

وزارت جهاد کشاورزی  
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی  
مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور - ایستگاه تحقیقات فناوری‌های نوین شیلاتی

عنوان:

**بررسی میزان مصرف سالانه آبزیان  
در استان مرکزی (مناطق شهری و روستایی)**

مجری:

شهرام دادگر

شماره ثبت

۴۱۹۱۱

وزارت جهاد کشاورزی  
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی  
مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور - ایستگاه تحقیقات فناوری های نوین شیلاتی

---

عنوان پروژه: بررسی میزان مصرف سالانه آبزیان در استان مرکزی (مناطق شهری و روستایی)

شماره مصوب: ۴-۱۲-۱۲-۹۰۰۳۲

نام و نام خانوادگی نگارنده/نگارندگان: شهرام دادگر

نام و نام خانوادگی مجری مسئول (اختصاص به پروژه ها و طرح های ملی و مشترک دارد): -

نام و نام خانوادگی مجری /مجریان: شهرام دادگر

نام و نام خانوادگی همکاران: مهرداد تیموری، عباس نوروزی، محمدرضا فایضی، کمیل رزمی، پرستو محبی درخش، قادر

دشتی، حسن صالحی

نام و نام خانوادگی مشاور: داود حاجی میر رحیمی

نام و نام خانوادگی ناظر: عباس متین فر

محل اجرا: استان تهران

تاریخ شروع: ۹۰/۴/۱

مدت اجرا: ۱ سال

ناشر: مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور

تاریخ انتشار: سال ۱۳۹۲

حق چاپ برای مؤلف محفوظ است. نقل مطالب، تصاویر، جداول، منحنی ها و نمودارها با ذکر مأخذ  
بلامانع است

## «سوابق طرح یا پروژه و مجری»

طرح / پروژه: بررسی میزان مصرف سالانه آبزیان در استان مرکزی (مناطق شهری و روستایی)

کد مصوب: ۴-۱۲-۱۲-۹۰۰۳۲

شماره ثبت (فروست): ۴۱۹۱۱ تاریخ: ۹۱/۱۰/۱۷

با مسئولیت اجرایی جناب آقای دکتر شهرام دادگر دارای مدرک تحصیلی دکترای در رشته تغذیه آبزیان می باشد.

طرح/پروژه توسط داوران منتخب بخش مطالعات اقتصادی اجتماعی در تاریخ ۹۱/۴/۲۸ مورد ارزیابی و با نمره ۱۸/۴۶ و رتبه عالی تأیید گردید.

در زمان اجرای طرح یا پروژه، مجری در:

ستاد  پژوهشکده  مرکز  ایستگاه ■

با سمت رئیس ایستگاه تحقیقات فناوری های نوین شیلاتی مشغول بوده است.

صفحه	عنوان	فهرست مندرجات «
۱	چکیده	۱
۲	فصل اول : کلیات تحقیق	۲
۲	۱-مقدمه	۲
۳	۱-۱- بیان مسأله	۳
۴	۱-۲- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق	۴
۵	۱-۳- اهداف تحقیق	۵
۵	۱-۴- سؤال‌های تحقیق	۵
۵	۱-۵- واژگان تحقیق	۵
۶	۱-۶- محدوده‌های تحقیق	۶
۶	۱-۷- محدودیت‌های تحقیق	۶
	<b>فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق</b>	
۸	۲- مقدمه	۸
۸	الف) مفهوم‌شناسی رفتار	۸
۹	۲-۱- مفهوم رفتار مصرفی	۹
۱۳	۲-۲- تحلیل جامعه‌شناختی مصرف ماهی	۱۳
۱۷	۲-۳- عوامل مؤثر بر مصرف آبزیان	۱۷
۲۳	ب) وضعیت تولید و مصرف آبزیان	۲۳
۲۳	۲-۴- میزان تولید آبزیان (صید و آبرزی پروری) کشور	۲۳
۲۳	۲-۵- میزان تولید مزارع پرورش ماهی به تفکیک نوع و منابع طبیعی و نیمه طبیعی	۲۳
۲۴	۲-۶- میزان مصرف آبزیان	۲۴
۲۶	۲-۷- میزان تولید آبرزی پروری به تفکیک استان در سال ۱۳۸۹	۲۶
۳۰	۲-۸- وضعیت تولید آبزیان در جهان	۳۰
۳۱	۲-۹- میزان صید آبزیان در قاره‌های جهان	۳۱
۳۳	۲-۱۰- وضعیت آبزیان در منطقه مورد مطالعه	۳۳
۳۴	ج) پیشینه تحقیق	۳۴
۴۰	۲-۱۱- چارچوب نظری تحقیق	۴۰

## فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

۳- مقدمه .....	۴۳
۳-۱- روش تحقیق .....	۴۳
۳-۲- جامعه آماری .....	۴۳
۳-۳- متغیرهای تحقیق .....	۴۵
۳-۴- روش نمونه‌گیری در مناطق شهری .....	۴۵
۳-۵- روش نمونه‌گیری برای مناطق روستایی .....	۴۶
۳-۶- ابزار تحقیق ( پرسشنامه) .....	۶۰
۳-۷- روایی تحقیق .....	۶۱
۳-۸- پایایی پرسشنامه .....	۶۱
۳-۹- محاسبات مربوط به مصرف سرانه .....	۶۲
۳-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها .....	۶۳

## فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

۴- مقدمه .....	۶۳
الف) نتایج استانی .....	۶۳
۴-۱- تعداد افراد مورد مطالعه در شهر و روستا .....	۶۳
۴-۲- میزان علاقه خانواده به مصرف آبزیان .....	۶۳
۴-۳- انواع آبزیان مورد مصرف .....	۶۶
۴-۴- میزان مصرف هر یک از آبزیان .....	۶۶
۴-۵- دفعات مصرف خانواده .....	۶۸
۴-۶- میزان مصرف سرانه .....	۶۹
۴-۷- مصرف سرانه آبزیان .....	۷۰
۴-۸- میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید .....	۷۱
۴-۹- قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید .....	۷۱
۴-۱۰- میزان خرید آبزیان (دریایی) در هر بار خرید .....	۷۲
۴-۱۱- قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید .....	۷۳

عنوان	« فهرست مندرجات »	صفحه
۴-۱۲- طریقه مصرف ماهی .....		۷۴
۴-۱۳- محل تأمین آبزیان .....		۷۵
۴-۱۴- تمایل به خرید انواع آبزیان .....		۷۶
۴-۱۵- میزان رضایت از گویه‌ها .....		۷۹
۴-۱۶- موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزیان .....		۷۹
۴-۱۷- مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان .....		۸۰
۴-۱۸- مزایا و دلایل مصرف آبزیان .....		۸۱
۴-۱۹- میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان .....		۸۱
ویژگی‌های فردی پاسخگو .....		۸۲
۴-۲۰- سن .....		۸۲
۴-۲۱- جنسیت .....		۸۳
۴-۲۲- میزان تحصیلات .....		۸۴
۴-۲۳- رشته تحصیلی پاسخگویان .....		۸۵
۴-۲۴- شغل .....		۸۶
۴-۲۵- متوسط درآمد ماهیانه خانواده .....		۸۷
۴-۲۶- تعداد اعضای خانواده .....		۸۸
۴-۲۷- میزان تحصیلات همسر .....		۸۹
۴-۲۸- شغل همسر .....		۹۰
ب) نتایج مطالعه در مناطق شهری (مصرف آبزیان در مناطق شهری) .....		۹۱
۴-۲۹- میزان علاقه خانواده‌های شهری به مصرف آبزیان .....		۹۱
۴-۳۰- میزان آبزیان مورد مصرف در مناطق شهری .....		۹۲
۴-۳۱- انواع آبزیان مورد مصرف در مناطق شهری .....		۹۴
۴-۳۲- دفعات مصرف خانواده در شهر .....		۹۴
۴-۳۳- میزان مصرف سرانه در شهر .....		۹۵
۴-۳۴- میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید در مناطق شهری .....		۹۷
۴-۳۵- قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید .....		۹۷
۴-۳۶- میزان خرید آبزیان (دریایی) در هر بار خرید .....		۹۸
۴-۳۷- قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید .....		۹۹

۳۸-۴	طریقه مصرف آبزیان	۹۹
۳۹-۴	محل تأمین آبزیان	۱۰۰
۴۰-۴	تمایل به خرید انواع ماهی	۱۰۱
۴۱-۴	میزان رضایت از گویهها	۱۰۳
۴۲-۴	نکات توجه به هنگام خرید آبزیان در مناطق شهری	۱۰۴
۴۳-۴	مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان در مناطق شهری	۱۰۵
۴۴-۴	مزایا و دلایل مصرف آبزیان	۱۰۶
۴۵-۴	میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان	۱۰۶
۱۰۷	ویژگیهای فردی پاسخگو	۱۰۷
۴۶-۴	سن افراد مورد مطالعه در مناطق شهری	۱۰۷
۴۷-۴	جنسیت	۱۰۸
۴۸-۴	میزان تحصیلات	۱۰۸
۴۹-۴	رشته تحصیلی در دانشگاه	۱۰۹
۵۰-۴	شغل	۱۱۰
۵۱-۴	متوسط درآمد ماهیانه خانواده	۱۱۱
۵۲-۴	تعداد اعضای خانواده	۱۱۲
۵۳-۴	میزان تحصیلات همسر	۱۱۳
۵۴-۴	شغل همسر	۱۱۴
۱۱۵	میزان مصرف سرانه به تفکیک شهرستانهای استان	۱۱۵
۵۵-۴	دفعات مصرف ماهی خانواده (شهرستان دلیجان)	۱۱۵
۵۶-۴	میزان مصرف سرانه (شهرستان دلیجان)	۱۱۶
۵۷-۴	دفعات مصرف ماهی خانواده (شهرستان خمین)	۱۱۸
۵۸-۴	میزان مصرف سرانه (شهرستان خمین)	۱۱۹
۵۹-۴	دفعات مصرف خانواده (شهرستان محلات)	۱۲۰
۶۰-۴	میزان مصرف سرانه (شهرستان محلات)	۱۲۱
۶۱-۴	دفعات مصرف خانواده (شهرستان شازند)	۱۲۲
۶۲-۴	میزان مصرف سرانه (شهرستان شازند)	۱۲۳

صفحه	عنوان
۱۲۴	۴-۶۳- دفعات مصرف خانواده (شهرستان اراک)
۱۲۵	۴-۶۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان اراک)
۱۲۷	۴-۶۵- دفعات مصرف ماهی خانواده (شهرستان خداب)
۱۲۷	۴-۶۶- میزان مصرف سرانه (شهرستان خداب)
۱۲۹	۴-۶۷- دفعات مصرف خانواده (شهرستان فراهان)
۱۲۹	۴-۶۸- میزان مصرف سرانه (شهرستان فراهان)
۱۳۱	۴-۶۹- دفعات مصرف خانواده (شهرستان تفرش)
۱۳۱	۴-۷۰- میزان مصرف سرانه (شهرستان تفرش)
۱۳۳	۴-۷۱- دفعات مصرف خانواده (شهرستان آشتیان)
۱۳۴	۴-۷۲- میزان مصرف سرانه (شهرستان آشتیان)
۱۳۵	۴-۷۳- دفعات مصرف خانواده (شهرستان کمیجان)
۱۳۶	۴-۷۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان کمیجان)
۱۳۷	۴-۷۵- دفعات مصرف خانواده (شهرستان ساوه)
۱۳۸	۴-۷۶- میزان مصرف سرانه (شهرستان ساوه)
۱۳۹	۴-۷۷- دفعات مصرف خانواده (شهرستان زرنديه)
۱۴۰	۴-۷۸- میزان مصرف سرانه (شهرستان زرنديه)
۱۴۳	نتایج مصرف آبزیان در مناطق روستایی
۱۴۳	ج) نتایج مطالعه در مناطق روستایی (مصرف آبزیان در مناطق روستایی)
۱۴۳	۴-۷۹- میزان علاقه خانواده‌های روستایی به مصرف آبزیان
۱۴۳	۴-۸۰- انواع آبزیان مورد مصرف
۱۴۵	۴-۸۱- میزان آبزیان مورد مصرف
۱۴۶	۴-۸۲- دفعات مصرف ماهی خانواده در روستا
۱۴۷	۴-۸۳- میزان مصرف سرانه در روستا
۱۴۹	۴-۸۴- میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید در مناطق روستایی
۱۵۰	۴-۸۵- قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید در مناطق روستایی
۱۵۱	۴-۸۶- میزان خرید آبزیان (دریایی) در هر بار خرید در مناطق روستایی
۱۵۱	۴-۸۷- قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید در روستاها
۱۵۲	۴-۸۸- طریقه مصرف آبزیان



صفحه	عنوان
۱۵۳	۴-۸۹- محل تأمین آبزیان
۱۵۴	۴-۹۰- تمایل به خرید انواع آبزیان
۱۵۶	۴-۹۱- میزان رضایت از گویهها
۱۵۷	۴-۹۲- موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزیان در بین خانوارهای روستایی
۱۵۸	۴-۹۳- مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان در مناطق روستایی
۱۵۹	۴-۹۴- مزایا و دلایل مصرف آبزیان
۱۶۰	۴-۹۵- میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان
۱۶۱	ویژگی‌های فردی پاسخگو
۱۶۱	۴-۹۶- سن خانوارهای روستایی مورد مطالعه
۱۶۱	۴-۹۷- جنسیت خانوارهای روستایی مورد مطالعه
۱۶۲	۴-۹۸- میزان تحصیلات
۱۶۳	۴-۹۹- رشته تحصیلی در دانشگاه
۱۶۳	۴-۱۰۰- شغل
۱۶۴	۴-۱۰۱- متوسط درآمد ماهیانه خانوارهای روستایی
۱۶۵	۴-۱۰۲- تعداد اعضای خانواده
۱۶۶	۴-۱۰۳- میزان تحصیلات همسر
۱۶۷	۴-۱۰۴- شغل همسر
۱۶۹	۵- نتایج تحقیق
۱۷۳	پیشنهادها
۱۷۹	منابع
۱۸۷	پیوست
۱۹۱	چکیده انگلیسی

## چکیده

پژوهش حاضر با عنوان بررسی میزان مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی (مناطق شهری و روستایی) انجام گردید. مساله اصلی در این تحقیق نبود اطلاعات و داده‌های مبتنی بر واقعیت‌های موجود در استان در حوزه مصرف سرانه آبزیان است بدین ترتیب هدف اساسی مطالعه حاضر نیز بررسی مصرف سرانه آبزیان در مناطق شهری و روستایی است این بررسی یک مطالعه توصیفی است که برای دستیابی به اهداف تحقیق از روش پیمایشی<sup>۱</sup> استفاده گردید. به همین خاطر ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. پرسشنامه‌ها با مراجعه حضوری به هریک از نمونه‌های تحقیق (خانوارهای شهری و روستایی) تکمیل گردید. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خانوارهای شهری و روستایی استان مرکزی است. براساس سرشماری سال ۱۳۸۷ مرکز آمار ایران استان مرکزی دارای ۳۶۴۵۶۴ خانوار است که از این تعداد ۲۰۷۸۰۲ خانوار ساکن مناطق شهری (۵۷ درصد) و ۱۵۶۷۶۲ خانوار ساکن مناطق روستایی (۴۳ درصد) است. حجم نمونه کل استان ۲۵۲۵ خانوار برآورد شده است که به تناسب حجم جامعه ۱۴۵۵ نفر در مناطق شهری و ۱۰۷۵ نفر در مناطق روستایی انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. روش نمونه‌گیری در هریک از مناطق انتخاب شده نمونه‌گیری سیستماتیک و تصادفی است.

## فصل اول : کلیات تحقیق

## ۱- مقدمه

تأمین غذای سالم و در کنار آن امنیت غذایی یکی از دغدغه‌های مهم و اساسی کشورهای مختلف جهان محسوب می‌شود. رویکردها و روش‌های مختلفی نیز از سوی دولت در این خصوص اتخاذ می‌شود. تأمین غذا از حوزه‌های آبی و مناطق دریایی یک از روش سالم و در عین حال کارآمد دولت‌ها در دستیابی به امنیت غذایی و تأمین غذای سالم محسوب می‌گردد. سازمان بهداشت جهانی مصرف ماهی به میزان حداقل دو بار در هفته را یکی از عوامل مؤثر در پیشگیری از بیماری‌های قلبی عروقی و سکته مغزی ذکر کرده است. سلامتی و مصرف ماهی با یکدیگر گره خورده‌اند و امروزه مصرف ماهی به شکل فزاینده‌ای در سلامتی جامعه مورد توجه قرار گرفته (کاسول، ۲۰۰۶) و ثابت گردیده مصرف ماهی به ویژه انواع چرب آن، برای سیستم عروقی قلب و بیماری‌ها مفید است (روزن و دیگران، ۲۰۰۶) به دلیل فواید غذایی آبریان بسیاری از کشورها جهت افزایش فرآورده‌های آبریان در سبد غذایی مردم برنامه‌ریزی کرده‌اند (کنیک و دیگران، ۲۰۰۵) لیکن با وجود مزیت‌های فراوان، سهم مصرف آبریان و فرآورده‌های شیلاتی در سبد غذایی خانوار ایرانی در مقایسه با گوشت‌ها پایین است برخورداری ایران از منابع عظیم آبریان در شمال و جنوب و امکان پرورش ماهی در آب‌های سطحی طبیعی ساکن و غیر ساکن (دریاچه‌ها و رودخانه‌ها) و آب‌های مصنوعی ساکن (استخرهای پرورش ماهی سردآبی و دومنظوره)، حکایت از ظرفیت‌های بی‌شمار و توان بالقوه کشور در کسب ارزش افزوده و ایجاد اشتغال قابل توجه در این زیر بخش است. (شیلات استان فارس، ۱۳۷۷) شاخص‌های زیادی در استفاده از منابع آبی مد نظر متخصصان و صاحب نظران است از جمله این شاخص‌ها می‌توان به میزان صید، میزان آبرزی پروری، میزان مصرف سرانه و .... اشاره داشت. سازمان خواروبار کشاورزی ملل متحد سرانه مصرف آبریان را ۱۷/۷ کیلوگرم اعلان نموده است و برخی کشورهای پیشرفته شیلاتی این رقم را به ۲۶ کیلوگرم (اروپای غربی) و حتی به ۸۰ تا ۹۰ کیلوگرم در سال رسانیده‌اند (ژاپن)، میزان مصرف سرانه اعلام شده برای ایران ۷/۷ کیلوگرم است (FAO, 2010). سازمان شیلات ایران مصرف سرانه آبریان را در سال ۱۳۸۹ حدود ۸/۵ کیلوگرم اعلام نموده است که با متوسط سرانه جهانی آبریان و کشورهای در حال توسعه کمتر است (سالنامه آماری مرکز وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۹) در طول دهه‌های گذشته اقدامات مهم و در عین حال مؤثر در این خصوص از سوی دولت و بخش خصوصی صورت گرفته است با این حال شاخص مصرف سرانه آبریان برای کشور ما که از ظرفیت‌های مناسبی نیز در این عرصه برخوردار است با عدد جهانی فاصله زیادی دارد و در شأن و منزلت کشور نیست. ضرر و زیان زیادی به کشور از این جهت تحمیل می‌شود و از آن جمله هزینه‌های دارو و درمان افزایش می‌یابد برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف ارتقای شاخص‌های مصرف آبریان نیازمند اقدامات متنوعی زیرساختی،

تحقیقاتی، آموزشی، فرهنگی، اطلاعاتی و ... در سطح ملی و منطقه‌ای است. یکی از اقدامات زیربنایی و مؤثر به اعتقاد بسیاری از صاحب نظران آگاهی و احصاء اطلاعات و داده‌های پایه و شناخت لازم از وضعیت آبزیان در کشور است. تحقیق حاضر در همین ارتباط با عنوان بررسی میزان مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی (در مناطق روستایی و شهری) به منظور شناخت و آگاهی از رفتار مصرف‌کنندگان شهری و روستایی در حوزه مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی است. امید است نتایج این تحقیق مورد استفاده مسئولان و برنامه‌ریزان در سطح ملی و منطقه‌ای قرار گیرد.

## ۱-۱- بیان مسأله

در حال حاضر سرانه مصرف ماهی و سایر آبزیان در ایران فقط هفت کیلوگرم گزارش شده است. این در حالی است که متوسط سرانه مصرف ماهی در جهان بین ۱۷/۷ کیلوگرم اعلام شده است. این رقم در بعضی از کشورهای دنیا مثل ژاپن، مالزی، چین و ... به طور میانگین به بیش از ۷۰ کیلوگرم برای هر نفر در سال ذکر شده است (FAO, 2010). در کنار این مسایل میزان مصرف آبزیان در مناطق مختلف ایران نیز بسیار متغیر است، چنان که در مناطق ساحلی میزان مصرف آبزیان حدود دو برابر میانگین و در مناطق شرقی و غربی کمتر از میانگین کشوری است. (یوسفی و شریعتی، ۱۳۸۹)

در بررسی موانع موجود در مصرف ماهی، به عدم جایگاه مصرف ماهی در فرهنگ غذایی روزمره خانوارهای ایرانی، عدم اطلاع از توصیه سازمان جهانی بهداشت، هزینه بالا، عدم دسترسی به ماهی و بو و طعم نامطلوب ذکر شده است (باقیانی مقدم و عیوضی، ۱۳۸۹). مصرف ماهی و رفتار مردم در این زمینه در استان مرکزی مثل بسیاری از مناطق دیگر در این حوزه تحت تأثیر عوامل و مؤلفه‌های زیادی است. در بررسی نقش میزان درآمد بر مصرف ماهی مطالعه موسوی و رضایی (۱۳۸۸) در استان مرکزی وجود رابطه بین این دو فاکتور را ثابت نموده است که با افزایش درآمد تا حد مشخصی مصرف ماهی نیز بیشتر شده است و میزان علاقه به مصرف آبزیان مهمترین تأثیر در مصرف را داشته است. آنچه مسلم است متوسط مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی فاصله زیادی با مصرف سرانه پیش‌بینی شده دارد. موارد فوق ضرورت توجه به میزان مصرف سرانه آبزیان و عوامل تأثیرگذار در این زمینه می‌باشد و تحقق این امر بدون برنامه‌ریزی و فراهم کردن مقدمات کار امکان‌پذیر نیست و به نظر می‌رسد گام اول و اساسی در این خصوص برآورد وضعیت موجود میزان مصرف سرانه آبزیان در این استان است و هدف اساسی مطالعه حاضر نیز بررسی مصرف سرانه آبزیان در مناطق شهری و روستایی و همچنین گروه‌های مختلف جمعیتی در منطقه مورد مطالعه است. این تحقیق بر آن است که به این سؤال‌ها که میزان مصرف آبزیان در مناطق مختلف شهری و روستایی استان مرکزی چقدر است؟ دلایل گرایش و عدم گرایش مردم به مصرف آبزیان در این استان چیست؟ پاسخ گوید.

## ۲-۱- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

یکی از راه‌های تأمین امنیت غذایی، تهیه و توزیع فرآورده‌های شیلاتی و گسترش فرهنگ مصرف آبزیان است. تحقق این امر دارای مزایا و سودمندی بسیار است برخی از مهمترین شاخص‌ها و ویژگی‌های بارز که اهمیت شیلات و مزایای استفاده از آبزیان را می‌توان در سه محور زیر خلاصه نمود:

۱. تأمین غذای سلامتی

۲. اشتغال‌زایی از تولید تا مصرف

۳. صادرات و ارزآوری شیلات

موارد فوق همگی حکایت از نقش و اهمیت بسیار بالای مصرف آبزیان در سلامت روحی و روانی، مؤلفه‌های اقتصاد و اجتماعی و ... است. با وجود اهمیت و نقش بی‌بدیل مصرف ماهی و سایر آبزیان اطلاعات نشان می‌دهد که سرانه مصرف ماهی استان مرکزی فاصله زیادی با مصرف ماهی در کشور (۷/۷ کیلوگرم) و میانگین مصرف سرانه آبزیان در جهان ۱۷/۷ کیلوگرم است (FAO, 2010). براساس اطلاعات اعلام شده سالانه ۱۷۰۴ تن ماهی گرمابی و سردابی در استان مرکزی تولید و براساس پیش‌بینی‌های انجام شده تا پایان برنامه پنجم توسعه، با تولید چهار هزار و ۶۳۰ تن ماهی، سرانه مصرف در استان مرکزی به ۷ کیلوگرم خواهد رسید. دستیابی به هدف فوق نیازمند برنامه‌ریزی و اتخاذ راهبردهای اساسی برای شیلات و آبزیان استان است.

کسب شناخت معتبر از مبانی جامعه‌شناختی رفتار مصرف غذایی به ویژه مصرف ماهی در خانوار ایرانی، این امکان را در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان غذایی کشور قرار می‌دهد که سیاست‌های مصرف غذایی را متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران سامان داده و در جهت مصرف بهینه سوق دهند. تبعاً چنانچه مطالعات رفتار غذایی در بین واحدهای جمعیتی ناهمگون انجام پذیرد، تنوع اجتماعی و فرهنگی مصرف نیز بهتر آشکار می‌گردد (یوسفی، ۱۳۸۳).

اهمیت انجام تحقیق حاضر در ارائه آمار لازم در خصوص میزان مصرف سرانه آبزیان به تفکیک مناطق شهری و روستایی که یکی لازمه اساسی اتخاذ تصمیمات مناسب و راهبردی در حوزه مصرف و تولید آبزیان در این استان است با عنایت بر مطالب فوق انجام این تحقیق می‌تواند از نقطه نظر، بررسی ابعاد نظری تولید و مصرف آبزیان، شناخت عوامل تأثیرگذار در رفتار جامعه‌شناختی مردم مناطق شهری و روستایی استان مرکزی، تعیین میزان مصرف آبزیان در مناطق مختلف شهری و روستایی حائز اهمیت باشد. اطلاعات و نتایج این تحقیق این امکان را در اختیار مسئولان و برنامه‌ریزان استان مرکزی قرار می‌دهد که متناسب با میزان مصرف در مناطق مختلف استان سیاست‌ها و برنامه‌های آتی استان را منطبق با واقعیت‌های موجود و رفتارهای تغذیه‌ای مردم اتخاذ و متناسب با اهداف و سیاست‌های برنامه پنجم و چشم‌انداز ۱۴۰۴ تنظیم و عملیاتی نمایند.

### ۳-۱- اهداف تحقیق

#### ۳-۱-۱- اهداف کلی

هدف کلی این تحقیق بررسی میزان مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی (مناطق شهری و روستایی) است.

#### ۳-۱-۲- اهداف اختصاصی

- تعیین میزان سرانه مصرف آبزیان در بین خانوارهای شهری و روستایی استان مرکزی به تفکیک شهرستان‌های استان

- تعیین دفعات مصرف آبزیان در بین خانوارهای شهری و روستایی به تفکیک شهرستان‌های استان

- شناخت نوع آبزیان مصرفی در بین خانوارهای شهری و روستایی به تفکیک شهرستان‌های استان

- شناخت دلایل گرایش و یا عدم گرایش مردم به مصرف آبزیان در بین خانوارهای شهری و روستایی

#### ۴-۱- سؤال‌های تحقیق

- میزان مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی چقدر است؟

- میزان مصرف سرانه آبزیان در هر یک از مناطق شهری و روستای استان مرکزی چقدر است؟

- دلایل گرایش و یا عدم گرایش مردم مناطق شهری و روستایی استان مرکزی به مصرف آبزیان چیست؟

- دفعات و نوع مصرف آبزیان در استان مرکزی چقدر است؟

#### ۵-۱- واژگان تحقیق

##### • آبزیان

کلیه موجوداتی که برای تولید مثل، تغذیه، تنفس و تکامل خود نیاز به محیط آبی دارند و به عبارت دیگر محیط زیست آنها آبی است و در صورت خروج آنها از این محیط زیست ادامه حیات برای آنها مشکل می‌شود. در این تحقیق منظور از مصرف آبزیان کلیه ماهیان پرورشی و دریایی عرضه شده در بازار و مراکز عرضه و تولید ماهی و سایر آبزیان است.

##### • ماهی

دسته‌ای از مهره‌داران آبی متعلق به رده ماهیان که حدود ۲۵ هزار گونه از آنها تاکنون شناسایی شده است. در این تحقیق منظور از ماهی، دسته از ماهیانی است که در مراکز تولید و فروش به شکل عمومی عرضه می‌شود. این ماهی‌ها شامل ماهی قزل، سفید، کپور، حلوا، شیر ماهی.

• **مصرف سرانه = Per capita (بر هر نفر)**  
برای محاسبه مصرف سرانه آبزیان، میزان کل آبزیان تولیدی (به کیلوگرم) را به تعداد کل جمعیت یک کشور یا جهان تقسیم می کنند.

• **جامعه‌شناسی رفتار**  
کوششی است در جهت کاربرد اصول رفتارگرایی روان‌شناختی در مورد مسایل جامعه‌شناختی و رابطه میان تأثیر رفتار کنشگر بر محیط و تأثیر این رفتار بر رفتار بعدی کنشگر سر و کار دارد.

