

تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک: کاربرد تئوری توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی 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 Khomeini Higher Education Center, Tehran, Iran

3. Agricultural Research, Education and Extension Organization (AREEO), Institute of Technical & Vocational Higher Education of jahad-e agriculture, Imam Khomeini 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 نظام‌مند در جهت ارزیابی تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک از طریق رهیافت تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده بوده است. علاوه بر مؤلفه‌های تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، این پژوهش مؤلفه‌هایی مانند تگریش اخلاقی، انگیزه سلامت و نگرانی محیط‌زیستی را بر رفتار مصرف دانشجویان موردمطالعه قرار داده است. در این پژوهش اطلاعات موردنیاز از میان ۴۲۰ دانشجوی رشته‌های کشاورزی به شیوه‌ی نمونه‌گیری در دسترس جمع‌آوری شد. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه‌ای بود که روابی محتوای آن توسط گروهی از استادان دانشگاه تهران و تربیت مدرس تایید گردید. پایابی پرسشنامه نیز با استفاده از شخص‌های مربوطه در حد مطلوب به دست آمد. داده‌های به دست آمده به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شد تا میزان رابطه علی بین مؤلفه‌های پژوهش مشخص شود. نتایج نشان دادند که تئوری توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی شده، تمایل به خرید غذای ارگانیک را در میان دانشجویان را در حد مطلوب تبیین می‌کند ($R^2=0.629$). در میان مؤلفه‌های مدل توسعه یافته، دو مؤلفه اضافه شده شامل تگریش اخلاقی و انگیزه سلامت اثر مستقیم و معنی‌داری را بر تمایل به خرید غذای ارگانیک توسعه دانشجویان داشته‌اند. همچنین نگرانی‌های محیط‌زیستی با اثر بر متغیر میانجی نگرش به صورت غیرمستقیم بر تمایل به خرید دانشجویان اثر گذاشته است. بنابراین پژوهش حاضر با افزودن مؤلفه‌ها و ساختارهای جدید در مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، قدرت پیش‌بینی چارچوب پیشنهادی را در تعیین تمایل دانشجویان برای رفتار خرید مواد غذایی ارگانیک بهبود داده است.

واژه‌های کلیدی: غذای ارگانیک، نگرانی‌های محیط‌زیستی، انگیزه سلامت، نگرش اخلاقی، تئوری رفتار برنامه‌ریزی 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 بهمنظور افزایش بازده در واحد سطح رواج یافته است (Ranjbar-Shams & Omidi, 2014; 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 مصرف کنندگان به محصولات ارگانیک، از اهمیت بالایی در زمینه برنامه‌ریزی تولید و مصرف بخوردار 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، مصرف کنندگان داخلی نیز به سمت استفاده از مواد غذایی ارگانیک تمایل نشان می‌دهند. به‌منظور نهادینه سازی این تمایلات به سمت بروز رفاقت مطلوب محققان علوم اجتماعی استفاده از رهیافت‌هایی همچون تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده را پیشنهاد می‌کنند (Yazdanpanah et al., 2015). یکی از اقسام 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، توأم با ارتقای سلامت

امروزه در جوامع پیشرفته و حتی در حال توسعه، کشاورزی ارگانیک به عنوان 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 مصرف کنندگان 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 متدالو پرداخته‌اند. با این حال هنوز این مسأله وجود دارد که عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزه برای خرید مواد غذایی ارگانیک در بین مصرف کنندگان به درستی شناخته نشده‌اند (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 مصرف کنندگان نسبت به سلامت غذایی و مسائل محیط‌زیستی، جهت‌گیری تقاضای مصرف کنندگان از غذاهای متدالو 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 آینین، فرهنگ و مذهب نقش به سزاگی در رفتار انتخابی مواد غذایی ایفا می‌کند بطوریکه نتایج پژوهشی در کشور مالزی نشان می‌دهد تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در انتخاب غذای سالم و حلال در بین مصرف کنندگان مسلمان کشورهای آسیایی Shah Alam & Mohamed (Sayuti, 2011) کاربرد داشته است.

