

تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک: کاربرد تئوری توسعه یافته رفتار برنامه ریزی شده

*سید محمدجواد سبحانی^۱، امید جمشیدی^۲، عباس نوروزی^۳

۱. دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس

۲. سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، موسسه علمی کاربردی جهاد، مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)

۳. سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، موسسه علمی کاربردی جهاد، مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)

(دریافت: ۱۳۹۶/۰۵/۰۴ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۴)

Students' Intention towards Organic Foods Purchase: Application of the Extended Theory of Planned Behavior

*Seyyed Mohammad Javad Sobhani¹, Omid Jamshidi², Abbas Norouzi³

1. Ph.D. of Agricultural Extension and Education, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

2. Agricultural Research, Education and Extension Organization (AREEO), Institute of Technical & Vocational Higher Education of jahad-e agriculture, Imam Khomeni Higher Education Center, Tehran, Iran

3. Agricultural Research, Education and Extension Organization (AREEO), Institute of Technical & Vocational Higher Education of jahad-e agriculture, Imam Khomeni Higher Education Center, Tehran, Iran

(Received: 25/07/2017

Accepted: 16/10/2017)

Abstract:

The purpose of this study was to develop a systematic model for assessing students' intention towards organic food purchase through the application of Theory of Planned Behavior (TPB). In addition to the original components of the TPB, this study has explored constructs such as moral attitude, health consciousness and environmental concerns on students' consumption behavior. In this research, information was collected from 420 agricultural students adopting the convenience sampling method. A research instrument was a questionnaire which its content validity was confirmed by a panel of experts at the University of Tehran and Tarbiat Modares University. Also, its reliability, using related coefficients, met satisfied threshold value. Data were analyzed using structural equation modeling to determine the causal relationship between research components. The results showed that the developed TPB explains the willingness to purchase organic food among students ($R^2=0.629$). Among the structures of the developed model, two added constructs including moral attitude and health consciousness have a direct and significant effect on the willingness to purchase organic food. Also, environmental concerns with affecting the moderating variable indirectly affect the student's willingness to purchase. Therefore, the present study, by adding new constructs and structures in the TPB, has improved the predictive power of the proposed framework in determining the students' intention for organic food purchase behavior.

Keywords: Organic Food, Environmental Concerns, Moral Attitude, Health Consciousness, Consumer Behavior.

چکیده:

هدف این پژوهش توسعه مدلی نظام مند در جهت ارزیابی تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک از طریق رهیافت تئوری رفتار برنامه ریزی شده بوده است. علاوه بر مؤلفه های تئوری رفتار برنامه ریزی شده، این پژوهش مؤلفه هایی مانند نگرش اخلاقی، انگیزه سلامت و نگرانی محیط زیستی را بر رفتار مصرف دانشجویان مورد مطالعه قرار داده است. در این پژوهش اطلاعات مورد نیاز از میان ۴۲۰ دانشجوی رشته های کشاورزی به شیوه نمونه گیری در دسترس جمع آوری شد. ابزار پژوهش شامل پرسش نامه ای بود که روایی محتوای آن توسط گروهی از استادان دانشگاه تهران و تربیت مدرس تأیید گردید. پایایی پرسش نامه نیز با استفاده از شاخص های مربوطه در حد مطلوب به دست آمد. داده های به دست آمده به روش مدل سازی معادلات ساختاری تحلیل شد تا میزان رابطه علی بین مؤلفه های پژوهش مشخص شود. نتایج نشان دادند که تئوری توسعه یافته رفتار برنامه ریزی شده، تمایل به خرید غذای ارگانیک را در میان دانشجویان را در حد مطلوب تبیین می کند ($R^2=0.629$). در میان مؤلفه های مدل توسعه یافته، دو مؤلفه اضافه شده شامل نگرش اخلاقی و انگیزه سلامت اثر مستقیم و معنی داری را بر تمایل به خرید غذای ارگانیک توسط دانشجویان داشته اند. همچنین نگرانی های محیط زیستی با اثر بر متغیر میانجی نگرش به صورت غیرمستقیم بر تمایل به خرید دانشجویان اثر گذاشته است. بنابراین پژوهش حاضر با افزودن مؤلفه ها و ساختارهای جدید در مدل رفتار برنامه ریزی شده، قدرت پیش بینی چارچوب پیشنهادی را در تعیین تمایل دانشجویان برای رفتار خرید مواد غذایی ارگانیک بهبود داده است.

واژه های کلیدی: غذای ارگانیک، نگرانی های محیط زیستی، انگیزه سلامت، نگرش اخلاقی، تئوری رفتار برنامه ریزی شده.

* نویسنده مسئول: سید محمدجواد سبحانی

E-mail: mj.sobhani@modares.ac.ir

*Corresponding Author: Seyyed Mohammad Javad Sobhani

مقدمه

کشاورزی سنتی از هزاران سال پیش تغذیه سالم را سرلوحه کار داشته اما با افزایش جمعیت و کاهش اراضی مناسب، استفاده از سموم و کودهای شیمیایی به منظور افزایش بازده در واحد سطح رواج یافته است (Ranjbar-Shams & Omidi-Najafabadi, 2014). آمارها نشان می‌دهد سالانه حدود ۲۵ میلیون لیتر انواع سم در مزارع و باغ‌های کشور مصرف می‌شود که سهم هر ایرانی از این میزان سالانه ۳۳۰ گرم است. افزایش توجه انسان‌ها به نهاده‌های شیمیایی برای افزایش تولید محصولات کشاورزی، افزایش انواع بیماری‌ها و مشکلات محیط‌زیستی، ارزش و اهمیت تولید و مصرف محصولات ارگانیک را بیش از پیش مشخص می‌نماید. بر این اساس بررسی تمایل مصرف‌کنندگان به محصولات ارگانیک، از اهمیت بالایی در زمینه برنامه‌ریزی تولید و مصرف برخوردار است (Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016).

امروزه با تغییر الگوی کشت به‌ویژه برای دستیابی به استانداردهای لازم جهت صادرات محصول به کشورهای دیگر، کشاورزی ارگانیک کانون توجه قرار گرفته است. نتایج گزارش‌ها حاکی از آن است که کشور ایران در بین سایر کشورهای آسیایی مقام برتر تولید و صادرات محصولات کشاورزی ارگانیک را در بسیاری از محصولات غذایی داشته است (Willer & Lernoud, 2016). از طرف دیگر آمار دقیقی از سرانه‌ی مصرف مواد غذایی ارگانیک در کشور وجود ندارد زیرا بسیاری از تولیدات محصولات ارگانیک به کشورها دیگر صادر می‌گردد. علاوه بر مخاطبان خارج از کشور، مصرف‌کنندگان داخلی نیز به سمت استفاده از مواد غذایی ارگانیک تمایل نشان می‌دهند. به منظور نهادینه‌سازی این تمایلات به سمت بروز رفتار مطلوب محققان علوم اجتماعی استفاده از رهیافت‌هایی همچون تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده را پیشنهاد می‌کنند (Yazdanpanah et al., 2015). یکی از اقشار فعال در پذیرش نوآوری افراد تحصیل کرده و جوان هر کشور هستند که بررسی تمایلات و رفتار آنان برای برنامه‌ریزی‌های آتی کاربرد فراوانی خواهد داشت (Kanchanapibul et al., 2014; Yadav & Pathak, 2016). در برنامه‌ریزی جهت دستیابی به توسعه پایدار عواملی زیادی دخیل هستند که از مهم‌ترین آنها می‌توان به سلامت فرد و جامعه اشاره نمود. در این راستا کشاورزی ارگانیک با هدف تولید محصولات غذایی سالم، توأمان با ارتقای سلامت