• **رفتار مصرف**  
از منظر جامعه‌شناسی، مصرف نوعی رفتار یا کنش اجتماعی است و همه عناصر و لوازم ضروری کنش در رفتار مصرف غذایی هم حضور دارند. براساس نظریه رفتار سه متغیر یا عامل در مصرف (آبزیان) دخالت اساسی دارند: قصد مصرف، گرایش به مصرف و هنجار ذهنی مصرف.

• **تعریف عملیاتی رفتار مصرف ماهی**  
منظور از رفتار مصرف ماهی در این تحقیق مقدار خرید و مصرف سالیانه ماهی تازه و منجمد اعم از پرورشی و دریایی و همچنین خرید و مصرف سالیانه انواع کنسرو و... را شامل می‌شود.

## ۶-۱- محدوددهای تحقیق

• **محدوده زمانی**  
- داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز در این تحقیق به لحاظ زمانی به سال ۱۳۹۰ بر می‌گردد به عبارت دیگر داده‌های مورد نیاز این تحقیق که از مناطق شهری و روستایی جمع‌آوری می‌شود مربوط به سال ۱۳۹۰ می‌باشد.

• **محدوده مکانی**  
محدوده مکانی این تحقیق مربوط به کلیه مناطق شهری و روستایی استان مرکزی است.

• **محدوده موضوعی تحقیق**  
این تحقیق به لحاظ موضوعی، میزان و دفعات مصرف آبزیان در استان مرکزی را شامل می‌گردد.

## ۶-۱- محدودیت‌های تحقیق

- از اهم محدودیت‌های تحقیق حاضر می‌توانیم به موارد زیر اشاره نماییم:  
- پایین بودن سواد و اطلاعات عده‌ای از خانوارهای متعلق به جامعه آماری تحقیق  
- کمبود منابع اطلاعاتی و نبود سوابق مطالعاتی و تحقیقاتی در زمینه موضوع تحقیق  
- مشغله زیاد افراد مورد مطالعه که موجب می‌شود که تا آنها نتوانند به پرسشنامه‌های تحقیق و اطلاعات درخواستی با دقت لازم پاسخ گویند.

- محدودیت زمانی انجام تحقیق
- کمبود امکانات مالی و خدماتی در حین انجام تحقیق و نیز محدود بودن فرصت فعالیت‌های میدانی.
- وجود بورکراسی شدید اداری پیش روی فعالیت‌های طرح



## فصل دوم : مبانی نظری پیشینه تحقیق

## ۲- مقدمه

تغذیه، غذاهای دریایی جزو غذاهایی با ارزش غذایی بسیار بالا به حساب می آید زیرا علاوه بر داشتن اسیدهای آمینه ضروری و کافی، حاوی انواع متعدد و مقادیر مناسبی از ویتامین ها و مواد معدنی نیز هستند. با توجه به اهمیت خاص مصرف آبزیان در رژیم غذایی مطالعه و بررسی میزان مصرف آبزیان، دارای اهمیت ویژه ای است. در این میان، نخستین گام جهت شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده ارائه تعریف روشن از آن است. مصرف آبزیان همانند سایر مطرح در رفتار تغذیه ای هنگامی قابل تحلیل و تبیین است که بتوان تعریف روشن و مشخصی از آن ارائه کرد.

با توجه به مطالب یاد شده، این فصل از گزارش تحقیق به سه محور اصلی تحقیق یعنی مفهوم رفتار مصرفی، میزان تولید و مصرف آبزیان در ایران و جهان و پیشینه تحقیق اختصاص می یابد. هدف از پرداختن به موارد فوق شناخت عوامل، متغیرهای مورد بحث در هر یک از مفاهیم یاد شده و همچنین آشنایی با نظرات و دیدگاه های صاحب نظران حوزه های یاد شده می باشد. چرا که بدون شناخت صحیح متغیرها و نقطه نظرات صاحب نظران، امکان تبیین صحیح چارچوب نظری و مدل مفهومی تحقیق امکان پذیر نیست.

## الف) مفهوم شناسی رفتار

از منظر جامعه شناسی، مصرف نوعی رفتار یا کنش اجتماعی است و همه عناصر و لوازم ضروری کنش در رفتار مصرف غذایی هم حضور دارند. براساس نظریه عمومی کنش، به طور کلی در مفهوم سازی رفتار، چهار نکته را باید مورد توجه قرار داد:

۱- رفتار در جهت دستیابی به هدف (اهداف) یا حالت های پیش بینی شده امور صورت می گیرد.

۲- رفتار در یک وضعیت معین رخ می دهد.

۳- رفتار براساس قواعد یا هنجارهای معینی تحت نظم در می آید.

۴- رفتار مستلزم صرف انرژی یا تلاش یا داشتن انگیزه است.

وقتی این عناصر در مفهوم رفتار منظور شود، می توان آن را «کنش» نامید (پارسونز، ۱۹۷۷: ۵۲۳). به علاوه، هر کنشی، از جانب یک کنشگر<sup>۱</sup> است و در یک وضعیت معین که مرکب از اعیان بیرونی<sup>۲</sup> است، رخ می دهد.

---

1. Actor

2. Objects

اعیان بیرونی ممکن است اعیان اجتماعی (کنشگران یا افراد دیگر)، اعیان فیزیکی (اشیا) یا اعیان فرهنگی<sup>۱</sup> (مفاهیم، ارزش‌ها، باورها و ...) باشند. رابطه هر کنشگر با اعیان بیرونی وضعیت، «نظام سوگیری<sup>۲</sup>» او را شکل می‌دهد (همان). سوگیری‌های کنش، «پنداشت یا دریافت<sup>۳</sup>» (آگاهانه یا ناآگاهانه، واضح یا مبهم) کنشگر از وضعیت هستند. منبع انرژی یا انگیزش نیز در ارگانسیم‌های فیزیولوژیک نهفته است، لکن این که این انرژی چگونه فعال شده و بسط پیدا می‌کند، مستلزم تحلیل روشن از سوگیری‌های کنش است (همان). بنابراین می‌توان گفت «کنش‌گر»، «وضعیت کنش» و «سوگیری کنش‌گر نسبت به وضعیت کنش» سه عنصر اصلی برای فهم و تحلیل رفتار یا کنش اجتماعی هستند. تبعاً در فهم کنش یا رفتار مصرفی نیز این سه عنصر اهمیت اساسی دارد و در تحلیل کنش مصرفی ناگزیر از توجه به خصوصیات مصرف‌کننده، وضعیت مصرف و نهایتاً سوگیری‌های مصرفی آن خواهیم بود.

## ۱-۲- مفهوم رفتار مصرفی

رفتار یا کنش مصرفی را از دو منظر عمده جامعه‌شناختی می‌توان تبیین کرد: تبیین ساختاری<sup>۴</sup> و تبیین عقلی-نیتی<sup>۵</sup>. در تبیین ساختاری مصرف، منبع و ترغیب‌های ساختاری و در تبیین عقلانی مصرف، آگاهی و سنجیدگی تصمیم مصرف‌کننده، علت مصرف تلقی می‌شود.

ساختارگرایی دو ادعای اساسی را در تعلیل کنش مطرح می‌کند: نخستین مدعا این است که جوامع نظام‌های درهم‌تیده‌ای هستند که ساختارهای اجتماعی متنوعی را در دل خود جای داده‌اند. مدعای دوم این است که بسیاری از خصیصه‌های مهم جوامع را می‌توان معلول اجزای این ساختار دانست. ساختار اجتماعی، خصیصه‌ای از نظام اجتماعی است که اولاً برای مدت طولانی پایدار بماند، دوم اینکه از افرادی که در آن ساختار سمتی (نقشی) دارند، استقلال زیادی داشته باشد و سوم اینکه بر آزادی افراد درون نظام، قیودی نهد...؛ به‌طور خلاصه می‌توان گفت ساختارهای اجتماعی نظام‌هایی هستند بادوام و سامان بخش که با تعیین فراخاها و تنگناها، هدایت‌گر و محدودکننده یا الهام‌بخش رفتار آدمیان‌اند (لیتل، ۱۳۷۳: ۱۶۶-۸).

از دیدگاه مذکور، ساختارهای اجتماعی از دو طریق قدرت علی و اثرگذار خود را کسب می‌کنند: ساختار و فاعلیت (فعالیت‌های فردی). در حالت نخست، ساختارها اعم از ساختارهای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به منزله «شرایط علی خفته» هستند که با ایجاد جو منع<sup>۶</sup> و ترغیب<sup>۱</sup>، بر افعال کنشگران درون نظام اثر

- 
1. Cultural Objects
  2. System of orientation
  3. Conception
  4. Structural explanation
  5. International- Rational explanation
  6. Prohibition

می گذارند، اما در حالت دوم، فاعلیت (فعالیت های فردی)، ناقل علیت می شود. بدین ترتیب که فاعل یا کنشگر در یک چارچوب اجتماعی معین به دنبال اهداف خود می رود و این چارچوب نیز، تنگناها یا فراخانهایی برای اعمال او ایجاد می کند و باعث به وجود آمدن رفتارهای مشابه و هماهنگ با کنشگران می گردد و این هماهنگی آثار اجتماعی معینی را ایجاد می کند. در این حالت، قدرت علی ساختار از طریق افعال هماهنگ کنشگران ظاهر می شود؛ به عبارت دیگر، تأثیر ساختار اجتماعی از طریق فرآیندهای فردی (فعالیت کنشگر) انتقال می یابد.

چنانچه گفته شد، ساختارهای اجتماعی را نظام های بادوامی تلقی کنیم که با تعیین فرصت ها یا محدودیت ها، رفتار افراد را تحت تأثیر قرار می دهند، در این صورت، نظام بازار (محلی) ماهی و همچنین نظام ارزش ها و هنجارهای مصرف ماهی از مهم ترین ساختارهای اجتماعی هستند که رفتار مصرف (ماهی) را تحت تأثیر قرار می دهند. این ساختارها از طریق ساز و کارهای تقیید یا تحریک تقاضا، اثر تنظیمی خود را بر رفتار مصرف کننده اعمال می کنند: از مهم ترین ساز و کارهای تحریک تقاضا در نظام بازار ماهی، قیمت، تنوع و تازگی، بسته بندی و آماده سازی (برای طبخ)، دسترس پذیری، تبلیغ و ترویج محصولات است. نظام ارزشی و هنجاری مصرف نیز از طریق تقیید یا تحریک فرهنگی، رفتار مصرف (ماهی) را کنترل می کند. این نظام با مشخص کردن بایدها و نبایدهای مصرفی (هنجارهای مصرف ماهی) یا تعیین اولویت فرهنگی (سنتی) مصرف برخی از غذاها، رفتار مصرفی را تحت تأثیر قرار می دهد. ارزش ها و هنجارهای مصرفی از طریق ساز و کارهای جامعه پذیری و یادگیری اجتماعی همچون آموزش، تبلیغ و ترویج به درون رفتارهای مصرفی راه پیدا می کنند.

برای مثال، هنجارهای حلال و حرام گوشتی در جامعه دینی (از جمله حلال یا حرام بودن گوشت برخی از انواع آبزیان)، اثر ترغیب کنندگی (تجویزی) و یا محدود کنندگی (تحدیری) بر مصرف ماهی دارد. قواعد و هنجارهای مصرفی، نه تنها رفتار مصرف کننده را تحت تأثیر قرار می دهد، بلکه نقش های مرتبط با مصرف ماهی مثل تولید و توزیع و فروش ماهی نیز تحت تأثیر آنها قرار می گیرد. به عنوان مثال «سنت ایرانی طبخ ماهی در اولین روز سال»، رفتار عرضه کنندگان ماهی را در این ایام کاملاً تحت تأثیر قرار می دهد. بالا رفتن مصرف ماهی در ایام نوروز، به روشنی اثر این خصوصیت ساختاری (سنتی) را بر مصرف مشخص می کند. به طور کلی، اثر ساختارهای اجتماعی بر مصرف ماهی را از روی رفتارهای کم و بیش مشابه و هماهنگ مصرف کنندگان در شرایط معین، می توان تشخیص داد. با الهام از دیدگاه ساختار گرای علی، می توان فرضیه کلی ذیل را در مورد رفتار یا کنش مصرفی ماهی مطرح کرد:

نظام اقتصادی و نظام فرهنگی مصرف، در ساختار عمده اجتماعی هستند که از طریق تقیید یا تحریک تقاضا، مصرف ماهی را به شرح زیر تحت تأثیر قرار می دهند:

۱. از مهم‌ترین ساز و کارهای اقتصادی تحریک تقاضای ماهی: «قیمت، تنوع و تازگی، بسته‌بندی و آماده‌سازی (برای طبخ) و دسترس‌پذیری فرآورده‌های ماهی» است.

۲. از مهم‌ترین ساز و کارهای فرهنگی تحریک تقاضای ماهی: «ارزش‌ها و هنجارهای مصرفی، تجویز و یا تحذیر مصرف، آموزش، تبلیغ و ترویج ماهی» است. این دو مجموعه متغیر یا خصایص ساختاری، از علل نهفته مصرف ماهی تلقی می‌شوند و اثر ترکیبی و هم‌زمانی بر مصرف ماهی دارند.

تبیین عقلی- نیتی کنش (مصرف)، متکی بر این فرض است که انسان موجودی عالم و قاصد است و کنش را مسبوق به آگاهی و محاسبه عقلانی است. از این رو برای تبیین کنش، کافی است عناصر عقلانی آن باز شناخته شود. در تعریف عقلانیت<sup>۱</sup> گفته می‌شود: «کار فاعلانی عاقلانه است که در چارچوب اعتقاداتشان نسبت به شقوق ممکنه و عواقب محتمله شقوق، شقی<sup>۲</sup> را برگزینند که برای رسیدن به غایاتشان (اهدافشان) بهترین راه ممکن باشد» (لیتل، ۱۳۷۳).

نکته اساسی این است که فاعل چگونه و با چه ملاک (هایی)، از بین اعمال ممکن، یک عمل را برای رسیدن به هدف خود مناسب‌تر تشخیص می‌دهد؟ پاسخ اجمالی این است که تصمیم‌گیری عاقلانه در باب اعمال مختلف منوط به سنجش منافع و مضار متفاوت آنهاست. برحسب نظریه اختیار عاقلانه<sup>۳</sup>، ملاک اساسی برای مقایسه منافع و مضار متفاوت اعمال، فایده<sup>۴</sup> است. فایده خود تابعی از متغیر نیکی (مزیت) است و ارزش هر نیکی را نیز شخص فاعل مشخص می‌سازد. فرض فایده بخشی این است که نیکی‌های مختلف با هم قابل مقایسه‌اند و مقیاس فایده نیز مقیاسی پیوسته است. سه قاعده اساسی برای تصمیم‌گیری سنجیده یا تشخیص فایده وجود دارد:

۱. **قاعده فایده مورد انتظار<sup>۵</sup>**: براساس این قاعده، شخص فاعل مقدار سنجیده‌ای را به هر یک از شقوق محتمل اسناد می‌دهد. این مقدار عبارت است از مجموع فواید مورد انتظار پیامدهای هر یک از شقوق، شخص فاعل پیامدی را اختیار می‌کند که بیشترین فایده مورد انتظار را داراست.

۲. **قاعده بیشین<sup>۶</sup>**: براساس این قاعده، شخص فاعل جمیع شقوق را بررسی می‌کند و بدترین پیامد هر یک از شقوق را معین می‌کند و آنگاه شقی را انتخاب می‌کند که در میان بدترین‌ها، بهترین باشد. این قاعده به شخص فاعل می‌آموزد که سود مینیمم را به بیشترین حد ممکن برساند.

- 
1. Rationality
  2. Options
  3. Rationalchoice theory
  4. Utility
  5. Expected Utility rule
  6. Maximin rule

۳. **قاعده اقتناع**<sup>۱</sup>: براساس قاعده اقتناع، شخص فاعل کمترین شروطی را که برای حل مسئله (انتخاب از بین شقوق مختلف) بدانها حاجت است معین می‌سازد، سپس به دنبال راه‌حلی می‌گردد که آن شروط را برآورد و نخستین راه‌حل را بر می‌گزیند. این شیوه راه‌حل بهینه را به دست نمی‌دهد لکن راه‌حل مقنعی را فراهم می‌آورد (لیتل، ۱۳۷۳: ۸۰-۷۷).

رفتار مصرف ماهی را می‌توان عملی عقلانی تلقی کرد و قواعد سه گانه تصمیم‌گیری عقلانی (فایده مورد انتظار، بیشینی و اقتناع) را به آن تعمیم داد. ذیلاً برحسب مفاد در نظریه رفتاری شامل نظریه رفتار فیش‌باین و آیزن (۱۹۹۰) و دیگری نظریه تبادل هومنز (۱۹۶۷)، که متکی بر مفهوم کنش عقلانی‌اند، رفتار مصرف ماهی به شرح ذیل تبیین می‌گردد:

براساس نظریه نخست (فیش‌باین و آیزن)، رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه قبل از بروز رفتار، "قصد و نیت" برای انجام یک رفتار است. به وجود آمدن قصد و نیت به نوبه خود تابع دو متغیر دیگر یعنی گرایش به سوی آن رفتار<sup>۲</sup> و هنجار ذهنی<sup>۳</sup> رفتار است. متغیر اول فردی و شخصی است که طی آن فرد انجام یک رفتار یا یک پدیده را از نظر خودش ارزیابی می‌کند. متغیر دوم (هنجار ذهنی) منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام کاری (رفتاری) احساس و ادراک می‌کند. میزان تأثیر هر یک از این دو متغیر (گرایش و هنجار ذهنی) در به وجود آمدن قصد و نیت همیشه یکسان نیست و بستگی به شخصیت فرد و شرایط اجتماعی دارد. گرایش به رفتار، خود تابع دو عامل دیگر، انتظار فایده<sup>۴</sup> و ارزیابی فایده<sup>۵</sup> رفتار می‌باشد. انتظار فایده به معنای آن است که یک شخص تا چه حد از یک پدیده انتظار فایده دارد. ارزیابی فایده نسبتاً روشن است و طی آن شخص ارزیابی می‌کند که آیا پدیده مورد نظر برای او فایده دارد یا نه. در نظریه مذکور متغیر هنجار ذهنی منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی بر یک شخص برای انجام یک رفتار است. بدین معنی که شخص به آن توجه دارد که تا چه حد رفتار مورد تأیید یا توبیخ افراد یا گروه‌های خاصی قرار خواهد گرفت. این افراد یا گروه‌ها در واقع نقش یک مرجع هدایت‌کننده رفتار را دارند که ممکن است پدر و مادر، دوستان نزدیک و همکاران و یا اهالی محل باشند و لذا این متغیر خود به دو عامل انتظار دیگران مهم<sup>۶</sup> و دیگری انگیزه پیروی از انتظار دیگران مهم تجزیه می‌شود (رفیع‌پور، ۱۳۷۹: ۱۱-۹؛ السن، ۲۰۰۱: ۱۷۵-۱۷۳).

بدین ترتیب براساس نظریه رفتار فیش‌باین و آیزن می‌توان گفت سه متغیر یا عامل در مصرف (آبزیان) دخالت اساسی دارند: قصد مصرف، گرایش به مصرف و هنجار ذهنی مصرف. لکن چون قصد همزاد رفتار است، یعنی

1. Satisficing rule
2. Attitude toward the behavior
3. Subjective norm
4. Expectation of an outcome
5. Evaluation of outcome
6. Significant others

وقتی مصرف صورت می‌گیرد، انجام آن خود متضمن قصد و تصمیم مصرف‌کننده است، لذا در تعلیل رفتار مصرف، متغیر قصد و نیت را می‌توان نادیده گرفت و یک فرضیه سه متغیره را در خصوص رفتار مصرف آبزیان به شرح ذیل مطرح نمود: مصرف ماهی تابعی از گرایش به مصرف (ارزیابی فایده و انتظار فایده مصرف ماهی) و هنجار ذهنی مصرف (انتظار دیگران مهم و انگیزه پیروی از انتظار دیگران مهم در مورد مصرف ماهی) است. برحسب نظریه دوم (نظریه تبادل)، رفتار اجتماعی اساساً یک نوع تبادل پاداش یا خسارت در بین افراد است و لذا رفتار پایه اجتماعی را برحسب پاداش یا خسارت، می‌توان تبیین کرد، بدین معنا که پاداش برانگیزاننده و خسارت، بازدارنده رفتار تلقی می‌شود. اگرچه نظریه تبادل دارای چندین قضیه است، لکن دو قضیه آن شامل «قضیه موفقیت» و «قضیه ارزش» در بحث حاضر از اهمیت بیشتری برخوردار است. قضیه نخست می‌گوید: «در مورد همه اعمالی که اشخاص انجام می‌دهند، غالباً این گونه است که هر عملی از یک شخص اگر مورد پاداش قرار گیرد، احتمال تکرار آن عمل به وسیله همان شخص افزایش می‌یابد» (ریترز، ۱۳۷۴: ۴۲۷) و قضیه دوم مدعی است که: «هر چه نتیجه یک کنش برای شخص با ارزش‌تر باشد، احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد» (همان، ۲۲۹).

هومنز سه نکته را در مورد قضیه موفقیت و یک نکته را در مورد قضیه ارزش گوشزد می‌کند. سه نکته مورد نظر هومنز درباره قضیه موفقیت چنین است: نخست آن که، اگرچه به‌طور کلی درست است که پاداش‌های هر چه بیشتر به کنش‌های هر چه بیشتری نیز می‌انجامد اما این فراگرد نمی‌تواند تا بی‌نهایت ادامه یابد. در برخی مواقع، افراد نمی‌توانند همان عملی را انجام دهند که غالباً در گذشته انجام می‌دادند. دوم آنکه، هر چه فاصله زمانی میان رفتار و پاداش کوتاه‌تر باشد، احتمال تکرار رفتار بیشتر است. برعکس، فاصله طولانی میان رفتار و پاداش، احتمال تکرار آن رفتار را کمتر می‌سازد. سرانجام اینکه، پاداش‌های متناوب بیشتر از پاداش‌های دائمی می‌توانند رفتار تکراری را برانگیزند (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۲۸). و اما در مورد قضیه ارزش، دو مفهوم «پاداش و تنبیه» را مطرح می‌کند: پاداش به کنشی اطلاق می‌شود که ارزش مثبتی داشته باشد، هر افزایشی در پاداش، احتمال برانگیختن رفتار دلخواه را بیشتر می‌کند. اما تنبیه، کنش‌گر را وامی‌دارد که رفتار غیردلخواه را کمتر از خود نشان دهد، در عین حال، تنبیه وسیله غیرمؤثرتری برای واداشتن انسان‌ها به تبادل رفتار است، بهتر است به رفتار غیر دلخواه پاداش داده نشود تا سرانجام فروکش کند (همان، ۲۲۹).

در تحلیل کنش از دیدگاه تبادل، توجه به دو نکته حائز اهمیت است: نخست این که تبادل محدود به تبادل دو نفره یا دوگانه نیست، بلکه می‌تواند به سطح گروه و روابط بین گروه‌ها نیز تسری پیدا کند، به علاوه تبادل غالباً و ابتدا به ساکن، در چارچوب گروه اجتماعی رخ می‌دهد. دوم این که همواره هنجارها و ارزش‌هایی هستند که به روابط تبدالی شکل می‌دهند و این امر فراگرد تبادل را با ساختار اجتماعی محیط بر آن پیوند می‌دهد. به نظر پیتر بلاو (۱۹۶۴)، ارزش‌ها و هنجارها (توافق ارزشی)، اصلی‌ترین میانجی ساختارهای اجتماعی هستند «ارزش‌ها و

هنجارهای مورد توافق همگانی، به عنوان میانجیان زندگی اجتماعی و حلقه‌های پیوند میان معاملات اجتماعی عمل می‌کنند. این هنجارها و ارزش‌ها به گونه‌ای غیرمستقیم تبادل اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازند...» (همان، ۴۳۸). از نظر بلاو، هنجارها، تبادل غیر مستقیم را جایگزین تبادل مستقیم می‌کنند. یک عضو گروه که خودش را با هنجار گروهی تطبیق می‌دهد به خاطر همین تطبیق آشکارا تأیید گروه را به دست می‌آورد و در ضمن، به خاطر این واقعیت نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد که تطبیق یا هنجار گروهی به نگهداشت و استواری گروه کمک می‌کند. به عبارت دیگر، گروه یا جمع در یک رابطه تبادلی با فرد قرار می‌گیرد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۴۳۹). از نظر بلاو، اگر هنجارهای مشترک، واسطه تبادل فرد و جمع می‌شوند، ارزش‌های مشترک، واسطه تبادل بین جمع‌های مختلف قرار می‌گیرند: «ارزش‌های مشترک گوناگون را می‌توان به عنوان میانجیان معاملات اجتماعی در نظر آورد، میانجیانی که دامنه کنش متقابل اجتماعی و ساختار روابط اجتماعی را در محدوده زمان و مکان اجتماعی گسترش می‌دهند. توافق بر سر ارزش‌های اجتماعی به عنوان مبنایی برای گسترش دامنه معاملات اجتماعی به فراسوی حدود تماس‌های مستقیم اجتماعی عمل می‌کند و ساختارهای اجتماعی را تا فراسوی پهنه زندگی انسان‌ها پایدار نگه می‌دارد. معیارهای ارزشی را می‌توان از دو جهت به عنوان میانجیان زندگی اجتماعی قلمداد کرد که مضمون ارزشی همان وسیله‌ای است که صورت روابط اجتماعی را قالب‌ریزی می‌کند و ارزش‌های اجتماعی حلقه‌های پیوند میان همکاری‌ها و معاملات اجتماعی در یک سطح گسترده‌اند (ریتزر، ۱۳۷۴: ۴۴۰).

بدین ترتیب، رابطه تبادل اعم از اینکه بین فرد و جمع باشد یا بین جمع‌ها و گروه‌ها، تحت تأثیر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی تبادل قرار می‌گیرد و به میزانی که توافق ارزشی و هنجاری بیشتر باشد، اشکال تبادل نیز به هم نزدیکتر خواهد شد. با این توضیح، در چارچوب نظریه تبادل، رفتار مصرف (آهی) را می‌توان به شرح ذیل صورت‌بندی کرد:

در شرایط توافق بر روی ارزش‌ها و هنجارهای مصرفی، با افزایش پاداش مصرف ماهی، احتمال مصرف ماهی افزایش می‌یابد. همچنین هر چه آثار و نتایج مصرف ماهی با ارزش‌تر باشد، احتمال مصرف آن افزایش می‌یابد.

## ۲-۲- تحلیل جامعه‌شناختی مصرف ماهی

با تلفیق نتایج تبیین ساختاری و عقلانی کنش مصرفی و گزینش متغیرهایی که به لحاظ نظری رابطه معنادارتری با مصرف دارند، می‌توان یک الگوی تحلیل نظری برای مصرف ماهی ترسیم کرد که در آن، رفتار مصرف ماهی تابعی از دو دسته متغیرهای ساختاری و کنشی مصرف باشد. به گونه‌ای که خصوصیات ساختاری مصرف به عنوان متغیرهای بیرونی الگو و خصوصیات کنشی مصرف به عنوان متغیرهای درونی آن منظور گردد.

در مدل پیشنهادی مذکور، خصوصیات ساختاری مصرف خود شامل دو دسته متغیر می‌شود: نخست متغیرهای ساختاری اقتصادی که دربرگیرنده خصوصیات بازار مصرف ماهی از جمله قیمت، تنوع و تازگی، بسته‌بندی، آماده‌سازی و دسترس‌پذیری ماهی است و دوم متغیرهای ساختاری فرهنگی که در برگیرنده خصوصیات نظام

ارزش‌های مصرف غذایی جامعه است. متغیرهایی همچون هنجار حلال بودن ماهی، جامعه‌پذیری مصرف (آموزش، تبلیغ و ترویج مصرف) از جمله این متغیرها هستند. هر دو دسته متغیر ساختاری سبب تحریک تقاضا شده و رفتار مصرف را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

اما خصوصیات کنشی مصرف نیز به دو دسته متغیر تقسیم می‌شوند: دسته اول شامل عوامل یا متغیرهای ذهنی مصرف را در بر می‌گیرد که خود شامل سه متغیر اصلی یعنی ارزیابی فایده، فشار هنجاری (ذهنی) و پاداش اجتماعی مصرف می‌گردد و دسته دوم متغیرهای زمینه‌ساز و تسهیل کننده مصرف هستند که از مهم‌ترین آنها آگاهی مصرفی، عادت مصرف و امکانات مصرفی است. ذیلاً در مورد متغیرهای درونی الگوی پیشنهادی توضیحاتی ارائه می‌گردد:

۱- «ارزیابی فایده مصرف ماهی» به معنای ارزیابی عقلانی فواید مصرف ماهی است. ملاک‌های ارزیابی فایده مصرف همان ملاک‌های سه گانه تصمیم‌گیری عقلانی (قاعده فایده مورد انتظار، بیشینی و اقناع) هستند. بنابراین چنانچه مصرف کننده فرد عاقلی تصور شود که در چارچوب اطلاعات مشخص غذایی که از ماهی و سایر گوشت‌های سفید و قرمز دارد، یکی را برای مصرف انتخاب می‌کند، در این صورت، انتخاب گزینه مصرف ماهی از بین سایر گزینه‌های محتمل مصرفی (انواع گوشت قرمز و سفید) را می‌توان برحسب سه قاعده ارزیابی به شرح ذیل تحلیل کرد:

- برحسب قاعده فایده مورد انتظار، مصرف کننده ابتدا انواع گوشت سفید (مرغ و ماهی) و قرمز (گوسفند، گوساله و ...) را به عنوان شقوق یا گزینه‌های مصرفی در نظر می‌آورد و سپس پیامدهایی همچون طعم و مزه، تازگی، خاصیت غذایی و سهولت طبخ را به هر کدام از شقوق مصرفی مربوط می‌سازد. آنگاه به هر کدام از پیامدها، فایده‌ای (مقدار سنجیده یا بها) را اسناد می‌دهد. به علاوه برای هر کدام از پیامدها، احتمال وقوعی را در نظر می‌گیرد. در چنین حالتی، مصرف کننده عاقل، گزینه‌ای (گوشتی) را برای مصرف انتخاب می‌کند که بیشترین فایده مورد انتظار را دارا باشد، یعنی مجموع فواید متوقع پیامدهای آن بیش از سایر گزینه‌های مصرفی باشد.

