



## تحلیل خرید محصولات ارگانیک با استفاده از تئوری رفتار برنامه ریزی شده

شیرین سید حمزه<sup>۱</sup>، الهام شکیبازاده<sup>۲</sup>

۱-وابستگی سازمانی نویسنده (کاندیدای دکتری سیاست های غذا و تغذیه- گروه تغذیه جامعه- دانشکده علوم تغذیه و

رژیم شناسی- دانشگاه علوم پزشکی تهران)

۲-وابستگی سازمانی نویسنده (دانشیار- گروه آموزش و ارتقای سلامت- دانشکده بهداشت- دانشگاه علوم پزشکی

تهران)

### چکیده

امروزه تمایل به استفاده از محصولات ارگانیک در جامعه رو به افزایش است یکی از دلایل آن عدم استفاده از آفت کش ها و کودهای شیمیایی در گیاهان و عاری بودن از آنتی بیوتیک ها و دستکاری های ژنتیکی در حیوانات و محصولات لبنی است. از ادعاهای رایج بین مردم بالا بودن کیفیت غذاهای ارگانیک است. در نظریه رفتار برنامه ریزی شده، نگرش نقش مهمی در شکل گیری رفتار ایفا می کند و به طور مستقیم قصد خرید را متاثر می کند همچنین می تواند در مجموعه ای از باور های مختلف که به طور مستقیم با خرید در ارتباطند شکل گیرد. اما اینکه باورهای هر فرد نشأت گرفته از چه عواملی می تواند باشد موضوع را کمی پیچیده تر می کند. به طور معمول موانع خرید غذاهای ارگانیک، قیمت بالا و دسترسی پایین می باشد و آن ها را از سایر محصولات متمایز میکند. این تفاوت پیام های زیادی به مصرف کننده می دهد، از جمله اینکه محصولات ارگانیک متعلق به افراد طبقه اقتصادی اجتماعی بالاتر است و تمایل مصرف کننده برای خرید محصول را بالا می برد، اگرچه در بسیاری از موارد انتظار بر این است که محصولات ارگانیک از محصولات معمولی گران تر باشند، با این وجود شواهد قوی مبنی بر تفاوت معنی دار بین محصولات ارگانیک و محصولات معمولی از نظر کیفیت تغذیه ای به جز در مورد اسیدهای چرب دیده نشده است.

**واژگان کلیدی:** تحلیل، ارگانیک، تئوری رفتار برنامه ریزی شده