در سبد 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

[2] Pathak, 2016[2] از جمله آن نیز می‌توان به تحقیقاتی که توسط محققان (Tarkiainen & Sundqvist, 2005) در Vermeir & Verbeke, (Chen, 2007) (تایوان، 2007) فلاند، Smith & Paladiro, (2008) در بین جوانان بلژیک، Zagata, (Voon et al., 2011) (فلیپین، 2010 استرالیا، 2012) (Yazdanpanah & Forouzani, 2015) چک، (2012 ایران و Paul et al., 2016) در کشور هندوستان اشاره نمود. نتایج نشان داده است که تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در تشخیص تمایل به خرید غذای ارگانیک در فرهنگ‌های مختلف کاربرد داشته است؛ بنابراین مدل پایه تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده سه عامل نگرش^۱، هنجار ذهنی^۲ و کنترل رفتاری درک شده^۳ دانشجویان را بر تمایل به خرید مواد غذایی ارگانیک مؤثر می‌داند و به استناد این تئوری فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

H_1 : نگرش دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

H_2 : هنجار ذهنی دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

H_3 : کنترل رفتاری درک شده دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

تحقیقان فراوانی با توجه به موضوع و مخاطب موردمطالعه در صدد دستیابی به شناخت بیشتر از رفتار افراد، اقدام به توسعه تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده نموده‌اند (Ajzen, 1991; Hashemi-nejad, 2016). آیزن (Ajzen, 1991) از عنوان یکی از بنیان‌گذاران این نوع رفتارشناسی، راه اصلاح این تئوری را باز می‌داند و بیان می‌دارد جهت بهبود این تئوری می‌توان مؤلفه‌ها و ساختارهای ارتباً جدیدی را مدنظر قرار داد (Ajzen, 2005). از این‌رو 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 برنامه‌ریزی شده قرار ندارد را موردمطالعه قرار داده‌اند (Yadav & Pathak, 2016)[2]

در نظر گرفتن روابط جدید بین مؤلفه‌ها در مطالعات اخیر، میزان پیش‌بینی رفتار و تمایلات افراد بهبود

فردی به پایداری محیط‌زیست تمرکز می‌کند (Vermeir, I., & Verbeke, 2007). اجرای این برنامه‌ها و فرایندها منوط به شارکت مخاطبان و بهویژه قشر جوان تحصیل کرده جامعه است؛ بنابراین پژوهش حاضر در صدد توسعهٔ مدلی نظاممند در جهت ارزیابی تمایل دانشجویان به خرید غذاهای ارگانیک در کشور ایران می‌باشد.

به طور کلی تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده^۴ به مطالعه سه عامل اصلی نگرش^۵ نسبت به رفتار، هنجار ذهنی^۶ و کنترل رفتاری درک شده^۷ می‌پردازد. بر اساس این تئوری تمامی این عامل‌ها انسان 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).

نگرش نسبت به رفتار، اشاره به میزان ارزیابی فرد از مطلوب یا نامطلوب بودن انجام فعل خاص دارد. هنجار ذهنی نیز به عنوان فشار اجتماعی درک شده برای انجام یا عدم انجام رفتار شناخته می‌شود (Ajzen, 1991; Ajzen, 1985). 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 قوی تری برای انجام رفتار خاص را خواهند داشت. قصد و تمایل رفتاری نیز به عنوان آمادگی فرد برای انجام رفتار خاص تعریف شده و یک پیش‌شرط ضروری از رفتار واقعی خواهد بود (De Leeuw et al., 2015).

تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده در زمینه‌های زیادی از جمله پیش‌بینی تمایل و رفتار خرید مصرف کننده قابل استفاده 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 &

اینکه غذای ارگانیک نسبت به غذاهایی متداول از سلامت بیشتری برخودار است، تحقیقات بسیاری حاکی از آن بوده است که مصرف کنندگان تمایل بالاتری نیز برای خرید این محصولات نشان می‌دهند (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 محیط‌زیستی^۳ از دیگر مؤلفه‌های اثرگذار بر بروز رفتارهای شهروندان محسوب می‌شود. رفتار دوستدارانه طبیعت یکی از عوامل مؤثر حفظ محیط‌زیست است که به میزان زیادی به آگاهی محیط‌زیستی شهروندان بستگی دارد (Sabzehei et al., 2016). توجه به محیط پیرامون نشان‌دهنده میزان اطلاع مردم از مشکلات محیطی و همچنین تلاش و اشتیاق آنها به همکاری در حل آنها می‌باشد. این ملاحظات مبنای اصلی پژوهش‌های انسانی در حیطه علوم زیستی بوده که ارتباط تنگاتنگی با رفتار دوستانه نسبت به محیط‌زیست دارد (Yadav & Pathak, 2016)[2].

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

بنابراین می‌توان گفت ملاحظات محیط‌زیستی اثر مستقیمی بر تمایل مصرف کنندگان به خرید محصولات دوستدار محیط‌زیست دارد (De Leeuw et al., 2015) و حتی باعث می‌شود 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 جمع‌بندی مطالعات پیشین سه مؤلفه نگرش اخلاقی، انگیزه سلامتی و نگرانی محیط‌زیستی به مدل تئوری برنامه‌ریزی شده اضافه گردید که در ادامه به تشریح پشتونه نظری هر مؤلفه پرداخته می‌شود:

از آنجا که نگرش اخلاقی^۱ افراد نقش مهمی در بروز رفتارهای شخصی و اجتماعی دارد، تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده به علت عدم توجه به تأثیرات اخلاقی و رفتاری موردبث و نقد قرار گرفته است (Schwartz, 1977). هدف نگرش اخلاقی ارزیابی مطلوب از احساس اعتقادی و ارزشی فرد است. درواقع نگرش اخلاقی در خرید غذای ارگانیک نشان‌دهنده توجه فرد به خود، جامعه و محیط است؛ بنابراین 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 برنامه‌ریزی 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 برنامه‌ریزی شده، علاوه بر منفعت‌های شخصی در مصرف غذای ارگانیک، تجلی این رفتار در ابعاد اجتماعی نیز در نظر گرفته می‌شود و این مهم در فرضیه چهارم پژوهش مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

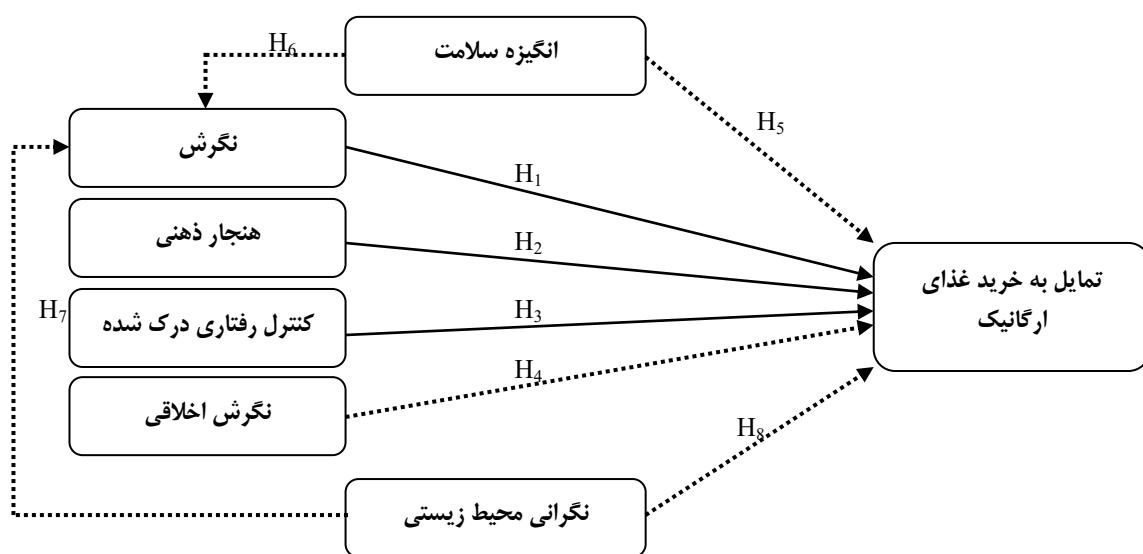
H4: نگرش اخلاقی دانشجویان بر تمایل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد.