- برحسب قاعده بیشینی، مصرف کننده ابتدا جمیع گزینه‌های مصرفی (انواع گوشت سفید و قرمز) را بررسی می‌کند و بدترین پیامد (کمترین فایده) هر یک از گزینه‌ها را معین می‌کند و آنگاه گزینه‌ای را انتخاب می‌کند که در میان بدترین‌ها، بهترین باشد؛ یعنی گوشتی را انتخاب می‌کند که کمترین فایده‌اش نسبت به بقیه، بیشترین باشد.

- اما برحسب قاعده اقناع، مصرف کننده کمترین شروط یا مهم‌ترین شرطی را که برای مصرف نیاز دارد در نظر می‌گیرد (مثلاً ممکن است مزه یا خاصیت غذایی برایش خیلی مهم باشد)، سپس با یک بررسی اجمالی، گوشتی



را انتخاب می کند که شروط مورد نظر او را تأمین کند و او از انتخابش راضی باشد، هر چند که این انتخاب، پرفایده ترین نباشد.

۲- «فشار هنجاری یا اجتماعی مصرف ماهی»، حاکی از نفوذ و فشار اجتماعی مصرف است که مصرف کننده آن را احساس و ادراک می کند و برحسب آن رفتار مصرفی اش را تنظیم می کند. این فشار برحسب «انتظار دیگران مهم» و «انگیزه برای پیروی از انتظار دیگران مهم»، شکل می گیرد. دیگران مهم مصرف کننده ممکن است در وهله اول خانواده، دوستان، همکاران یا هر فرد یا گروه دیگری باشند که برای مصرف کننده مهم هستند و انتظار آنها، رفتار مصرف کننده را تحت تأثیر قرار می دهد. به عنوان مثال، در محیط خانواده ای که نظر همه اعضا در پخت ماهی اهمیت دارد، فشار هنجاری مصرف خانوار، برحسب میزان توافق اعضا (دیگران مهم)، تشخیص داده می شود. فشار اجتماعی مصرف علاوه بر این که، مستقیماً رفتار مصرف را تحت تأثیر قرار می دهد، از طریق تحریک پاداش نیز بر رفتار تأثیر می گذارد.

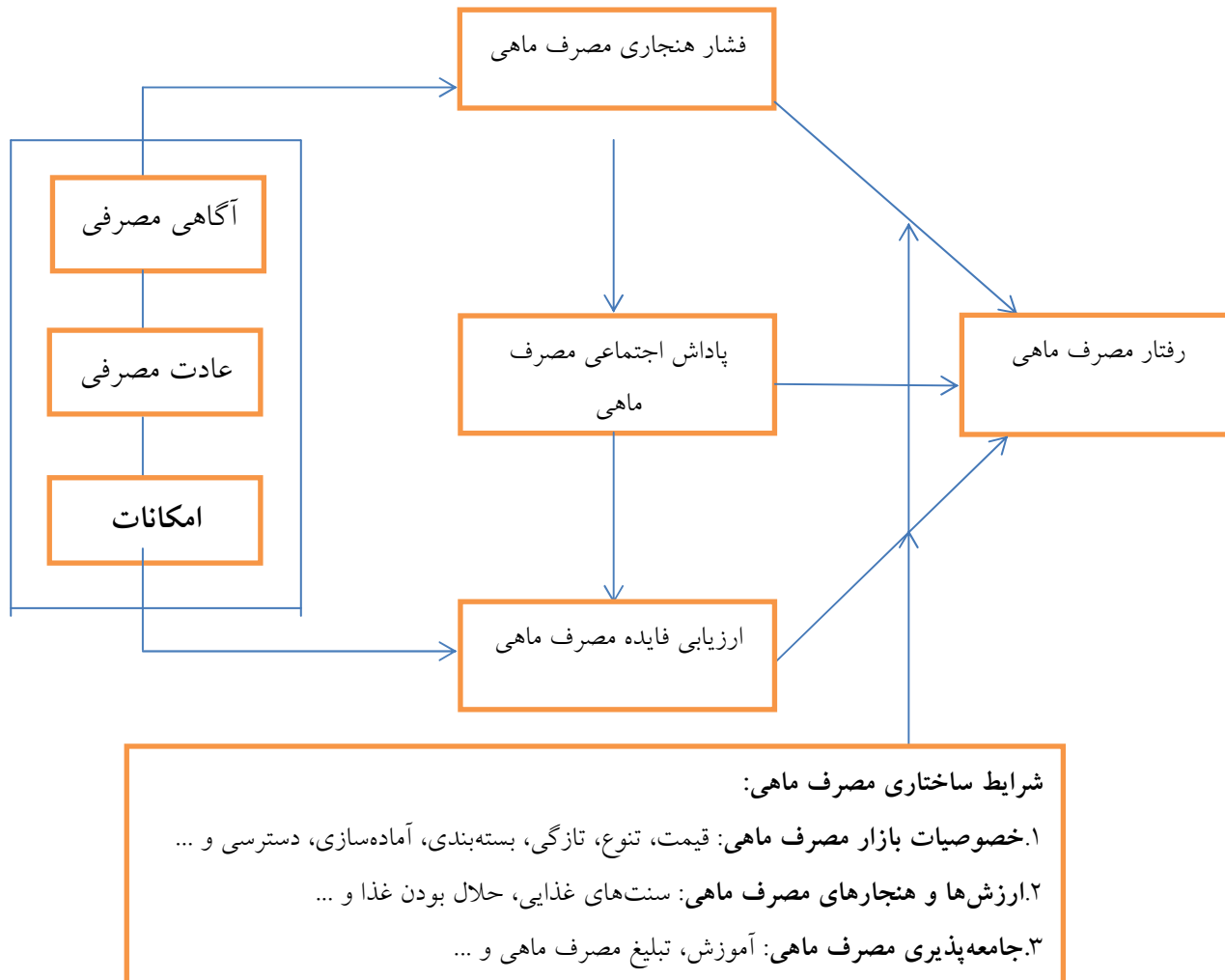
۳- «پاداش اجتماعی مصرف ماهی»، یک متغیر انگیزشی است و در برگیرنده تشویق ها و تأییدهای مصرفی (اعم از مادی یا معنوی) است که مصرف کننده از دیگران مهم (به ویژه خانواده) دریافت می کند. در شرایطی که ارزش ها و هنجارهای مشترکی درباره مصرف وجود داشته باشد، با افزایش میزان پاداش و تکرار پاداش مصرف، مصرف ماهی افزایش می یابد.

۴- «عوامل تسهیل کننده مصرف ماهی»، شامل آگاهی های مصرفی از جمله آشنایی با شیوه های طبخ، عادت مصرف ماهی و امکانات مصرفی (برخورداری از امکانات نگهداری و طبخ ماهی) است. این متغیرها به صورت ترکیبی، از یک سو تقاضا و فشار اجتماعی مصرف را بالا می برند و از سوی دیگر، ارزیابی فایده مصرف را تقویت می کنند و به این ترتیب رفتار مصرفی را غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می دهند. اگرچه متغیرهای عدیده دیگری هم هستند که غیرمستقیم رفتار مصرف را تحت تأثیر قرار می دهند لکن در این جا فقط متغیرهای نزدیک به رفتار مصرف انتخاب شده اند. به علاوه برخی از متغیرهای زمینه ای همچون درآمد، تحصیل و محل سکونت، تأثیر خود را از طریق متغیرهای سه گانه مذکور به رفتار مصرف منتقل می کنند. به عنوان مثال متغیر درآمد و قدرت خرید بخش عمده ای از تأثیر خود را از طریق برخورداری از امکانات نگهداری و طبخ ماهی منتقل می کند و بخش دیگری از تأثیر خود را نیز در انتخاب نوع ماهی نشان می دهد و یا متغیر تحصیل از طریق آگاهی مصرفی و ارزیابی فایده، تأثیر خود را بر رفتار مصرف منتقل می کنند.

بدین ترتیب عوامل ساختاری یا بیرونی، اثر عوامل ذهنی مصرف (فشار هنجاری یا اجتماعی مصرف، پاداش اجتماعی مصرف و ارزیابی فایده مصرف) را بر رفتار واقعی مصرف، تحت تأثیر قرار می دهند و از این طریق باعث کاهش یا افزایش تقاضای ماهی می شوند. عوامل ذهنی مصرف ماهی، به ویژه دو متغیر فشار اجتماعی و ارزیابی فایده مصرف، بر روی یکدیگر تأثیر می گذارند. از یک سو خود تحت تأثیر عوامل تسهیل کننده

مصرف (آگاهی، عادت و امکانات مصرفی) قرار دارند و از سوی دیگر، هر یک جداگانه، رفتار مصرف را تحت تأثیر قرار می‌دهند. نمودار تحلیل نظری مصرف ماهی در شکل ۱-۲ ترسیم گردیده است.

شکل (۱-۲). الگوی تحلیل نظری رفتار مصرف ماهی



منبع: (یوسفی و شریعتی، ۱۳۸۸)

## ۳-۲- عوامل مؤثر بر مصرف آبزیان

در مورد رفتار مصرف آبزیان تحقیقات متعددی در سطح جهان انجام یافته است که می توان به تحقیقات Rupp و همکاران (۱۹۸۰)، Chaston (۱۹۸۳، ۱۹۸۴) و Allen و همکاران (۱۹۸۴)، Pavelec (۱۹۸۹)، Hushak و همکاران (۱۹۹۳)، Musgrove (۱۹۹۵)، Doyle (۱۹۹۴)، Hanson و همکاران (۱۹۹۵)، Hulse و همکاران (۱۹۸۱)، Leek و همکاران (۱۹۹۸ و ۲۰۰۰)، Palferman (۱۹۹۹)، Sechena و همکاران (۱۹۹۹)، Bose و Brown (۲۰۰۰)، Spinks و Bose (۲۰۰۲) اشاره نمود.

متخصصین فوق به اهمیت نقش بازار آبزیان و تغییرات رفتار مصرف کنندگان در مصرف ماهی و فرآورده های آن پرداخته اند. در ایران سوابق تحقیقات بازاریابی نشان می دهد که برای آبزیان تقاضای پنهان وجود دارد (قاسمی، ۱۳۷۶). یعنی برای رفع خواسته ها و نیاز مردم، عرضه با تقاضا همخوانی ندارد و ضرورت بازاریابی توسعه ای احساس می شود. سازمان شیلات ایران مصرف سرانه آبزیان را در سال ۱۳۸۵ حدود ۷ کیلوگرم اعلام نموده است (دفتر طرح و توسعه شیلات، ۱۳۸۶). که با متوسط مصرف آبزیان در آفریقا و آمریکای جنوبی تا حدودی همسان است ولی از متوسط مصرف سرانه جهانی آبزیان و کشورهای در حال توسعه کمتر می باشد. در سال ۱۳۷۳ توسط دفتر طرح و توسعه شیلات مطالعه ای انجام شد که در آن ۱۲ شهر کشور به مناطق کم مصرف، پرمصرف و مصرف متوسط تقسیم شدند و مشخص شد مصرف ماهی با افزایش سن رابطه معکوس دارد (طرح و توسعه شیلات، ۱۳۷۷). بابایی در سال ۱۳۷۴ نشان داد آشنایی با طبخ آبزیان در بین مصرف کنندگان ضعیف است و داوطلبان بیشتر تمایل به مصرف ماهی تازه و پاک شده دارند.

مطالعات انجام شده توسط اداره کل روابط عمومی و بین الملل شیلات در سال ۱۳۷۵ نشان داد از نظر مصرف کنندگان تهرانی دلایل عدم مصرف ماهی به ترتیب گرانی، در دسترس نبودن، بوی ناخوشایند ماهی های عرضه شده در بازار و مشقت پخت ماهی می باشد. تحقیقات Salehi در سال ۲۰۰۶ در مورد بازار ماهی نشان داد جوانان غذای آماده را ترجیح داده و متقاضی فرآورده های متنوع تولید شده و آماده به مصرف ماهی می باشند. ضمناً با افزایش درآمد مصرف کنندگان و کاهش قیمت ماهی در بازار، مصرف ماهی در گروه های مسن تر، خانواده های پرجمعیت و تحصیل کرده ها افزایش می یابد. مطالعات نشان داد که اختلاف بین مناطق مختلف تهران در مصرف ماهی معنی دار است که خود به وضعیت اقتصادی، اجتماعی و اختلاف درآمد، سطح سواد، نوع شغل و وضعیت خانواده ها بستگی دارد. تحقیقات دیگری که در تهران صورت گرفت نشان داد توجه به بسته بندی فرآورده های ماهی و درج تاریخ تولید و مصرف و کد بهداشتی برای مصرف کنندگان در مقایسه با سالهای گذشته از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد (عادل و شعبان پور، ۱۳۸۶).

محققانی مانند Bell (۱۹۶۸)؛ Dellenbarger و همکاران (۱۹۸۸)؛ Jolly و Clonts (۱۹۹۳)؛ Engel و همکاران (۱۹۹۵)؛ Brown (۲۰۰۴)؛ Salehi (۲۰۰۶، ۲۰۰۴، ۲۰۰۳، ۱۹۹۹) بر نقش فرهنگ و عادات و رسوم خانواده ها در رفتار مصرف ماهی در کشورهای مختلف جهان تأکید نموده اند. در آمریکا، در محله هایی که جمعیت آسیایی-

های جنوب شرقی تراکم بیشتری دارند تقاضا برای ماهی بیشتر است و مصرف سرانه برای آسیایی‌ها از سایر گروه‌های جمعیتی بیشتر است (Pavelec, 1989).

Rupp و همکاران نیز در سال ۱۹۸۰ نشان دادند آنهایی که در سواحل زندگی می‌کنند نسبت به افرادی که در شهرهای مرکزی هستند، بیشتر از ماهیان استفاده می‌کنند. در ایران مصرف ماهی و سایر آبزیان در سواحل شمال و جنوب کشور بیشتر از مناطق مرکزی می‌باشد و مهاجرین تهرانی که از سواحل شمال و جنوب به تهران آمده‌اند ماهی بیشتری نسبت به سایر افراد مصرف می‌کنند (Salehi, 1999). مصرف ماهی آب شیرین در مناطق مرکزی و شمالی ایران از مناطق ساحلی جنوب به مراتب بیشتر است (Salehi, 2005).

Salehi در سال ۲۰۰۶ نشان داد به طور کلی ۴۴ درصد مردم در طول سال ماهی مصرف می‌کنند. با توجه به اینکه حدود ۴۸ درصد متخصصین تغذیه هفته‌ای یکبار و بیشتر از ماهی استفاده می‌کنند و تمایل آنان به مصرف آن بسیار بیشتر از سایر گوشت‌های حیوانی می‌باشد. نتایج فوق حاکی از مصرف بیشتر ماهی و فرآورده‌های آن در بین متخصصین تغذیه در مقایسه با کل جامعه می‌باشد. در مورد تبلیغ و ترویج مصرف و گسترش مراکز عرضه نتایج به دست آمده با نتایج حاصل از تحقیقات بازار ماهی و فرآورده‌های آن در ایران در گذشته تطبیق دارد (قاسمی، ۱۳۷۶؛ بابایی، ۱۳۷۴؛ اداره کل روابط عمومی و بین‌الملل شیلات، ۱۳۷۵؛ نوری زمان آبادی، ۱۳۷۶؛ صالحی، ۲۰۰۶ و ۱۳۸۲، ۱۹۹۹ و عادل و شعبان پور، ۱۳۸۶). جدول ۱-۲ عوامل مؤثر و روش‌های افزایش مصرف ماهی را از دیدگاه متخصصین تغذیه در ایران را نشان می‌دهد براساس اطلاعات ارائه شده در این جدول بیشترین درصد در راستای افزایش مصرف به تبلیغات و اطلاع‌رسانی در مورد خواص مصرف تعلق دارد.

جدول (۱-۲). عوامل مؤثر بر افزایش مصرف ماهی و فرآورده‌های آن از نظر متخصصین تغذیه در ایران

درصد	روش‌های افزایش مصرف ماهی	عامل
۲۸	تبلیغات و اطلاع‌رسانی در مورد خواص مصرف ماهی	فرهنگی
۱۰	گسترش آموزش روش‌های پخت و پز ماهی	
۷	فرهنگ‌سازی در مورد مصرف ماهی	
۲۳	کاهش قیمت ماهی و عرضه آن با قیمت مناسب	اقتصادی
۶	پرداخت یارانه برای مصرف ماهی	
۱۱	عرضه در تمام فصول و افزایش امکان دسترسی بهتر	عوامل مرتبط با عرضه، بسته‌بندی و بهداشت ماهی
۱۱	تنوع در عرضه و گسترش بسته‌بندی و رعایت بهداشت ماهی	
۴	گسترش مراکز زنده فروشی و بازارچه‌های فروش انواع ماهی و عرضه در برنامه غذایی دانشگاه‌ها، بیمارستان‌ها و ...	
۱۰۰	جمع	

سلامتی و مصرف ماهی با یکدیگر گره خورده‌اند و امروزه مصرف ماهی به شکل فزاینده‌ای در سلامتی جامعه مورد توجه قرار گرفته (کاسول، ۲۰۰۶) و ثابت گردیده مصرف ماهی به ویژه انواع چرب آن، برای سیستم عروقی قلب و بیماری‌های قلبی مفید است (روزن و دیگران، ۲۰۰۶). در جامعه ایرانی در کنار افزایش مرگ و میر ناشی از بیماری‌های قلبی که عمدتاً به واسطه چاقی است (هریسون، ۲۰۰۵)، نا امنی غذایی به علت سوء تغذیه وجود دارد. زیرا مصرف انرژی و پروتئین حیوانی در سبد غذایی خانوار کمتر از میزان استاندارد آن است (قاسمی، ۱۳۸۴؛ اکبری، ۱۳۸۴). به دلیل فایده غذایی آبزیان، بسیاری از کشورها جهت افزایش فرآورده‌های آبزیان در سبد غذایی مردم برنامه‌ریزی کرده‌اند (کنیگ و دیگران، ۲۰۰۵). لکن با وجود مزیت‌های فراوان، سهم مصرف آبزیان و فرآورده‌های شیلاتی در سبد غذایی خانوار ایرانی در مقایسه با سایر گوشت‌ها پایین است. آنچنان که میانگین سرانه مصرف ماهی در دنیا ۱۶ کیلوگرم و در ایران ۶ کیلوگرم گزارش شده است. در برنامه چهارم توسعه پیش‌بینی شده این مقدار به ۴/۵۵ گرم در روز یا سرانه ۱۰ کیلوگرم در سال برسد (صالحی، ۱۳۸۴). علاوه بر آن، مطالعات نشان می‌دهد که ماده اصلی تأمین کالری مورد نیاز در ایران نان است و تنها سهم بسیار ناچیزی از طریق مصرف ماهی تأمین می‌شود (مریدی، ۱۳۷۳: ۶۵). مصرف گوشت ماهی پس از گوشت دام و مرغ در ایران مرتبه سوم را دارد (مولایی، ۱۳۷۳: ۹۲). به علاوه میزان مصرف آبزیان در مناطق مختلف ایران نیز بسیار متغیر است، چنانکه در مناطق ساحلی میزان مصرف حدود دو برابر میانگین و در مناطق شرقی و غربی کشور کمتر از میانگین کشوری است.

کسب شناخت معتبر از مبانی جامعه‌شناختی رفتار مصرف غذایی به ویژه مصرف ماهی در خانوار ایرانی، این امکان را در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان غذایی کشور قرار می‌دهد که سیاست‌های مصرف غذایی را متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران سامان داده و در جهت مصرف بهینه سوق دهند. تبعاً چنانچه مطالعات رفتار غذایی در بین واحدهای جمعیتی ناهمگون انجام پذیرد، تنوع اجتماعی و فرهنگی مصرف نیز بهتر آشکار می‌گردد. در بین شهرهای ایران، مشهد از معدود شهرهایی است که اندازه جمعیت و ناهمگونی اجتماعی و فرهنگی آن بالاست و نتایج مطالعه رفتار مصرف ماهی در این شهر می‌تواند تا حد زیادی بازنمای رفتار مصرف ماهی خانوار ایرانی باشد (یوسفی، ۱۳۸۳).

مطالعه‌ای در مورد مصرف گوشت حلال در میان مسلمانان بلژیک (بان و وربک، ۲۰۰۶) نشان داده که هنگام خرید گوشت مواردی چون سلامتی، ایمان، رفتار با حیوان، لذت بردن از زندگی و مراقبت از خانواده، اهمیت پیدا می‌کند. با بالا رفتن درآمد خانوارهای چینی، تقاضای مصرف مواد غذایی بیشتر و با کیفیت‌تر شده است ولی در خانوارهای روستایی و کم درآمد شهری این افزایش آهسته بوده است (گیل، ۲۰۰۷). مطالعه عوامل مؤثر در رفتار مصرف مواد غذایی دریایی استرالیا مشخص نموده که رفتار مصرف به شکل قابل توجهی تحت تأثیر مناطق ساحلی و غیر ساحلی است. به گونه‌ای که در مناطق غیر ساحلی متغیرهایی مانند قیمت، فاصله، مزه، کیفیت و فصل مهم هستند ولی در مناطق ساحلی کیفیت غذا، سن و تعداد شاغلان و اندازه خانوار به‌طور معنی‌داری در

رفتار مصرف مواد غذایی دریایی تأثیر دارند (باس و براون، ۲۰۰۰). نتایج مطالعه دیگری در نروژ نشان داده افزایش مصرف ماهی با عواملی چون: «اعتقاد به این که رژیم غذایی برای سلامتی مهم است»، «سایر عادات‌های غذایی سالم»، «مصرف دارو برای گرفتگی عروق»، «افزایش سن»، «کاهش درآمد خانوار» و «اقامت در مناطق ساحلی» رابطه دارد (تراندسن و دیگران، ۲۰۰۴).

برخی تحقیقات نشان می‌دهد بین سن و رفتار مصرف مواد غذایی دریایی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین رابطه بین سن و گرایش به مصرف مواد غذایی دریایی نیز مثبت است و این گرایش باعث افزایش مصرف خانوار می‌شود (السن، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۳). مطالعه‌ای در جمعیت بزرگسالان شهر بیروت (لبنان) نشان داد که مصرف زیاد چربی و همچنین مصرف کم ماهی و تا حدودی میوه و سبزیجات آنها را در معرض خطر بیماری گرفتگی عروق قرار داده است (لارا و دیگران، ۲۰۰۶). مهم‌ترین یافته مطالعه میرلند در مورد رابطه بین مصرف مواد غذایی دریایی و سبک زندگی این است که خصوصیات محصول بیش از قیمت (که تصور می‌شد مهم‌تر است) به عنوان مانع مصرف تلقی می‌شود (میرلند، ۲۰۰۰). در یک بررسی آزمایشگاهی نشان داده شده که اطلاعات بهداشتی درباره ماهی، اعم از این که در فواید یا مضرات مصرف ماهی باشد، اثر معناداری بر انتخاب نوع ماهی توسط مصرف کننده دارد (روزن و دیگران، ۲۰۰۶؛ مارت و دیگران، ۲۰۰۶).

در دیگر مطالعات مربوط به مصرف غذاهای دریایی، رابطه الگوی تقاضا و تنوع محصولات غذایی (چنج و کپس، ۱۹۸۸)، اثر تبلیغ بر تقاضای خرد (کینوکان، ۱۹۹۰؛ بروکس، ۱۹۹۱)، اثر گرایشات مصرف کننده بر مصرف غذاهای دریایی (وینشتاین و دیگران، ۱۹۹۹) با تکیه بر نظریه گرایش فیش‌باین و آیزن (۱۹۸۰)، توجه به رابطه سلامت غذا و مصرف (لین و دیگران، ۱۹۹۱) و همچنین مارک‌های تجاری غذاهای دریایی (وسلز و دیگران، ۱۹۹۹) مورد تأکید قرار گرفته است.

در ایران نیز مطالعات رفتار مصرف نتایج کم و بیش مشابهی را نشان می‌دهد. چنان‌که نتایج مطالعه‌ای در شهر تهران نشان داده که تحصیلات و درآمد از یک‌سو، و قیمت و نحوه عرضه محصول از سوی دیگر بر مصرف ماهی مؤثر است (اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی شیلات استان تهران، ۱۳۷۶).

نتایج مطالعه مؤسسه ملی پژوهش افکار عمومی (۱۳۷۷) در تهران نشان داده که تنها ۵۵/۴ درصد ماهی پرورشی مصرف می‌کنند و ۵/۱ درصد از درآمد ماهیانه خانوارهای تهرانی صرف خرید انواع ماهی می‌شود. در این شهر مردم به ترتیب اولویت ترجیح می‌دهند اول گوشت گوسفند، دوم مرغ، سوم ماهی و چهارم گوشت گاو و گوساله مصرف کنند. ۵۵/۴ درصد پاسخگویان در زمستان، ۷۸/۴ درصد پاییز، ۵۴/۳ درصد در بهار و ۳۰/۶ درصد در تابستان ماهی مصرف می‌کنند. گران بودن ماهی (۳۹/۱ درصد)، آگاهی کم در مورد طبخ (۱۱/۸ درصد)، تنوع غذایی کم ماهی (۱۱ درصد) و عدم اطمینان از سلامت ماهی (۳/۹ درصد) مهم‌ترین دلایل برای مصرف کمتر ماهی نسبت به سایر فرآورده‌های گوشتی است. همچنین «تلویزیون»، «اطلاعات نوشته شده همراه

محصول» و نیز «اطلاعاتی که فروشندگان ارائه می دهند» راحت ترین و مناسب ترین راه های کسب اطلاعات درباره محصولات شیلاتی اعلام شده است. از مطالعه دیگری در تهران (رستمی، ۱۳۷۹) نتایج زیر به دست آمده است: افزایش درآمد، نزدیکی به محل عرضه، آگاهی از مزایا، آشنایی با اشکال متنوع غذایی و بسته بندی مصرف محصولات شیلاتی را افزایش می دهد. ۱۵ درصد پاسخگویان همیشه، ۵ درصد در میهمانی ها، ۷ درصد در ایام خاص (مثل نوروز) و ۱۷ درصد اتفاقی و بدون برنامه ماهی مصرف می کنند از لحاظ گونه ماهی نیز اولویت مصرف به ترتیب با ماهی جنوب، ماهی شمال و ماهی پرورشی است. اگرچه در تحقیق دیگری (رستمی، ۱۳۸۱) اولویت نخست مصرف ماهی در تهران، ماهی شمال اعلام گردیده است.

حاجی محمدی (۱۳۸۱)، در مطالعه خود به این نتیجه رسیده که سرانه مصرف ماهی در تهران ۴/۷ کیلوگرم بوده که نسبت به سه سال گذشته، ۰/۸ کیلوگرم افزایش نشان می دهد، ولی در همین دوره زمانی ۲۷ درصد خانوارها مصرف خود را افزایش و ۳۳/۲ درصد کاهش داده اند. به علاوه ۳۹/۹ درصد از خانوارها ماهی غیر کنسروی و ۳۷/۶ درصد ماهی کنسروی مصرف می کنند. مطالعه مصرف آبزیان در خانوارهای شیرازی (رحیمی، ۱۳۷۷) نشان داده که قیمت، تازگی، عرضه بهداشتی، آشنایی با روش های طبخ و تعدد مراکز عرضه در مصرف ماهی مؤثر است.

گزارش اداره کل روابط عمومی و بین الملل شیلات ایران (۱۳۷۵)، اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی نمایندگی شیلات فارس (۱۳۷۷)، Bose و Brown (۲۰۰۰)، رستمی (۱۳۸۰)، Spinks و Bose (۲۰۰۲)، گزارش Fao (۲۰۰۳)، سعیدی (۱۳۸۳)، صالحی (۲۰۰۶) و سالنامه آماری شیلات (۱۳۷۸ و ۱۳۸۴) نیز اندازه خانوارها، درآمد و ... را در میزان مصرف آبزیان مؤثر دانسته اند.

Jolly و Clonts (۱۹۹۳) اندازه جمعیت، سن، منطقه جغرافیایی، درآمد، مزه، قیمت و تنوع محصول را در تقاضای مصرف محصولات شیلاتی مؤثر دانستند.