امروزه در جوامع پیشرفته و حتی در حال توسعه، کشاورزی ارگانیک به‌عنوان یکی از راهکارهای ارتقای سلامت جامعه نقش اساسی در محور توسعه پایدار داشته است. عامل اصلی شکل‌گیری و گسترش این کشاورزی پایدار در جوامع مختلف، سطح نگرش مصرف‌کنندگان و میزان تقاضای آنان می‌باشد (Ranjbar-Shams & Omidi-Najafabadi, 2014; Voon et al., 2011). بدین منظور تاکنون محققان بسیاری در تلاش برای نشان دادن اهمیت ملاحظات محیط‌زیستی، به مقایسه کشاورزی ارگانیک و کشاورزی متداول پرداخته‌اند. با این حال هنوز این مسأله وجود دارد که عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزه برای خرید مواد غذایی ارگانیک در بین مصرف‌کنندگان به‌درستی شناخته‌نشده‌اند (Yazdanpanah & Forouzani, 2015). در سال‌های اخیر میزان تقاضای مصرف برای غذاهای ارگانیک به‌طور روزافزون افزایش یافته است؛ زیرا نتایج تحقیقات نشان داده‌اند که با افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان نسبت به سلامت غذایی و مسائل محیط‌زیستی، جهت‌گیری تقاضای مصرف‌کنندگان از غذاهای متداول به ارگانیک تغییر یافته است (Haghjou et al., 2013).

اگرچه در سال‌های گذشته تولید و مصرف غذاهای ارگانیک در کشورهای توسعه‌یافته بیشتر رواج داشت اما اخیراً این محصولات در کشورهای در حال توسعه نیز در حال ترویج و پذیرش است (Voon et al., 2011). به‌طوری‌که امروزه در حدود یک‌سوم زمین‌های تولیدکننده غذاهای ارگانیک در کشورهای در حال توسعه هستند (Yadav & Pathak, 2016). از سوی دیگر در کشورهای در حال توسعه آیین، فرهنگ و مذهب نقش به‌سزایی در رفتار انتخابی مواد غذایی ایفا می‌کند بطوریکه نتایج پژوهشی در کشور مالزی نشان می‌دهد تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده در انتخاب غذای سالم و حلال در بین مصرف‌کنندگان مسلمان کشورهای آسیایی کاربرد داشته است (Shah Alam & Mohamed, 2011).

در سبب غذایی خانوارهای ایرانی نیز فرهنگ استفاده از محصولات ارگانیک در حال ترویج است (Yazdanpanah & Forouzani, 2015). کشور ایران به علت تنوع اقلیم آب و هوایی و تمدن کهن، از دیرباز خاستگاه پرورش طیف وسیعی از گونه‌های گیاهی و جانوری بوده است. در ایران فرهنگ

فردی به پایداری محیط‌زیست تمرکز می‌کند (Vermeir, I., & Verbeke). اجرای این برنامه‌ها و فرایندها منوط به مشارکت مخاطبان و به‌ویژه قشر جوان تحصیل‌کرده جامعه است؛ بنابراین پژوهش حاضر درصدد توسعه‌ی مدلی نظام‌مند در جهت ارزیابی تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک در کشور ایران می‌باشد.

به‌طور کلی تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده^۱ به مطالعه سه عامل اصلی نگرش^۲ نسبت به رفتار، هنجار ذهنی^۳ و کنترل رفتاری درک شده^۴ می‌پردازد. بر اساس این تئوری تمامی این عوامل را به سمت شکل‌گیری تمایلات رفتاری خاص هدایت می‌کند (Ajzen, 1985). در این زمینه گرایش و تمایل درونی نسبت به خرید یک محصول خاص که کمترین آسیب را به جامعه و محیط‌زیست بزند، تمایل به خرید محصولات ارگانیک تعریف می‌شود (Yadav & Pathak, 2016).

H₁: نگرش دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

H₂: هنجار ذهنی دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

H₃: کنترل رفتاری درک شده دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

محققان فراوانی با توجه به موضوع و مخاطب مورد مطالعه درصدد دستیابی به شناخت بیشتر از رفتار افراد، اقدام به توسعه تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده نموده‌اند (Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016). آیزن (Ajzen, 1991) به‌عنوان یکی از بنیان‌گذاران این نوع رفتارشناسی، راه اصلاح این تئوری را باز می‌داند و بیان می‌دارد جهت بهبود این تئوری می‌توان مؤلفه‌ها و ساختارهای ارتباطی جدیدی را مدنظر قرار داد (Ajzen, 2005). از این رو بر اساس یک چارچوب مشترک در ارزیابی تأثیر عوامل مختلف بر نگرش و رفتار مخاطبان، محققان مؤلفه‌ها و روابط جدیدی که در مدل پایه تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده قرار ندارد را مورد مطالعه قرار داده‌اند (Yadav & Pathak, 2016[2])؛ بنابراین با افزوده شدن مؤلفه‌های مورد مطالعه و در نظر گرفتن روابط جدید بین مؤلفه‌ها در مطالعات اخیر، میزان پیش‌بینی رفتار و تمایلات افراد بهبود

نگرش نسبت به رفتار، اشاره به میزان ارزیابی فرد از مطلوب یا نامطلوب بودن انجام فعل خاص دارد. هنجار ذهنی نیز به‌عنوان فشار اجتماعی درک شده برای انجام یا عدم انجام رفتار شناخته می‌شود (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991). از سوی دیگر کنترل رفتار درک شده میزان ادراک شخص از سهولت و یا دشواری انجام رفتاری خاص مطرح می‌گردد. بر اساس این تعریف افرادی که دارای درجه بالاتری از کنترل هستند، احتمال قوی‌تری برای انجام رفتار خاص را خواهند داشت. قصد و تمایل رفتاری نیز به‌عنوان آمادگی فرد برای انجام رفتار خاص تعریف شده و یک پیش‌شرط ضروری از رفتار واقعی خواهد بود (De Leeuw et al., 2015).

تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده در زمینه‌های زیادی از جمله پیش‌بینی تمایل و رفتار خرید مصرف‌کننده قابل‌استفاده است و در تحقیقات مختلف در رابطه با انتخاب رفتار غذایی و مصرف غذای ارگانیک با موفقیت کاربرد داشته است (Yazdanpanah & Forouzani, 2015). این چارچوب در پیش‌بینی تمایل به خرید غذای ارگانیک در فرهنگ‌های مختلفی همانند کشورهای توسعه و همچنین کشورهای در حال توسعه آسیایی به کار گرفته شده است (Yadav &

1. Theory of Planned Behavior
2. Attitude
3. Subjective Norm
4. Perceived Behavioral Control

5. Attitude

6. Subjective Norm

7. Perceived Behavioral Control

اینکه غذای ارگانیک نسبت به غذاهایی متداول از سلامت بیشتری برخوردار است، تحقیقات بسیاری حاکی از آن بوده است که مصرف کنندگان تمایل بالاتری نیز برای خرید این محصولات نشان می دهند (Yadav & Pathak, 2016; Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016; Haghjou et al., 2013; Michaelidou & Hassan, 2008)؛ بنابراین انگیزه سلامت به عنوان فاکتور اصلی در ارتقای نگرش و همچنین ایجاد تمایل در خرید غذای ارگانیک باعث شکل گیری دو فرضیه دیگر در این پژوهش گردید:

H5: انگیزه سلامت دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

H6: انگیزه سلامت دانشجویان بر نگرش آنان به غذای ارگانیک اثر دارد.

