

## مطالعه رفتار شهروندان گرگانی در مصرف آبزیان و فرآورده‌های شیلاتی

سیدمحمود عقیلی<sup>۱</sup>، \* رقیه صفری<sup>۲</sup>، مریم رحمانی<sup>۳</sup> و بهاره شعبانپور<sup>۴</sup>

استادیار گروه محیط زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه شیلات،

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان،

دانشیار گروه شیلات، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

تاریخ دریافت: ۸۷/۸/۱۱؛ تاریخ پذیرش: ۸۸/۱۱/۱۳

### چکیده

برای آگاهی از رفتار مصرف آبزیان و محصولات شیلاتی پژوهشی در سال ۱۳۸۶ در شهر گرگان با جمع‌آوری اطلاعات از ۳۴۳ خانوار گرگانی به‌طور تصادفی انجام، و اطلاعات جمع‌آوری شده به کمک برنامه SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که سرانه مصرف آبزیان برای هر فرد گرگانی ۹/۱۲ کیلوگرم و اولویت خانوارهای گرگانی به ترتیب در مصرف ماهیان دریای شمال، پرورشی گرمابی و سردابی می‌باشد. خانوارهای گرگانی در خرید فرآورده‌های شیلاتی به کیفیت و تازگی، قیمت، بهداشتی بودن مکان توزیع توجه می‌نمایند. فقط ۳۹/۵ درصد خانوارهای گرگانی تمایل به خرید ماهیان بسته‌بندی نشان دادند و اطمینان نداشتن به تازگی، بهداشتی بودن، داشتن وقت کافی و بالا بودن قیمت ماهی بسته‌بندی از دلایل تمایل نداشتن به استفاده از ماهیان بسته‌بندی عنوان شد. ۵۸/۴ درصد پاسخ‌گویان ترجیح می‌دهند برای خرید ماهی و میگوی بسته‌بندی به نمایندگی‌های شیلات مراجعه کنند که ضرورت برنامه‌ریزی برای ایجاد و نظارت بر چنین فروشگاه‌هایی را بیش از پیش نمایان می‌سازد.

واژه‌های کلیدی: رفتار مصرف، آبزیان، گرگان

### مقدمه

افزایش جمعیت کشور، رشد ۱۰/۲ درصدی تولیدات شیلاتی در ۳۰ سال گذشته، آگاهی تولیدکنندگان و تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان سبب رشد و عرضه محصولات، رشد مصرف آبزیان، محصولات فرآوری و بسته‌بندی شده آبزیان گردیده (عادلی و شعبانپور، ۲۰۰۷a) و در سال ۱۳۸۴ به حدود ۷ کیلوگرم رسیده است (سالنامه آماری شیلات، ۲۰۰۵)، اما هنوز نسبت به سرانه جهانی (۱۶

کیلوگرم) کم می‌باشد. که از دلایل اساسی این اختلاف مصرف، توجه نداشتن تخصصی به آبزیان و ناشناخته ماندن فرآورده‌های متنوع از آنها به جهت انجام نشدن تحقیقات کاربردی در این زمینه و توجه نداشتن به بازار مصرف و رفتار مصرف‌کننده می‌باشد، تاکنون مطالعات متعددی در زمینه رفتار مصرف‌کنندگان آبزیان در داخل و خارج از ایران صورت گرفته است که می‌توان به نتایج شیلات (۱۹۹۵) و شیلات (۱۹۹۸)، بوس و براون (۲۰۰۰)، رستمی (۲۰۰۱)، اسپینک و بوس (۲۰۰۲)،

\* مسئول مکاتبه: roghi\_safari@yahoo.com

گزارش Fao (۲۰۰۳)، سعیدی (۲۰۰۵)، صالحی (۲۰۰۶)، سالنامه آماری شیلات (۲۰۰۵) اشاره نمود. استان گلستان یکی از قطب‌های بزرگ پرورش ماهیان گرمابی و صید انواع ماهیان استخوانی در کشور می‌باشد، که سهم مهمی در تأمین نیاز پروتئینی سایر استان‌ها دارد به همین جهت قسمتی از ماهیان دریایی و پرورشی صید شده تحت نظارت شیلات از استان خارج می‌گردد، در این میان قسمتی از صید نیز به طریق غیرمستقیم از چرخه مصرف استان خارج شده که اطلاعات دقیقی از میزان آن در دسترس نیست، بنابراین این پژوهش برای اولین بار در شهر گرگان با هدف تعیین سرانه مصرف و ترجیحات مصرف‌کنندگان نسبت به انواع فرآورده‌های شیلاتی و روش‌های عرضه آنها و... مطرح شد تا با استفاده از نتایج راه‌کارهایی جهت توسعه سرانه مصرف و در نتیجه صنعت تکثیر و پرورش و عمل‌آوری در شهر گرگان مطرح گردد.