صالحی (۲۰۰۶) نیز علت عدم مصرف ماهیان پرورشی در شهر تهران را آشنایی نداشتن مردم با اینگونه ماهیان عنوان کرد. عادل و شعبان پور (۱۳۸۶) نیز اولویت مردم در مصرف ماهی قزل آلا و ماهیان دریای شمال را به میزان دسترسی و قیمت برای مصرف کننده نسبت داد.

بابایی (۱۳۷۴) علت پایین بودن مصرف آبزیان در شهر تهران را نبود فرهنگ طبخ و مصرف نشان داد. تحقیق اداره کل روابط عمومی و بین الملل شیلات ایران (۱۳۷۵) این امر را تأیید نمود.

رستمی (۱۳۸۰) نشان داد که آگاهی از ارزش غذایی و تنوع محصولات شیلاتی می تواند در افزایش مصرف مؤثر باشد. ضمن این که کیفیت و آسانی پخت از اصلی ترین عوامل گرایش مصرف کنندگان به ماهی در آکلند نیوزیلند بوده است (Brown & Bose, 2000).

عادل و شعبان پور (۱۳۸۶) با توجه به جمعیت و مشکلات شهری در کلان شهر تهران، نشان دهنده مقبول شدن فرهنگ مصرف بسته بندی نزد ساکنان منطقه می باشد و به نظر می رسد تولید محصولات بسته بندی اوزان متفاوت،

درج ارزش غذایی محصول روی بسته‌بندی، تهیه بسته‌بندی با حمل ساده‌تر و قابلیت نگهداری طولانی‌تر می‌تواند در افزایش میزان مصرف در این منطقه نقش داشته باشد. وجود اطلاعاتی بر روی بسته‌بندی همچون ارزش غذایی، برچسب کد بهداشتی، ماندگاری بیشتر، راحتی باز کردن بسته‌بندی، اطلاعات نحوه طبخ، راحتی حمل و نقل و آماده مصرف بودن، به ترتیب در اولویت‌های ترجیحی آنها به شمار می‌آید که نشان دهنده مقبول شدن فرهنگ مصرف بسته‌بندی نزد آنها است. بنابراین 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 (۱۳۸۰) و سعیدی (۱۳۸۳)، درج زمان تولید، داشتن کد بهداشتی و برچسب معتبر را از اولویت‌های بسته‌بندی دانسته‌اند.

عوامل مؤثر بر مصرف آبزیان را به دو دسته می‌توان طبقه‌بندی کرد.

### ۱- عوامل فردی تأثیرگذار در مصرف ماهی

قدرت خرید، سهولت دسترسی به مراکز عرضه و فروش ماهی، امکان نگهداری و طبخ، آشنایی با روش‌های طبخ، شناخت انواع ماهی و محصولات آبی، تشخیص تازگی و سلامت ماهی، اعتماد به فروشنده، آشنایی با خواص ماهی، الگوها و عادات غذایی، دیدگاه شرعی درباره مصرف غذا، سبک زندگی و عوامل زمینه‌ای همچون سن، نوع شغل، تحصیلات، تجربه سکونت (ساحلی / غیرساحلی). از جمله عوامل فردی قابل اشاره در بحث مصرف ماهی می‌باشند.

### ۲- عوامل ساختاری تأثیرگذار در مصرف ماهی

از جمله عوامل ساختاری مؤثر در بحث مصرف ماهی را می‌توان به موارد زیر اشاره داشت: قیمت ماهی و فرآورده‌های آن، قیمت محصولات بدیل (گوشت قرمز، مرغ، غذاهای گیاهی و ...) تنوع محصول و فرآورده‌های آن، تازگی محصول، چگونگی عرضه محصول (تنوع بسته‌بندی، عرضه بهداشتی کالا، عرضه به موقع، تعدد و پراکندگی مراکز فروش محصول، مکان دسترسی، علامت تجاری و نحوه تبلیغ و ترویج کالا، ارزش‌ها و هنجارهای مصرفی (یوسفی، شریعتی، ۱۳۸۸).



**ب) وضعیت تولید و مصرف آبزیان****۴-۲- میزان تولید آبزیان (صید و آبی پروری) کشور**

یکی از روش های عمده تأمین محصولات شیلاتی صید از آب های داخلی و دریایی است. براساس اطلاعات بدست آمده میزان صید از آب های جنوب از سال ۱۳۸۴-۱۳۸۹ روند صعودی داشته ولی میزان صید از آب های شمال کاهش را نشان می دهد. با این حال میزان تولید از طریق آبی پروری نسبت به صید افزایش قابل توجهی را نشان می دهد. جدول (۲-۲) میزان تولید آبزیان (صید و آبی پروری) در کشور را نشان می دهد.

**جدول (۲-۲). میزان تولید آبزیان (صید و آبی پروری) کشور در سال های ۱۳۸۴-۱۳۸۹ (واحد تن)**

شرح / سال	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
صید در آب های جنوب	۳۳۳/۴۹۲	۳۷۴/۴۴۷	۳۲۹/۵۷۱	۳۴۱/۹۷۹	۳۴۸/۱۲۲	۳۶۸/۵۰۵
صید در آب های شمال	۴۴/۸۸۷	۴۶/۴۳۵	۳۹/۱۷۴	۳۶/۹۶۷	۴۴/۲۷۸	۴۳/۸۰۵
آبی پروری	۱۳۴/۱۸۰	۱۵۴/۶۷۸	۱۹۳/۶۷۷	۱۸۳/۵۷۷	۲۰۷/۳۵۳	۲۵۱/۳۷۴
<b>جمع کل</b>	<b>۵۲۲/۵۵۹</b>	<b>۵۷۵/۵۶</b>	<b>۵۶۲/۴۲۲</b>	<b>۵۶۲/۵۲۳</b>	<b>۵۹۹/۷۵۳</b>	<b>۶۶۳/۶۸۴</b>

منبع: وزارت جهاد کشاورزی. دفتر آمار و فناوری اطلاعات (۱۳۹۱) آمارنامه کشاورزی

**۵-۲- میزان تولید مزارع پرورش ماهی به تفکیک نوع و منابع طبیعی و نیمه طبیعی**

و این میزان در سال ۱۳۸۷ به ۱۰۰۴۳۰ تن رسیده که حاکی از افزایش ۲۶/۹۱ درصدی تولید پرورش ماهی در مزارع گرم آبی است و بررسی پرورش ماهی در مزارع سرد آبی نشان می دهد که میزان پرورش ماهی در مزارع سرد آبی در سال ۱۳۸۴ ۳۴۷۶۰ تن بوده که این میزان در سال ۱۳۸۹ به ۹۱۵۱۹ تن رسیده است همچنین نشان می دهد که میزان تولید آبزیان در مزارع منابع طبیعی و نیمه طبیعی در سال ۱۳۸۴، ۳۴۷۶۰ تن بوده که این میزان در سال ۱۳۸۹ به ۳۱۳۳۹ تن رسیده است. بدین ترتیب اطلاعات نشان می دهد که بیشترین میزان تولید آبزیان در منابع پرورش متعلق به پرورش ماهی در مزارع سرد آبی است. براساس اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی گوشت ماهیان خاوریاری فقط در سال ۱۳۸۸، ۳۶۳ تن و در سال ۱۳۸۹ ۲۵۱ تن بوده است.

جدول (۲-۳). میزان تولید مزارع پرورش ماهی به تفکیک نوع و منابع طبیعی و نیمه طبیعی در سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۸۴ (واحد تن)

شرح / سال	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
مزارع گرم آبی	۷۳۳۹۶	۷۷۴۶۳	۹۷۲۶۲	۸۷۶۷۸	۱۰۰۴۳۰	۱۲۱۶۰۸
ماهیان خاویاری	-	-	-	-	۳۶۳	۲۵۱
مزارع سردآبی	۳۴۷۶۰	۴۶۲۷۵	۵۸۷۶۱	۶۲۶۳۰	۷۳۶۴۲	۹۱۵۱۹
<b>منابع آبی طبیعی و نیمه طبیعی</b>	<b>۲۲۱۷۹</b>	<b>۲۴۹۷۰</b>	<b>۳۴۸۸۸</b>	<b>۲۸۶۲۲</b>	<b>۲۷۵۰۳</b>	<b>۳۱۳۳۹</b>

منبع: وزارت جهاد کشاورزی. دفتر آمار و فناوری اطلاعات (۱۳۸۸) آمارنامه کشاورزی جلد دوم

### ۲-۶- میزان مصرف آبزیان

ایران با داشتن ۱۸۰۰ کیلومتر مرز آبی در سواحل دریای عمان و خلیج فارس و ۹۰۰ کیلومتر در سواحل دریای خزر و شرایط مناسب آبهای داخلی، ظرفیت قابل توجهی از نظر پرورش آبزیان دارد. از این رو، بازارهای شمال و جنوب با توجه به این که در نزدیک محل‌های صید واقع شده‌اند به عنوان مهمترین بازارهای شیلات می‌باشند. مصرف محصولات دریایی در نقاط مختلف کشور متفاوت است جدول (۲-۴) میزان مصرف سرانه و گرم پروتئین مصرفی محصولات دریایی (از محل تولید و واردات) در دوره زمانی ۱۳۸۴-۱۳۸۸ را در سطح کشور نشان می‌دهد. براساس این اطلاعات میزان مصرف سرانه محصولات دریایی در کشور با شیب ملایمی در حال افزایش است به طوری که میزان مصرف محصولات دریایی در سال ۱۳۸۴، ۷/۰۳ کیلوگرم در سال بوده است و این میزان در سال ۱۳۸۹ به ۸/۵ کیلوگرم رسیده است. میزان مصرف گرم پروتئین محصولات دریایی در سال ۱۳۸۴، ۳/۲ گرم در روز بوده و این عدد در سال ۱۳۸۹ به ۴/۰۶ گرم در روز رسیده است.

جدول (۲-۴). مصرف سرانه و گرم پروتئین مصرفی محصولات دریایی کشور (از محل تولید و واردات)

در سال‌های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۹

شرح سال	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
مصرف سرانه محصولات دریایی (کیلوگرم در سال)	۷/۰۳	۷/۷	۷/۳۵	۷/۳۲	۷/۵۱	۸/۵
گرم پروتئین محصولات دریایی (گرم در روز)	۳/۲	۳/۵۳	۳/۳۵	۳/۳	۳/۴۷	۴/۰۶

منبع: وزارت جهاد کشاورزی. دفتر آمار و فناوری اطلاعات (۱۳۸۸) آمارنامه کشاورزی جلد دوم

در مقایسه سهم سرانه مصرف آبزیان در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه اختلاف مصرف بین آنها بسیار زیاد می باشد. متوسط سرانه مصرف ماهی و سایر آبزیان در ایران کمتر از ۸ کیلوگرم برای هر نفر در سال می باشد و این در حالی است که متوسط سرانه مصرف آبزیان در جهان براساس آمار سازمان خوار و بار جهانی ۱۷/۷ کیلوگرم می باشد و این رقم در برخی کشورها نظیر ژاپن به طور میانگین در حدود ۶۴ کیلوگرم ذکر شده است و همین امر باعث گسترش و پیشرفت چشمگیر صنایع شیلاتی اعم از تولید و بسته بندی آبزیان در کشور مذکور و سایر کشورهای آسیای شرقی شده است. بنابراین در کشور ایران نیز به منظور تقویت تولید و حمایت از تولیدکنندگان باید میزان مصرف و در نتیجه تقاضا را بالا برد نه میزان عرضه زیرا افزایش بی رویه عرضه باعث کاهش قیمت فروش و در نتیجه کاهش سود خالص پرورش دهندگان و در نهایت تولید خواهد شد. کارشناسان تغذیه میزان مصرف هفتگی ماهی را حداقل ۲۰۰ تا ۴۰۰ گرم توصیه می نمایند که در ۲ تا ۳ وعده غذایی هر هفته بایستی گنجانده شود. (رضایی، ۱۳۸۸) فاصله مصرف شهرهای ساحلی با دیگر نقاط کشور نشان دهنده این است که عوامل متعددی در مصرف ماهی در نقاط مختلف کشور دخیل هستند. علاوه بر این بررسی ارقام مربوط به مقدار مصرف سرانه انواع گوشت در کشور نشان می دهد که در بسیاری از نقاط کشور میزان مصرف ماهی نسبت به سایر گوشت ها نظیر گوشت قرمز و گوشت سفید در سطح کمتری قرار دارد. بررسی آمارهای مربوط به مصرف مواد غذایی کشور نشانگر این است که در سالهای پایانی دهه ۶۰ و ۷۰ متوسط میزان سرانه گوشت قرمز در خانوارهای شهری و روستایی بیش از ۶۰ برابر گوشت ماهی بوده است (وزارت جهاد کشاورزی، شرکت سهامی پیتا: ۹).

پراکندگی سرانه مصرف ماهی در سطح کشور حاکی از نابرابری شدید در مصرف این فرآورده حیاتی و مهم است. میزان سرانه مصرف آبزیان در ایران در سالهای اخیر پیشرفت بسیار چشمگیری داشته است که دلیل آن وجود تبلیغات دولتی به ویژه تبلیغات سازمان شیلات و وزارت بهداشت، افزایش تولید انواع ماهی ها به ویژه قزل آلا در سالهای اخیر و افزایش تنوع در عرضه و بسته بندی بوده است. در شهرهای غیر ساحلی ایران بیشترین مصرف ماهی مربوط به گونه قزل آلا ی رنگین کمان می باشد که دلیل آن بالا بودن تولید و عرضه قزل آلا، کم بودن نسبی قیمت آن در مقایسه با سایر ماهی ها و همچنین ترویج جایگاه های زنده فروشی این ماهی می باشد که این عوامل توانسته اند در انگیزه و تصمیم خرید کنندگان مؤثر باشند (رضایی، ۱۳۸۸). با این حال باید متذکر شد با وجود افزایش چشمگیر مصرف سرانه طی سالهای اخیر در کشور در مقایسه این مصرف با سرانه مصرف جهانی (۱۶/۴ کیلوگرم) رقم بدست آمده بسیار کم می باشد. محققین بسیاری در مقایسه مصرف ماهی ایران با سایر کشورهای دنیا، ایران را از نظر مصرف گوشت ماهی فقیر معرفی نموده اند. مصرف ماهی در ایران حتی از کشورهای کم درآمد و فقیر نیز کمتر برآورد شده است بنابراین تهیه یک برنامه اصولی به منظور افزایش سرانه مصرف آبزیان در کشور ضروری می باشد. جدول شماره (۲-۵) میزان سرانه مصرف چند کشور دنیا را در سال ۲۰۰۵ براساس گزارشات سازمان خوار و بار جهانی (FAO) نشان می دهد که با بررسی این جدول می توان به

فقر مصرف ماهی در ایران پی برد (رضایی، ۱۳۸۸). به طوری که در جدول زیر ملاحظه می‌شود میزان مصرف سرانه آبزیان در کشورهای در حال توسعه ۱۴/۵ کیلوگرم است که این میزان براساس اعلام سازمان شیلات حدود ۷/۷ کیلوگرم است (FAO,2010).

جدول (۵-۲). میزان سرانه مصرف سالانه چند کشور و منطقه دنیا در سال ۲۰۱۰

نام کشور	سرانه مصرف	نام کشور یا منطقه	سرانه مصرف
فرانسه	۳۳/۵	غنا	۲۵/۵
ژاپن	۶۴/۷	نیجریه	۹/۸
ونزوئلا	۱۹/۲	آنگولا	۱۶/۹
مصر	۱۴/۷	کشورهای توسعه یافته	۲۳/۵
بنگلادش	۱۲/۹	کشورهای در حال توسعه	۱۴/۵
مالزی	۶۰/۶	اتحادیه اروپا	۲۵/۷

میزان بهره‌برداری از منابع آبزیان کشور در سال ۱۳۸۷ از ۵۶۲/۵ هزار تن به ۵۹۹/۷ هزار تن در سال ۱۳۸۸ رسیده است و ۶/۶ درصد رشد داشته است. میزان تولید مزارع گرم‌آبی از ۸۷/۷ هزار تن در سال ۱۳۸۷ به ۱۰۰/۴ هزار تن در سال ۱۳۸۸ و میزان مزارع سردآبی از ۶۲/۶ هزار تن در سال ۱۳۸۷ به ۷۳/۶ هزار تن در سال ۱۳۸۸ رسیده که به ترتیب رشدی برابر ۱۴/۵ و ۱۷/۶ درصد را نشان می‌دهد (آمارنامه وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۸۸) اطلاعات بدست آمده از مصرف سرانه محصولات دریایی نشان از سیر صعودی میزان مصرف در سطح کشور دارد. امروزه ۷۸/۷ درصد آبزیان تولیدی در جهان صرف مصرف انسانی می‌شود و متوسط سرانه مصرف آبزیان به ۱۶/۱ کیلوگرم رسیده است و ۱۶ درصد پروتئین مورد مصرف کشورها را تشکیل می‌دهد (فائو، ۲۰۰۳). مصرف سرانه کشورمان ۷ کیلوگرم است که حدود ۵۶ درصد کمتر از متوسط جهانی است (شیلات ایران، ۱۳۸۴).

## ۲-۷- میزان تولید آبزی پروری به تفکیک استان در سال ۱۳۸۹

چنانکه جدول ۲-۶ نشان می‌دهد کل میزان تولید آبزی پروری در ایران ۲۵۱۳۷۴ تن که از این میزان ۱۲۱۶۰۸ تن (۵۰ درصد) گرم‌آبی و ۹۱۵۱۹ تن (۳۰ درصد) سردآبی است میزان تولید ماهیان گرم‌آبی در سال ۱۳۸۹ در کل کشور ۱۲۱۶۰۸ تن می‌باشد. اطلاعات نشان می‌دهد که بیشترین میزان تولید با ۳۸۳۵۲ تن متعلق به استان مازندران و کمترین میزان با ۳۱ تن متعلق به استان قم است. بررسی وضعیت استان مرکزی در این خصوص نشان می‌دهد میزان تولید ماهیان گرم‌آبی ۵۲ تن متعلق به استان مرکزی است و از ۹۱۵۱۹ تن ماهیان سردآبی کشور در

همین سال، ۱۵۵۰ تن در استان مرکزی تولید می شود. اطلاعات همچنین نشان می دهد که ۲۵۱ تن گوشت ماهی خاویار تولیدی کشور در سال ۱۳۸۹، ۲۰ تن متعلق به استان مرکزی است. جدول (۶-۲) میزان تولید آبی پروری به تفکیک استان در سال را نشان می دهد (دفتر آمار و فناوری اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۱).

جدول (۶-۲). میزان تولید آبی پروری به تفکیک استان در سال ۱۳۸۹

استان	گرم آبی	سرد آبی	منابع آبی	گوشت ماهیان خاویاری	میگوی آب شیرین	شاه میگو	میگوی آب شور	جمع کل
آذربایجان شرقی	۲۵۱	۲۰۵۶	۱۴۵۱	۰	۰	۰	۳۷۵۸	
آذربایجان غربی	۱۵۰۰	۶۸۱۰	۴۷۴۰	۰	۰	۲۵۰	۱۳۳۰۰	
اردبیل	۲۶۰	۹۸۵	۱۲۵۳	۲	۰	۰	۲۵۰۰	
اصفهان	۷۶۰	۲۳۵۰	۸۳۰	۰	۰	۰	۳۹۴۰	
ایلام	۲۸۰	۱۲۰۲	۳۰۰۰	۰	۰	۰	۴۴۸۲	
بوشهر	۰	۰	۰	۱۰	۰	۰	۳۱۹۷/۵	
تهران	۲۴۶	۳۴۳۹	۲۶۲	۱۶	۰	۰	۳۹۶۳	
چهارمحال بختیاری	۰	۱۴۱۸۸	۸۰	۰	۰	۰	۱۴۲۶۸	
خراسان رضوی	۶۹۷	۲۱۶۷	۶۰۹	۰	۰	۲	۳۴۷۵	
خراسان شمالی	۴۰	۶۸۵	۴۶	۰	۰	۰	۷۷۱	
خراسان جنوبی	۳۳۴	۲۳۵	۳۰	۰	۰	۰	۵۹۹	
خوزستان	۳۶۹۵۶	۹۶۵	۴۴۱۵	۰	۰	۰	۳۲۵۵۱	
زنجان	۱۴۶	۲۵۱۰	۱۰۷۵	۴۰	۰	۳۵	۳۸۰۶	
سمنان	۱۶۰	۳۶۰	۰	۰	۰	۰	۵۲۰	
سیستان و بلوچستان	۳۱۴	۹۷	۴۸۶۸	۱	۰	۰	۶۳۸۰	
فارس	۴۲۵	۴۹۵۲	۲۰۰	۵	۰	۰	۵۵۸۲	
قزوین	۱۲۸	۱۶۷۳	۲۹۹	۲۵	۰	۰	۲۱۲۵	
قم	۳۱۷	۵۰۸	۶۲	۶	۰	۰	۸۹۴	
کردستان	۳۱	۱۶۰۰	۲۹۲۹	۰	۰	۰	۴۵۶۰	
کرمان	۷۲	۳۵۵	۳۳۲۰	۰	۰	۰	۴۵۹	
کرمانشاه	۱۷۳۵	۴۷۶۴	۱۰۰۰	۰	۹	۰	۷۵۰۹	
کهگیلویه بویر احمد	۰	۸۸۳۲	۲۷۶	۰	۰	۰	۹۱۰۸	
گلستان	۱۴۳۹۲	۳۲۹	۵۷۰	۰	۰	۰	۱۵۳۱۳	
گیلان	۳۱۶۱۸	۱۴۰۷	۳۳۰	۹۶	۰	۰	۳۳۴۵۱	
لرستان	۱۰۴۶	۱۱۸۸۵	۱۸۰۰	۰	۰	۰	۱۴۷۳۱	
مازندران	۳۸۳۵۲	۱۲۴۵۶	۱۸۵	۳۹	۰	۰	۵۱۰۳۲	
مرکزی	۵۲	۱۵۵۰	۸۳	۲۰	۰	۰	۱۷۰۵	
هرمزگان	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۸۲۴/۵	
همدان	۶۶۶	۲۵۶۸	۵۱۴	۱	۰	۰	۳۷۴۹	
یزد	۳۳۰	۴۱۶	۰	۰	۰	۰	۷۴۶	
جنوب استان کرمان	۵۰۰	۱۷۵	۴۰۰	۰	۰	۰	۱۰۷۵	
<b>جمع کل</b>	<b>۱۲۱۶۰</b>	<b>۹۱۵۱۹</b>	<b>۳۱۳۳۹</b>	<b>۲۵۱</b>	<b>۹</b>	<b>۲۸۸</b>	<b>۲۵۱۳۷۴</b>	

بنابر گزارش سازمان خوار و بار جهانی (FAO) در سال ۲۰۱۰ میزان ماهی تولیدی دنیا از منابع شیلات و آبی‌پروری حدود ۱۴۵/۱ میلیون تن بوده که از این میزان ۱۱۷/۸ میلیون تن توسط منابع انسانی مصرف گردیده و ۲۷/۲۳ تن از طریق منابع غیر انسانی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. در این گزارش میزان مصرف سرانه ۱۷/۲ کیلوگرم (معادل وزن زنده) اعلام شده است. اطلاعات سازمان خوار و بار جهانی نشان می‌دهد میزان مصرف سرانه در دنیا از سال ۲۰۰۴ لغایت ۲۰۰۹ یعنی به فاصله ۵ سال یک کیلوگرم افزایش یافته است. جدول زیر کل تولید آبی‌پروری حاصل از منابع آبی داخلی دنیا (۴۵/۱ میلیون تن) و دریایی (۱۰۰ میلیون تن) و در مجموع ۱۴۵/۱ میلیون تن را نشان می‌دهد.

جدول (۷-۲). میزان تولید ماهی به تفکیک منابع آبی داخلی و دریایی (میلیون تن)

۲۰۰۹	۲۰۰۸	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	۲۰۰۴	آبهای داخلی
۱۰/۱	۱۰/۲	۱۰/۰	۹/۸	۹/۴	۸/۶	صید
۳۵/۰	۳۲/۹	۳۰/۷	۲۸/۷	۲۶/۸	۲۵/۲	آبی‌پروری
۴۵/۱	۴۳/۱	۴۰/۶	۳۸/۵	۳۶/۲	۳۳/۸	کل داخلی
دریایی						
۷۹/۹	۷۹/۵	۷۹/۹	۸۰/۰	۸۲/۷	۸۳/۸	صید
۲۰/۱	۱۹/۷	۱۹/۲	۱۸/۶	۱۷/۵	۱۶/۷	آبی‌پروری
۱۰۰/۰	۹۹/۲	۹۹/۲	۹۸/۶	۱۰۰/۱	۱۰۰/۵	کل دریایی
۹۰/۰	۸۹/۷	۸۹/۹	۸۹/۷	۹۲/۱	۹۲/۴	کل صید
۵۵/۱	۵۲/۵	۴۹/۹	۴۷/۴	۴۴/۳	۴۱/۹	کل آبی‌پروری
۱۴۵/۱	۱۴۲/۳	۱۳۹/۸	۱۳۷/۱	۱۳۶/۴	۱۳۴/۳	کل شیلات جهان
بهره برداری						
۱۱۷/۸	۱۱۵/۱	۱۱۲/۷	۱۱۰/۷	۱۰۷/۳	۱۰۴/۴	مصرف انسانی
۲۷/۳	۲۷/۲	۲۷/۱	۲۶/۳	۲۹/۱	۲۹/۸	استفاده غیر غذایی
۶/۸	۶/۸	۶/۷	۶/۶	۶/۵	۶/۴	جمعیت (بیلیون)
۱۷/۲	۱۷/۱	۱۶/۹	۱۶/۸	۱۶/۵	۱۶/۲	مصرف سرانه (کیلوگرم)

منبع: سازمان خوار و بار جهانی ۲۰۱۰

جدول (۸-۲) میزان تولید شیلات جهان را به استثنای کشور چین نشان می‌دهد چنانکه در سطور قبل اشاره گردید براساس گزارش سازمان خوار و بار جهانی در سال ۲۰۰۹ میزان ماهی تولیدی دنیا از منابع شیلات و آبی‌پروری حدود ۱۴۵/۱ میلیون تن است که از این میزان ۴۹ میلیون تن آن متعلق به کشور چین است اطلاعات ارائه شده در این گزارش حکایت از جایگاه ممتاز کشور چین در عرصه تولید و مصرف آبی‌پروری را نشان می‌دهد.

براساس اطلاعات ارائه شده از سوی سازمان خوار و بار جهانی از کل ۱۴۵/۱ تن تولید جهانی ۲۰/۸ میلیون تن از محل آبهای داخلی و ۹۶/۱ میلیون تن از محل آبهای دریایی است. براساس اطلاعات ارائه شده از سوی سازمان خوار و بار جهانی میزان مصرف سرانه آبزیان در دنیا با حذف چین از آمار جهانی ۱۳/۷ کیلوگرم است که حاکی از اختلاف ۴ کیلوگرمی با شرایطی که آمار و اطلاعات چین نیز وارد معادلات جهانی می‌شود.

جدول (۸-۲). میزان تولید شیلات (صید آبزی پروری و بهره‌برداری) جهان به استثنای چین (میلیون تن)

۲۰۰۹	۲۰۰۸	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵	۲۰۰۴	آبهای داخلی
۷/۹	۸/۰	۷/۷	۷/۶	۷/۲	۶/۵	صید
۱۲/۹	۱۲/۲	۱۱/۰	۱۰/۲	۹/۵	۸/۹	آبزی پروری
۲۰/۸	۲۰/۱	۱۸/۷	۱۷/۷	۱۶/۷	۱۵/۴	کل داخل
دریایی						
۶۷/۲	۶۷/۰	۶۷/۵	۶۷/۵	۷۰/۳	۷۱/۴	صید
۸/۱	۷/۶	۷/۵	۷/۳	۶/۷	۶/۵	آبزی پروری
۷۵/۳	۷۴/۶	۷۵/۰	۷۴/۸	۷۷/۰	۷۷/۹	کل دریایی
۷۵/۱	۷۴/۹	۷۵/۲	۷۵/۱	۷۷/۵	۷۷/۹	کل صید
۲۱/۰	۱۹/۸	۱۸/۵	۱۷/۵	۱۶/۲	۱۵/۳	کل آبزی پروری
۹۶/۱	۹۴/۸	۹۳/۷	۹۲/۶	۹۳/۷	۹۳/۲	کل شیلات جهان
بهره‌برداری						
۷۵/۵	۷۴/۳	۷۳/۵	۷۲/۴	۷۰/۴	۶۸/۸	مصرف انسانی
۲۰/۵	۲۰/۵	۲۰/۲	۲۰/۲	۲۳/۲	۲۴/۵	استفاده غیر غذایی
۵/۵	۵/۴	۵/۴	۵/۳	۵/۲	۵/۲	جمعیت (بیلیون)
۱۳/۷	۱۳/۷	۱۳/۷	۱۳/۷	۱۳/۵	۱۳/۴	مصرف سرانه (کیلوگرم)

منبع: سازمان خوار و بار جهانی ۲۰۱۰

## ۸-۲- وضعیت تولید آبزیان در جهان

میزان صید آبزیان در قاره‌های جهان نشان می‌دهد که ۶۶/۴ درصد از صید آبزیان در جهان متعلق به قاره آسیا و ۵/۴ درصد به امریکا و ۳/۵ درصد نیز به اروپا دارد (سازمان خوار و بار جهانی، ۲۰۱۰) در آسیا نیز بیشترین سهم متعلق به کشور چین است.