اطلاعات بهداشتی و انگیزه‌ی سلامت^۲ می‌تواند به عنوان میزانی از توجه به سلامتی در فعالیت‌های متداول و روزانه یک فرد بیان شود. بهویژه دانشجویان و اقشار تحصیل کرده در زمان خرید محصولات غذایی به بهداشت و سلامت آن بسیار توجه می‌کنند (Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2016). در این رابطه نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که مصرف کنندگانی که توجه بیشتری به سلامتی خود دارند، نگرش مطلوب‌تری نیز به ماهیت محصولات ارگانیک داشته‌اند (Michaelidou & Hassan, 2008).

-
1. Moral Attitude
 2. Health Consciousness

Rahimnia et al., 2017; Rahimnia et al., 2016). خرید محصولات ارگانیک گردد (H₆). نگرانی محیط‌زیستی دانشجویان بر روی نگرش آنان نسبت به غذای ارگانیک اثر دارد. H₇: نگرانی محیط‌زیستی دانشجویان بر روی تمايل آنان به خرید غذای ارگانیک اثر دارد. H₈: نگرانی محیط‌زیستی دانشجویان بر روی تمايل آنان به اساس مبانی نظری و مباحثی که مطرح شده، چارچوب نظری پژوهش حاضر بر طبق مدل رفتار برنامه‌ریزی شده به صورت زیر تدوین و توسعه یافته است:

داشته‌اند که مؤلفه‌های فردی بیشتر از ابعاد اجتماعی در تصمیم‌گیری برای خرید محصولات ارگانیک نقش دارند. تجربیاتی در این زمینه نشان می‌دهد که در کشوری توسعه یافته همچون سوئد، شهروندان با انگیزه‌های فردی و خودخواهانه بیشتر از مؤلفه‌های اجتماعی و ملاحظات محیط‌زیستی به خرید محصولات ارگانیک تغیب می‌شوند (Magnusson et al., 2003). همچنین نگرانی‌های محیط‌زیستی می‌تواند به صورت غیرمستقیم از طریق مؤلفه‌های دیگر موجب افزایش تمايل به



شکل ۱. چارچوب پیشنهادی توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی شده

دانشجویان این رشتہ، 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 موردنبیاز 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 موردمطالعه 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 موردمطالعه بر تمايل 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 برآشش مدل پژوهش و آزمون فرضیات از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Lisrel بهره گرفته شد.

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه دانشجویان رشتہ‌های 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 ([1], [2] Yadav & Pathak, 2016) در سه بخش بود. بخش اول مربوط به اطلاعات فردی از جمله سن، جنس، مقطع تحصیلی و محل سکونت بوده است. در بخش دوم سوالات بسته پاسخ برای سنجش هفت مؤلفه مربوط به مدل پژوهش با استفاده ۲۳ گویه در قالب طیف لیکرت (یک=کاملاً مخالف؛ دو=مخالف؛ سه=نظری ندارم؛ چهار=موافق؛ پنجم=کاملاً موافق)، آورده شده‌اند. مؤلفه‌ها به همراه گویه‌های آنها در جدول ۱ آمده است. قسمت آخر شامل سوالی با پایان باز است که «مهمترین مشوق‌ها و بازدارنده‌های مصرف غذای ارگانیک در بین دانشجویان» را مورد سؤال قرار داده است.

دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی گرگان و دانشگاه فردوسی مشهد انتخاب شدند. به‌زعم محققان روش نمونه‌گیری در دسترس جهت جمع‌آوری 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 کرده‌اند، زیرا جوانان بیشتر در مورد شرایط زیست‌محیطی فعلی بیشتر نگران هستند، آنها توانایی بیشتری برای انتخاب محصولات سازگار با محیط‌زیست خود دارند (Kanchanapibul et al., 2014; Yadav & Pathak, 2016). از سوی دیگر اگرچه نتایج نمونه‌گیری در دسترس ممکن است قابلیت تعیین‌پذیری نتایج را محدود کند، اما شواهد نشان می‌دهد که استفاده از جمعیت جوان برای چنین مطالعات قابل اعتماد است (Cheah & Phau, 2011).