## مواد و روش‌ها

در این پژوهش با توجه به مطالعات اولیه و نظر صاحب‌نظران این حوزه پرسش‌نامه‌ای با هدف بررسی رفتار شهروندان گرگانی در مصرف آبزیان تهیه و تنظیم گردید. در این پرسش‌نامه ابتدا سوالات زمینه‌ای از جمله؛ جنسیت، شغل، سن، تحصیلات مطرح، و سپس سوالات توصیفی و تحلیلی طرح شد.

این پژوهش در بررسی توصیفی به بررسی نوع آبزیان مصرفی، میزان مصرف سالیانه آبزیان، دلایل مصرف آبزیان در مقایسه با گوشت سفید و قرمز، دلایل خرید ماهی بسته‌بندی و غیربسته‌بندی، محل‌های خرید آبزیان و... در میان خانوارهای گرگانی می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش را تمام خانوارهای شهر گرگان تشکیل می‌دهند، که طبق آخرین سرشماری در سال ۱۳۸۵، شهر گرگان دارای ۷۳۷۷۲ خانوار بوده است. بر این اساس طبق فرمول کوکران<sup>۱</sup> حجم نمونه ۲۳۶/۹۱ خانوار به دست آمد که در عمل برای افزایش دقت و درجه اطمینان پژوهش، حجم

نمونه ۳۴۳ نفر (معرف ۳۴۳ خانوار) در نظر گرفته شد، که اطلاعات به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده<sup>۲</sup> از مجموع ۳۴۳ نفر از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری گردید.

## نتایج

در این پژوهش نمونه آماری ۳۴۳ نفر بود که از این تعداد ۶۴/۹ درصد (۲۲۲ نفر) را زنان و ۳۵/۱ درصد باقی‌مانده را مردان تشکیل می‌دهند. میانگین سنی پاسخ‌گویان ۲۹/۶۶ سال با حداقل ۱۴ و حداکثر ۶۶ سال می‌باشد. به‌طور متوسط خانواده‌های گرگانی ۸/۳۴ بار در سال ماهی و فرآورده‌های شیلاتی را خرید می‌نمایند، و در هر بار به‌طور متوسط ۴/۷۴ کیلوگرم ماهی خریداری می‌کند، بر این اساس سرانه هر فرد گرگانی در سال ۹/۱۲ کیلوگرم است.

شکل‌های ۱ و ۲، به ترتیب محل تهیه فرآورده‌های شیلاتی و اولویت مصرف آبزیان را در خانواده‌های گرگانی نشان می‌دهد.

۸۴/۵ درصد پاسخ‌گویان هر وقت هوس خوردن ماهی می‌نمایند آن را مصرف می‌کنند و تنها برای ۱۱/۱ درصد آنها خوردن ماهی جزو برنامه غذای هفتگی‌شان است. خانوارهای گرگانی به ترتیب اولویت، فرآورده‌های زیر را مصرف می‌نمایند: الف) ماهی تازه پاک نشده، ب) ماهی تازه پاک شده، ج) فیله، د) منجمد پاک‌شده، ه) کنسرو ماهی، و) میگو، ز) سر و دم زده آماده طبخ و ح) گوشت چرخ شده ماهی به‌منظور تهیه غذا که کمترین اولویت برتری را برای خانوارهای گرگانی دارد. در تصمیم برای خرید فرآورده‌های شیلاتی الف) کیفیت و تازگی برای پاسخ‌گویان اولویت اول را دارد، ب) قیمت در اولویت دوم، ج) بهداشتی بودن محل توزیع در اولویت سوم قرار دارد و د) محل توزیع و دسترسی در آخرین مرتبه قرار دارد.

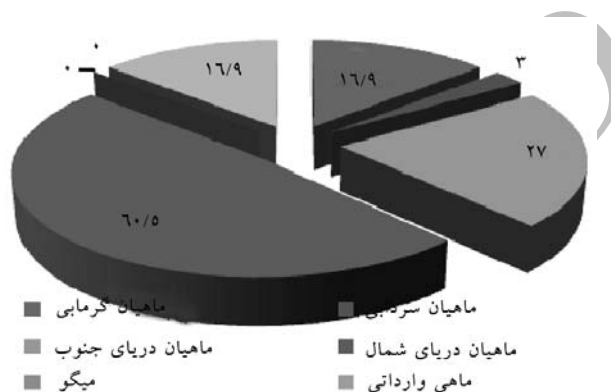
اولویت مصرف انواع گوشت در بین پاسخ‌گویان با توجه به مؤلفه‌های مختلف (قابلیت دسترسی، سالم و بهداشتی بودن، ارزش غذایی از نظر ویتامین و پروتئین، طعم و مزه، طبخ آسان، تهیه خوراک متنوع و عادت مصرف) متفاوت است، در شکل ۳ این تفاوت‌ها آمده است.