نگرانی محیط زیستی^۱ از دیگر مؤلفه های اثرگذار بر بروز رفتارهای شهروندان محسوب می شود. رفتار دوستدارانه طبیعت یکی از عوامل مؤثر حفظ محیط زیست است که به میزان زیادی به آگاهی محیط زیستی شهروندان بستگی دارد (Sabzehei et al., 2016). توجه به محیط پیرامون نشان دهنده میزان اطلاع مردم از مشکلات محیطی و همچنین تلاش و اشتیاق آنها به همکاری در حل آنها می باشد. این ملاحظات مبنای اصلی پژوهش های انسانی در حیطه علوم زیستی بوده که ارتباط تنگاتنگی با رفتار دوستانه نسبت به محیط زیست دارد (Yadav & Pathak, 2016[2]).

نتایج تحقیقات نشان می دهد به جز عواملی که قبلاً ذکر گردید، میزان آگاهی مصرف کنندگان از تبعات محیط زیستی و همچنین احساس نگرانی های آنان از این گونه مسائل به طور قابل توجهی نگرش و دیدگاه آنان نسبت به خرید محصولات ارگانیک را ارتقا می دهد (Yadav & Pathak, 2016; Rahimnia et al., 2017; Sabzehei et al., 2016; Haghjou et al., 2013).

بنابراین می توان گفت ملاحظات محیط زیستی اثر مستقیمی بر تمایل مصرف کنندگان به خرید محصولات دوستدار محیط زیست دارد (De Leeuw et al., 2015) و حتی باعث می شود این افراد هزینه بیشتری را به صورت داوطلبانه برای خرید این محصولات پرداخت کنند (Yadav & Pathak, 2016)؛ اما از سوی دیگر محققانی نیز اذعان

قابل توجهی داشته است (De Leeuw et al., 2015). در این پژوهش با جمع بندی مطالعات پیشین سه مؤلفه نگرش اخلاقی، انگیزه سلامتی و نگرانی محیط زیستی به مدل تئوری برنامه ریزی شده اضافه گردید که در ادامه به تشریح پشتوانه نظری هر مؤلفه پرداخته می شود:

از آنجا که نگرش اخلاقی^۱ افراد نقش مهمی در بروز رفتارهای شخصی و اجتماعی دارد، تئوری رفتار برنامه ریزی شده به علت عدم توجه به تأثیرات اخلاقی و رفتاری مورد بحث و نقد قرار گرفته است (Schwartz, 1977). هدف نگرش اخلاقی ارزیابی مطلوب از احساس اعتقادی و ارزشی فرد است. در واقع نگرش اخلاقی در خرید غذای ارگانیک نشان دهنده توجه فرد به خود، جامعه و محیط است؛ بنابراین امکان اختلاف بین منفعت فرد و جامعه وجود دارد (Arvola et al., 2008). نتایج تحقیقات کاربرد معیارهای اخلاقی در مطالعات رفتاری نشان داده که این نوع خاص از نگرش تأثیر عمیقی در تئوری رفتار برنامه ریزی شده دارد (Arvola et al., 2008; Michaelidou & Hassan, 2008; Kanchanapibul et al., 2014; Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016; Yadav & Pathak, 2016). به طور کلی با اضافه کردن این متغیر در تئوری پایه رفتار برنامه ریزی شده، علاوه بر منفعت های شخصی در مصرف غذای ارگانیک، تجلی این رفتار در ابعاد اجتماعی نیز در نظر گرفته می شود و این مهم در فرضیه چهارم پژوهش مورد ارزیابی قرار می گیرد.

H4: نگرش اخلاقی دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

اطلاعات بهداشتی و انگیزه ی سلامت^۲ می تواند به عنوان میزانی از توجه به سلامتی در فعالیت های متداول و روزانه یک فرد بیان شود. به ویژه دانشجویان و اقشار تحصیل کرده در زمان خرید محصولات غذایی به بهداشت و سلامت آن بسیار توجه می کنند (Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016). در این رابطه نتایج تحقیقات پیشین نشان می دهد که مصرف کنندگانی که توجه بیشتری به سلامتی خود دارند، نگرش مطلوب تری نیز به ماهیت محصولات ارگانیک داشته اند (Michaelidou & Hassan, 2008). همچنین با توجه به

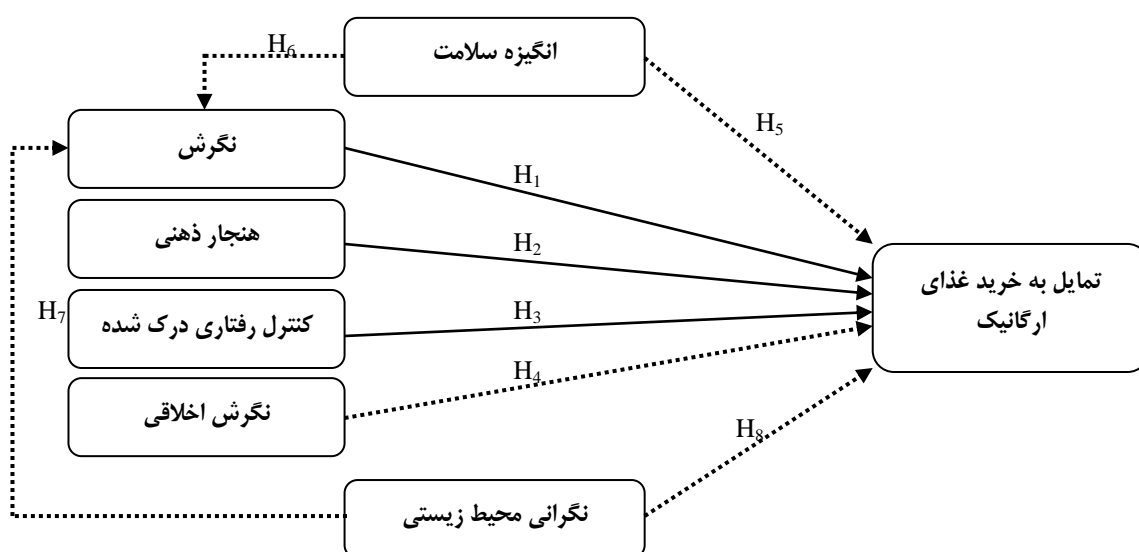
1. Moral Attitude
2. Health Consciousness

خرید محصولات ارگانیک گردد (Rahimnia et al., 2017; Sabzehei et al., 2016).

H7: نگرانی محیط‌زیستی دانشجویان بر روی نگرش آنان نسبت به غذای ارگانیک اثر دارد.

