵۳۸۴۲</td>
<td>۲/۷</td>
</tr>
<tr>
<td>گرگان</td>
<td>۱۱۱۰۹۹</td>
<td>۲</td>
</tr>
<tr>
<td>ایلام</td>
<td>۵۳۸۸۱</td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td>پیشنظر</td>
<td>۵۷۷۴۶۵</td>
<td>۱۰</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع</td>
<td>۱۰۰۰۰۹۶۴</td>
<td>۱۰۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>جنسیت</th>
<th>محل تولد</th>
<th>فراوانی (درصد)</th>
<th>ویژگی‌های جمعیت‌شناسی (اعداد بر حسب درصد)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مرد</td>
<td>منطقه‌ساحلی</td>
<td>۶/۱</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>زن</td>
<td>منطقه‌ غیرساحلی</td>
<td>۳/۸</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>سن ۴۳۰۱</td>
<td>درآمدهای خانوار</td>
<td>۱/۵</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>وضعیت تاهل</th>
<th>فراوانی (درصد)</th>
<th>ویژگی‌های جمعیت‌شناسی (اعداد بر حسب درصد)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>معزول</td>
<td>۴/۳</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>بازنشسته</td>
<td>۱۵/۳</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>بازنشسته</td>
<td>۵/۲</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>ترکیب غلی</th>
<th>فراوانی (درصد)</th>
<th>ویژگی‌های جمعیت‌شناسی (اعداد بر حسب درصد)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>زیر دیپلم</td>
<td>۱۰</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>دیپلم</td>
<td>۳/۹</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسی</td>
<td>۳/۹</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
<tr>
<td>کارشناسی</td>
<td>۳/۹</td>
<td>پیش‌نظر از ۴ میلیون تومان (۷/۴)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
موارد رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف کننده‌گان...

ریحانی پول و همکاران

بسته‌بندی و سوالی تجربی. ترتیب سایر اولویت‌ها در این جدول ارائه شده است.

ترتیب اولویت‌های جامعه مصرف برای خرد و مصرف میگو

همانطوری که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، سه اولویت نخست جامعه مصرف برای خرد و مصرف میگو عبارتند از کیفیت، طعم و طزس. ثبض ثؼسی وٝ زض ٔػطف وٙٙسٌبٖ ٔیٍٛ، پطضً٘ ٔطبٞسٜ ضس (ضتجٍ 2)، ٔػطف ٔیٍٛ ثٝ زِیُ اضظش غصایی ثبلای ایٗ آثعی ثٛز.

جدول ۳: رتبهبندی عوامل موثر بر مصرف میگو

| شماره | تحقیقی | ترتیب بر حسب نام متغیر میانگین | نام عامل | مقدار
|-------|---------|---------------------------------|---------|---------|
| ۱     | احتمال بالاترین اولویت | فریدمن | رتبه | 5\(/\) | L
| ۲     | ۴\(/\) | G | ۳\(/\) | H | ۰\(/\) | I | ۴\(/\) | M | ۵\(/\) | N | ۶\(/\) | E | ۷\(/\) | F | ۸\(/\) | D | ۹\(/\) | J |
| ۱۰    | ۸\(/\) | ۹\(/\) | ۱۰\(/\) |

ثبتگذاری: میگو

و موانع مصرف کننده

در این جدول ۴ اولویت شده است. اولویت به ترتیب: فروش مصرف، قیمت، نوع خرده و طعم.

طبقات مصرف کننده سوال و مشخص شد اولویت اول خردالان بسته‌هایی با سایز ۲۶۵-۵۰۰ گرم است (جدول 4).

کیفیت

سپاسی تجربی

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که اولویت مصرف کننده پیامن سوالی تجربی، علاقه مندی آنها به مصرف میگو است. بطوریکه فقط ۶۴٪ درصد جامعه مصرف در پاسخ به میان تحقیقی با انتخاب کردن بهترین کیفیت میگو. طعم و تخفیف میگو که در جدول ۴ اولویت نخست آنها میگویی با سایز بزرگ (۲۸-۳۸ عدد در یک کیلوگرم) است (جدول ۴).