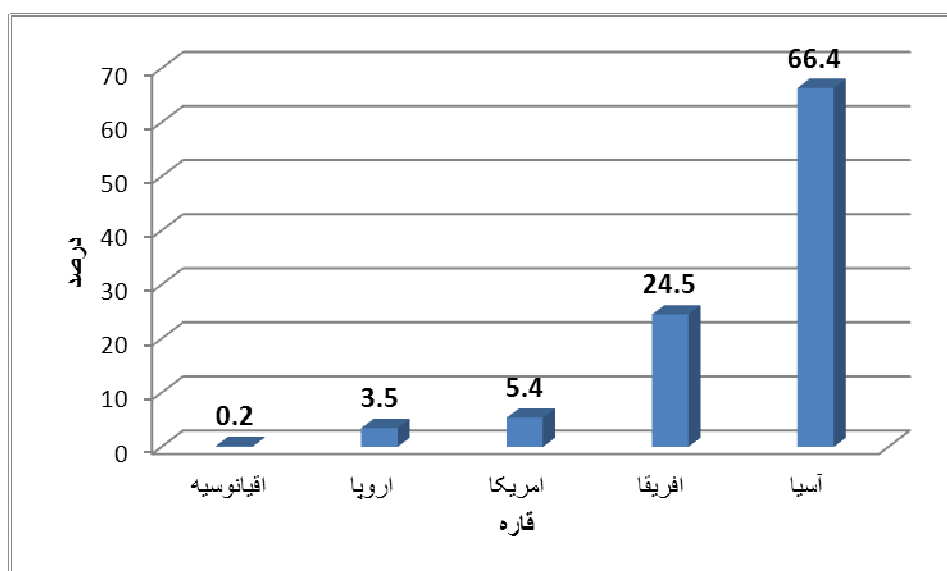


جدول (۹-۲). میزان صید آبزبان در قاره های جهان

میزان (درصد)	قاره
۰/۲	اقیانوسیه
۳/۵	اروپا
۵/۴	امریکا
۲۴/۵	افریقا
۶۶/۴	آسیا
۱۰۰	جمع

منبع: FAO (۲۰۱۰)

چنانکه در نمودار ۱-۲ نیز ملاحظه می شود کمترین میزان صید آبزبان در بین قاره های مختلف جهان به اقیانوسیه و بیشترین میزان صید به قاره آسیا تعلق دارد.



نمودار (۱-۲). میزان صید آبزبان در قاره های جهان

### ۹-۲- میزان صید آبزبان در قاره های جهان

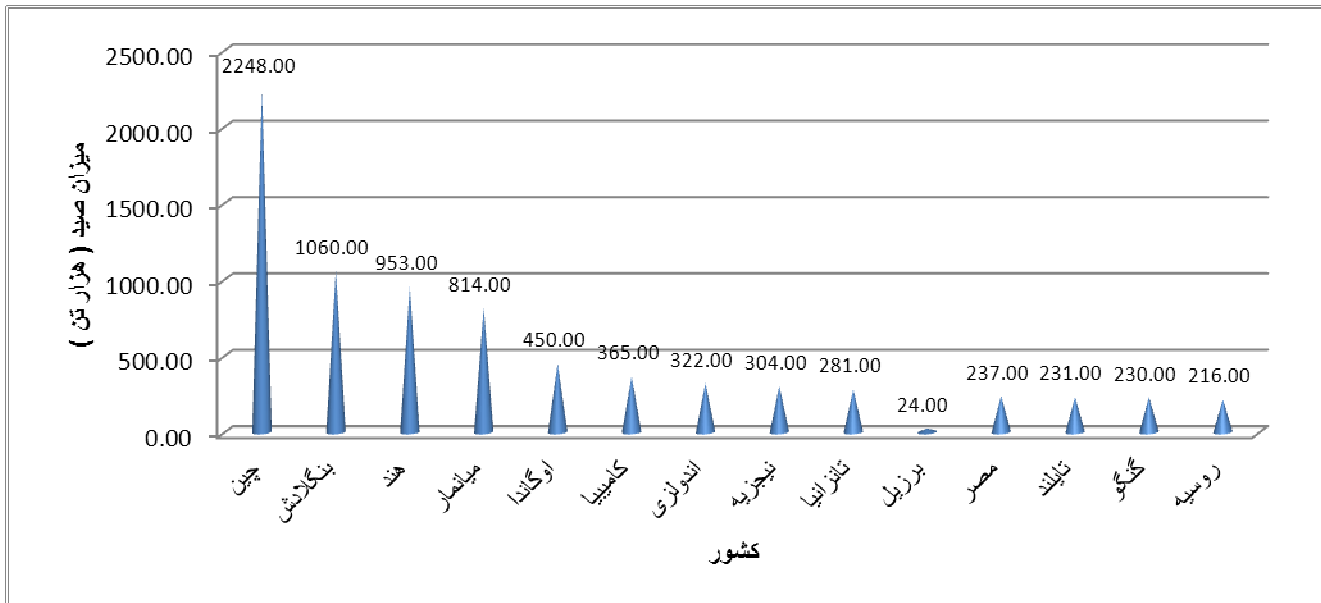
چنانکه جدول (۱۰-۲) کشورهای عمده صید کننده از آبهای داخلی را نشان می دهد بالاترین میزان صید در سال ۲۰۰۸ از آبهای داخلی در بین کشورهای جهان به ترتیب متعلق به کشور چین با ۲۲۴۸ هزار تن، بنگلادش با ۱۰۶۰ هزار تن و اندولزی با ۳۲۲ هزار تن است. بررسی درصد اختلاف میزان صید آبزبان در کشورهای از سال ۲۰۰۴ لغایت ۲۰۰۸ در ستون پنجم جدول زیر آمده است و اطلاعات سازمان خوار و بار جهانی نشان می دهد که بیشترین اختلاف که نشان از افزایش تولید در فاصله سال های ۲۰۰۴ لغایت ۲۰۰۸ است، می باشد. براساس این

اطلاعات بیشترین افزایش صید متعلق به کشور میانمار با ۷۹/۴ درصد اختلاف است و کمترین اختلاف صید چین با ۲/۷ درصد است. البته چنانکه در جدول زیر نیز ملاحظه می‌شود تعدادی از کشورها از جمله متعلق به کشور نیجریه، مصر، تانزانیا، برزیل و ... است.

جدول (۱۰-۲). کشورهای عمده صید کننده از آبهای داخلی (تن)

کشورها	۲۰۰۴	۲۰۰۸	تفاوت	درصد اختلاف
چین	۲۰۹۷۱۶۷	۲۲۴۸۱۷۷	۱۵۱۰۱۰	۲/۷
بنگلادش	۷۳۲۰۶۷	۱۰۶۰۱۸۱	۳۲۸۱۱۸	۴۴/۸
هند	۵۲۷۲۹۰	۹۵۳۱۰۶	۴۲۵۸۱۶	۸۰/۸
میانمار	۴۵۴۲۶۰	۸۱۴۷۴۰	۳۶۰۴۸۰	۷۹/۴
اوگاندا	۳۷۱۷۸۹	۴۵۰۰۰۰	۷۸۲۱۱	۲۱/۰
کامبیا	۲۵۰۰۰۰	۳۶۵۰۰۰	۱۱۵۰۰۰	۴۶/۰
اندونزی	۳۳۰۸۷۹	۳۲۳۱۵۰	-۷۷۲۹	-۲/۳
نیجریه	۱۸۲۲۶۴	۳۰۴۴۱۳	۱۲۲۱۴۹	۶۷/۰
تانزانیا	۳۱۲۰۴۰	۲۸۱۶۹۰	۳۰۳۵۰	-۹/۷
برزیل	۲۴۶۱۰۱	۲۴۳۰۰	-۳۱۰۱	-۱/۳
مصر	۲۸۲۰۹۹	۲۳۷۵۷۲	-۴۴۵۲۷	-۱۵/۸
تایلند	۲۰۳۲۰۰	۲۳۱۱۰۰	۲۷۹۰۰	۱۳/۷
گنگو	۲۳۱۷۷۲	۲۳۰۰۰۰	-۱۷۷۲	-۰/۸
روسیه	۱۷۸۴۰۳	۲۱۶۸۴۱	۳۸۴۳۸	۲۱/۵

نمودار (۲-۲) کشورهای عمده صید کننده آبزیان از محل آبهای داخلی را نشان می دهد.



نمودار (۲-۲). کشورهای عمده صید کننده از آبهای داخلی (هزار تن)

#### ۲-۱۰- وضعیت آبزیان در منطقه مورد مطالعه

اطلاعات نشان می دهد که از بین انواع ماهیان تنها قزل آلا تولید و توزیع می گردد و به عبارت دیگر قزل آلا تنها ماهی تولید در استان مرکزی است بقیه آبزیان مورد مصرف در این استان وارداتی است. براساس آمار مرکز آمار (۱۳۸۹) میزان پرورش ماهی در استان مرکزی در سال ۱۳۷۰، ۳۲ تن و این عدد در سال ۱۳۸۷ به ۱۸۳۳/۷ تن رسیده است که نشان از افزایش قابل توجه پرورش ماهی در این استان می باشد این استان در سال ۱۳۸۰، ۱۲۳ استخر پرورش ماهی معادل ۲۰۹۱۰ مترمربع استخر پرورش ماهی داشته است و تعداد استخرهای پرورش ماهی در سال ۱۳۸۷ به ۲۴۸ استخر (۱۲۰۲۹۶۷ متر مربع) رسیده است. بیشترین تعداد استخرهای پرورش ماهی در استان مرکزی متعلق به شهرستان اراک با ۴۵ استخر (۵۱۲۸۹ متر مربع) و کمترین استخر در این استان به شهر آشتیان با ۳ استخر (۱۰۰۳۰۰ متر مربع) تعلق دارد.

جدول (۱۱-۲). پرورش ماهی در استخرهای احداث شده استان مرکزی (مترمربع - تن)

تولید	استخر		سال و شهرستان
	مساحت	تعداد	
۳۲	۰۰۰	۰۰۰	۱۳۷۰
۷۸	۰۰۰	۰۰۰	۱۳۷۵
۳۷۵/۶	۲۰۹۱۰	۱۲۳	۱۳۸۰
۱۱۶۰	۱۶۹۴۹۷۱	۲۷۲	۱۳۸۳
۱۲۳۰	۹۷۳۷۴۹	۲۴۳	۱۳۸۴
۱۵۷۸/۴	۱۰۱۳۸۳۴	۲۵۳	۱۳۸۵
۱۹۱۴/۱	۱۱۲۷۸۳۱	۲۹۸	۱۳۸۶
۱۸۳۳/۷	۱۲۰۲۹۶۷	۲۴۸	۱۳۸۷
۱۱	۱۰۰۳۰۰	۳	آشتیان
۳۰۶/۹	۵۱۲۸۹	۴۵	اراک و خنداب
۵۸/۷	۱۵۸۸۳۰	۱۹	تفرش و فراهان
۲۲۲	۱۳۵۰۲۰	۴۱	خمین
۳۰۷/۸	۱۰۰۹۰۰	۱۹	دلیجان
۱۷/۵	۱۰۳۰۰۰	۸	زرنديه
۲۷۳/۵	۲۶۵۰۴۲	۳۶	ساوه
۳۹۴/۷	۱۲۱۹۳۴	۴۰	شازند
۲۰۲/۶	۱۲۱۹۰۰	۲۰	کمیجان
۳۹	۴۴۷۵۲	۱۷	محلات

منبع: مرکز آمار ایران ۱۳۸۷

### ج) پیشینه تحقیق

اصیدزاده (۱۳۸۴)، اثرات آمیخته بازاریابی بر بازاریابی ماهی پرورشی در شهر ایلام. مصرف سرانه آبزیان در کشور ما (۵ کیلوگرم) در مقایسه با کشورهای صنعتی پیشرفته (۲۷ کیلوگرم) و مصرف سرانه جهانی (۴/۱۵ کیلوگرم)، مبین آن است که در مقایسه با خیلی از کشورهای دیگر، فقر مصرف گوشت ماهی در بین مردم وجود دارد (ماهنامه پیام جهاد کشاورزی، شماره ۱۳: ۲). با توجه به مزایای غذایی و پزشکی گوشت ماهی در مقایسه با سایر گوشت‌ها و به ویژه گوشت قرمز، این تحقیق در راستای بهبود مصرف ماهی پرورشی در شهر ایلام مرکز استان ایلام اجرا شده است. روش تحقیق، تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی، روش نمونه‌گیری، طبقه‌ای نسبی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است. جامعه آماری تحقیق، خانوارهای ساکن در شهر ایلام بوده

و ۴۰۰ نفر (خانوار) به عنوان نمونه آماری تعیین و پرسشنامه برای آنها تکمیل شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که به کارگیری عناصر ترکیب بازاریابی شامل محصول، قیمت، توزیع و فعالیتهای تشویقی و شاخصهای تعریف کننده مربوط به این متغیرهای توضیحی، بر بازارپذیری بیشتر ماهی پرورشی و در نتیجه بهبود مصرف سرانه این محصول در شهر ایلام مؤثر است. همچنین تفاوت معنی داری بین میزان اثرگذاری شاخصهای تعریف کننده مربوط به متغیرهای توضیحی محصول و فعالیتهای تشویقی بر بازارپذیری ماهی پرورشی وجود دارد. اما بین میزان اثرگذاری شاخصهای تعریف کننده متغیر توضیحی توزیع بر بازارپذیری ماهی پرورشی تفاوت معنی داری وجود ندارد.

باقیانی مقدم و عیوضی (۱۳۸۵)، بررسی عوامل مرتبط با مصرف ماهی. در خانوارهای شهر جوانرود (براساس مدل رفتار برنامه‌ریزی شده). این بررسی یک مطالعه توصیفی-تحلیلی است که به صورت مقطعی انجام شد. جامعه مورد بررسی ۳۰۰ خانوار شهرستان جوانرود (از شهرستانهای استان کرمانشاه) بودند که از سه منطقه مختلف شهر با توجه به خصوصیات اقتصادی فرهنگی انتخاب شدند. تعداد نمونه‌ها با نظر متخصص آمار، با توجه به تعداد متغیرها محاسبه گردید. خانوارها به روش تصادفی ساده انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه‌ای بود که توسط بنیان‌گذاران این مدل در مطالعه بر روی بیماران مبتلا به پرفشاری خون کیلینیک دانشگاه میشیگان به کار برده شده بود که پس از تغییرات جزئی منطبق با فرهنگ جامعه شده و به طریق مصاحبه با بیماران تکمیل گردید. نتایج نشان داده است که حدود ۴۹ درصد از مردم در طول هفته گذشته اصلاً ماهی مصرف نکرده بودند و ۱۵ درصد الگوی ۲ بار مصرف در هفته را داشتند.

تامبی<sup>۱</sup> (۲۰۰۱)، در مطالعه‌ای تحت عنوان تجزیه و تحلیل رفتار خانوار در رابطه با خرید محصولات دامی و ماهی در کامرون به بررسی تقاضای گوشت در این کشور پرداخت. نتایج حاکی از آن است که گوشت ماهی یک کالای نسبتاً ضروری برای خانواده‌های سطوح درآمدی پایین با ویژگی‌های گستردگی خانوار و سنین میانی و سطح پایین تحصیلات بوده و یک کالای جایگزین برای گوشت گاو و مرغ است. در حالی که گوشت مرغ و خوک جایگزین هم گردیده و هر دو مکمل گوشت گاو تلقی می‌شوند. تحقیق نشان می‌دهد که خانوارهایی تمایل به خرید گوشت گاو دارند که عمدتاً متأهل، میانسال، تحصیل کرده و با باورهای دینی اسلامی می‌باشند. خانوارهایی تمایل به خرید گوشت مرغ دارند که در سطوح درآمدی بالا و شاغل در بخشهای عمومی بوده و بر آن اساس چند سیاست کاربردی پیشنهاد می‌گردد.

دهدشتی و صیدزاده (۱۳۸۵)، رابطه به کارگیری عناصر ترکیب بازاریابی و بازارپذیری ماهی پرورشی از دیدگاه مصرف‌کنندگان مطالعه موردی شهرستان ایلام. مقایسه مصرف سرانه آبزیان مبین آن است که نسبت به خیلی از کشورهای دیگر، فقر مصرف گوشت ماهی در بین مردم ایران وجود دارد. سؤال تحقیق این است که آیا به نظر

مصرف کنندگان امکان بهبود مصرف سرانه ماهی با استفاده از به کارگیری عناصر ترکیب بازاریابی وجود دارد یا نه؟ لذا، تحقیق حاضر در راستای بهبود مصرف ماهی پرورشی از طریق به کارگیری عناصر ترکیب بازاریابی در زمستان سال ۱۳۸۳ در شهر ایلام اجرا شده است. روش تحقیق، توصیفی از نوع پیمایشی، روش نمونه گیری، طبقه‌بندی نسبی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه و تعداد نمونه آماری ۴۰۰ خانوار بوده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که به کارگیری عناصر ترکیب بازاریابی شامل محصول، قیمت، توزیع و فعالیت‌های تشویقی و شاخص‌های تعریف کننده مربوط به این متغیرهای توضیحی، بر بازارپذیری بیشتر ماهی پرورشی و در نتیجه بهبود مصرف سرانه این محصول در شهر ایلام مؤثر است. همچنین تفاوت معنی‌داری بین میزان اثرگذاری شاخص‌های تعریف کننده مربوط به متغیرهای توضیحی محصول و فعالیت‌های تشویقی بر بازارپذیری ماهی پرورشی وجود دارد. اما بین میزان اثرگذاری شاخص‌های تعریف کننده متغیر توضیحی توزیع بر بازارپذیری ماهی پرورشی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

عادلی (۱۳۸۶)، نقش بسته‌بندی آبزیان بر رفتار مصرفی خانوارهای شهر تهران. در این تحقیق رفتار مصرفی ۳۱۶ خانوار با نمونه آماری مستقل در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران در بهار سال ۱۳۸۴ مورد مطالعه قرار گرفت براساس نتایج تحقیق رابطه معنی‌داری بین سطوح درآمدی خانوارها تهرانی و گرایش مصرفی آنها وجود نداشت و عواملی مانند کیفیت و تازگی و بهداشتی بودن محل توزیع بیشترین نقش را در تصمیم خرید آنها داشتند. قیمت آبزیان و بسته‌بندی مطلوب، اولویتی برابر داشتند و ۶۲/۳ درصد ترجیح می‌دادند آبزیان را بسته‌بندی شده خریداری کنند. مصرف سرانه هر فرد در شهر تهران ۳/۴۶ کیلوگرم برآورد شد. مصرف کنندگان آبزیان بسته‌بندی شده خواهان درج ارزش غذایی و افزایش توانایی مدت نگهداری بسته، درج زمان تولید، کد بهداشتی و داشتن بر چسب معتبر و اطلاعات در مورد طبخ آبزیان و راحت باز شدن بسته‌بندی هستند. گرایش مصرف خانوارها به علت افزایش جمعیت آنان و قیمت آبزیان در نتیجه کاهش ذخایر دریایی و بهره‌برداری از آنها، به سمت آبزیان پرورشی بخصوص قزل‌آلا سوق یافته است. پس رفتار مصرف کنندگان و تصمیم خرید آنها متأثر از اقتصاد روز و جهت‌گیری‌های شیلات در توسعه آبرزی پروری بوده است. عدم اطمینان از تازگی و بهداشتی بودن آبزیان نیز از دلایل عمده عدم مصرف آن است، که باعث گرایش شهروندان به خرید از نمایندگی‌های شیلات شده است که نیازمند تبلیغات و هدایت مصرف کنندگان به سوی سایر مکان‌های معتبر توزیع است. این تحقیق لزوم مدیریت بازاریابی با استفاده از تحقیقات بازاریابی و افزایش اطلاع‌رسانی در جهت آگاهی دادن به مزایای بسته‌بندی در جهت کاهش ضایعات و ایجاد ارزش افزوده و ساماندهی کانال‌های توزیع را برای افزایش مصرف سرانه خاطر نشان می‌سازد و بر ایجاد آژانس‌های اطلاع‌رسانی و تحقیقات بازاریابی و پژوهش بیشتر در این زمینه تأکید می‌نماید.

فخرزاده و دیگران (۱۳۸۰)، مصرف ماهی و میزان فشار خون. نقش مصرف ماهی در کاهش بیماریهای عروق کرونر، مرگ ناگهانی قلبی و جلوگیری از سکته قلبی مجدد مشخص گردیده است، لذا پیشنهاد شده که حداقل یک بار مصرف ماهی در هفته در رژیم غذایی منظور گردد. اما پیرامون رابطه مصرف ماهی و میزان فشار خون مطالعه اپیدمیولوژیک جمعیتی تاکنون صورت نگرفته است. بنابراین برای مقایسه تعداد وعده‌های مصرف ماهی (یک وعده در برابر ۳ وعده مصرف ماهی) با میزان فشار خون در سطح جمعیت، این مطالعه بر روی ۱۸۵۴ نفر (۷۳۹ مرد و ۱۱۱۰ زن) از جمعیت بالای ۱۹ سال که فاقد سابقه فشار خون بالا، بیماریهای قلبی و عروقی و همچنین دارای BMI طبیعی بودند انجام گردید. نمونه‌گیری بروش خوشه‌ای (طبقه‌بندی شده) تصادفی صورت پذیرفت. میانگین فشار خون سیستولیک (14.20+122.46 میلیمتر جیوه) در کسانی که یک وعده ماهی در هفته مصرف می‌کردند با میانگین فشار خون سیستولیک (16.22+123.35 میلی‌متر جیوه) در کسانی که ۳ وعده ماهی در هفته مصرف می‌کردند تفاوتی نداشت ( $P>0.05$ ) میانگین فشار خون دیاستولیک برای هر دو گروه به ترتیب (۸.۲۳+/-۷۹.۶۵ و ۸.۹۱+/-۷۸.۷۶ میلی‌متر جیوه) بود که تفاوتی نداشت ( $P>0.05$ ). چنانچه مصرف ماهی در تعدیل میزان فشار خون نقش داشته باشد، این مطالعه نشان می‌دهد که مصرف یک وعده ماهی در هفته، به مقدار کافی اسیدهای چرب امگا ۳ را در اختیار بدن قرارداد و مصرف ۳ وعده ماهی در هفته نقشی افزون‌تر از مصرف یک وعده آن، جهت تعدیل فشار خون ندارد از این‌رو تا قبل از اینکه مطالعات اپیدمیولوژیک جمعیتی و کارآزمایی‌های پیشگیرانه ارایه شود، پیشنهاد می‌شود که مردم به مصرف حداقل یک وعده ماهی در رژیم غذایی هفتگی یا مصرف ۳۰ گرم ماهی در روز تشویق شوند.

معزز قره باغ (۱۳۷۴)، عوامل مؤثر در بازارپذیری صنعت پرورش ماهی از دیدگاه مصرف‌کنندگان در شهر ارومیه مرکز استان آذربایجان غربی. در خلاصه این طرح آمده است نگرش به آمار و ارقام موجود از وضعیت مصرف ماهی در ایران و مقایسه آن با سایر کشورها، این مسأله را روشن می‌سازد که از نظر مصرف سرانه ماهی، ایران در زمره پایین‌ترین کشورها قرار گرفته است. یکی از این قدم‌ها اهمیت دادن به منابع آبهای داخلی و تشکیل نمایندگی‌ها و ادارات کل آبریان در تمامی استان‌های کشور می‌باشد، به صورتی که در چند سال اخیر ما شاهد رشد کمی و کیفی پرورش ماهی در کشورمان بوده‌ایم. ولی با این وجود به مسأله مهم بازار توجه چندانی نگردیده است چرا که وجود بازار مصرف در هر امری اعم از کالای تولیدی صنعتی یا مصرفی یکی از عوامل مهمی است که تداوم دهنده تولید به شمار می‌رود و در واقع تولید بدون داشتن بازار مصرف امری بیهوده به شمار می‌آید و از طرفی وجود تقاضا موجب سرمایه‌گذاری تولیدکنندگان جدید و ایجاد رقابتی بین آنان خواهد شد.

عادلی و دیگران (۱۳۸۹) شناسایی عوامل اصلی مؤثر در گرایش مصرف‌کنندگان خانگی به ماهیان پرورشی در تهران با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، مشاهده رفتار خریداران و مصاحبه با دست‌اندر کاران، عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کنندگان خانگی ماهیان پرورشی شناسایی و در قالب پرسشنامه طراحی گردید. نتایج نشان داد کیفیت،

مزه، بو و منبع پروتئینی اصلی ترین عوامل خرید و مصرف انوارهای تهرانی هستند. اما در گروهی که فقط مصرف کننده ماهی پرورشی می باشند یا آنانی که به کلی ماهی مصرف نمی کنند بعد از کیفیت، به بو بیشترین اهمیت را می دهند و در اولویت چهارم به جای منبع پروتئینی به تیغ ماهی حساسیت بیشتری نشان می دهند. بنابراین علاوه بر نیاز به ارتقاء کیفی آبزیان عرضه شده، اتخاذ راهبردهایی برای بوزدایی و کاهش تیغ ماهیان پرورشی و بهبود مزه آنها در مدیریت برداشت، حمل و نقل و فرآوری و عرضه می تواند منجر به افزایش انگیزه خرید و مصرف ماهی پرورشی شود.

برقی، نادر بهرامی فر، و دیگران (۱۳۹۰) بررسی علل مرتبط با عدم مصرف ماهی به میزان توصیه شده سازمان بهداشت در خانوار شهر جوانرود براساس مدل رفتار مبتنی بر هدف ارزیاب تجمع زیستی آفت کش DDT و متابولیت های آن در موی سر مادران باردار، با توجه به متغیرهای سن، تعداد موالید و میزان مصرف ماهی ماندانا همراه با افزایش تصاعدی جمعیت، کاربرد آفت کش ها نیز به منظور تامین نیاز غذایی این جمعیت رو به رشد در حال افزایش است. هدف از این تحقیق، ارزیابی تجمع زیستی آفت کش DDT و متابولیت های آن در موی سر مادران باردار نوشهر و روستاهای اطراف آن واقع در استان مازندران، با توجه به متغیرهای سن، تعداد موالید و میزان مصرف ماهی است. در این تحقیق ۱۶ نمونه از موی سر مادران باردار نوشهر و ۱۹ نمونه از موی مادران باردار ساکن روستاهای اطراف نوشهر جمع آوری شد و برای ثبت اطلاعاتی از قبیل سن، تعداد موالید و رژیم غذایی مادران، پرسشنامه ای در اختیار آنها قرار گرفت. پس از انجام مراحل استخراج و پاکسازی، به منظور شناسایی نوع و میزان متابولیت های مورد نظر نمونه ها به دستگاه کروماتوگرافی گازی مجهز به آشکارساز ECD تزریق شدند. داده های به دست آمده، برای انجام تجزیه و تحلیل وارد نرم افزار Exel و SPSS شدند.



جدول (۱۲-۲). مروری بر نظرات و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و محققان پیرامون موضوع تحقیق

متغیر	محقق و تاریخ	نظریه
مناطق جغرافیایی	(Salehi, 2005)	مصرف ماهی آب شیرین در مناطق مرکزی و شمالی ایران از مناطق ساحلی جنوب به مراتب بیشتر است
درج برچسب	سعیدی (۱۳۸۳)	سعیدی (۱۳۸۳)، درج زمان تولید، داشتن کد بهداشتی و برچسب معتبر را از اولویت‌های بسته‌بندی دانسته‌اند.
بسته‌بندی و درج برچسب	رستمی (۱۳۸۰)	به نظر می‌رسد تولید محصولات بسته‌بندی اوزان متفاوت، درج ارزش غذایی محصول روی بسته‌بندی، تهیه بسته‌بندی با حمل ساده‌تر و قابلیت نگهداری طولانی‌تر می‌تواند در افزایش میزان مصرف در این منطقه نقش داشته باشد. رستمی (۱۳۸۰)
فرهنگ مصرف	عادلی و شعبان‌پور (۱۳۸۶)	عادلی و شعبان‌پور (۱۳۸۶) با توجه به جمعیت و مشکلات شهری در کلان شهر تهران، نشان‌دهنده مقبول شدن فرهنگ مصرف بسته‌بندی نزد ساکنان منطقه می‌باشد.
آگاهی از ارزش غذایی	رستمی (۱۳۸۰)	رستمی (۱۳۸۰) نشان داد که آگاهی از ارزش غذایی و تنوع محصولات شیلاتی می‌تواند در افزایش مصرف مؤثر باشد.
کیفیت آبزیان	(Brown & Bose, 2000)	ضمن این که کیفیت و آسانی پخت از اصلی‌ترین عوامل گرایش مصرف‌کنندگان به ماهی در آکلند نیوزیلند بوده است (Brown & Bose, 2000).
فرهنگ طبخ و مصرف	بابایی (۱۳۷۴)	بابایی (۱۳۷۴) علت پایین بودن مصرف آبزیان در شهر تهران را نبود فرهنگ طبخ و مصرف نشان داد. تحقیق اداره کل روابط عمومی و بین‌الملل شیلات ایران (۱۳۷۵) این امر را تأیید نمود.
آشنایی نداشتن مردم	صالحی (۲۰۰۶)	صالحی (۲۰۰۶) نیز علت عدم مصرف ماهیان پرورشی در شهر تهران را آشنایی نداشتن مردم با اینگونه ماهیان عنوان کرد.
نوع ماهی	عادلی و شعبان‌پور (۱۳۸۶)	عادلی و شعبان‌پور (۱۳۸۶) نیز اولویت مردم در مصرف ماهی قزل‌آلا و ماهیان دریای شمال را به میزان دسترسی و قیمت برای مصرف‌کننده نسبت داد.
درآمد خانوار، نزدیکی محل عرضه، آشنایی با اشکال و تنوع غذایی و بسته‌بندی	(رستمی، ۱۳۸۱)	افزایش درآمد، نزدیکی به محل عرضه، آگاهی از مزایا، آشنایی با اشکال متنوع غذایی و بسته‌بندی مصرف محصولات شیلاتی را افزایش می‌دهد. (رستمی، ۱۳۸۱)
تحصیلات و درآمد، قیمت	(اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی شیلات استان تهران، ۱۳۷۶).	تحصیلات و درآمد از یک سو، قیمت و نحوه عرضه محصول از سوی دیگر بر مصرف ماهی مؤثر است (اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی شیلات استان تهران، ۱۳۷۶).
اطلاعات بهداشتی در باره ماهی	(روزن و دیگران، ۲۰۰۶؛ مارت و دیگران، ۲۰۰۶).	در یک بررسی آزمایشگاهی نشان داده شده که اطلاعات بهداشتی درباره ماهی، اعم از این که در فواید یا مضرات مصرف ماهی باشد، اثر معناداری بر انتخاب نوع ماهی توسط مصرف‌کننده دارد (روزن و دیگران، ۲۰۰۶؛ مارت و دیگران، ۲۰۰۶).