H8: نگرانی محیط‌زیستی دانشجویان بر روی تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

بر اساس مبانی نظری و مباحثی که مطرح شد، چارچوب نظری پژوهش حاضر بر طبق مدل رفتار برنامه‌ریزی شده به صورت زیر تدوین و توسعه یافته است:



شکل ۱. چارچوب پیشنهادی توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی شده

دانشجویان این رشته، به دلیل آشنایی آنان با مفاهیم تولید محصولات ارگانیک، مضرات سموم و کودهای شیمیایی و همچنین منافع بهره‌گیری از غذاهای ارگانیک در سلامت انسان بوده است (Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016). بر اساس محاسبه فرمول کوکران از طریق انحراف معیار پرسش‌نامه مقدماتی تعداد ۴۲۰ دانشجو به عنوان نمونه موردنیاز به دست آمد:

$$n = \frac{N(t.S)^2}{N(d)^2 + (t.S)^2} = \frac{235500(1.96 \times 1.18)^2}{235500(0.05)^2 + (1.96 \times 1.18)^2} = n = 420$$

نمونه مورد مطالعه به روش نمونه‌گیری در دسترس^۱ از شش دانشگاه شامل دانشگاه تربیت مدرس، دانشگاه تهران، دانشگاه شیراز، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین،

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از لحاظ راهبردی پیمایشی و بر مبنای اینکه هدف کلی تحقیق در پی شناخت تأثیر مؤلفه‌های مورد مطالعه بر تمایل به رفتار خرید غذای ارگانیک است، ماهیت تحقیق از نوع تحقیقات علی می‌باشد. روش تحلیلی این تحقیق از نوع تحلیل ماتریس واریانس - کوواریانس می‌باشد. همچنین جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSSWin22 در آمارهای توصیفی و به منظور برآزش مدل پژوهش و آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Lisrel بهره گرفته شد.

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه دانشجویان رشته‌های کشاورزی در دانشگاه‌های سراسری تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می‌باشند. علت انتخاب

ابزار پژوهش شامل پرسش نامه استاندارد تمایل به خرید غذای ارگانیک (Yadav & Pathak, 2016 [1], [2]) در سه بخش بود. بخش اول مربوط به اطلاعات فردی از جمله سن، جنس، مقطع تحصیلی و محل سکونت بوده است. در بخش دوم سؤالات بسته پاسخ برای سنجش هفت مؤلفه مربوط به مدل پژوهش با استفاده ۲۳ گویه در قالب طیف لیکرت (یک=کاملاً مخالفم؛ دو=مخالفم؛ سه=نظری ندارم؛ چهار=موافقم؛ پنج=کاملاً موافقم)، آورده شده اند. مؤلفه ها به همراه گویه های آنها در جدول ۱ آمده است. قسمت آخر شامل سؤالی با پایان باز است که «مهم ترین مشوق ها و بازدارنده های مصرف غذای ارگانیک در بین دانشجویان» را مورد سؤال قرار داده است.

دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی گرگان و دانشگاه فردوسی مشهد انتخاب شدند. به زعم محققان روش نمونه گیری در دسترس جهت جمع آوری اطلاعات در جوامع تحصیل کرده از اثربخشی و سرعت مطلوبی برخوردار است (Creswell, 2012). در زمینه تمایل به مصرف غذای ارگانیک محققان غالباً جوانان را انتخاب کرده اند، زیرا جوانان بیشتر در مورد شرایط زیست محیطی فعلی بیشتر نگران هستند، آنها توانایی بیشتری برای انتخاب محصولات سازگار با محیط زیست خود دارند (Kanchanapibul at al., 2014; Yadav & Pathak, 2016). از سوی دیگر اگرچه نتایج نمونه گیری در دسترس ممکن است قابلیت تعمیم پذیری نتایج را محدود کند، اما شواهد نشان می دهد که استفاده از جمعیت جوان برای چنین مطالعات قابل اعتماد است (Cheah & Phau, 2011).

جدول ۱. مؤلفه ها و گویه های پرسش نامه

| مؤلفه ها | گویه های سنجش |
|----------------------------|--|
| | ۱. خرید مواد غذایی ارگانیک ایده بسیار خوبی است. |
| نگرش | ۲. خرید مواد غذایی ارگانیک یک انتخاب عاقلانه است. |
| ATT | ۳. خرید از فروشگاه های مواد غذایی ارگانیک را دوست دارم. |
| | ۴. انتخاب مواد غذایی ارگانیک لذت بخش است. |
| هنجار ذهنی | ۱. اغلب افرادی که برای من مهم هستند، فکر می کنند که من باید غذای ارگانیک مصرف کنم. |
| SN | ۲. من فکر می کنم مصرف غذای ارگانیک به نفع من است. |
| | ۳. افرادی که نظرشان برای من ارزشمند است، خرید مواد غذایی ارگانیک را به من نیز پیشنهاد می کنند. |
| کنترل رفتاری درک شده | ۱. خریدن یا نخریدن مواد غذایی ارگانیک کاملاً به اختیار من مربوط است. |
| PBC | ۲. من اعتقاد دارم که اگر خودم بخواهم، می توانم غذاهای ارگانیک بخرم. |
| | ۳. من منابع (اقتصادی) و زمان کافی برای خرید مواد غذایی ارگانیک را در اختیار دارم. |
| نگرش اخلاقی | خرید مواد غذایی ارگانیک به جای یک غذای متعارف باعث می شود من: |
| MA | ۱. احساس کنم مشارکت بیشتری در سلامت خودم و جامعه دارم. |
| | ۲. احساس کنم کار اخلاقی و پسندیده ای انجام می دهم. |
| | ۳. احساس بهتری نسبت به شخصیت خودم داشته باشم. |
| انگیزه سلامت | ۱. من برای اطمینان از سلامت خود در انتخاب غذا دقت می کنم. |
| HC | ۲. من خودم را به عنوان مصرف کننده آگاه به ابعاد سلامتی می دانم. |
| | ۳. من اغلب درباره مسائل مربوط به سلامتی فکر می کنم. |
| نگرانی های محیط زیستی | ۱. تعادل چرخه طبیعت بسیار حساس است و ممکن است با کوچکترین اشتباه به هم بریزد. |
| EC | ۲. انسان ها به شدت از محیط زیست سوء استفاده می کنند. |
| | ۳. انسان برای زنده ماندن باید تعادل و حیات طبیعت را حفظ کنند. |
| | ۴. تعارض انسان با طبیعت اغلب عواقب فاجعه باری را ایجاد می کند. |
| تمایل به خرید غذای ارگانیک | ۱. من مایلیم در هنگام خرید، غذاهای ارگانیک بخرم. |
| PI | ۲. من خرید مواد غذایی ارگانیک را در آینده نیز ادامه خواهم داد. |
| | ۳. خرید غذاهای ارگانیک را به دوستان و خانواده نیز پیشنهاد می کنم. |

ماخذ: (Yadav & Pathak, 2016)

یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از ویژگی‌های جمعیت شناختی دانشجویان مورد مطالعه، میانگین سنی آنان ۲۵/۵ سال بوده و در دامنه ۱۸ تا ۳۷ سال قرار داشته است. نتایج نشان داد که بیشترین گروه دانشجویان مورد مطالعه در مقطع کارشناسی (۵۲/۲ درصد)، پس‌از آن مقطع کارشناسی ارشد (۳۲ درصد) و دکتری (۱۵/۸ درصد) مشغول به تحصیل بوده‌اند. همچنین در بین دانشجویان مورد مطالعه ۵۶/۲ درصد را مردان و ۴۳/۸ درصد را نیز زنان تشکیل داده‌اند.

به‌منظور تعیین ارتباط درونی بین متغیرها از آزمون همبستگی استفاده شد. بر اساس نتایج تمامی متغیرهای مورد مطالعه رابطه مثبت و معنی‌داری با متغیر وابسته تمایل به خرید غذای ارگانیک را دارند. همچنین جهت تأیید روایی تشخیصی، ریشه دوم شاخص AVE برای هر متغیر با همبستگی بین متغیر مذکور با سایر متغیرهای مدل مقایسه گردید. بر اساس مقایسه ضرایب به‌دست‌آمده، ریشه دوم AVE برای هر متغیر بیش از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها بوده است که نشان از حد قابل قبولی از روایی تشخیصی سازه‌ها را دارد.