بسته‌بندی

سیاست‌ها در تلاش برای کاهش مصرف میگو که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. پویایی مصرف کننده‌ها درباره میگو برجسته‌تر بود (۸\(/\) ۲\(/\) ۸\(/\) درصد پایش‌دهنده‌گان در پاسخ به این سوال که "چه میزان به میگو می‌مصرف می‌دهید؟" گفته زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کردن. باور به بعدی که در مصرف کننده میگو، برگر مشارکت شده در کشور میگو به جمله اولیه بود. مصرف میگو به دلیل ارزش غذایی بالای این ابزار.

جدول ۳: ترتیب اولویت‌ها برای خرد و مصرف میگو

| شماره | سوالی | ترتیب بر حسب عدد
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱</td>
<td>اولویت</td>
<td>۵(/)</td>
</tr>
<tr>
<td>۲</td>
<td>۴(/)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۳</td>
<td>۳(/)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۴</td>
<td>۲(/)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۵</td>
<td>۱(/)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

کیفیت

پژوهش نشان داد که اولویت سایر عوامل موثر بر مصرف میگو به ترتیب: فروش، قیمت و نوع معده است.
جدول 4: اولویت‌های جامعه مصرف از نظر شاخص‌های بررسی کیفیت، بسته‌بندی، سوالی تجربی و باورهای مثبت و منفی

Table 4: Priorities of the consumption society about indicators of assessment of quality, packaging, experimental records and positive and negative beliefs

<table>
<thead>
<tr>
<th>آمار</th>
<th>سوالی</th>
<th>تجربی</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
<th>باورهای مختلف</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>حاکمیت</td>
<td>۲/۸۰</td>
<td>۳/۲۶</td>
<td>۳/۵۷</td>
<td>۳/۴۹</td>
<td>۲/۷۴</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۶۹</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>صحت</td>
<td>۳/۵۷</td>
<td>۳/۴۹</td>
<td>۳/۷۴</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>قابل‌استفاده</td>
<td>۳/۴۹</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>جواهریت</td>
<td>۳/۷۷</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>قابل‌توجه</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
<td>۳/۸۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ورزشی ۳/۲۰۱۳ پاسخ‌ده‌اندگان گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده‌اند. همین‌طور درصد برای میکوپرورشی ۴/۸ بوده‌اند. جامعه مصرف از نظر شاخص‌های بررسی کیفیت، بسته‌بندی، سوالی تجربی و باورهای مثبت و منفی به این صورت که: ۲/۲۱ درصد پاسخ‌ده‌اندگان در جواب این سوال که " آیا لزوم میکوپرورشی شما می‌شود?" گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده‌اند. در پژوهش حاضر، باور وحشی و پرورشی بودن میکوپرورشی و دستگاه‌های میکوپرورشی (درایبی) را به نوع پروپزی آن ترجیح دادند. بطوریکه در پاسخ به سوال مثبت ان جواب مثبت باورهای به میکوپرورشی بودن.

۳۹
جدول ۵: اولویت‌های جامعه مصرف پیرامون سایه‌های میگو

<table>
<thead>
<tr>
<th>رتبه بر حسب مقادیر</th>
<th>رتبه بر حسب ادای اولویت</th>
<th>رتبه بر حسب میانگین</th>
<th>نام</th>
<th>سایز میگو</th>
<th>کلام</th>
<th>متغیر</th>
<th>(عدد در گیلوگرم)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>रیحانی پول و همکاران</td>
<td>مطالعه رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف-کننده‌ها</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/018</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول ۶: اولویت‌های مصرف-کننده‌های پیرامون سایز و وزن سبیه‌های میگو

<table>
<thead>
<tr>
<th>رتبه بر حسب مقادیر</th>
<th>رتبه بر حسب ادای اولویت</th>
<th>رتبه بر حسب میانگین</th>
<th>نام</th>
<th>سایز وزن</th>
<th>کلام</th>
<th>متغیر</th>
<th>(سته‌گرم)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>रیحانی پول و همکاران</td>
<td>مطالعه رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف-کننده‌ها</td>
<td></td>
<td></td>
<td>0/135</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول ۷: ترکیبات جامعه مصرف پیرامون انواع عرضه و فروآوری

<table>
<thead>
<tr>
<th>اولویت</th>
<th>رتبه بر حسب مقادیر</th>
<th>رتبه بر حسب ادای اولویت</th>
<th>رتبه بر حسب میانگین</th>
<th>نام</th>
<th>انواع عرضه و فروآوری</th>
<th>کلام</th>
<th>متغیر</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>रیحانی پول و همکاران</td>
<td>مطالعه رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف-کننده‌ها</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**توجه عرضه و فروآوری میگو**: 
جدول ۷ اولویت‌های جامعه مصرف پیرامون نوع عرضه و فروآوری میگو را نشان می‌دهد. مطالعه این جدول، نوع سوخت‌های میگو به صورت معمول در بیشترین معیاری در بین انواع سبیه‌ها می‌باشد. درصد افراد در پایان به میزان علاقه به میگوی سه‌بخشی، گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده‌اند. ترکیب اولویت‌های سایر انواع در جدول ۷ ارائه شده است.