جدول ۱. مؤلفه‌ها و گویه‌های پرسش نامه

مؤلفه‌ها	
گویه‌های سنجش	
۱. خرید مواد غذایی ارگانیک ایده بسیار خوبی است.	نگرش
۲. خرید مواد غذایی ارگانیک یک انتخاب عاقلانه است.	ATT
۳. خرید از فروشگاه‌های مواد غذایی ارگانیک را دوست دارم.	
۴. انتخاب مواد غذایی ارگانیک لذت‌بخش است.	
۱. اغلب افرادی که برای من مهم هستند، فکر می‌کنند که من باید غذای ارگانیک مصرف کنم.	هنجر ذهنی
۲. من فکر می‌کنم مصرف غذای ارگانیک به نفع من است.	SN
۳. افرادی که نظرشان برای من ارزشمند است، خرید مواد غذایی ارگانیک را به من نیز پیشنهاد می‌کنند.	
۱. خریدن یا نخریدن مواد غذایی ارگانیک کاملاً به اختیار من مربوط است.	کنترل رفتاری درک شده
۲. من اعتقاد دارم که اگر خودم بخواهم، می‌توانم غذاهای ارگانیک بخشم.	PBC
۳. من مبالغه (اقتصادی) و زمان کافی برای خرید مواد غذایی ارگانیک را در اختیار دارم.	
خرید مواد غذایی ارگانیک به‌جای یک غذای متعارف باعث می‌شود من:	نگرش اخلاقی
۱. احساس کنم مشارکت بیشتری در سلامت خودم و جامعه دارم.	MA
۲. احساس کنم کار اخلاقی و پسندیده‌ای انجام می‌دهم.	
۳. احساس بهتری نسبت به شخصیت خودم داشته باشم.	
۱. من برای اطمینان از سلامت خود در انتخاب غذا دقت می‌کنم.	انگیزه سلامت
۲. من خودم را به عنوان مصرف‌کننده آگاه به ابعاد سلامتی می‌دانم.	HC
۳. من اغلب درباره مسائل مربوط به سلامتی فکر می‌کنم.	
۱. تعادل چرخه طبیعت بسیار حساس است و ممکن است با کوچک‌ترین اشتباه به هم بریزد.	نگرانی‌های محیط‌زیستی
۲. انسان‌ها به شدت از محیط‌زیست سوءاستفاده می‌کنند.	EC
۳. انسان برای زنده ماندن باید تعادل و حیات طبیعت را حفظ کنند.	
۴. تعارض انسان با طبیعت اغلب عاقبت فاجعه باری را ایجاد می‌کند.	
۱. من مایلم در هنگام خرید، غذاهای ارگانیک بخشم.	تمایل به خرید غذای ارگانیک
۲. من خرید مواد غذایی ارگانیک را در آینده نیز ادامه خواهم داد.	PI
۳. خرید غذاهای ارگانیک را به دوستان و خانواده نیز پیشنهاد می‌کنم.	

ماخذ: (Yadav & Pathak, 2016)