1-  $n_i = (NT^2pq) / (T^2pq + Nd^2)$  ( $N=73772$ ,  $P=0.5$ ,  $Q=0.5$ ,  $d=0.06$ ,  $T=1.85$ )

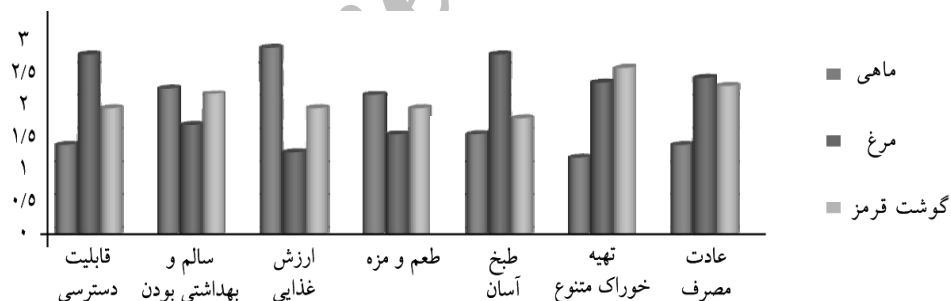
2- Simple Random Sampling



شکل ۱- محل تهیه فرآورده‌های شیلاتی.



شکل ۲- اولویت مصرف آبزیان در بین پاسخ‌گویان.



شکل ۳- اولویت مصرف انواع گوشت در بین پاسخ‌گویان در خصوص مؤلفه‌های مختلف.

همان‌طور که گفته شد ۳۹/۵ درصد تمایل به خرید ماهی بسته‌بندی شده دارند، و ترجیح می‌دهند بسته‌بندی ماهی و میگو به ترتیب اولویت موارد زیر را دارا باشد: الف) اطلاعاتی در مورد ارزش غذایی ماهی و میگو داشته باشد، ب) دارای برچسب معتبر در مورد زمان تولید، کد بهداشتی و نام شرکت باشد، ج) بسته‌بندی توانایی نگهداری محصول را برای مدت بیشتری داشته باشد، د) بسته‌بندی به راحتی باز شود، ه) اطلاعات در

۳۹/۵ درصد از پاسخ‌گویان تمایل به خرید ماهی بسته‌بندی شده دارند و ۶۰/۵ درصد تمایل به خرید ماهی غیربسته‌بندی دارند. در ذکر دلایل انتخاب ماهی غیربسته‌بندی شده پاسخ‌گویان به ترتیب به موارد زیر اشاره کرده‌اند: الف) اطمینان از تازه بودن ماهی غیربسته‌بندی، ب) اطمینان از بهداشتی و سالم بودن ماهی غیربسته‌بندی، ج) داشتن وقت کافی برای پاک کردن ماهی و د) مناسب بودن قیمت ماهی بسته‌بندی نشده.

مورد نحوه طبخ ماهی یا میگو داشته باشد، و) به راحتی قابل حمل و نقل باشد و ز) هیچ‌گونه نیازی به قطعه‌قطعه کردن محصول نداشته باشد و آماده پخت باشد.

## بحث

در این مطالعه، متوسط مصرف سرانه آبزیان برای هر فرد گرگانی ۹/۲ کیلوگرم برآورد گردید که این میزان نسبت به سرانه مصرف آبزیان در کل کشور ۷ کیلوگرم و شهر تهران، ۳/۴۸ کیلوگرم (عادل و شعبانپور، ۲۰۰۷b) بیشتر است. بالا بودن سرانه مصرف نسبت به سرانه کشور را می‌توان به موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه به‌عنوان قطب شیلاتی در صید و پرورش انواع استخوانی و خاویاری نسبت داد ولی این میزان نسبت به سرانه مصرف کشورهای هم‌چون ژاپن، ۸۰-۹۰ کیلوگرم و سرانه جهانی ۱۶/۵ کیلوگرم (فانو، ۲۰۰۳) کمتر می‌باشد و اگر بخواهیم به سهم ۱۶ درصدی آبزیان در تامین پروتئین جهان دست یابیم، باید حداقل سرانه مصرف آبزیان را به ۱۰/۵ کیلوگرم برسانیم.