نتیجه‌گیری:
گزارش کم جامعه مصرف پیرامون به میگوی سه‌بخشی است.

**جدول ۸: ترکیبات جامعه مصرف پیرامون انواع عرضه و فروآوری**

<table>
<thead>
<tr>
<th>اولویت</th>
<th>رتبه بر حسب مقادیر</th>
<th>رتبه بر حسب ادای اولویت</th>
<th>رتبه بر حسب میانگین</th>
<th>نام</th>
<th>انواع عرضه و فروآوری</th>
<th>کلام</th>
<th>متغیر</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>रیحانی پول و همکاران</td>
<td>مطالعه رفتار، اولویت‌ها و مواد مصرف-کننده‌ها</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
جدول 8: رتبه‌بندی موانع مصرف میگو در جامعه

<table>
<thead>
<tr>
<th>مشکلات و تَنْگَنَه‌ها</th>
<th>میزان تَنْگَنَه</th>
<th>درجه تریب بالاترین اولوت</th>
<th>مقدار فردی میگو</th>
<th>رتبه بحسیب آزادی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>قیمت بالای میگو</td>
<td>B1</td>
<td>15/9/6</td>
<td>1</td>
<td>41/11</td>
</tr>
<tr>
<td>نیز میگو در اکثر اولوت‌های بارز (دسترسی سنگین)</td>
<td>B2</td>
<td>9/6/9</td>
<td>6</td>
<td>42/12</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم سازگاری با نفت ایزاتی خانواده</td>
<td>B3</td>
<td>11/10</td>
<td>5</td>
<td>43/13</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم آشنایی با فواید میگو و خواص آنها</td>
<td>B4</td>
<td>12/10</td>
<td>12</td>
<td>44/14</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم وقوع بیماری خون‌ریز در نزدیک محل سکونت</td>
<td>B5</td>
<td>15/9/5</td>
<td>3</td>
<td>45/15</td>
</tr>
<tr>
<td>محل کار</td>
<td>B6</td>
<td>9/2/8</td>
<td>6</td>
<td>46/16</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم آشنایی با زیست‌نامه‌ها</td>
<td>B7</td>
<td>7/2/0</td>
<td>7</td>
<td>47/17</td>
</tr>
<tr>
<td>اثر عمومی علیه مصرف میگو</td>
<td>B8</td>
<td>6/2/2</td>
<td>8</td>
<td>48/18</td>
</tr>
<tr>
<td>مشکلات تغییراتی مصرف در منزل (فاساد سریع)</td>
<td>B9</td>
<td>5/1/1</td>
<td>9</td>
<td>49/19</td>
</tr>
<tr>
<td>نبود پیشنهاد مناسب در مراکز فروش فلز</td>
<td>B10</td>
<td>11/9/7</td>
<td>10</td>
<td>50/20</td>
</tr>
<tr>
<td>هزینه مؤثر</td>
<td>B11</td>
<td>14/5/9</td>
<td>11</td>
<td>51/21</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم تعلیم که میگو یا درآمد</td>
<td>B12</td>
<td>13/1/5</td>
<td>12</td>
<td>52/22</td>
</tr>
<tr>
<td>عدم آشنایی علیه فردسال مصرف میگو</td>
<td>B13</td>
<td>16/4/1</td>
<td>13</td>
<td>53/23</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود کلفت‌های فنی در محل مصرف</td>
<td>B14</td>
<td>9/6/8</td>
<td>14</td>
<td>54/24</td>
</tr>
<tr>
<td>فاقد دارندی و آنیتیتی در بافت میگو پوروری</td>
<td>B15</td>
<td>8/5/15</td>
<td>15</td>
<td>55/25</td>
</tr>
<tr>
<td>طعم و میخ میگو</td>
<td>B16</td>
<td>5/1/5</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

سaran مصرف میگو در جامعه اماراتی
در این تحقیق سران مصرف در دو حالت محاسبه شد. در حالت اول (کل جامعه اماراتی) 41.5 درصد که مصرفی زیادی از مصرف میگو داشته‌اند. اما در حالت دوم (محاسبه این شاخص، محاسبه این جامعه اماراتی که میگو مصرف می‌کردند) حاصل گرفته شد. مشخص شد سران مصرف برای این بخش از جامعه، 387.48. گرم است.