مدل ساختاری: شاخص‌های برازش و آزمون فرضیه‌ها

در این پژوهش برای ارزیابی مدل معادلات ساختاری از شاخص‌های کای اسکوئر (χ^2)، میانگین مجذور پس‌ماندها (RMR= 0.044)، شاخص نرم (هنجار) برازندگی (NFI=0.95)، شاخص نرم نشده (هنجار نشده) برازندگی (NNFI=0.96)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI=0.92)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI=0.92)، شاخص میزان انطباق (GFI=0.97) و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA=0.060) استفاده شده است (Joreskog & Sorbom, 1993). آزمون χ^2 اغلب به‌عنوان شاخص موفقیت شناخته می‌شود که به‌سادگی نشان می‌دهد که آیا بیان مدل، ساختار روابط میان متغیرهای مشاهده‌شده را توصیف می‌کند یا خیر. هر قدر مقدار χ^2 کوچک‌تر باشد، بهتر است. این شاخص معمولاً تحت شرایط توزیع نرمال چند متغیره^۴ صادق است و نسبت به اندازه نمونه حساس است، زیرا ممکن

پس از ترجمه و تغییراتی که در ساختار ابزار پژوهش جهت بومی‌سازی نسبت به جامعه مورد مطالعه انجام پذیرفت، اعتبار محتوایی و اعتبار صوری پرسش‌نامه توسط جمعی از متخصصان موضوع شامل استادان توسعه، ترویج و آموزش کشاورزی در دانشگاه‌های تهران و تربیت مدرس بررسی شده و در نهایت مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش ابتدا به‌منظور تأیید پایایی ابزار سنجش و تعیین حجم نمونه تعداد ۳۰ پرسش‌نامه پیش‌آزمون از بین دانشجویان کشاورزی جمع‌آوری گردید و پس از انجام اصلاحات لازم پرسش‌نامه نهایی به‌صورت آنلاین طراحی و لینک آن به ایمیل یا گروه‌های ارتباط مجازی دانشجویان ارسال گردید.

برای سنجش پایایی ابزار پژوهش در آزمون مقدماتی از ضریب آلفای کرونباخ^۱ استفاده شد. همچنین در تعیین پایایی مدل از شاخص پایایی مرکب^۲ استفاده شده که بیانگر میزان شدت کنترل خطاهای اندازه‌گیری در مدل معادلات ساختاری می‌باشد. به‌منظور تعیین روایی سازه نیز شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده^۳ محاسبه شد که نشان می‌دهد که چه درصدی از واریانس مؤلفه مورد مطالعه تحت تأثیر نشانگرهای آن بوده است (Fornell & Larcker, 1981). طبق عقیده صاحب‌نظران (Hair et al., 2006) بارهای عاملی که حداقل برابر ۰/۵ باشند، اعتبار مطلوبی را نشان می‌دهند. از آنجایی که تمام بارهای عاملی در این مدل بالاتر از ۰/۵ و در سطح اطمینان ۹۹٪ آماره t برای همه گویه‌ها بیش از ۱/۹۶ است، در نتیجه همه شاخص‌ها قابل قبول بوده‌اند. همچنین در صورتی که شاخص AVE بالاتر از ۰/۵ باشد، اعتبار سازه قابل قبول است. شاخص AVE برای متغیرهای مدل بین ۰/۶۲۹ تا ۰/۷۸۶ به دست آمد که نشانه اعتبار قابل قبول و خوب است.

سپس به‌منظور سنجش پایایی، پایایی ترکیبی با استفاده از شاخص CR مورد بررسی قرار گرفت. طبق نظر هیر و همکاران (۲۰۰۶) اگر این شاخص بالاتر از ۰/۷ باشد، پایایی سازه قابل قبول است. شاخص CR برای متغیرهای مدل بین ۰/۸۷۱ تا ۰/۹۱۳ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول و خوب است.

1. α = Cronbach's Alpha

2. CR = Composite Reliability

3. AVE = Average Variance Extracted

4. Multivariate Normality

پذیرفته نمی‌شود ($t=-1.15, P>0.01, \beta=-0.19$). با توجه به مدل ساختاری برازش یافته در شکل ۲، میزان تأثیر مؤلفه‌های تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده به علاوه مؤلفه‌های توسعه مدل شامل نگرانی محیط‌زیستی، نگرش اخلاقی و انگیزه سلامت بر تمایل به خرید غذای ارگانیک، توسط رابطه‌های ترسیم شده قابل مشاهده است. به عبارت دیگر، بر اساس رابطه‌های ترسیم شده، مقدار واریانس‌های مشخص شده از هر عامل در تبیین متغیر وابسته قابل تشریح است که به طور کلی مدل توانایی تبیین ۶۲/۹ درصد تغییرات تمایل به خرید مواد غذایی ارگانیک در بین دانشجویان را داراست ($\text{Adjust } R^2=0.629$). همچنین نتایج نشان داد که در مقایسه با مدل اولیه تئوری برنامه‌ریزی شده در $\text{Adjust } R^2=0.388$ ، چارچوب توسعه یافته پیشنهادی با در نظر گرفتن ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم سه مؤلفه جدید، برآورد بهتری را برای اندازه‌گیری تمایل دانشجویان به خرید غذای ارگانیک را دارد.

این پژوهش دارای یک سؤال با پاسخ باز برای ارزیابی مشوق‌ها و بازدارنده‌های گرایش به مصرف مواد غذایی ارگانیک در بین دانشجویان بوده است. از بین پاسخ‌گویان ۵۰/۲ درصد (۲۱۱ نفر) به این سؤال پاسخ داده‌اند. در پاسخ به این سؤال بسیاری از دانشجویان به عنوان مهم‌ترین مشوق خرید غذای ارگانیک به ارتقای سلامت از طریق بهبود تغذیه خود اشاره نموده‌اند. همچنین از بین پاسخ‌گویان، بسیاری از دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد از اجرای برنامه آفرینشگاه غذایی در ایجاد تنوع غذایی در غذا داروها، دمنوش‌ها و غذاهای سنتی به عنوان یکی از مشوق‌های اصلی مصرف غذای ارگانیک نام برده‌اند.

بسیاری از دانشجویان نیز به لزوم حمایت‌های دولتی از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، ارائه یارانه بر روی محصولات ارگانیک، آموزش و اشاعه فرهنگ مصرف، تعیین استانداردها و بازرسی مستمر بر تولید و عرضه محصولات را از عوامل توسعه مصرف غذای ارگانیک در جامعه عنوان کرده‌اند. از سوی دیگر دانشجویان اذعان داشته‌اند که گران بودن و عدم دسترسی به فروشگاه‌های غذای ارگانیک، عدم اطمینان از ارگانیک بودن محصولات و عدم نظارت سازمان غذا، بهداشت و دارو بر این مسأله را از مهم‌ترین بازدارنده‌های ترویج غذای ارگانیک در جامعه دانسته‌اند.