در مطالعه حاضر، ۶۰/۵ درصد شهروندان گرگانی، ماهیان دریای شمال را در اولویت مصرف قرار می‌دهند، ماهیان پرورشی گرمابی و سردابی را در اولویت‌های بعدی عنوان کردند که این امر با توجه به نزدیکی به دریا و دسترسی به ماهیان تازه دریایی و از طرفی استخرهای پرورشی موجود در منطقه، همچنین قیمت مناسب ماهیان دریای خزر در این منطقه قابل توجیه است، در حالی که میزان مصرف ماهیان وارداتی و میگو در گرگان بسیار ناچیز و حدود صفر برآورد شده که با میزان کم و ناآشنایی شهروندان و همچنین قیمت بالای این گونه آبزیان قابل توجیه است. صالحی (۲۰۰۶) علت مصرف نکردن ماهیان پرورشی در شهر تهران را به ناآشنایی با این‌گونه ماهیان، عادل و شعبانپور (۲۰۰۷b) اولویت مردم در مصرف ماهی قزل‌آلا و ماهیان دریای شمال را به‌میزان دسترسی و قیمت برای مصرف‌کننده نسبت دادند. با توجه به نتایج بررسی‌های انجام گرفته و به‌منظور حفاظت از ذخایر گونه‌های خاص و همچنین کنترل قیمت‌ها، ترویج مصرف

گونه‌های کمتر شناخته شده با ذکر ارزش غذایی آنها کاربرد بی‌نظیر به‌نظر می‌رسد، همچنین با توجه به مناسب بودن شرایط برای پرورش میگوی وانامی در استان به‌نظر می‌رسد که برنامه‌ریزی برای پرورش این گونه در این منطقه بتواند به افزایش سرانه مصرف در این منطقه کمک نماید.

در پژوهش حاضر مهم‌ترین عامل تصمیم به خرید آبزیان در مقایسه با سایر فرآورده‌های گوشتی، ارزش غذایی آبزیان تعیین شد. در حالی که تحقیق بابایی و شیلات (۱۹۹۵) واسپینک و بوس (۲۰۰۲) آشنایی با نحوه طبخ را در میزان مصرف آبزیان مؤثرترین عامل دانستند. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که ۳۹/۵ درصد پاسخ‌گویان محصولات بسته‌بندی را ترجیح می‌دهند و اولویت آنها در انتخاب محصول بسته‌بندی در داشتن اطلاعاتی در مورد ارزش غذایی، برچسب کد بهداشتی، ماندگاری بالا عنوان شد که در مقایسه با میزان ترجیح ساکنان شهر تهران (۶۲/۳ درصد) در مصرف محصولات بسته‌بندی (عادل و شعبانپور، ۲۰۰۷a) با توجه به جمعیت و مشکلات شهری در کلان شهر تهران نشان‌دهنده مقبول شدن فرهنگ مصرف بسته‌بندی نزد ساکنان منطقه می‌باشد، بنابراین به‌نظر می‌رسد کنترل قیمت محصولات بسته‌بندی، بسته‌بندی با اوزان متفاوت، درج ارزش غذایی محصول روی بسته‌بندی، تهیه بسته‌بندی با قابلیت حمل ساده‌تر و نگهداری طولانی‌تر می‌تواند بیش از پیش در اعتدالی تعداد مصرف‌کنندگان محصولات بسته‌بندی کاربردی باشد. رستمی (۲۰۰۱) و سعیدی (۲۰۰۵) در بررسی‌های خود درج زمان تولید، داشتن کد بهداشتی و برچسب معتبر را از اولویت‌های بسته‌بندی دانستند. آن دسته از مصرف‌کنندگانی که تمایلی در مصرف محصولات بسته‌بندی نشان نداند علت را عدم اطمینان از تازه بودن ماهی و بهداشتی بودن و قیمت بالای آن عنوان کردند، که اعتمادسازی نسبت به انجام وظایف ارگان‌های متولی و کنترل‌کننده مانند سازمان دامپزشکی و آشنا ساختن با استانداردهای کیفی فرآوری و بسته‌بندی می‌تواند در تغییر دیدگاه مصرف‌کنندگان مؤثر باشد. اصولاً بسته‌بندی در

نتایج این مطالعه همچنین اهمیت برنامه‌ریزی برای ایجاد، کنترل و درجه‌بندی بازار و مراکز فروش آبزیان به‌منظور بهبود ملاحظات بهداشتی، آگاهی‌رسانی به مردم از طریق برگزاری جشنواره‌های غذایی، تبلیغات از سوی وسایل ارتباط جمعی، ترویج مصرف در مراکز عمومی همچون پادگان‌ها و تنظیم قیمت و بازار آبزیان و کاهش ضایعات از طریق بسته‌بندی را نمایان تر می‌سازد.