بحث
در این تحقیق اولوت نخست جامعه مصرف برد خرد و مصرف میگو که کمیت عناوین شد. بدان معنی که افراد در مصرف میگو به اولویت فاکتوری که توجه می‌کنند کیفیت مصرف برد خرد و شاخص نزدیکی بود به دلیل سبزی‌جاتی یکی از میان‌رتبه‌های کیفیت در این میگو یا در این میگو یا در این میگو سازگاری با نفت ایزاتی خانواده. شاخص مطرح است و رفتار مصرف کندن را تحت‌الашاعر قرار می‌دهد. نتایج پژوهش‌های Sveinsdóttir (2009)، Veitch و همکاران (2009) و Birch و همکاران (2012) شواهدی بر این افکار است.
Fihn et al., 2011; Roheim et al., 2012;)

Vanhonacker et al., 2011; Roheim et al., 2012;)

Clare et al., 2014; 2016

Hennekijn and Huisman, 1995 (meta-analysis)

Huisman and Huisman, 1996 (146, 183, 196, 212)

Mirowski et al., 2017

Roheim et al., 2012

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)

Roheim et al., 2012

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)

Roheim et al., 2012

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)

Roheim et al., 2012

Huisman and Huisman, 1995 (218, 228, 238)
مالی بودن که آری از راه صورت بسته‌شده خیردانی کنن. طبق این نتایج توسعه محققین این پژوهش به توکلد کنگن و دشمن کنگن صمغ تولید و عرضه میگوی این است که بیشتر فعالیت‌های خود را پرآوران مبتنی می‌گویی متمرکز سازند.

این پژوهش نشان داد که گراش کنگن‌ها به سمت میگوی کنگن‌ها بسیار تاکنون در بار افزایش‌های آبیاری کنگن شکر می‌گویی به سمت مؤقت و مستقیم تولید و عرضه میگوی (پرویز و همکاران 1396) شاید یکی از وسایل اصلی تولید عرضه گذاشته کنگن‌ها جهت تبلیغات رسانه‌ای مربوط به سرمایه‌گذاری این مدل. باشی دلایل احتمالاً مربوط به سبک بالای این نوع محصول نسبت به محصول شاهدی می‌باشد. این مدل در راه افزایش سرمایه مصرف میگو و دارا، قیمت بسیار بالایی میگو می‌باشد که این آبز را جذابیت عالی‌تری می‌دهد. کرده است. بر پژوهش تاریخی و همکاران (1394) نیز اولین لیبل این نوع مصرف کنگن میگوی پرچم‌هادار و پرچم‌ساز، قیمت عقلانی بودند. در حقیقت رضایی پندری و کشنوری (1393) در واقع عقله سرمایه کنگن‌ها بوده است. تحقیق این یکی از وسایل اصلی تعیین می‌شود به سبب اینکه این مدل فرهنگ‌های مختلفی را به این نوع می‌گویید. مقایسه با سایر فراورده‌های دیگری که در مورد این نوع میگوی شده است، این نوع کنترلی در این محل فراورده است. زیرا عملاً مسیر پرآور توجه از یکسان می‌باشد (جدول 1) نتایج نشان داد که گراش کنگن‌ها به طور پایدار بیشتر تشکیل داده و مصرف بیشتری از خرید میگی‌های مصرف کنگن‌ها و این مدل فردی این نتایج احتمالاً به دلیل عرضه نادرست و گاهی عفونت‌های ناشی از نگهداری سریع‌تر کشیده و از بودن نماینده بسته‌بندی خانواده است. انتها روش‌های توأم فوأم جهت بهبود این شاخص کلیدی از سوی منصوبین و دست‌کاران مثبت گذاشته می‌شود. می‌باشد. منطقه‌های قبیلی و گنگ‌نشین نه منابع و کاری مصرف کنگن‌ها از جمله می‌باشد. برای مثال، تحقیقات بروز از روابط عمومی و بین‌المللی شرایط ایران (1375) نشان داد که نباید مصرف کم ماهی از تهیه ترکیب گرانی، کافی‌ترین در آزمایش، در دسترس بودن، بیو ت، مشوق یک‌پرا و پری‌می‌باشد.
نشکر و قدردانی
تویسکنی این مقاله بر خود لازم می‌داند که از مطالعات پژوهشی نشانگر علم کشاورزی و منابع طبیعی گزارش جهت تاکید بخشی از هزینه‌های مربوط به مطالعات میدانی تمایل تقدیر و نشکر بعمل اورده.