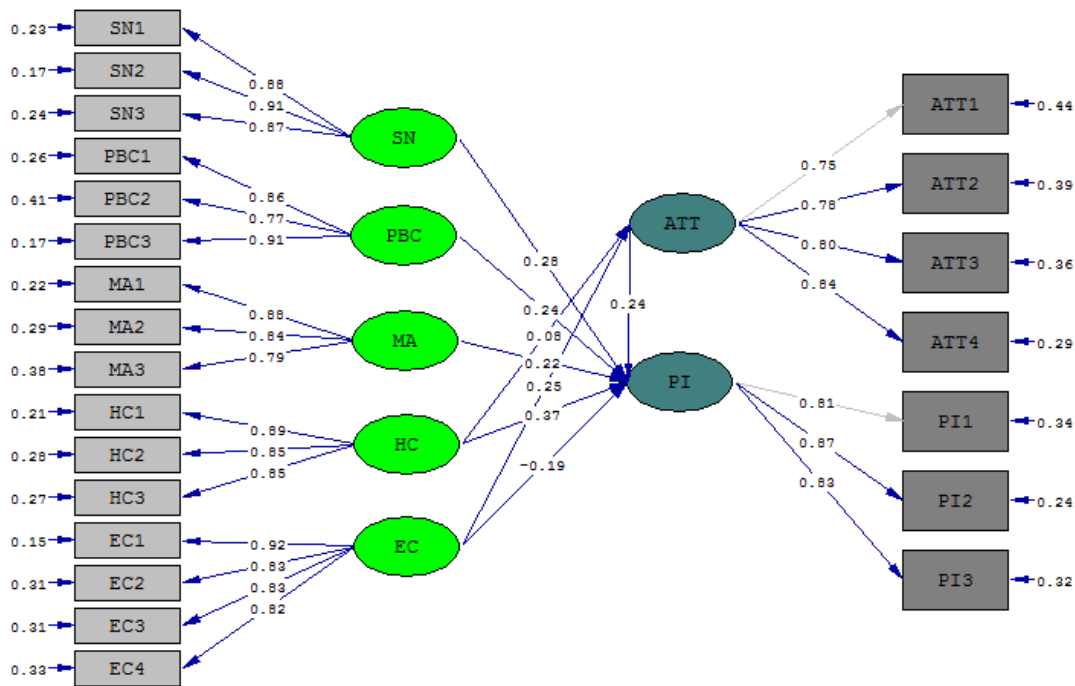
است یک مدل در اندازه نمونه کم تناسب داشته باشد، ولی در نمونه زیاد برازش نداشته باشد. به این دلیل محققان از نسبت χ^2 به درجه آزادی به عنوان شاخص جایگزین استفاده می‌کنند (Gefen et al., 2000). از آنجاکه تعداد نمونه مورد مطالعه این تحقیق بیشتر از ۲۰۰ نفر بالاتر است لذا از نسبت χ^2 به درجه آزادی به جای χ^2 استفاده شده است تا کمترین محدودیت ایجاد شود (Hair et al., 2006)؛ بنابراین با استناد به معیارهای پیشنهادی، تمامی شاخص‌ها تناسب مؤلفه‌های موردسنجش برای مدل ساختاری پژوهش را تأیید می‌نمایند.

بر اساس روابط به دست آمده از مدل ساختاری پژوهش، میزان نگرش دانشجویان با ضریب مسیر ($\beta=0.24$) تأثیر مثبت و معنی‌داری را بر تمایل دانشجویان به مصرف غذای ارگانیک داشته است ($t=2.73, P<0.01$). همچنین به استناد مدل اولیه تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده متغیرهای هنجار ذهنی $\beta=0.28$ ($t=2.91, P<0.01$) و کنترل رفتار درک شده $\beta=0.24$ ($t=2.74, P<0.01$) از عوامل تأثیرگذار بر تمایل به خرید غذای ارگانیک شناخته شدند؛ بنابراین فرضیات اول، دوم و سوم پژوهش همسو با مدل پایه تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده مورد تأیید قرار می‌گیرند.

فرضیه ۴ و ۵ مربوط به متغیرهای پیشنهادی در مدل توسعه یافته است که نتایج آزمون فرضیات نشان می‌دهد نگرش اخلاقی ($\beta=0.22, t=2.62, P<0.05$) و انگیزه سلامت ($\beta=0.37, t=3.53, P<0.01$) اثر مثبت و معنی‌داری بر تمایل به خرید غذای ارگانیک توسط دانشجویان داشته‌اند.

این در حالی است که انگیزه سلامت با ضریب مسیر ($\beta=0.08$) اثر معنی‌داری را بر تمایل دانشجویان به مصرف غذای ارگانیک نشان نداده است ($t=0.44, P>0.05$) و از این رو فرضیه ۶ تحقیق تأیید نمی‌گردد.

فرضیات ۷ و ۸ پژوهش مربوط به متغیر پیشنهادی نگرانی‌های محیط‌زیستی است که بر اساس مدل توسعه یافته ارتباط آن با متغیرهای نگرش و تمایل به خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیات نشان می‌دهد که نگرانی‌های محیط‌زیستی اثر مثبت و معنی‌داری بر نگرش محیط‌زیستی دانشجویان داشته است ($\beta=0.25, t=2.80, P<0.01$)؛ اما تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی بر روی تمایل به خرید غذاهای ارگانیک در بین دانشجویان معنی‌دار نبود است و فرضیه تحقیق در این رابطه



Chi-Square=532.91, df=212, P-value=0.00000, RMSEA=0.060

متغیرهای مستقل: هنجار ذهنی=SN کنترل رفتاری درک شده=PBC نگرش اخلاقی=MA انگیزه سلامت=HC نگرانی های محیط زیستی=EC
متغیر میانجی: نگرش محیط زیستی =ATT، متغیر وابسته: تمایل به خرید غذای ارگانیک=PI

شکل ۲. مدل ساختاری توسعه یافته تمایل به خرید غذاهای ارگانیک در میان دانشجویان رشته های کشاورزی

جدول ۲. بررسی اثرات مستقیم و اثر غیرمستقیم مؤلفه های مدل

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | اثر مستقیم | مقدار t | اثر غیرمستقیم | اثر علی کل | R ² |
|----------------------------|-----------------------|------------|---------|---------------|------------|----------------|
| نگرش | انگیزه سلامت | ۰/۰۸ | ۰/۴۴ | - | ۰/۰۸ | ۰/۱۱ |
| | نگرانی های محیط زیستی | ۰/۲۵ | ۲/۸۰** | - | ۰/۲۵ | |
| تمایل به خرید غذای ارگانیک | هنجار ذهنی | ۰/۲۸ | ۲/۹۱** | - | ۰/۲۸ | ۰/۶۶۹ |
| | کنترل رفتار درک شده | ۰/۲۴ | ۲/۷۴** | - | ۰/۲۴ | |
| | نگرش اخلاقی | ۰/۲۲ | ۲/۶۲** | - | ۰/۲۲ | |
| | انگیزه سلامت | ۰/۳۷ | ۳/۵۳** | ۰/۰۲ | ۰/۳۹ | |
| نگرانی های محیط زیستی | نگرانی های محیط زیستی | -۰/۱۹ | -۱/۱۵ | ۰/۰۶ | -۰/۱۳ | ۰/۲۴ |
| | نگرش | ۰/۲۴ | ۲/۷۳** | - | ۰/۲۴ | |

سازگاری بهتر با ایجاد مؤلفه ها و ساختارهای جدید بر اساس مطالعات مشابه در جهت توسعه مدل اقدام گردید. در ابتدا به بحث در رابطه با مؤلفه های مدل اولیه رفتار برنامه ریزی شده در تأثیر به خرید غذای ارگانیک پرداخته می شود. با توجه به نتایج به دست آمده، هنجار ذهنی به صورت

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش هدف اصلی توسعه مدلی جهت ارزیابی تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک در کشور ایران بوده است. بدین منظور ابتدا تئوری رفتار برنامه ریزی شده به عنوان چارچوب نظری اولیه در نظر گرفته شده و جهت انطباق و