یافته‌های پژوهش

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

به منظور تعیین ارتباط درونی بین متغیرها از آزمون همبستگی استفاده شد. بر اساس نتایج تمامی متغیرهای موردمطالعه 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 به دست آمده، 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 محدود پس‌ماندها ($RMR=0.044$)، شاخص نرم (هنچار) برازنده ($NFI=0.95$)، شاخص نرم نشده (هنچار نشده) برازنده ($NNFI=0.96$)، شاخص برازنده‌گی فراینده ($IFI=0.92$)، شاخص میزان انطباق ($CFI=0.92$)، شاخص برازنده‌گی تطبیقی ($GFI=0.97$) و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب ($RMSEA=0.060$) استفاده شده است (Joreskog & Sorbom, 1993). آزمون χ^2 اغلب به عنوان شاخص موفقیت شناخته می‌شود که به سادگی نشان می‌دهد که آیا بیان مدل، ساختار روابط میان متغیرهای مشاهده شده را توصیف می‌کند یا خیر. هرقدر مقدار χ^2 کوچک‌تر باشد، بهتر است. این شاخص معمولاً تحت شرایط توزیع نرمال چند متغیره 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 موردمطالعه انجام پذیرفت، اعتبار محتوایی و اعتبار صوری پرسش‌نامه توسط متخصصان موضوع شامل استادان توسعه، ترویج و آموزش کشاورزی در دانشگاه‌های تهران و تربیت مدرس بررسی شده و درنهایت مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش ابتدا به منظور تأیید پایایی ابزار سنجش و تعیین حجم نمونه تعداد ۳۰ پرسش نامه پیش‌آزمون از بین دانشجویان کشاورزی جمع‌آوری گردید و پس از انجام اصلاحات لازم پرسش نامه نهایی به صورت 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. به منظور تعیین روایی سازه نیز شاخص میانگین واریانس استخراج شده^۳ محاسبه شد که نشان می‌دهد که چه درصدی از واریانس مؤلفه موردمطالعه تحت تأثیر نشانگرهای آن بوده است (Fornell & Larcker, 1981). طبق عقیده صاحب‌نظران (Hair et al., 2006) بارهای عاملی که حداقل 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٪^۴ آماره t برای همه گویی‌ها بیش از ۱/۹۶ است، درنتیجه همه شاخص‌ها قابل قبول بوده‌اند. همچنین درصورتی 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 به منظور 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

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 وابسته قابل تشریح است که به طور کلی مدل توانایی تبیین متغیر وابسته تمایل به خرید مواد غذایی ارگانیک در بین دانشجویان را دارد است ($R^2=0.629$). همچنین نتایج نشان داد که در مقایسه با مدل اولیه تئوری برنامه‌ریزی شده ($R^2=0.388$), 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 پاسخ‌گوییان $50/2$ درصد (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 تقدیم خود اشاره نموده‌اند. همچنین از بین پاسخ‌گوییان، 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 نامبرده‌اند.

بسیاری از دانشجویان نیز به لزوم حمایت‌های دولتی از تولیدکنندگان و مصرف کنندگان، ارائه یارانه بر روی محصولات ارگانیک، آموزش و اشاعه فرهنگ مصرف، تعیین استانداردها و بازرگانی 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 غذایی ارگانیک، عدم اطمینان از ارگانیک بودن محصولات و عدم نظارت سازمان غذاء بهداشت و دارو بر این مسئله را از مهم‌ترین بازدارنده‌های ترویج غذای ارگانیک در جامعه دانسته‌اند.