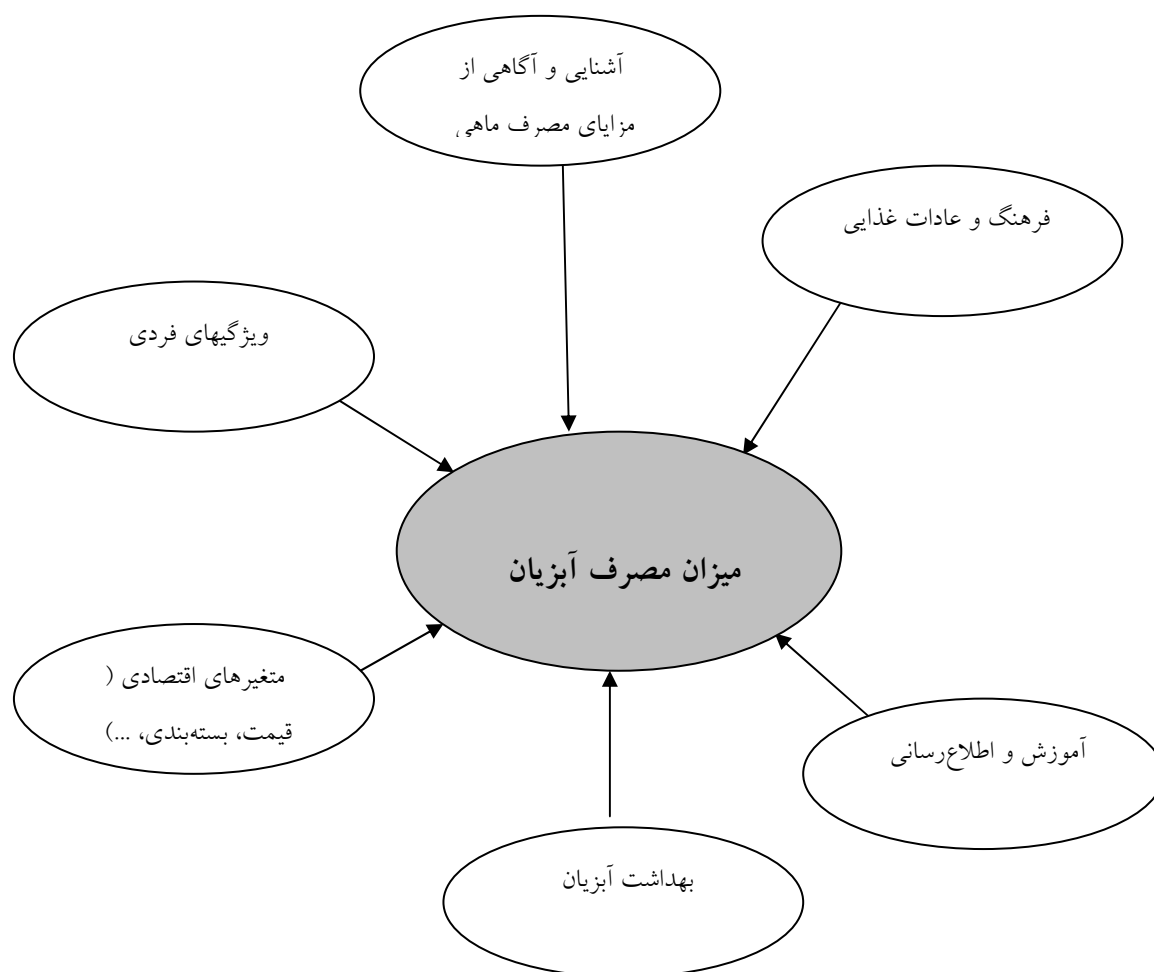
متغیر	محقق و تاریخ	نظریه
ویژگیهای فردی	(السن، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۳).	رابطه بین سن و گرایش به مصرف مواد غذایی دریایی نیز مثبت است و این گرایش باعث افزایش مصرف خانوار می شود (السن، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۳).
نوع ماهی	(رستمی، ۱۳۸۱)	از لحاظ گونه ماهی نیز اولویت مصرف به ترتیب با ماهی جنوب، ماهی شمال و ماهی پرورشی است. اگرچه در تحقیق دیگری (رستمی، ۱۳۸۱)
کیفیت ماهی و اندازه خانوار	(باس و براون، ۲۰۰۰).	ولی در مناطق ساحلی کیفیت غذا، سن و تعداد شاغلان و اندازه خانوار به طور معنی داری در رفتار مصرف مواد غذایی دریایی تأثیر دارند (باس و براون، ۲۰۰۰).
اعتقاد و عادات غذایی	(تراندسن و دیگران، ۲۰۰۴).	نتایج مطالعه دیگری در نروژ نشان داده افزایش مصرف ماهی با عواملی چون: «اعتقاد به این که رژیم غذایی برای سلامتی مهم است»، «سایر عاداتهای غذایی سالم»، «مصرف دارو برای گرفتگی عروق»، «افزایش سن»، «کاهش درآمد خانوار» و «اقامت در مناطق ساحلی» رابطه دارد (تراندسن و دیگران، ۲۰۰۴).
درآمد خانوار	(گیل، ۲۰۰۷).	با بالا رفتن درآمد خانوارهای چینی، تقاضای مصرف مواد غذایی بیشتر و با کیفیت تر شده است ولی در خانوارهای روستایی و کم درآمد شهری این افزایش آهسته بوده است (گیل، ۲۰۰۷).
اطلاع رسانی و فرهنگ سازی و آموزش	شیلات	روشهای افزایش مصرف ماهی، تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد خواص مصرف ماهی، گسترش آموزش روش های پخت و پز ماهی، فرهنگ سازی در مورد مصرف ماهی، کاهش قیمت ماهی و عرضه آن با قیمت مناسب، پرداخت یارانه برای مصرف ماهی، عرضه در تمام فصول و افزایش امکان دسترسی بهتر، تنوع در عرضه و گسترش بسته بندی و رعایت بهداشت ماهی، گسترش مراکز زنده فروشی و بازارچه های فروش انواع ماهی و عرضه در برنامه غذایی دانشگاه ها، بیمارستان ها و ...

### ۱۱-۲- چارچوب نظری تحقیق

نتایج بررسی دیدگاه های محققان و صاحب نظران فعال در حوزه مصرف آبزیان نشان می دهد که متغیرهای متفاوتی در امر تغذیه آبزیان تأثیر گذار می باشند. در پژوهش حاضر به منظور بررسی متغیرهای تأثیر گذار از بین عوامل تأثیر گذار با استناد به مطالعات رستمی (۱۳۸۰)، صالحی (۲۰۰۶) آشنایی و آگاهی از ارزش غذایی و تنوع محصولات شیلاتی در افزایش مصرف مد نظر بوده و متغیر فرهنگ مصرف با توجه به نتایج تحقیقات بابایی (۱۳۷۴)، عادل و شعبان پور (۱۳۸۶) فرهنگ مصرف بسته بندی از، کیفیت و آسانی پخت با توجه به نتایج تحقیقات (Brown & Bose, 2000)، تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد خواص مصرف ماهی، گسترش آموزش

روش های پخت و پز ماهی، نتایج مطالعه دیگری در نروژ نشان داده افزایش مصرف ماهی با عواملی چون اعتقاد به این که رژیم غذایی برای سلامتی، عادات های غذایی سالم، افزایش سن، تعداد اعضای خانواده از جمله متغیرهای قابل بحث در این حوزه است (تراندسن و دیگران، ۲۰۰۴). (باس و براون، ۲۰۰۰). (السن، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۳). اطلاعات بهداشتی درباره ماهی، اعم از این که در فواید یا مضرات مصرف ماهی باشد، (روزن و دیگران، ۲۰۰۶؛ مارت و دیگران، ۲۰۰۶).

با استناد به متغیرهای فوق الگوی این تحقیق به شرح ذیل است:



شکل (۲-۲). الگوی پیشنهادی تحقیق

## فصل سوم: روش شناسی تحقیق

### ۳- مقدمه

یکی از تصمیم‌های اساسی و راهبردی تحقیق، اتخاذ روش و ابزارهای دستیابی به اهداف تحقیق می‌باشد. اتخاذ روش و نوع تحقیق بستگی به ماهیت، اهداف، متغیرها و فرضیه‌های تحقیق دارد. این فصل از گزارش تحقیق به روش تحقیق اختصاص دارد. در این فصل به مطالبی در ارتباط با نوع و روش تحقیق، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، روش تجزیه و تحلیل اطلاعات، روایی و پایایی ابزار تحقیق، ... پرداخته می‌شود.

### ۳-۱- روش تحقیق

این بررسی یک مطالعه توصیفی است که برای دستیابی به اهداف تحقیق از روش پیمایشی<sup>۱</sup> استفاده گردید. به همین خاطر ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. پرسشنامه‌ها با مراجعه حضوری به هر یک از نمونه‌های تحقیق (خانوارهای شهری و روستایی) تکمیل گردید. به لحاظ هدف تحقیق و نظر به اینکه نتایج این تحقیق بلافاصله می‌تواند مورد استفاده مسئولان و دست‌اندرکار بحث مصرف آبزیان قرار گیرد تحقیق حاضر را می‌توان از نوع کاربردی نیز نامید. علاوه بر پرسشنامه مراجعه به کتابخانه‌ها و مراکز اسناد و مدارک علمی از جمله روش‌های جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز تحقیق است.

### ۳-۲- جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خانوارهای شهری و روستایی استان مرکزی است. براساس سرشماری مرکز آمار ایران (۱۳۸۷) استان مرکزی دارای ۳۶۴۵۶۴ خانوار است که از این تعداد ۲۰۷۸۰۲ خانوار ساکن مناطق شهری (۵۷ درصد) و ۱۵۶۷۶۲ خانوار ساکن مناطق روستایی (۴۳ درصد) است. حجم نمونه براساس کمیته تحقیق ۲۵۲۵ نفر تعیین گردید که به تناسب حجم جامعه ۱۴۵۵ نفر از مناطق شهری و ۱۰۷۰ نفر از مناطق روستایی انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. روش نمونه‌گیری در هر یک از مناطق انتخاب شده نمونه‌گیری تصادفی است.



شکل (۱-۳). نقشه استان مرکزی به تفکیک دهستان

### ۳-۳- متغیرهای تحقیق

این تحقیق دارای دو دسته متغیر مستقل و وابسته است متغیر وابسته این تحقیق میزان مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی است و متغیرهای مستقل مورد مطالعه شامل موارد زیر می‌باشند:

- آگاهی و آشنایی

- علاقه‌مندی به مصرف آبزیان

- دفعات مصرف آبزیان

- طریقه مصرف آبزیان

- نوع آبزیان

- محل تأمین آبزیان

- قیمت

- تنوع ماهی

- کیفیت ماهی

- زمان عرضه

- مکان عرضه

علاوه بر موارد فوق ویژگی‌های فردی پاسخگویان شامل سن، جنسیت، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل، متوسط درآمد ماهیانه خانواده، تعداد اعضای خانواده (در شرایط فعلی)، میزان تحصیلات همسر، شغل همسر مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند.

### ۳-۴- روش نمونه‌گیری در مناطق شهری

برای انتخاب مناطق شهری از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای استفاده شده است. در اولین مرحله بصورت تمام شماری شهرها انتخاب شدند (۱۲ شهر: آشتیان، اراک، تفرش، خمین، محلات، ساوه، شازند، دلیجان، کمیجان، فراهان، خداب، زرنده). در دومین مرحله به نسبت حجم خانوارهای شهری، فراوانی نمونه مورد نظر در هر شهر تعیین شده است. از روش نمونه‌گیری سیستماتیک تصادفی برای انتخاب خانوارها در هر شهر استفاده می‌شود. بر این اساس، به طور مثال شهر آشتیان با توجه به حجم جامعه شهری ۲۹ خانواده جز نمونه قرار گرفته‌اند. برای انتخاب سیستماتیک تصادفی این ۲۹ خانوار به شیوه ذیل عمل شد:

$$\begin{array}{l} \text{تعداد خانوار شهری} \\ \text{تعداد نمونه تعیین شده} \end{array} \rightarrow \text{فاصله سنجش} \quad \frac{2611}{29} = 90$$

با توجه به فاصله سنجش بدست آمده، از منطقه یک شهری شروع کرده و به فاصله ۹۰ خانه با عنایت به شماره پلاک، منازل انتخاب می گردند و با مراجعه به درب منازل با سرپرست خانوار (دخیل در امر خرید و پخت پز آبریان) مصاحبه به عمل آمد.

### ۳-۵- روش نمونه گیری برای مناطق روستایی

کل حجم نمونه در مناطق روستایی ۱۰۷۰ نفر تعیین شد. روش نمونه گیری برای مناطق روستایی سیستماتیک دو مرحله ای است. بدین ترتیب که در مرحله اول برای انتخاب دهستان ها از هر منطقه جغرافیایی (شمال، جنوب، شرق و غرب) تعدادی دهستان به تصادف انتخاب می گردد (تعداد دهستان های انتخابی بستگی به تعداد نمونه های روستایی متعلق به آن منطقه داشت).

### شاخص های مورد توجه در انتخاب دهستانها و روستاهای مورد مطالعه

۱- شاخص تراکم جمعیتی و روستایی: بر این اساس با توجه به تعداد خانوار و تعداد دهستان های هر شهرستان به شرح ذیل عمل می شود:

a. ۱ دهستان از شهرستانهای دارای ۱ تا ۳ دهستان

b. ۲ دهستان از شهرستانهای دارای ۴ تا ۶ دهستان

c. ۳ دهستان از شهرستانهای دارای بیش از ۶ دهستان

۲- برای انتخاب روستاهای هر دهستان

الف) روستاهای بالای ۲۰ خانوار (با توجه به شاخص های اقتصادی - اجتماعی تحقیق) انتخاب می شود.

ب) روستاها براساس شاخص فراوانی خانوار به شرح ذیل گروه بندی می شوند. این کار برای این انجام گردید که از تمام روستاهای استان نمونه گیری صورت گیرد.

a. روستاهای ۲۱ تا ۱۰۰ خانوار

b. روستاهای ۱۰۱ تا ۲۰۰ خانوار

c. روستاهای ۲۰۱ تا ۳۰۰ خانوار

d. روستاهای بیش از ۳۰۰ خانوار

۳- با توجه به حجم نمونه روستایی هر شهرستان، به تناسب فراوانی روستاهای واقع شده در هر گروه تعدادی روستا به طور تصادفی انتخاب می گردند.

۴- در هر روستا بصورت سیستماتیک تصادفی با توجه به شماره پلاک خانوارهای مورد نظر گزینش شده و مورد مصاحبه قرار می گیرند.

در انتخاب دهستان‌ها سعی بر این شده که حداقل ۵۰ درصد از دهستان‌های هر شهرستان انتخاب و مورد مطالعه قرار گیرند. سپس از هر دهستان چند روستا به تصادف انتخاب می‌شوند. تعداد روستاهای انتخاب شده نیز بستگی به میزان نمونه‌های مورد مطالعه در دهستان مورد نظر دارد.

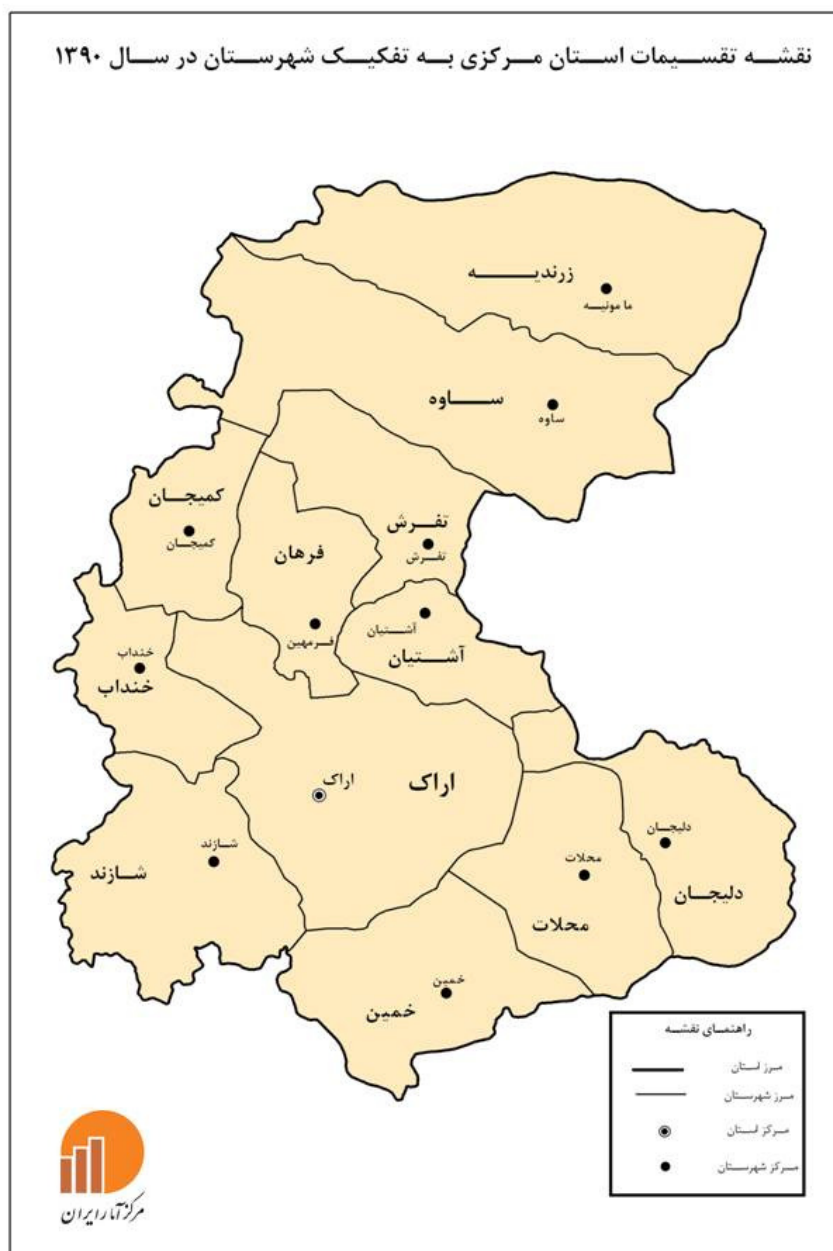
جدول (۱-۳). تعداد خانوار شهری و روستایی به تفکیک شهرستان‌های استان مرکزی

شهرستان	تعداد کل خانوار شهرستان (شهر و روستا)	تعداد خانوار شهری	تعداد خانوار روستایی
آشتیان	۵۲۷۸	۳۰۰۷	۲۶۶۹
اراک	۱۵۱۰۰۴	۸۶۰۷۲	۶۴۹۳۱
خنداب	۱۵۰۸۹	۸۶۰۰	۶۴۴۸
تفرش	۱۴۳۵۷	۵۳۵۹	۸۹۹۸
خمین	۲۹۹۳۱	۶۶۳۹۱	۱۲۰۹۰
دلیجان	۱۲۶۰۷	۹۶۲۵	۲۹۸۲
زرنديه	۱۵۱۹۹	۸۰۷۸	۷۱۲۱
ساوه	۶۳۷۰۱	۵۰۰۴۷	۱۳۶۵۴
شازند	۳۱۲۶۲	۸۳۲۲	۲۲۹۴۰
کمیجان	۱۱۵۵۲	۴۱۸۲	۷۳۷۰
محلات	۱۴۱۶۳	۱۱۸۸۸	۲۲۷۵
فراهان	۶۶۶۶	۳۷۹۹	۲۸۶۶
<b>کل استان</b>	<b>۳۶۴۵۶۴</b>	<b>۲۰۷۸۰۲</b>	<b>۱۵۶۷۶۲</b>



جدول (۲-۳). حجم نمونه به تفکیک شهرستان های استان مرکزی

ردیف	شهرستان	تعداد کل خانوار شهرستان	حجم نمونه کل
۱	دلیجان	۱۲۶۰۷	۷۸
۲	خمین	۲۹۹۳۱	۲۰۰
۳	محلات	۱۴۱۶۳	۸۹
۴	شازند	۳۱۲۶۲	۲۱۷
۵	اراک	۱۵۱۰۰۴	۱۰۰۶
۶	خنداب	۱۵۰۸۹	۱۰۸
۷	فراهان	۶۶۶۶	۴۵
۸	تفرش	۱۴۳۵۷	۸۹
۹	آشتیان	۵۲۷۸	۴۹
۱۰	کمیجان	۱۱۵۵۲	۱۰۱
۱۱	ساوه	۶۳۷۰۱	۴۳۵
۱۲	زرنديه	۱۵۱۹۹	۱۰۸
	<b>جمع</b>	<b>۳۶۴۵۶۴</b>	<b>۲۵۲۵</b>



شکل (۲-۳). شهرهای استان مرکزی

## ۱- آشتیان

شهرستان آشتیان دارای ۲۱۱۲۱ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۱۰۴۰۵ نفر در مناطق شهری و ۱۰۷۱۶ نفر نیز در مناطق روستایی زندگی می کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان آشتیان ۷۸ نفر است حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۲۹ نفر است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی براساس نسبت جمعیت ساکن در دهستان سیاوشان حجم نمونه ۱۴ نفر تعیین شده مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای این دهستان به شرح زیر است:

(۱) دهستان سیاوشان ۱۴ نفر از مرکز دهستان و روستاهای آهنگران و بورقان پرسشنامه تکمیل می گردد.

## ۲- اراک

شهرستان اراک دارای ۵۵۵۹۷۵ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۴۸۶۶۱۲ نفر در مناطق شهری و ۶۹۳۶۳ نفر در مناطق روستایی زندگی می کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان اراک ۱۰۰۶ نفر است. حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۶۸۵ نفر است که بصورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. اراک شامل پنج حوزه اراک ۱، اراک ۲، اراک ۳، سنجان و کرهرود است که حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری (۶۸۵ خانواده) براساس نسبت خانواده ساکن در این مناطق مورد مطالعه قرار گرفت. حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۳۲۳ خانواده است که این عدد براساس نسبت خانواده های ساکن در دهستان های انتخاب شده براساس شاخص جغرافیا شامل چهار دهستان (امان آباد، ساروق، شمس آباد) مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان ها و روستاهای انتخاب شده به شرح زیر است:

(۱) امان آباد با ۱۴۱۲ خانواده

(۲) ساروق با ۲۲۳۴ خانواده

(۳) شمس آباد با ۱۶۴۵ خانواده

جدول (۳-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان اراک

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاها
۱	امان‌آباد با ۱۴۱۲ خانواده	انجدان	۱۵۴	۲۶
۲		انجیرک	۸۶	۱۵
۳		رودباران	۵۸	۱۰
۴	ساروق با ۲۲۳۴ خانواده	جیریا	۷۴۶	۱۲۹
۵		بهادرستان	۱۱۶	۲۰
۶		طور	۲۱۲	۳۶
۷		گرکان پایین	۷۹	۱۴
۸	شمس‌آباد با ۱۶۴۵ خانواده	خرم‌آباد	۲۱۳	۳۶
۹		جمال‌آباد	۷۵	۱۳
۱۰		دینه کبود	۱۲۵	۲۱
۱۵	جمع		۱۸۶۴	۳۲۳

### ۳- خنداب

شهرستان خنداب دارای ۵۹۷۲۷ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۷۲۳۳ نفر در مناطق شهری و ۵۲۴۹۴ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان خنداب ۱۰۸ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۷۳ نفر است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر خنداب انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود براساس شاخص جغرافیا سه دهستان (دهستان اناج و جاورسیان) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۳۵ خانواده، براساس نسبت خانواده‌های ساکن مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان‌ها به شرح زیر است:

(۱) دهستان اناج با ۳۱۲۹ خانواده

(۲) دهستان جاورسیان با ۳۶۰۵ خانواده

جدول (۳-۴). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان خنداب

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاها انتخاب شده
۱	اناج با ۳۱۲۹ خانواده	کوره‌زار	۱۵۲	۴
۲		اناج	۴۰۰	۱۰
۳				
۴	جاورسیان با ۳۶۰۵ خانواده مطالعه	خانقاه اولیا	۲۶۴	۷
۵		نوده	۱۴۹	۴
۶		درمن	۳۴۵	۹
۷		ارج ناوند	۸۴	۲
۱۲	جمع		۱۳۹۴	۳۵

#### ۴- تفرش

شهرستان تفرش دارای ۴۸۵۹۱ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۱۸۹۶۷ نفر در مناطق شهری و ۲۹۶۲۴ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان تفرش ۸۹ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۵۹ نفر است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر تفرش انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود براساس شاخص جغرافیا سه دهستان (دهستان فشک و کوه‌پناه) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۲۹ خانواده است که براساس نسبت خانواده‌های ساکن حجم نمونه تعیین شده مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان‌های انتخاب شده (براساس شاخص جغرافیا) به شرح زیر است:

(۱) دهستان فشک با ۲۰۷۵ خانواده

(۲) دهستان کوه‌پناه با ۵۱۸ خانواده

جدول (۵-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان تفرش

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	فشک با ۲۰۷۵ خانواده	ارزومند	۱۱۷	۵
۲		فشک	۴۰۹	۱۶
۳				
۴	کوه پناه با ۵۱۸ خانواده	شهراب	۱۷۷	۷
۵		سربند	۵۵	۲
۶				
۷				
۱۱	جمع		۷۵۸	۲۹

### ۵- خمین

شهرستان خمین دارای ۱۱۰۱۹۵ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۶۶۳۹۱ نفر در مناطق شهری و ۴۳۸۰۴ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان خمین ۲۰۰ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری خمین ۱۳۵ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر خمین انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود براساس شاخص جغرافیا چهار دهستان (دهستان حمزه‌لو، گله‌زن و خرم‌دشت) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۶۵ نفر است که براساس نسبت جمعیت ساکن تعیین و مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان‌ها به شرح زیر است:

- (۱) دهستان حمزه‌لو با ۱۴۰۰ خانواده
- (۲) دهستان گله‌زن با ۱۶۲۸ خانواده
- (۳) دهستان خرم‌دشت با ۱۷۰۸ خانواده

جدول (۶-۳). تعداد نمونه های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان خمین

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	خرم دشت با ۱۷۰۸ خانواده	مینو دشت	۱۹۳	۱۶
۲		چهار طاق	۱۴۵	۱۲
۳				
۴	حمزه لو با ۱۴۰۰ خانواده	سیان علیا	۹۸	۸
۵		چنار	۱۱۸	۱۰
۶				
۷				
۸	گله زن با ۱۶۲۸ خانواده	قیدو	۱۰۰	۸
۹		کفسان	۱۳۵	۱۱
۱۰				
۱۳			۷۸۹	۶۴

### ۶- دلجان

شهرستان دلجان دارای ۴۴۳۷۷ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۳۵۰۹۱ نفر در مناطق شهری و ۹۲۸۶ نفر در مناطق روستایی زندگی می کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان دلجان ۷۸ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۵۴ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر دلجان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان های موجود براساس شاخص جغرافیا سه دهستان (دهستان دو دهک و جاسب) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۲۶ نفر است که براساس نسبت جمعیت ساکن تعیین و مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان ها به شرح زیر است