مستقیم بر تمایل به خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان تأثیر داشته است. همسو با یافته‌های این پژوهش، سایر محققین نیز بیان می‌دارند که ارزش‌ها و باورهای ذهنی افراد منجر به بروز رفتارهای آنان خواهد شد. بر اساس این یافته می‌توان با ارتقای هنجارهای فردی و اجتماعی در محیط‌های آموزشی، زمینه بروز رفتارهای مطلوبی همچون بهبود تغذیه دانشجویان را ایجاد نمود. همچنین متغیر کنترل رفتاری درک شده نیز به‌عنوان یک پیش‌بینی کننده تأثیرگذار در تمایل به خرید غذای ارگانیک شناخته شده است. این موضوع با ورود به مراحل استقلال فکری و مالی دانشجویان در ارتباط مستقیم بوده و در جهت تأیید پژوهش‌های مشابه بیان می‌دارد که رفتارهای آنان تحت تأثیر میزان کنترل درونی آنان خواهد بود. این در حالی است که نگرش دانشجویان نیز به غذای ارگانیک نیز اثر قابل توجهی بر رفتار خرید آنان داشته است؛ بنابراین می‌توان اذعان نمود که بایستی در جهت بهبود نگرش و نهادینه‌سازی مفاهیم ذهنی در زمینه اثرات مصرف غذای ارگانیک در بین دانشجویان فعالیت‌های پیش‌ازپیش انجام گردد؛ بنابراین سه فرضیه اول پژوهش برگرفته از تئوری پایه رفتار برنامه‌ریزی شده، همسو با یافته‌های سایر محققین (Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Chen, 2007; Vermeir & Verbeke, 2008; Yadav & Pathak, 2016; Smith & Paladiro, 2010; Voon et al., 2011; Zagata, 2012; Yazdanpanah & Forouzani, 2015; Paul et al., 2016) مورد تأیید قرار گرفت.

سهم اصلی این مقاله در ارتقای دانش رفتاری نسبت به تمایلات خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان بوده است که در مؤلفه‌ها و روابط مطرح شده در فرضیات زیر مورد بحث قرار می‌گیرند.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که دانشجویان رشته‌های کشاورزی در مورد اثر تغذیه بر سلامتی خود، آگاهی دارند و به سلامتی به‌عنوان یک پارامتر مهم در زمان تصمیم برای خرید نگاه می‌کنند؛ بنابراین می‌توان گفت مصرف غذای ارگانیک بایستی در میان دانشجویان به‌عنوان قشر فعال جامعه گسترش یابد. بر اساس این یافته‌ها پیشنهاد می‌شود که ارتقای انگیزه‌های سلامتی بهترین گزینه برای بهبود مدل تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در پیش‌بینی تمایل به خرید غذای ارگانیک در کشورهای در بین دانشجویان می‌باشد.

در این پژوهش نگرانی‌های محیط‌زیستی به‌صورت مستقیم بر خرید محصولات ارگانیک نقش نداشته است. بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده ابعاد دانش، نگرش و رفتار به‌صورت فرایند شکل می‌گیرند که در این زمینه نتایج پژوهش نشان داده است که در بین دانشجویان مورد مطالعه، ارتباط بین این سه مؤلفه هنوز شکل نگرفته است. اگرچه این یافته با نتایج محققینی همچون (De Leeuw et al., 2015) در تناقض است اما با توجه اثر مثبت آن بر متغیر میانجی نگرش می‌توان

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نگرش اخلاقی در ایجاد تمایل به خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان اثر معنی‌داری داشته است. به‌عبارت‌دیگر خرید مواد غذایی ارگانیک در بین دانشجویان توأم با ایجاد احساس بهتری نسبت به شخصیت خود و جامعه می‌باشد. با استناد به تأثیر اعتقادات و ارزش‌های اخلاقی در ترغیب افراد به خرید محصولات خاص، این یافته با نتایج تحقیقات پیشین (Arvola et al., 2008; Michaelidou & Hassan, 2008; Kanchanapibul et al., 2014; Yazdanpanah & Hashemi-nejad,

مراکز بهداشتی، مشاوره‌ای سلامت و تغذیه در دانشگاه‌ها با ارائه آموزش‌های فرد و عمومی برای دانشجویان به ارتقای سطح دانش و نگرش آنان به مزایای استفاده از مواد غذایی ارگانیک اتمام ورزند.

۲. با توجه نقش غیرمستقیم متغیر نگرانی‌های محیط‌زیستی بر رفتار خرید پیشنهاد می‌شود در سرفصل‌ها و دوره‌های آموزشی به صورت عملی به تأثیرات کشاورزی ارگانیک در زندگی انسان بیشتر پرداخته شود. همچنین در جهت انتقال تأثیر این متغیر از نگرش به رفتار پیشنهاد می‌گردد بر چالش‌ها و بحران‌های حاصل از به کارگیری سموم و کودهای شیمیایی بر سلامت انسان و محیط‌زیست در دروس تخصصی و رسانه‌های عمومی بیشتر تأکید گردد.

۳. همچنین در زمینه بهبود دسترسی بایستی فروشگاه‌های معتبر با تبلیغات و آموزش‌های لازم در نقاط مختلف شهر ایجاد گردد. در این زمینه با بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود سازمان شهرداری می‌توان غرفه‌هایی در میادین عرضه مستقیم تره‌بار به عرضه محصولات ارگانیک اختصاص داد. دسترسی به این فروشگاه‌ها بایستی برای قشر مخاطب دارای پتانسیل بالای پذیرش که در این پژوهش دانشجویان و اقشار جوان در نظر گرفته شده‌اند مدنظر قرار گیرد.

۴. در رابطه با دانشگاه‌ها و مراکز آموزش کشاورزی که اغلب امکانات تولیدی، گلخانه و زمین‌های زراعی دارند پیشنهاد می‌شود جشنواره و یا فروشگاه‌هایی جهت عرضه مستقیم محصولات ارگانیک خود برای دانشجویان برقرار نمایند.

در پایان بایستی یادآور شد مطالعه حاضر به اندازه‌گیری تمایل به خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان رشته‌های کشاورزی محدود شده است. اگرچه به اعتقاد صاحب‌نظران (Ajzen, 1985; De Leeuw et al., 2015) سنجش تمایل مخاطبان با رفتار حقیقی آنان ارتباط مستقیم دارد اما در این‌گونه پژوهش‌ها هیچ اندازه‌گیری از خرید واقعی این افراد وجود ندارد. پس پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی ضمن سنجش این رفتار در جامعه‌های مخاطب متفاوت، رفتار خرید بر اساس تحقیقات بازار از خرید گوشت، شیر و میوه‌های ارگانیک از محل‌های عرضه آنان صورت پذیرد.

اثربخشی غیرمستقیم این ملاحظات و نگرانی‌های دانشجویان را نسبت به رفتار خرید غذای ارگانیک با اهمیت شمرد (Rahimnia et al., 2017; Sabzehei et al., 2016;) (Haghjou et al., 2013). از طرفی محققان دیگری (Yadav & Pathak, 2016) نیز به عدم اثر مستقیم این متغیر بر تمایل به خرید مصرف‌کنندگان غذای ارگانیک به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه اشاره نموده‌اند و یادآور می‌شوند که فرهنگ‌سازی نگهداشت محیط‌زیست نیاز به یک برنامه‌ریزی راهبردی دارد. با توجه به اینکه نگرانی‌های محیط‌زیستی اثر معنی‌داری بر روی رفتار خرید دانشجویان نداشته است می‌توان استنباط نمود که در این زمینه بین نگرش و رفتار جامعه مخاطب هنوز ارتباط مناسبی شکل نگرفته است. در این زمینه نتایج پژوهش با یافته‌های (Magnusson et al., 2003) همخوانی دارد که بر اساس آن انگیزه‌های مبتنی بر خودخواهی فردی همانند انگیزه سلامت در مقایسه با انگیزه‌های مبتنی بر مصلحت‌اندیشی عمومی همانند توجه به محیط‌زیست در تصمیم‌گیری برای خرید محصولات ارگانیک از اهمیت بالاتری برخوردار است.