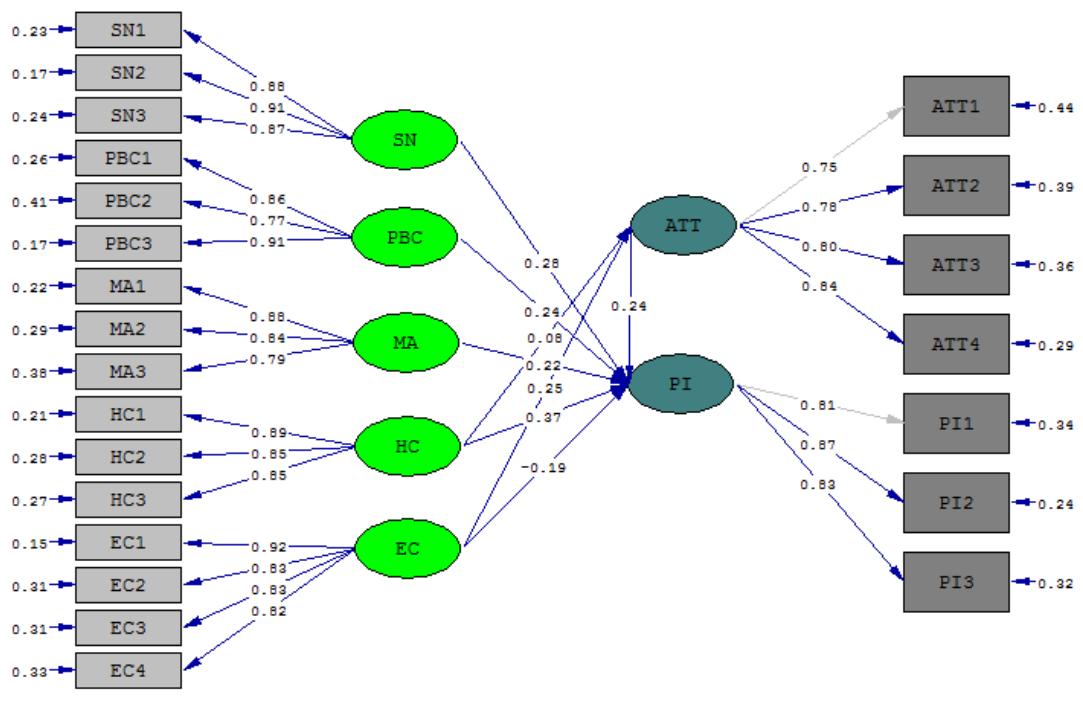
است یک مدل در اندازه نمونه کم تناسب داشته باشد، ولی در نمونه زیاد برازش نداشته باشد. به این دلیل محققان از نسبت χ^2 به درجه آزادی به عنوان شاخص جایگزین استفاده می‌کنند (Gefen et al., 2000). از آنجاکه تعداد نمونه مورد مطالعه این تحقیق بیشتر از 200 نفر بالاتر است لذا از نسبت χ^2 به درجه آزادی به جای χ^2 استفاده شده است تا کمترین محدودیت ایجاد شود (Hair et al., 2006); بنابراین با استناد به معیارهای پیشنهادی، تمامی شاخص‌ها تناسب مؤلفه‌های مورد سنجش 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 ($t=2.91$, $P<0.01$, $\beta=0.28$) و کنترل رفتار درک شده ($t=2.74$, $P<0.01$, $\beta=0.24$) 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 ($t=2.62$, $P<0.05$, $\beta=0.22$) و انگیزه سلامت اخلاقی ($t=3.53$, $P<0.01$, $\beta=0.37$) اثر مثبت و معنی‌داری بر تمایل به خرید غذای ارگانیک توسعه 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 ($t=2.80$, $P<0.01$, $\beta=0.25$)؛ اما تأثیر نگرانی‌های محیط‌زیستی بر روی تمایل به خرید غذاهای ارگانیک در بین دانشجویان معنی‌دار نبود است و فرضیه تحقیق در این رابطه



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

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

جدول ۲. بررسی اثرات مستقیم و اثر غیرمستقیم مؤلفه‌های مدل

	R^2	اثر علی کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	مقدار t	اثر مستقیم	متغیر مستقل	متغیر وابسته
.11	.08	-		.44	.08		انگیزه سلامت	نگرش
	.25	-		2.80**	.25		نگرانی‌های محیطزیستی	
.629	.28	-		2.91**	.28		هنجار ذهنی	تمایل به خرید غذای ارگانیک
	.24	-		2.74**	.24		کنترل رفتاری درک شده	
	.22	-		2.62**	.22		نگرش اخلاقی	
	.39	.02		3.53**	.37		انگیزه سلامت	
	.13	.06		-1.15	.19		نگرانی‌های محیطزیستی	
	.24	-		2.73**	.24		نگرش	

سازگاری بهتر با ایجاد مؤلفه‌ها و ساختارهای جدید بر اساس مطالعات مشابه در جهت توسعه مدل اقدام گردید. در ابتدا به بحث در رابطه با مؤلفه‌های مدل اولیه رفتار برنامه‌ریزی شده در تأثیر به خرید غذای ارگانیک پرداخته می‌شود. با توجه به نتایج بدست‌آمده، هنجار ذهنی به صورت