(۱) دهستان دو دهک ۹۲۵ خانواده

(۲) دهستان جاسب ۵۵۲ خانواده

جدول (۷-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان دلجان

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	دو دهک با ۹۲۵ خانواده	دودهک	۲۳۷	۷
۲		راونج	۱۹۷	۶
۳		چنارستان	۴۱	۲
۴	جاسب با ۵۵۲ خانواده	بیجگان	۱۳۵	۴
۵		واران	۱۱۴	۴
۶				
۷				
۱۰	جمع		۸۳۸	۲۶

#### ۷- ساوه

شهرستان ساوه دارای ۲۳۷۸۱۳ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۱۸۷۱۷۹ نفر در مناطق شهری و ۵۰۶۳۴ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان ساوه ۴۳۵ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۲۹۳ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر ساوه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود براساس شاخص جغرافیا سه دهستان (دهستان شاهسون کندی، قره‌چای و کوهپایه) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۱۳۸ نفر است که براساس نسبت خانواده‌های ساکن در دهستان‌های یاد شده، مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان‌ها به شرح زیر است:

- (۱) دهستان شاهسون کندی ۵۵۲ خانواده و حجم نمونه ۱۳ خانواده
- (۲) دهستان قره‌چای ۲۲۷۷ خانواده و حجم نمونه ۵۴ خانواده
- (۳) دهستان کوهپایه ۱۴۵۳ خانواده و حجم نمونه ۳۴ خانواده



جدول (۸-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان ساوه

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	شاهسون کندی با ۵۵۶ خانواده	قیطانیه	۵۳	۷
۲		نیوشت	۸۱	۱۰
۳				
۴	قره‌چای با ۲۲۷۷ خانواده	اکبرآباد	۷۰	۹
۵		قره‌چای	۱۷۰	۲۲
۶		اوجان	۱۴۹	۱۹
۷		هریسان	۱۶۸	۲۱
۸	کوهپایه با ۱۴۵۳ خانواده	جوشقان	۱۴۲	۱۸
۹		سامان	۱۶۶	۲۱
۱۰		خانقاه	۸۴	۱۱
۱۴	جمع		۱۰۸۳	۱۳۸

## ۸- شازند

شهرستان شازند دارای ۱۲۰۱۰۲ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۳۱۴۱۱ نفر در مناطق شهری و ۸۸۶۹۱ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان شازند ۲۱۷ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۱۴۷ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر شازند انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود در شهرستان براساس شاخص جغرافیا چهار دهستان (دهستان قره کهریز، پل دوآب و مالمیر) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۷۰ نفر است که براساس نسبت خانواده‌های ساکن مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان‌ها به شرح زیر است:

(۱) دهستان قره کهریز ۶۶۲۷ خانواده

(۲) دهستان پل دوآب ۷۳۶۵ خانواده

(۳) دهستان مالمیر ۱۰۹۱ خانواده

جدول (۹-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان شازند

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	قره کهریز با ۶۶۲۷ خانواده	اکبرآباد	۴۷۵	۱۴
۲		باغ پرآفتاب	۳۹۳	۱۲
۳		جمالآباد	۱۵۷	۵
۴	پل دوآب با ۷۳۶۵ خانواده	حصار	۷۳۸	۲۳
۵		جزنق	۱۲۲	۴
۶		الرج	۱۲۲	۴
۷	مالمیر با ۱۰۹۱ خانواده	مالمیر	۲۱۱	۶
۸		حاجی بیگ	۷۸	۲
	جمع			۷۰

#### ۹- محلات

شهرستان محلات دارای ۴۹۲۴۶ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۴۱۸۳۳ نفر در مناطق شهری و ۷۴۱۳ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان محلات ۸۹ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۶۰ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر محلات انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود در محلات براساس شاخص جغرافیا دو دهستان (دهستان باقرآباد و خورده) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۲۹ نفر است که براساس نسبت خانواده‌های ساکن مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هریک از دهستان‌ها به شرح زیر است:

(۱) دهستان باقرآباد ۱۴۸۱ خانواده و حجم نمونه ۲۹ خانواده

جدول (۱۰-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان محلات

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	باقرآباد با ۱۴۸۱ خانواده	یزی جان	۱۸۴	۱۸
۲		گل چشمه بالا	۶۱	۶
۳		محمدآباد	۴۹	۵
	جمع		۲۹۴	۲۹

### ۱۰- زرنديه

شهرستان زرنديه دارای ۵۸۳۸۷ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۳۰۲۹۸ نفر در مناطق شهری و ۲۸۰۸۹ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان زرنديه ۱۰۸ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۷۱ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر زرنديه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان‌های موجود براساس شاخص جغرافیا سه دهستان (دهستان دوزج، الویر و رودشور) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۳۴ نفر است که براساس نسبت خانواده‌های ساکن مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان‌ها به شرح زیر است:

(۱) دهستان دوزج ۹۱۶ خانواده

(۲) دهستان الویر ۱۰۴۶ خانواده

(۳) دهستان رودشور ۲۳۴ خانواده

جدول (۱۱-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان زرننده

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	دهستان دوزج ۹۱۶ خانواده	مصرقان	۱۴۳	۸
۲		چناقجی سفلی	۸۹	۶
۳				
۴	دهستان الویر ۱۰۴۶ خانواده	الویر	۱۶۷	۱۰
۵		چلسبان	۱۶۹	۱۰
۶				
۷				
۸	دهستان رودشور ۲۳۴ خانواده	پیک	۶۱	۴
۹				
۱۰	جمع		۶۲۹	۳۴

### ۱۱- فراهان

شهرستان فراهان دارای ۵۲۲۱۹ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۱۴۹۰۵ نفر در مناطق شهری و ۳۷۳۱۴ نفر در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان فراهان ۴۵ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۳۴ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر فراهان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۱۶ خانواده است که به صورت تصادفی انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت.

جدول (۱۲-۳). تعداد نمونه‌های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان فراهان

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	فشک با ۲۰۷۵ خانواده	چاقر	۶۶	۴
۲		ماستر	۲۱۲	۱۲
	جمع			۱۶

## ۱۲- کمیجان

شهرستان کمیجان دارای ۴۵۷۲۳ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۱۶۶۵۳ نفر در مناطق شهری و ۲۹۰۷۰ نفر در مناطق روستایی زندگی می کنند حجم نمونه تعیین شده برای شهرستان کمیجان ۱۰۸ نفر است که از این تعداد، حجم نمونه تعیین شده برای مناطق شهری ۵۵ خانواده است که به صورت تصادفی از مناطق مختلف جغرافیایی شهر کمیجان انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. در خصوص مناطق روستایی از بین دهستان های موجود براساس شاخص جغرافیا سه دهستان (دهستان اسفندان، خسروبیگ) انتخاب و حجم نمونه تعیین شده برای مناطق روستایی ۵۳ نفر است که براساس نسبت خانوادگی ساکن حجم نمونه تعیین شده مورد مطالعه قرار گرفت که حجم نمونه برای هر یک از دهستان ها به شرح زیر است:

(۱) دهستان اسفندان ۲۳۵۸ خانواده

(۲) دهستان خسروبیگ ۱۶۲۸ خانواده

جدول (۱۳-۳). تعداد نمونه های مورد مطالعه در مرکز دهستان و روستاهای شهرستان کمیجان

ردیف	دهستان	روستا	تعداد خانواده	تعداد نمونه مورد مطالعه در روستاهای انتخاب شده
۱	دهستان اسفندان خانواده ۲۳۵۸	فتح آباد	۱۱۹	۶
۲		کلوان	۱۹۳	۱۰
۳		چابار	۴۴	۳
۴	دهستان خسروبیگ خانواده ۱۶۲۸	ینگه ملک	۱۱۸	۶
۵		سوران	۸۷	۵
۶		چهرقان	۴۱۵	۲۲
۷				
۱۰	جمع		۹۷۶	۵۳

## ۶-۳- ابزار تحقیق ( پرسشنامه)

در تحقیق حاضر برای کسب نظرات و دیدگاه های جامعه آماری تحقیق با استفاده از پرسشنامه به طور حضوری به هر یک از نمونه های تحقیق مراجعه گردید. پرسشنامه تحقیق شامل:

۱- متغیرهای زمینه ای شامل سن، تحصیلات، رشته تحصیلی، جنسیت، (۹ سؤال)

۲- مزایا و دلایل مصرف آبزیان (پنج گویه)

۳- مشکلات و تنگناهای مصرف (ده گویه)

۴- میزان رضامندی از خرید و مصرف ماهی (پنج گویه)

۵- علاقه‌مندی و میزان مصرف ماهی (هشت گویه)

### ۷-۳- روایی تحقیق

مقصود از روایی این است که آیا ابزار اندازه‌گیری موردنظر می‌تواند ویژگی و خصوصیتی که ابزار برای آن طراحی شده است را اندازه‌گیری کند یا خیر؟ به عبارت دیگر مفهوم روایی (validity) به این سؤال پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. پرسشنامه‌ای (یا به طور کلی ابزار اندازه‌گیری) که مثلاً برای ارزیابی «میزان فعالیت‌های قابل واگذاری برون‌سپاری» طراحی شده ولی پرسش‌هایش به گونه‌ای طراحی شده‌اند که این موضوع را خوب نمی‌سنجد روایی ندارد (هرچند ممکن است بررسی‌های آماری، پایایی مطلوب آن را نشان دهد) همین‌طور پرسشنامه‌ای که همه وجوه موضوع مورد تحقیق را در بر نگیرد قطعاً دارای روایی مطلوبی نیست. در این تحقیق برای سنجش روایی پرسشنامه تحقیق، پرسشنامه در اختیار تعدادی از صاحب نظران علوم شیلاتی و اقتصاد قرار گرفت و نقطه نظرات آنها در خصوص پرسشنامه اخذ و لحاظ گردید.

### ۸-۳- پایایی پرسشنامه

پایایی (reliability) با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. به عبارت دیگر، «همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات در یک آزمون معادل که به صورت مستقل بر یک گروه آزمودنی به دست آمده است» چقدر است. به بیان دیگر اگر ابزار اندازه‌گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار به یک گروه واحدی از افراد بدهیم نتایج حاصل نزدیک به هم باشد. برای اندازه‌گیری پایایی شاخصی به نام ضریب پایایی استفاده می‌کنیم. دامنه ضریب پایایی از صفر تا +۱ است. ضریب پایایی صفر معرف عدم پایایی و ضریب پایایی یک معرف پایایی کامل است. «پایایی کامل» واقعاً به ندرت دیده می‌شود و در صورت مشاهده قبل از هر چیز باید به نتایج شک کرد. برای محاسبه ضریب پایایی ابزار اندازه‌گیری، شیوه‌های مختلفی به کار برده می‌شود. در این تحقیق برای سنجش پایایی تحقیق از روش آلفای کرونباخ (Cronbach Alpha) استفاده می‌گردد. نرم‌افزار spss یکی از نرم‌افزارهای متداول برای تعیین پایایی با یکی از روش‌های فوق (و معمولاً روش آلفای کرونباخ) می‌باشد. در این روش سؤال‌هایی که مربوط به موضوع اصلی تحقیق می‌باشند و همچنین به شکل طیف لیکرت بیان شده‌اند آلفای کرونباخ آنها با استفاده از نرم‌افزار spss محاسبه می‌گردد. در این تحقیق تعداد ۳۰ پرسشنامه در خرج از نمونه آماری تکمیل و آلفای کرونباخ آنها محاسبه گردید با توجه به اینکه میزان آلفای کرونباخ ۸۶ درصد برای هر دسته از سؤالات بالای ۰/۷ (۷۰ صدم) است پرسشنامه دارای پایایی مناسب می‌باشد.

### ۹-۳- محاسبات مربوط به مصرف سرانه

سازمان کشاورزی و خوار و بار جهانی (FAO) دو روش برای ارزیابی گذشته و حال مصرف ماهی در کشورهای مختلف جهان ارائه نموده است. روش اول: به عنوان فرمول یک (Failler 2007) مورد استفاده قرار می گیرد.

فرمول یک:

$\text{مصرف غیر غذایی} - \text{واردات ماهی} + \text{صادرات ماهی} - \text{مجموع تولید کل آبزیان در کشور}$ <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/> $\text{میزان مصرف سرانه} = \frac{\text{مصرف غیر غذایی} - \text{واردات ماهی} + \text{صادرات ماهی} - \text{مجموع تولید کل آبزیان در کشور}}{\text{کل جمعیت کشور}}$
---

روش دوم: در این روش متوسط میزان ماهی در هر خرید ضربدر بار خرید در هر سال تقسیم بر تعداد اعضای خانواده مصرف سرانه بدست می آید (Failler 2007) در این تحقیق از روش دوم استفاده گردید.

(فرمول ۲):  $L * M / G = FC$

L: متوسط میزان ماهی در هر خرید

M: بار خرید در هر سال

G: تعداد اعضای خانوار

FC: ماهی سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$\text{مصرف سرانه} = \frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}}$
--

### ۱۰-۳- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات بدست آمده در این تحقیق از روش تجزیه و تحلیل توصیفی استفاده گردید. برای توصیف داده‌ها از آماره‌های نظیر میانگین، میانه، درصد، درصد معتبر در قالب جداول توزیع فراوانی استفاده گردید.



## فصل چهارم : یافته های تحقیق

## ۴- مقدمه

تجزیه و تحلیل داده‌ها، فرآیندی چند مرحله‌ای است که طی آن داده‌هایی که از طریق بکارگیری ابزارهای جمع‌آوری در نمونه (جامعه) آماری فراهم آمده‌اند، خلاصه، کدبندی و دسته‌بندی و در نهایت پردازش می‌شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل‌ها و ارتباط‌ها بین این داده فراهم آید. این قسمت از گزارش تحقیق به نتایج و یافته‌های پژوهش اختصاص دارد. برای ارائه نتایج تحقیق از جداول توزیع فراوانی استفاده گردید. علاوه بر جداول توزیع فراوانی از شاخص‌های گرایش به مرکز مانند میانگین، میانه، درصد، درصد تجمعی، ... و شاخص‌های پراکندگی از مرکز مانند واریانس، انحراف معیار و... استفاده شده است. مطالب این فصل از گزارش تحقیق شامل سه قسمت نتایج استانی، نتایج شهرستان‌ها و نتایج مناطق روستایی است.

## الف) نتایج استانی

## ۴-۱- تعداد افراد مورد مطالعه در شهر و روستا

آنالیز داده‌ها در خصوص تعداد افراد مورد مطالعه در مناطق شهری و روستایی، نشان می‌دهد که تعداد افراد مورد مطالعه مربوط به مناطق شهری ۱۴۵۵ نفر (۵۷/۶ درصد) و فراوانی مربوط به مناطق روستا ۱۰۷۰ نفر (۴۲/۴ درصد) می‌باشد.

جدول (۴-۱). توزیع فراوانی تعداد افراد مورد مطالعه در شهر و روستا

تعداد	فراوانی	درصد
شهر	۱۴۵۵	۵۷/۶
روستا	۱۰۷۰	۴۲/۴
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰

## ۴-۲- میزان علاقه خانواده به مصرف آبزیان

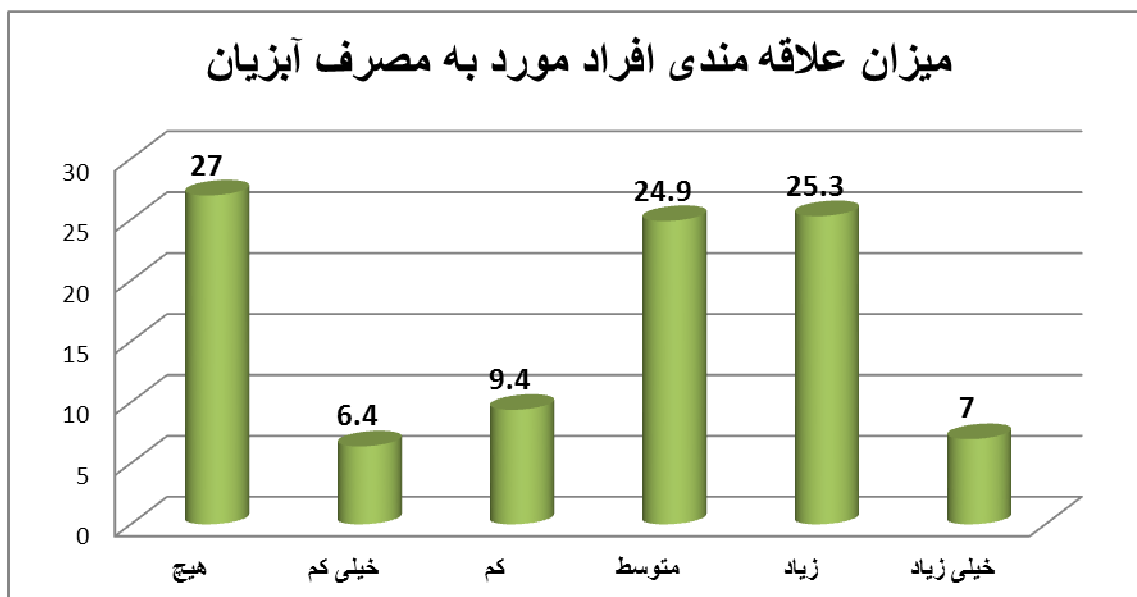
میزان علاقه خانواده‌ها به مصرف آبزیان یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق است. نتیجه بررسی در این خصوص نشان می‌دهد ۶۸۲ نفر (۲۷ درصد) از افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند که هیچ علاقه‌ای به مصرف آبزیان ندارند، ۱۶۱ نفر (۶/۴ درصد) در حد خیلی کم و ۲۳۸ نفر (۹/۴ درصد) در حد کم به مصرف آبزیان علاقه دارند. میزان علاقه ۶۲۸ نفر (۲۴/۹ درصد) به مصرف آبزیان در حد متوسط و ۶۳۸ نفر (۲۵/۳ درصد) زیاد و ۱۷۸ نفر (۷ درصد) در حد خیلی زیاد می‌باشد. بنابراین بیشترین فراوانی مربوط به گزینه «هیچ» و کمترین

فراوانی مربوط به گزینه «خیلی زیاد» می‌باشد. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که میانگین علاقه‌مندی به مصرف آبزیان ۲/۳ از ۵ (در حد کم تا متوسط) است. با توجه به علاقه بیش از ۵۷ درصد از افراد مورد مطالعه در حد متوسط به بالا به مصرف آبزیان ضروری است مسئولان و دست‌اندر کاران دخیل در امر مصرف ماهی در سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی نسبت به این امر اهتمام و برنامه‌ریزی کوتاه مدت و بلند مدتی داشته باشند و با برطرف کردن مسایل و مشکلات این علاقه‌مندی را به مصرف آبزیان تبدیل نمایند.

جدول (۲-۴). توزیع فراوانی میزان علاقه خانواده به مصرف آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هیچ	۶۸۲	۲۷	۲۷
خیلی کم	۱۶۱	۶/۴	۳۳/۴
کم	۲۳۸	۹/۴	۴۲/۸
متوسط	۶۲۸	۲۴/۹	۶۷/۷
زیاد	۶۳۸	۲۵/۳	۹۳
خیلی زیاد	۱۷۸	۷	۱۰۰
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰	

میانگین ۲/۳ (بین کم و متوسط)، میانه ۳، انحراف معیار ۱/۷، واریانس ۲/۹  
منبع: برگرفته از نتایج تحقیق



نمودار (۱-۴). میزان علاقه‌مندی افراد مورد مطالعه به مصرف آبزیان

### ۳-۴- انواع آبزبان مورد مصرف

اطلاعات جدول (۳-۴) حاکی از آن است که بیشترین فراوانی به ماهی قزل آلا اختصاص دارد. بدین ترتیب که ۸۴۶ نفر (۳۳/۵ درصد) از پاسخگویان ماهی قزل آلا مصرف کرده‌اند، ۱۱۹ نفر (۴/۷۱ درصد) شیرماهی، ۱۸۸ نفر (۷/۴ درصد) سفید، ۸۶ نفر (۳/۴ درصد) حلوا، ۶۰ نفر (۲/۴ درصد) کپور، ۴۱ نفر (۱/۶ درصد) آزاد، ۶۰ نفر (۲/۴ درصد) شوریده و ۵۹ نفر (۲/۳ درصد) سایر آبزبان را مصرف کرده‌اند. سایر آبزبان مصرف شده توسط مردم استان عبارتند از: جنوب- سیاه- فیله- دودی- کولی - میگو- نیزه‌ای- اقیانوسی- خاویاری- هوکی- عروس- قباد- فیتوفاک- آمور و کیلکا- اوزون برون- کفشک- کوسه- سرخو- فیله- کفال- کولی- سافی- زبون- سنگ سر- صبور.

جدول (۳-۴). توزیع فراوانی انواع آبزبان مورد مصرف

تعداد	فراوانی	درصد
قزل آلا	۸۴۶	۳۳/۵
شیرماهی	۱۱۹	۴/۷۱
سفید	۱۸۸	۷/۴
حلوا	۸۶	۳/۴
کپور	۶۰	۲/۴
آزاد	۴۱	۱/۶
شوریده	۶۰	۲/۴
میگو	۱۱	۰/۴۴
سایر	۱۰۰	۳/۹۶
عدم اعلام نوع ماهی مصرفی و یا عدم مصرف ماهی	۱۰۱۴	۴۰/۱۵
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>

### ۴-۴- میزان مصرف هر یک از آبزبان

- از کل ۲۵۲۵ نفر پاسخگویان، ۸۰ نفر (۳/۲ درصد) از افراد مصرف کننده آبزبان، ماهی قزل آلا را در حد خیلی کم مصرف کرده‌اند، ۲۵۶ نفر (۱۰/۱ درصد) در حد کم و ۲۹۸ نفر (۱۱/۸ درصد) در حد متوسط مصرف کرده‌اند. در حالی که ۱۵۵ نفر (۶/۱ درصد) در حد زیاد و ۵۷ نفر (۲/۲ درصد) از مصرف کنندگان در حد خیلی زیاد بوده است.

- تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که ۴۸ نفر (۱/۹ درصد) از مصرف‌کنندگان، شیرماهی را در حد کم و خیلی کم، ۳۱ نفر (۱/۳ درصد) آن را در حد متوسط و ۲۴ نفر (۰/۹ درصد) آن را در حد زیاد و ۹ نفر (۰/۳ درصد) خیلی زیاد مصرف کرده‌اند.

- بررسی میزان مصرف ماهی سفید در مصرف‌کنندگان این ماهی نشان می‌دهد که ۳۶ نفر (۱/۴ درصد) در حد خیلی کم، ۳/۴ درصد) از افراد (۸۴ نفر) در حد کم از این ماهی مصرف کرده‌اند، میزان مصرف ۳۷ نفر (۱/۵ درصد) در حد متوسط، ۲۴ نفر (۰/۹ درصد) زیاد بوده‌است.

- بررسی داده‌های بدست آمده از میزان مصرف ماهی حلوا در افراد مصرف‌کننده نشان می‌دهد ۲۷ نفر (۱/۱ درصد) در حد خیلی کم، ۳۴ نفر (۱/۴ درصد) در حد کم، ۱۴ نفر (۰/۵ درصد) در حد متوسط از این ماهی مصرف کرده‌اند و ۱۰ نفر (۰/۴ درصد) افراد، از این ماهی زیاد مصرف کرده‌اند.

- ۳۷ نفر (۱/۵ درصد) از افراد مصرف‌کننده در این تحقیق اظهار داشته‌اند که از ماهی کپور در حد کم و خیلی کم مصرف می‌کنند، ۱۴ نفر (۰/۶ درصد) در حد متوسط و ۶ نفر (۰/۲ درصد) در حد زیاد از ماهی کپور مصرف می‌کنند.

- نتایج نشان می‌دهد میزان مصرف ماهی آزاد در ۲۴ نفر (۰/۹ درصد) از افراد مصرف‌کننده در حد کم و خیلی کم و در ۱۲ نفر (۰/۵ درصد) در حد متوسط بوده است و فقط ۳ نفر (۰/۱ درصد) مصرف‌کنندگان، میزان مصرف خود را در حد زیاد عنوان کرده‌اند.

- آنالیز داده‌ها نشان می‌دهد میزان مصرف ماهی شوریده در ۲۸ نفر (۱/۱ درصد) از مصرف‌کنندگان در حد کم و خیلی کم، در ۱۵ نفر (۰/۶ درصد) متوسط و در ۱۶ نفر (۰/۶ درصد) این میزان مصرف زیاد بوده است.

- همچنین نتیجه این مطالعه در مورد میزان مصرف سایر آبزیان نشان می‌دهد ۳۸ نفر (۱/۵ درصد) از افراد مصرف‌کننده در حد کم و خیلی کم و در ۲۵ نفر (۱ درصد) در حد متوسط بوده است و میزان مصرف ۳۰ نفر (۱/۲ درصد) از مصرف‌کنندگان در حد زیاد و مصرف ۵ نفر (۰/۲ درصد) خیلی زیاد بوده است.

جدول (۴-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف هر یک از آبیان

گویه	میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بدون جواب <sup>۱</sup>	جمع
قرل آلا	فراوانی	۸۰	۲۵۶	۲۹۸	۱۵۵	۵۷	۱۶۷۹	۲۵۲۵
	درصد	۳/۲	۱۰/۱	۱۱/۸	۶/۱	۲/۲	۶۶/۶	۱۰۰
شیر ماهی	فراوانی	۶	۴۲	۳۱	۲۴	۹	۲۴۱۳	۲۵۲۵
	درصد	۰/۲	۱/۷	۱/۳	۰/۹	۰/۳	۹۵/۶	۱۰۰
سفید	فراوانی	۳۶	۸۴	۳۷	۲۴	-	۲۳۴۴	۲۵۲۵
	درصد	۱/۴	۳/۴	۱/۵	۰/۹	-	۹۲/۸	۱۰۰
حلوا	فراوانی	۲۷	۳۴	۱۴	۱۰	-	۲۴۴۰	۲۵۲۵
	درصد	۱/۱	۱/۴	۰/۵	۰/۴	-	۹۶/۶	۱۰۰
کپور	فراوانی	۱۵	۲۲	۱۴	۶	-	۲۴۶۸	۲۵۲۵
	درصد	۰/۶	۰/۹	۰/۶	۰/۲	-	۹۷/۷	۱۰۰
آزاد	فراوانی	۸	۱۶	۱۲	۳	-	۲۴۸۶	۲۵۲۵
	درصد	۰/۳	۰/۶	۰/۵	۰/۱	-	۹۸/۵	۱۰۰
شوریده	فراوانی	۱۰	۱۸	۱۵	۱۶	-	۲۴۶۶	۲۵۲۵
	درصد	۰/۴	۰/۷	۰/۶	۰/۶	-	۹۷/۷	۱۰۰
سایر	فراوانی	۸	۳۰	۲۵	۳۰	۵	۲۴۲۷	۲۵۲۵
	درصد	۰/۳	۱/۲	۱	۱/۲	۰/۲	۹۶/۱	۱۰۰

### ۵-۴- دفعات مصرف خانواده

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۵ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه‌های «۱۲ بار در سال»، «۱ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱۰۳۴ نفر (۴۱ درصد)، ۲۵۰ نفر (۹/۹ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه «۵ بار در سال» و «۸ بار در سال» و هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشد. «۲ بار در سال» با فراوانی ۲۱ نفر (۰/۸ درصد)، «۳ بار در سال» با فراوانی ۳۳ نفر (۱/۳ درصد)، «۴ بار در سال» با فراوانی ۴۱ نفر (۱/۶ درصد) و «۶ بار در سال» با فراوانی ۱۴۸ نفر (۵/۸ درصد) می‌باشد. فراوانی گزینه‌های «۱۰ بار در سال» ۹ نفر (۰/۴ درصد)، «۲۴ بار در سال» ۱۱۸ نفر (۴/۶ درصد) و «بیش از ۵۲ بار در سال» ۴۹ نفر (۱/۲ درصد) می‌باشند.

جدول (۵-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۲۵۰	۹/۹	۹/۹
۲	۲۱	۰/۸	۱۰/۷
۳	۳۳	۱/۳	۱۲
۴	۴۱	۱/۶	۱۳/۶
۵	۱	۰/۱	۱۳/۷
۶	۱۴۸	۵/۸	۱۹/۵
۸	۱	۰/۱	۱۹/۶
۱۰	۹	۰/۴	۲۰
۱۲	۱۰۳۴	۴۱	۶۱
۲۴	۱۱۸	۴/۶	۶۵/۶
۳۶	۱۱	۰/۴	۶۶
۵۲	۵۹	۲/۳	۶۸/۳
بیش از ۵۲ بار	۴۹	۱/۲	۶۹/۵
هیچ وقت	۷۷۰	۳۰/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۵/۳۵؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۶-۴- میزان مصرف سرانه

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «۳-۱» و «کمتر از ۱» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۳۴۵ نفر (۱۳/۷ درصد)، ۳۴۳ نفر (۱۳/۶ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۱۳-۱۵» با فراوانی ۱۹ نفر (۰/۸ درصد) و «۹-۱۱» با فراوانی ۳۶ نفر (۱/۴ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «۳-۵» با فراوانی ۲۲۷ نفر (۹ درصد)، «۵-۷» با فراوانی ۲۱۵ نفر (۸/۵ درصد)، «۷-۹» با فراوانی ۲۳۲ نفر (۹/۲ درصد)، «۱۱-۱۳» با فراوانی ۱۳۵ نفر (۵/۳ درصد) و «بالاتر از ۱۵» دارای فراوانی ۲۰۳ نفر (۸ درصد) می‌باشند.