به‌طور کلی یافته نشان می‌دهند که چارچوب پیشنهادی با ارائه مؤلفه‌ها و ساختارهای ارتباطی جدید، برآورد بهتری نسبت به تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده از رفتار سنجی دانشجویان کشاورزی ارائه می‌دهد. همچنین جمع‌بندی نظرات پاسخ‌گویان مورد مطالعه نشان می‌دهد قیمت بالا، عدم دسترسی و همچنین عدم اطمینان از صحت تولید محصولات به دلیل عدم وجود استانداردهای لازم به‌عنوان مانع اصلی برای مصرف‌کننده است؛ بنابراین با توجه به شاخص اقتصادی مؤثر بر بروز رفتار خرید به‌ویژه در قشر دانشجو نیاز است ضمن تعیین متولی دولتی و خصوصی برای ترویج مصرف محصولات ارگانیک، یارانه‌هایی برای تولید و مصرف این محصولات نظر گرفته شود.

بر اساس یافته‌های تجربی تحقیق حاضر پیشنهاد‌های زیر در جهت افزایش گرایش به سوی مصرف غذاهای ارگانیک در بین دانشجویان ارائه می‌گردد:

۱. بر اساس تأثیر مثبت انگیزه‌ی سلامت بر رفتار مصرف و همچنین عدم تأثیر آن بر نگرش دانشجویان پیشنهاد می‌گردد

References

- Ajzen, I. (1985). "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior". In *Action control* (pp. 11-39), Berlin Heidelberg. New York: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). "Attitudes, Personality, and Behavior". *McGraw-Hill International*.
- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L., & Shepherd, R. (2008). "Predicting Intentions to Purchase Organic Food: The Role of Affective and Moral Attitudes in the Theory of Planned Behaviour". *Appetite*, 50(2), 443-454.
- Biswas, A., & Roy, M. (2015). "Green Products: an Exploratory Study on the Consumer Behaviour in Emerging Economies of the East". *Journal of Cleaner Production*, 87, 463-468.
- Cheah, I., & Phau, I. (2011). "Attitudes Towards Environmentally Friendly Products: The Influence of Ecoliteracy, Interpersonal Influence and Value Orientation". *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5), 452-472.
- Chen, M. F. (2007). "Consumer Attitudes and Purchase Intentions in Relation to Organic Foods in Taiwan: Moderating Effects of Food-Related Personality Traits". *Food Quality and preference*, 18(7), 1008-1021.
- Creswell, J. W. (2012). "Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative". 4th Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- De Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2015). "Using the Theory of Planned Behavior to Identify Key Beliefs Underlying Pro-Environmental Behavior in High-School Students: Implications for Educational Interventions". *Journal of Environmental Psychology*, 42, 128-138.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error". *Journal of marketing research*, 39-50.
- Gefen, D., Straub, D., and Boudreau, M. C. (2000). "Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice". *Communications of the association for information systems*, 4(1), 7.
- Haghjou, M., Hayati, B., Pishbahar, E., Mohammadrezaei, R., & Dashti, G. (2013). "Factors Affecting Consumers' Potential Willingness to Pay for Organic Food Products in Iran: Case Study of Tabriz". *Journal of Agricultural Science and Technology*, 15(2), 191-202.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). "Multivariate Data Analysis (Vol. 6)". Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Jöreskog, K. G., and Sörbom, D. (1993). "LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language". Scientific Software International.
- Kanchanapibul, M., Lacka, E., Wang, X., & Chan, H. K. (2014). "An Empirical Investigation of Green Purchase Behaviour Among the Young Generation". *Journal of Cleaner Production*, 66, 528-536.
- Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjöden, P. O. (2003). "Choice of Organic Foods is Related to Perceived Consequences for Human Health and to Environmentally Friendly Behaviour". *Appetite*, 40(2), 109-117.
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions Towards Organic Food. ". *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 163-170.

- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). "Predicting Green Product Consumption Using Theory of Planned Behavior and Reasoned Action". *Journal of retailing and consumer services*, 29, 123-134.
- Rahimnia; F., Nosrati; S., & Eslami, Gh. (2017). "Effect of Environmental Concern on Environmental Products Purchase with the Mediating Role of Learning Strategies". *Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 5(3), 121-135 In Persian.
- Ranjbar-Shams, H., & Omid-Najafabadi, M. (2014). "Affecting Factors on Consumption' Attitudes of Organic Agricultural Products in Tehran". *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 2 (26); 51-62 In Persian.
- Sabzehei; M. T., Gholipoor; S., & Adinevand, M. (2016). "A Survey of the Relationship Between Environmental Awareness, Attitude and Pro-environmental Behavior of Female Students at Qom University". *Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 4(4), 5-16 In Persian.
- Schwartz, S. H. (1977). "Normative Influences on Altruism". *Advances in experimental social psychology*, 10, 221-279.
- Shah Alam, S., & Mohamed Sayuti, N. (2011). "Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing". *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.
- Smith, S., & Paladino, A. (2010). "Eating Clean and Green? Investigating Consumer Motivations Towards the Purchase of Organic Food". *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 18(2), 93-104.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). "Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finnish Consumers in Buying ORGANIC food". *British food journal*, 107(11), 808-822.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2008). "Sustainable Food Consumption among Young Adults in Belgium: Theory of Planned Behaviour and the Role of Confidence and Values". *Ecological economics*, 64(3), 542-553.
- Voon, J. P., Ngui, K. S., & Agrawal, A. (2011). "Determinants of Willingness to Purchase Organic Food: An Exploratory Study Using Structural Equation Modeling". *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2), 103-120.
- Willer, H., & Lernoud, J. (2016). "*The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2016* (pp. 1-336) ". Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM Organics International.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). "Intention to Purchase Organic Food Among Young Consumers: Evidences from a Developing Nation". *Appetite*, 96, 122-128.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). "Young Consumers' Intention Towards Buying Green Products in a Developing Nation: Extending the Theory of Planned Behavior". *Journal of Cleaner Production*, 135, 732-739.
- Yazdanpanah, M. & Hashemi-nejad, A. (2016). "Determine Factors that Influenced Students' Intention Regarding Consumption of Organic Product: Comparison Theory of Planned Behaviour and Health Belief Model". *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development*. 46(4), 817-831 In Persian.
- Yazdanpanah, M., & Forouzani, M. (2015). "Application of the Theory of Planned Behaviour to Predict Iranian Students' Intention to Purchase Organic Food". *Journal of Cleaner Production*, 107, 342-352.
- Yazdanpanah, M., Forouzani, M., Hojjati, M. (2015). "willingness of Iranian Young Adults to Eat Organic Foods: Application

- of the Health Belief Model”. *Food Quality and Preference*, 41, 75-83.
- Zagata, L. (2012). “Consumers’ Beliefs and Behavioural Intentions Towards Organic Food. Evidence from the Czech Republic”. *Appetite*, 59(1), 81-89.