بحث و نتیجه‌گیری

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 برنامه‌ریزی شده به عنوان چارچوب نظری اولیه در نظر گرفته شده و جهت انطباق و

بازدید ۲۰۱۶؛ Yadav & Pathak, 2016) همسو می‌باشد. با توجه به مدل پژوهش، در میان مؤلفه‌های اختفای شده در مدل توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی شده، انگیزه‌ی سلامت بیشترین اثر را برای تمایل به خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان داشته است. تحقیقات پیشین نیز به جایگاه ویژه این متغیر در مدل‌های رفتاری از جمله مدل اعتقاد سلامت اشاره نموده‌اند (Yazdanpanah & Hashemi-nejad, 2015; Yazdanpanah et al., 2015; Haghjou et al., 2013; Michaelidou & Hassan, 2008). این بدان معناست که دانشجویان با هدف ارتقای سلامتی خود و خانواده اقدام به خرید غذای ارگانیک می‌نمایند و هرچه انگیزه‌ی سلامتی و اثربخشی مصرف مواد غذایی ارگانیک آنان بالاتر باشد میزان تمایل آنان به خرید این محصولات بیشتر می‌گردد. از سوی دیگر انگیزه سلامت دانشجویان اثر معنی‌داری بر نگرش آنان نداشته است. بر طبق این یافته این چنین استنباط می‌گردد که در جوامع درحال توسعه و به‌ویژه جوانان انگیزه‌های سلامتی بیش از اینکه منجر به تکامل دانش و نگرش مصرف کنندگان گردد، اثر حداکثری خود را بر بروز رفتار خرید آنان نشان می‌دهد.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که دانشجویان رشته‌های کشاورزی در مورد اثر تغذیه بر سلامتی خود، آگاهی دارند و به سلامتی به عنوان یک پارامتر مهم در زمان تصمیم برای خرید نگاه می‌کنند؛ بنابراین می‌توان گفت مصرف غذای ارگانیک باستی در میان دانشجویان به عنوان 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 به صورت مستقیم بر خرید محصولات ارگانیک نقش نداشته است. بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده ابعاد دانش، نگرش و رفتار به صورت فرایند شکل می‌گیرند که در این زمینه نتایج پژوهش نشان داده است که در بین دانشجویان موردمطالعه، ارتباط بین این سه مؤلفه هنوز شکل نگرفته است. اگرچه این یافته با نتایج محققینی همچون (De Leeuw et al., 2015) در تنافق است اما با توجه اثر مثبت آن بر متغیر میانجی نگرش می‌توان

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 در کشیده نیز به عنوان 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 باستی در جهت بهبود نگرش و نهادینه‌سازی مفاهیم ذهنی در زمینه اثرات مصرف غذای ارگانیک در بین دانشجویان فعالیت‌های بیش از پیش 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 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 نشان می‌دهد که نگرش اخلاقی در ایجاد تمایل به خرید غذای ارگانیک در بین دانشجویان اثر معنی‌داری داشته است. به عبارت دیگر 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) تمایل مخاطبان با رفتار حقیقی آنان ارتباط مستقیم دارد اما در این گونه 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 بالهمیت شمرد Rahimnia et al., 2016; Sabzehei et al., 2013 (Haghjou et al., 2013) از طرفی محققان دیگری (Yadav & Pathak, 2016) نیز به عدم اثر مستقیم این متغیر بر تمایل به خرید مصرف کنندگان 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 ارائه‌ی مؤلفه‌ها و ساختارهای ارتباطی جدید، برآورد بهتری نسبت به تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده از رفتار سنجی دانشجویان کشاورزی ارائه می‌دهد. همچنین جمع‌بندی نظرات پاسخ‌گوییان موردمطالعه نشان می‌دهد قیمت بالا، عدم دسترسی و همچنین عدم اطمینان از صحت تولید محصولات به دلیل عدم وجود استانداردهای لازم به عنوان مانع اصلی برای مصرف کننده 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 در 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 انگیزه 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., & Sjödén, 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., & Omidi-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.
- Willaer, 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.