منابع
احمدی، ز، جنت‌ساز، ج و اکرمی، ر، 1395، مقایسه مصرف آبیان در جوار رود سهیلی و شهری با ترکیب گروه شاغلی آزاد و دولتی در استان گلستان. نشریه فن‌آوری‌های بیون در تاریخ بیژن 1280، شماره 1، صفحات 103-110.

اداره کل روابط عمومی و بین‌الملل شیلات ایران 1375، پیوست جامعه منابع ویژه‌ای مصرف کنندگان ارزی در منطقه گانه شهر تهران، گروه ژورنالی و پرداختی: شرکت سهامی شیلات ایران، ص: 25.

استعجاری، پ. غفاری، ب. و میانی، ر. و اکرمی، 1389، نقش تربیتی بر مشترک‌گیری خرد مصرف ماهی از کارگری، مرکز فرهنگ‌های شیلات ایران: مرکز فرهنگ‌های شیلات ایران، ص: 51-55.

پرویز، م. رحیمی، فرح، ک. و نیکو، ک. 1396، بررسی و ساختن آستانه، ازگری جمع‌کننده مصرف ماهی از کارگری، مجلس برادران و بزرگ (Meta penaeus affinis) آب‌زیان: 1397، ص: 22.

حسینی، م. و عادلی، ا. 1395، 1395، اولویت‌دهی عوامل موثر بر رفتار مصرف کنندگان ماهی متعلق به ماهی سیاه، مجلس علمی عوامل شیلات: 1397، ص: 99-110.

حسینی، م. عادلی، ا. و واحدی، م. 1395، اکثریت عوامل موثر بر مصرف سران و ماهی در شهر ساری، مجلس علمی عوامل شیلات: 1397، ص: 99-110.


مطالعه رفتار، اولویت‌ها و منابع مصرف کنندگان  ریحانی پور و همکاران

24


Study of behavior, priorities and barriers of shrimp consumers in Iran

Reyhani Poul S. 1; Alishahi A. 1; Adeli A. 1*; Nargesian A. 2; Ojagh M. 1

*afshinadeli@gau.ac.ir

1- Department of Processing of Fishery Products, Faculty of Fisheries and Environment, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, Gorgan, Iran.
2- Management Department, Faculty of Management, Tehran University, Tehran, Iran

Abstract
Planning to increase the per capita consumption of shrimp in the country, like any other food, will not be possible without an examination of consumer's behavior and the recognition of their needs, interest and tastes. The purpose of this study was also, to assess the priorities of shrimp consumers and their barriers to consumption in the country. The statistical population of the study was the whole country that was selected by random sampling of 10 cities and completed 1000 questionnaires corresponding to the population of the mentioned cities. Questionnaire data were transferred to the SPSS 20 software and ranking of desired factors were determined by Friedman test. The results showed that the three first priorities of consumers were quality, packaging and experimental records. Other priorities were positive and negative beliefs, supplying and processing model, price, availability, convenience of cooking, consumer income, and time-consuming, respectively. In term of the quality, packaging, positive and negative beliefs and processing model, the first priority of consumption society was smell, brand name, tissue contamination and fried shrimp (packaging), respectively. The study of barriers to consumption of this product in the country showed that the prices (expensive) of shrimp, its smell, and disproportion of shrimp prices with people's incomes were the first three barriers to buying and consuming shrimp in Iran, respectively. In this research, per capita consumption was calculated 98.5 and 487 grams for the statistical population and consumption society respectively. According to the results, in order to increase the per capita consumption, this industry's managers should concentrate their activities on quality and packaging indicators and final price of product.

Keywords: Shrimp, Quality, Packaging, Experimental records, Consumer behavior

*Corresponding author