جهان موجب ۱۰ درصد افزایش قیمت می‌گردد، پس باید این مسأله کنترل شود تا ذهنیتی مبنی بر افزایش قیمت بی‌رویه محصولات بسته‌بندی در بین خریداران به‌وجود نیاید، در ضمن تولیدکنندگان و بازاریابان باید با متنوع ساختن بسته‌بندی و توجه به خواسته مصرف‌کنندگان هم‌چون درج ارزش غذایی آبزیان و نحوه طبخ آن و بسته‌بندی‌هایی که راحت باز می‌شوند در ایجاد جامعه‌ای با تغذیه سالم کوشا و سهیم باشند.

### منابع

1. Adeli, A., and Shabanpour, B. 2007a. The role of packing aquatics on consuming behaviour of the families of Tehran city. *J. Agric. Sci. and Natur. Resour.* 14: 1. 91-99. (In Persian)
2. Adeli, A., and Shabanpour, B. 2007b. Study on Tehran Citizens behaviour change in consumption of the aquatic proucts. *J. Iranian Sci. Fisheri.* 16: 2. 126-135. (In Persian)
3. Babae, A. Development of fish consumption marketing in Iran. M.Sc. Thesis. Commerce management collage, Tehran University, 232p. (In Persian)
4. Bose, Sh., and Brown, N. 2000. A preliminary investigation of factors affecting seafood consumption behavioral in the inland and coastalregions of Victoria, Australia. *J. consumer studied & home economi.* 24: 257-262.
5. FAO. 2003. Food and Agricultural Organization. FAOSTAT Internet Information at [www.fao.org](http://www.fao.org).
6. Fisheries statistics Yearbook. 2005. Shilat, Tehran, Iran, 73p. (In Persian)
7. Rostami, M.R. 2001. Study on effect of mixed factors of marketing on behaviour mechanisem of fishery consumers. M.Sc. thesis. Commerce management collage, Tarbiat Modares University, 118p. (In Persian)
8. Saeedi, L. 2005. Study of effective factors on shrimp consumption in Tehran city. M.Sc. Thesis. management collage, Tehran University, 104p. (In Persian)
9. Salehi, H. 2006. An analysis of the consumer market for carp and carp product in Iran, *J. Iranian Fisheri. Res. Sci.* 5: 2. 83-110. (In Persian)
10. Shilat. 1995. Study of aquatic consumer behaviour in 20 location of Tehran city, Shilat, Tehran, Iran, 95p. (In Persian)
11. Shilat. 1998. Study on effective factors on fish behaviour in Shiraz city; Case study, Shilat, Tehran, Iran, 92p. (In Persian)
12. Spinks, A., and Bose, Sh. 2002. Factors affecting households seafood purchasing decisions in Aukland, New Zealand: An empirical analysis. *Internatonal J. Costumer Studies*, 26: 62-70.

## **Study of Gorgan citizen behavior in consumption of the aquatics and fishery products**

**S.M. Aghili<sup>1</sup>, \*R. Safari<sup>2</sup>, M. Rahmani<sup>3</sup> and B. Shabanpoor<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Assistant Prof., Dept. of Environmental, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources,

<sup>2</sup>Former M.Sc. Student, Dept. of Fisheries, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources,

<sup>3</sup>Former M.Sc. Student, Dept. of Social Sciences, University of Isfahan, <sup>4</sup>Associate Prof., Dept. of Fisheries, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

---

---

### **Abstract**

To understand the aquatics and fishery products consumption behavior in Gorgan city, in the year of 1386, an investigation was conducted using questionnaire, 343 families were selected using independent random method. Collected information were analyzed using SPSS program. Result showed that per capita consumption of each person in this city is 9.12 Kg and the tendensity of Gorgani families is, respectively, fishes of Caspian Sea, warm and cold water. Factors such as quality and freshness, price, and healthy point of the place of disturbtion have the most important role in the decision of buying. About 39.5% Gorgani families prefer to buy the packed aquatics. The Lack of confidence on freshness and health of aquatics, having enough time, and their higher prices are the main reasons for the use of packed production. 58.4% consumers prefer to buy from fishery agencies that represent the necessity of creation and control of this shopping in Gorgan.

**Keywords:** Consumption behavior; Gorgan; Aquatics

---

\* Corresponding Author; Email: roghi\_safari@yahoo.com