جدول (۶-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

مصرف سرانه (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۳۴۳	۱۳/۶	۱۳/۶
۱-۳	۳۴۵	۱۳/۷	۲۷/۳
۳-۵	۲۲۷	۹	۳۶/۳
۵-۷	۲۱۵	۸/۵	۴۴/۸
۷-۹	۲۳۲	۹/۲	۵۴/۰
۹-۱۱	۳۶	۱/۴	۵۵/۴
۱۱-۱۳	۱۳۵	۵/۳	۶۰/۷
۱۳-۱۵	۱۹	۰/۸	۶۱/۵
بالاتر از ۱۵	۲۰۳	۸	۶۹/۵
بدون جواب عدم	۷۷۰	۳۰/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

### ۷-۴- مصرف سرانه آبیاری

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۸۱$$

میانگین سرانه کل استان ۵/۸۱ کیلوگرم و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۵/۴۲ و حد بالای ۶/۲۰ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در استان مرکزی ۵/۸۱ کیلوگرم است. شایان ذکر است در محاسبه سرانه مصرف در این تحقیق اعداد خارج از رنج طبیعی مربوط به دفعات مصرف و میزان خرید ویرایش گردیده و در محاسبه دخالت داده نشده اند.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۹/۷۹	۵/۸۱	۵/۴۲	۶/۲۰

#### ۸-۴- میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید

آنالیز داده‌های بدست آمده از تحقیق، در خصوص میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید نشان می‌دهد که ۴۱۸ نفر (۱۶/۶ درصد) «کمتر از ۳ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند، ۶۵۰ نفر (۲۵/۷ درصد) «۳-۶ کیلو»، ۱۱۲ نفر (۴/۴ درصد) «۷-۱۰ کیلو»، ۶ نفر (۰/۲ درصد) «۱۱-۱۴ کیلو»، ۱۰ نفر (۰/۴ درصد) «۱۵-۱۸ کیلو» و ۱۹ نفر (۰/۸ درصد) از افراد مورد مطالعه «بالاتر از ۱۸ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند. میانگین خرید ماهی در بین افراد مورد مطالعه که ماهی مصرف می‌کنند ۴/۱۶ کیلو گرم می‌باشد.

جدول (۷-۴). توزیع فراوانی میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید

میزان (کیلو)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳	۴۱۸	۱۶/۶	۱۶/۶
۳-۶	۶۵۰	۲۵/۷	۴۲/۳
۷-۱۰	۱۱۲	۴/۴	۴۶/۷
۱۱-۱۴	۶	۰/۲	۴۶/۹
۱۵-۱۸	۱۰	۰/۴	۴۷/۳
بالاتر از ۱۸	۱۹	۰/۸	۴۸/۱
عدم خرید و بدون جواب	۱۳۱۰	۵۱/۹	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

بیشترین ۴۰؛ کمترین ۰/۵؛ واریانس ۱۲/۲۳۵؛ میانه ۳؛ میانگین ۴/۱۶

#### ۹-۴- قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید

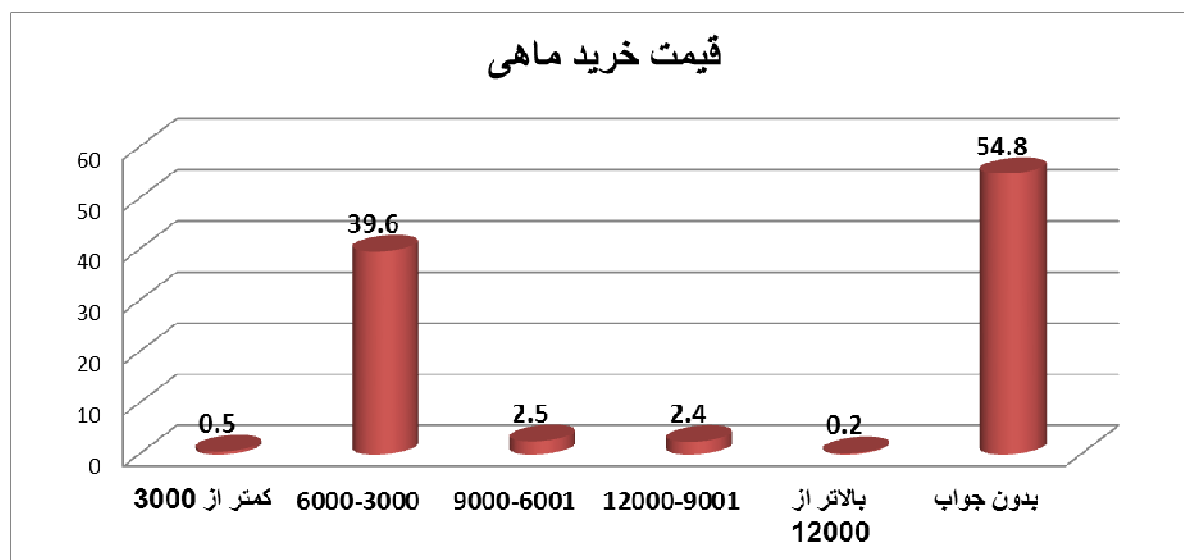
بررسی داده‌های بدست آمده در خصوص قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید نشان می‌دهد که فقط حدود ۱۲ نفر (۰/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه «کمتر از ۳۰۰۰ تومان» بابت هر کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند، در حالی که ۱۰۰۰ نفر (۳۹/۶ درصد) قیمتی در حدود «۳۰۰۰-۶۰۰۰ تومان» پرداخت می‌کنند، ۶۳ نفر (۲/۵ درصد) در حد «۶۰۰۱-۹۰۰۰ تومان» و ۶۰ نفر (۲/۴ درصد) در حدود «۹۰۰۱-۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید یک کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند و فقط ۵ نفر (۰/۲ درصد) از افراد مورد مطالعه قیمتی «بالاتر از ۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید هر کیلو ماهی هزینه می‌کنند.



جدول (۸-۴). توزیع فراوانی قیمت خرید آبزبان (پرورشی)

قیمت (تومان)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳۰۰۰	۱۲	۰/۵	۰/۵
۳۰۰۰-۶۰۰۰	۱۰۰۰	۳۹/۶	۴۰/۱
۶۰۰۱-۹۰۰۰	۶۳	۲/۵	۴۲/۶
۹۰۰۱-۱۲۰۰۰	۶۰	۲/۴	۴۵
بالاتر از ۱۲۰۰۰	۵	۰/۲	۴۵/۲
خرید پرورشی، بدون جواب و عدم خرید	۱۳۸۵	۵۴/۸	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

بیشترین ۲۰۰۰۰؛ کمترین ۲۰۰۰؛ میانه ۴۵۰۰؛ میانگین ۴۹۴۳/۰۷



نمودار (۲-۴). قیمت خرید آبزبان

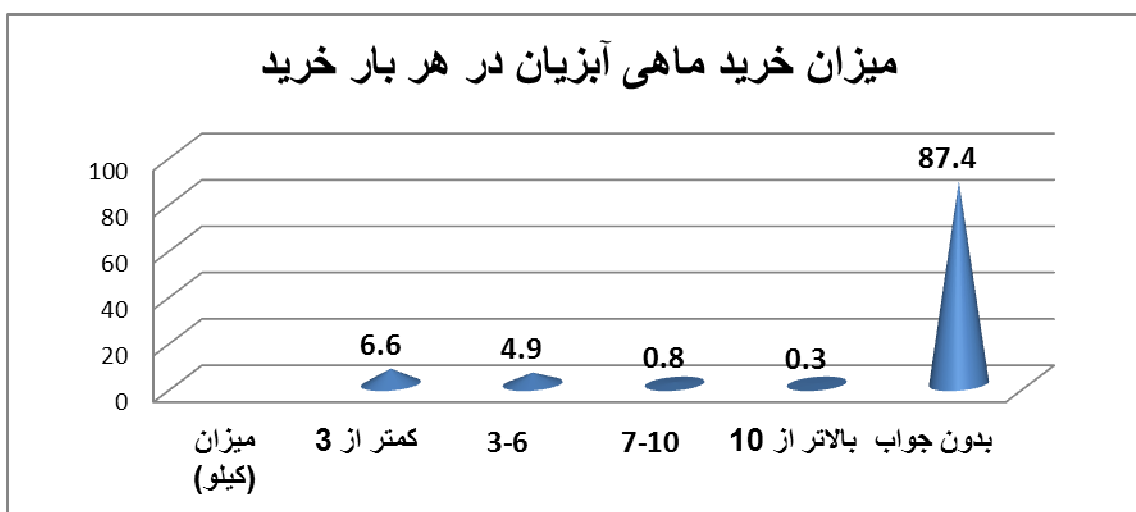
#### ۱۰-۴- میزان خرید آبزبان (دریایی) در هر بار خرید

بررسی داده‌های بدست آمده درخصوص میزان خرید آبزبان (دریایی) در هر بار خرید نشان می‌دهد که ۱۶۶ نفر (۶/۶ درصد) «کمتر از ۳ کیلو» در هر بار ماهی خرید می‌کنند، ۱۲۳ نفر (۴/۹ درصد) «۳-۶ کیلو» در هر بار خرید می‌کنند، ۲۱ نفر (۰/۸ درصد) «۷-۱۰ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند و فقط عده کمی از افراد مورد مطالعه در حدود ۸ نفر (۰/۳ درصد) «بالاتر از ۱۰ کیلو» ماهی خرید می‌کنند. اطلاعات بدست آمده نشان می‌دهد که میزان خرید ماهی در مجموع ۱۰۹۰ کیلوگرم است.

جدول (۹-۴). توزیع فراوانی میزان خرید آبیان (دریایی) در هر بار خرید

میزان (کیلو)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳	۱۶۶	۶/۶	۶/۶
۳-۶	۱۲۳	۴/۹	۱۱/۵
۷-۱۰	۲۱	۰/۸	۱۲/۳
بالاتر از ۱۰	۸	۰/۳	۱۲/۶
خرید دریایی، عدم خرید و بدون جواب	۲۲۰۷	۸۷/۴	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

بیشترین ۳۰؛ کمترین ۰/۵؛ میانه ۲/۵؛ میانگین ۳/۴۳



نمودار (۳-۴). میزان خرید آبیان دریایی در هر بار خرید

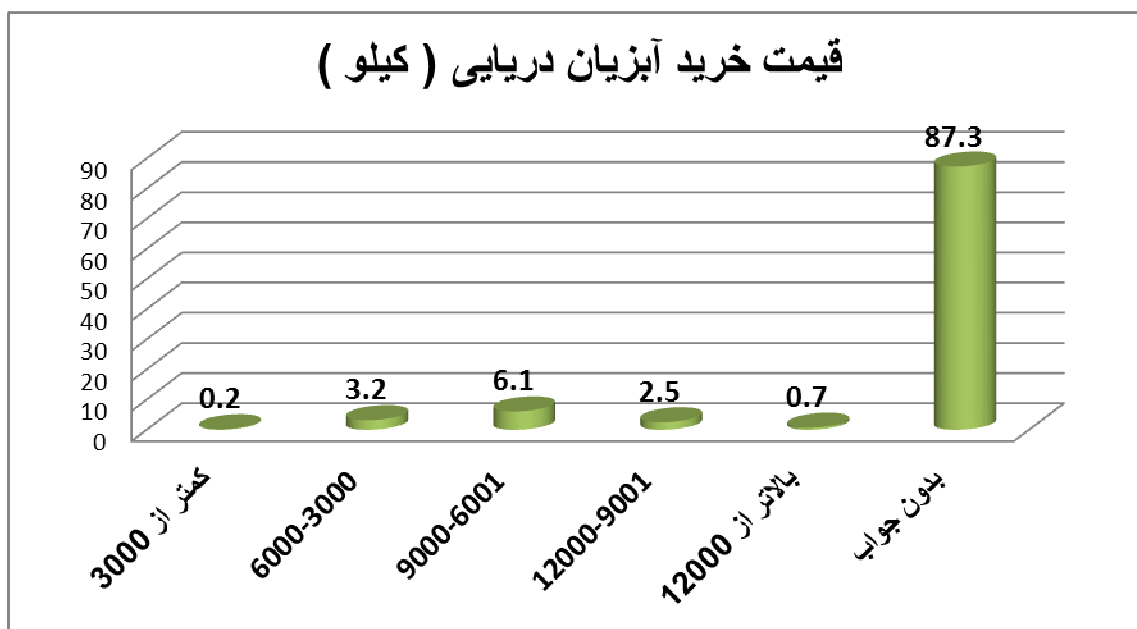
#### ۱۱-۴- قیمت آبیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید

بررسی داده‌های بدست آمده در خصوص قیمت آبیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید نشان می‌دهد که فقط حدود ۴ نفر (۰/۲ درصد) از افراد مورد مطالعه «کمتر از ۳۰۰۰ تومان» بابت هر کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند، در حالی که ۸۲ نفر (۳/۲ درصد) قیمتی در حدود «۳۰۰۰-۶۰۰۰ تومان» پرداخت می‌کنند، ۱۵۳ نفر (۶/۱ درصد) در حد «۶۰۰۱-۹۰۰۰ تومان» و ۶۳ نفر (۲/۵ درصد) در حدود «۹۰۰۱-۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید یک کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند و فقط (۰/۷ درصد) از افراد مورد مطالعه قیمتی «بالاتر از ۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید هر کیلو ماهی هزینه می‌کنند.

جدول (۱۰-۴). توزیع فراوانی قیمت آبریان دریایی

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	قیمت
۰/۲	۰/۲	۴	کمتر از ۳۰۰۰
۳/۴	۳/۲	۸۲	۳۰۰۰-۶۰۰۰
۹/۵	۶/۱	۱۵۳	۶۰۰۱-۹۰۰۰
۱۲	۲/۵	۶۳	۹۰۰۱-۱۲۰۰۰
۱۲/۷	۰/۷	۱۷	بالاتر از ۱۲۰۰۰
۱۰۰	۸۷/۳	۲۲۰۶	عدم خرید و بدون جواب
	۱۰۰	۲۵۲۵	جمع

بیشترین ۳۰۰۰۰؛ کمترین ۲۰۰۰؛ میانه ۸۷۰۰؛ میانگین ۸۳۳۲/۹۱



نمودار (۴-۴). قیمت خرید آبریان دریایی (کیلو)

#### ۱۲-۴- طریقه مصرف ماهی

نتیجه بررسی در خصوص طریقه مصرف ماهی نشان می‌دهد که ۱۰۷۶ نفر (۴۲/۶ درصد) از افراد مورد مطالعه به طریقه «سرخ کردنی»، ۹۳ نفر به طریقه «آب پز»، ۱۱ نفر (۰/۴ درصد) «شکم پر» و ۴۸ نفر (۱/۹ درصد) «کبابی» ماهی را مصرف می‌کنند و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که ۲۵۱ نفر (۹/۹ درصد) از افراد مورد مطالعه به روش «آب پز و سرخ کردنی»، ۷۴ نفر (۲/۹ درصد) به روش «آب پز و کبابی» و ۳۰ نفر (۱/۲ درصد) هم به روش «سرخ کردنی و شکم پر» ماهی مصرف می‌کنند و فقط ۲ نفر (۰/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه به روش-

های «آب پز و سرخ کردنی و کبابی»، «آب پز و سرخ کردنی و شکم پر»، «آب پز و بخارپز» و «آب پز و شکم پر» ماهی مصرف می کنند.

جدول (۱۱-۴). توزیع فراوانی طریقه مصرف ماهی

تعداد	فراوانی	درصد
آب پز	۹۳	۳/۷
سرخ کردنی	۱۰۷۶	۴۲/۶
شکم پر	۱۱	۰/۴
کبابی	۴۸	۱/۹
آب پز- سرخ کردنی	۲۵۱	۹/۹
سرخ کردنی- کبابی	۷۴	۲/۹
آب پز- کبابی	۷	۰/۳
آب پز- سرخ کردنی- کبابی	۲	۰/۱
سرخ کردنی- شکم پر	۳۰	۱/۲
بخارپز	۹	۰/۴
شکم پر- کبابی	۳	۰/۱
آب پز- سرخ کردنی- شکم پر	۲	۰/۱
سرخ کردنی- بخارپز	۷	۰/۳
آب پز- بخارپز	۲	۰/۱
سرخ کردنی- شکم پر- کبابی	۹	۰/۴
آب پز- سرخ کردنی- شکم پر- کبابی	۴	۰/۲
آب پز- شکم پر	۲	۰/۱
بدون جواب	۸۹۵	۳۵/۳
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>

### ۱۳-۴- محل تأمین آبزیان

بیشترین پاسخها در خصوص محل تأمین آبزیان، مربوط به گزینههای «بازار محلی»، «فروشگاههای زنجیره‌ای» و «سایر شهرها» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۶۶۷ نفر (۲۶/۴ درصد)، ۲۸۰ نفر (۱۱/۱ درصد) و ۲۶۵ نفر (۱۰/۵ درصد) می باشد و کمترین پاسخها مربوط به گزینههای «دوره گردها و سایر شهرها» و «استخر پرورش ماهی و دوره گردها» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) و گزینههای «رودخانه» و «بازار محلی و دوره گردها» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۳ نفر (۰/۱ درصد) می باشند. ۱۹۶ نفر (۷/۸ درصد) از افراد مطالعه محل تأمین آبزیان

مصرفی خود را از «بازار محلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای» و ۱۸۶ نفر (۷/۴ درصد) از «استخر پرورش ماهی» تأمین کرده‌اند. اطلاعات مربوط به سایر گزینه‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول (۱۲-۴). توزیع فراوانی محل تأمین آبزیان

درصد	فراوانی	تعداد
۲۶/۴	۶۶۷	بازار محلی
۱۱/۱	۲۸۰	فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۷/۸	۱۹۶	بازار محلی - فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۷/۴	۱۸۶	استخر پرورش ماهی
۰/۳	۸	تعاونی
۱/۱	۲۸	دوره گرد‌ها
۱۰/۵	۲۶۵	سایر شهرها
۰/۱	۲	دوره گرد‌ها - سایر شهرها
۰/۲	۶	سد
۱/۵	۳۸	بازار محلی - استخر پرورش ماهی
۰/۴	۹	بازار محلی - سایر شهرها
۰/۱	۳	رودخانه
۰/۱	۲	استخر پرورش ماهی - دوره گرد‌ها
۰/۲	۵	استخر پرورش ماهی - سایر شهرها
۰/۱	۳	بازار محلی - دوره گرد‌ها
۰/۳	۷	فروشگاه‌های زنجیره‌ای - استخر پرورش ماهی
۰/۵	۱۲	شیلات
۳۱/۹	۸۰۸	بدون جواب
۱۰۰	۲۵۲۵	جمع

#### ۱۴-۴- تمایل به خرید انواع آبزیان

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین افراد تمایل به خرید «آبزیان تازه»، «آبزیان کنسروی و تازه» و «آبزیان کنسروی» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۴۲۸ نفر (۱۷ درصد)، ۳۰۴ نفر (۱۲ درصد) و ۲۷۱ نفر (۱۰/۷ درصد) را دارند و کمترین افراد تمایل به خرید «آبزیان منجمد و بسته‌بندی و تازه» با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) و «آبزیان کنسروی و تازه» با فراوانی ۳ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشند. ۱۰۸ نفر (۴/۳ درصد) از افراد مطالعه «آبزیان منجمد»، ۲۷۱ نفر (۱۰/۷ درصد) «آبزیان کنسروی»، ۹۹ نفر (۳/۹ درصد) «آبزیان زنده» و ۶۲ نفر «آبزیان بسته‌بندی» مصرف می‌کنند. اطلاعات مربوط به سایر گزینه‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول (۱۳-۴). توزیع فراوانی تمایل به خرید انواع آبیان

درصد	فراوانی	تعداد
۳/۹	۹۹	آبیان زنده
۴/۳	۱۰۸	آبیان منجمد
۱۰/۷	۲۷۱	آبیان کنسروی
۲/۵	۶۲	آبیان بسته بندی
۱۷	۴۲۹	آبیان تازه
۱/۴	۳۵	آبیان زنده- کنسروی- تازه
۱۲	۳۰۷	آبیان کنسروی- تازه
۲/۱	۵۲	آبیان زنده- تازه
۰/۵	۱۳	آبیان منجمد- بسته بندی
۰/۸	۲۱	آبیان بسته بندی- تازه
۳/۴	۸۶	آبیان کنسروی- بسته بندی- تازه
۳/۹	۹۸	آبیان منجمد- کنسروی
۱/۸	۴۶	آبیان منجمد- کنسروی- تازه
۳/۱	۷۸	آبیان منجمد- تازه
۲/۶	۶۶	آبیان کنسروی- بسته بندی
۰/۲	۴	آبیان زنده- منجمد- تازه
۰/۳	۸	آبیان زنده- منجمد
۱/۴	۳۶	آبیان زنده- کنسروی
۰/۳	۸	آبیان زنده- منجمد- کنسروی
۰/۱	۲	آبیان منجمد- بسته بندی- تازه
۰/۲	۴	آبیان زنده- بسته بندی
۰/۳	۸	آبیان زنده- کنسروی- بسته بندی
۰/۶	۱۶	آبیان زنده- منجمد- کنسروی- بسته بندی- تازه
۰/۲	۵	آبیان زنده- منجمد- کنسروی- تازه
۰/۳	۸	آبیان منجمد- کنسروی- بسته بندی- تازه
۰/۳	۷	آبیان منجمد- کنسروی- بسته بندی
۰/۳	۷	آبیان زنده- کنسروی- بسته بندی- تازه
۲۵/۵	۶۴۱	بدون جواب
۱۰۰	۲۵۲۵	جمع

## ۱۵-۴- میزان رضایت از گویه‌ها

۱۰۱۶ نفر (۴۰/۲ درصد) از افراد مورد مطالعه از «قیمت ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشته‌اند. ۴۲۹ نفر (۱۷ درصد) در حد متوسط از «قیمت ماهی» رضایت داشتند و فقط ۱۹۶ نفر (۷/۷ درصد) از افراد مورد مطالعه از «قیمت ماهی» در حد زیاد و خیلی زیاد رضایت داشتند.

۶۱۸ نفر (۲۴/۴ درصد) از افراد مورد مطالعه در این تحقیق، از «تنوع ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشتند، ۵۵۸ نفر (۲۲/۱ درصد) در حد متوسط و فقط ۲۹۱ نفر (۱۱/۶ درصد) افراد از «تنوع ماهی» در حد زیاد و خیلی زیاد رضایت داشتند.

۵۱۱ نفر (۲۰/۲ درصد) از افراد مورد مطالعه از «کیفیت» در حد متوسط رضایت داشتند، ۷۱۰ نفر (۲۸/۱ درصد) در حد زیاد، ۳۲۰ نفر (۱۲/۷ درصد) در حد خیلی زیاد رضایت داشتند. ۴۹ نفر (۱/۹ درصد) رضایتشان از «کیفیت» در حد خیلی کم و ۱۶۱ نفر (۶/۴ درصد) در حد کم بود.

بیشترین فراوانی از بین داده‌های بدست آمده از پاسخگویان در خصوص میزان «زمان عرضه» مربوط به گزینه «زیاد» با فراوانی ۴۱۶ نفر (۱۶/۵ درصد) می‌باشد و حداقل فراوانی متعلق به گزینه «خیلی زیاد» با فراوانی ۲۲۸ نفر (۹ درصد) می‌باشد. ۴۰۳ نفر (۱۶ درصد) در حد متوسط رضایت داشتند، ۲۵۴ نفر (۱۰/۱ درصد) رضایتشان در حد کم و ۳۶۳ نفر (۱۴/۴ درصد) در حد خیلی کم بود.

آنالیز داده‌های بدست آمده نشان داد که ۷۳۳ نفر (۲۵ درصد) از افراد مورد مطالعه رضایتشان از «مکان عرضه» در حد زیاد و خیلی زیاد، ۳۵۴ نفر (۱۴ درصد) در حد متوسط و ۷۱۷ نفر (۲۸/۴ درصد) در حد کم و خیلی بوده است.

جدول (۱۴-۴). توزیع فراوانی میزان رضایت از گویه‌ها در افراد مورد مطالعه

گویه	میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بدون جواب	جمع
قیمت ماهی	فراوانی	۵۱۱	۵۰۵	۴۲۹	۱۷۵	۲۱	۸۸۴	۲۵۲۵
	درصد	۲۰/۲	۲۰	۱۷	۶/۹	۰/۸	۳۵	۱۰۰
تنوع ماهی	فراوانی	۲۲۸	۳۹۰	۵۵۸	۲۳۹	۵۲	۱۰۵۸	۲۵۲۵
	درصد	۹	۱۵/۴	۲۲/۱	۹/۵	۲/۱	۴۱/۹	۱۰۰
کیفیت	فراوانی	۴۹	۱۶۱	۵۱۱	۷۱۰	۳۲۰	۷۷۴	۲۵۲۵
	درصد	۱/۹	۶/۴	۲۰/۲	۲۸/۱	۱۲/۷	۳۰/۷	۱۰۰
زمان عرضه	فراوانی	۳۶۳	۲۵۴	۴۰۳	۴۱۶	۲۲۸	۸۶۱	۲۵۲۵
	درصد	۱۴/۴	۱۰/۱	۱۶	۱۶/۵	۹	۳۴/۱	۱۰۰
مکان عرضه	فراوانی	۴۵۰	۲۶۷	۳۵۴	۴۲۵	۲۰۸	۸۲۱	۲۵۲۵
	درصد	۱۷/۸	۱۰/۶	۱۴	۱۶/۸	۸/۲	۳۲/۵	۱۰۰

### ۱۶-۴- موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزیان

نتیجه بررسی در خصوص موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزیان نشان می‌دهد که ۳۹ نفر (۱/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه هنگام خرید آبزیان به «قیمت»، ۵۶ نفر (۲/۲ درصد) به «گوشتی بودن ماهی»، ۶۱۳ نفر (۲۴/۳ درصد) به «کیفیت»، ۱۲۹ نفر (۵/۱ درصد) به «بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان» و ۵۰ نفر (۲ درصد) به «همه موارد (قیمت- گوشتی بودن ماهی- کیفیت- بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان)» توجه می‌کنند و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که ۴۱۹ نفر (۱۶/۶ درصد) از افراد مورد مطالعه به «کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان»، ۱۰۳ نفر (۴/۱ درصد) به «قیمت و کیفیت»، ۴۶ نفر (۱/۸ درصد) هم به «گوشتی بودن ماهی و کیفیت» و ۳۳ نفر (۱/۳ درصد) به «قیمت و کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان» توجه می‌کنند. اطلاعات نشان می‌دهد که بیشتر افراد مورد مطالعه به هنگام خرید ماهی به کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان توجه دارند. سایر اطلاعات در جدول زیر به وضوح آمده است.

جدول (۱۵-۴). توزیع فراوانی فاکتور مورد توجه هنگام خرید آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۱/۵	۳۹	قیمت
۲/۲	۵۶	گوشتی بودن ماهی
۲۴/۳	۶۱۳	کیفیت
۵/۱	۱۲۹	بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۱۶/۶	۴۱۹	کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۳	۸	گوشتی بودن ماهی - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۴/۱	۱۰۳	قیمت - کیفیت
۱/۸	۴۶	گوشتی بودن ماهی - کیفیت
۱/۳	۳۳	قیمت - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۲	۵۰	قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۴	۱۱	قیمت - گوشتی بودن ماهی
۰/۴	۱۰	قیمت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۶	۱۶	گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۱	۳	قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت
۳۹/۳	۹۸۹	بدون جواب
۱۰۰	۲۵۲۵	جمع



## ۱۷-۴- مشکلات و تنگناهای مصرف آبزبان

بیشترین فراوانی در مورد «مشکلات و تنگناهای مصرف آبزبان» مربوط به گزینه‌های «قیمت بالای آبزبان» با فراوانی ۸۱۶ نفر (۳۲/۳ درصد)، «عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار» با فراوانی ۶۴۵ نفر (۲۵/۵ درصد) و «عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده» با فراوانی ۴۱۶ نفر (۱۶/۵ درصد) می‌باشد و کمترین فراوانی مربوط به گزینه‌های «دوست داریم ولی پول نداریم» با فراوانی ۱۳ نفر (۰/۵ درصد)، «گیرمان نمی‌آید» با فراوانی ۷ نفر (۰/۳ درصد) و «بچه‌ها ماهی دوست ندارند» با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. سایر اطلاعات عبارتند از: «نبود آبزبان در اکثر اوقات در بازار» با فراوانی ۲۶۲ نفر (۱۰/۴ درصد)، «عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها» با فراوانی ۱۷۹ نفر (۷/۱ درصد)، «نبود عادت خرید آبزبان» با فراوانی ۱۶۲ نفر (۶/۴ درصد)، «عدم آشنایی لازم با پخت آبزبان» با فراوانی ۱۳۲ نفر (۵/۲ درصد)، «عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل‌آوری» با فراوانی ۱۳۱ نفر (۵/۲ درصد)، «عدم امکان نگهداری آبزبان در منزل به مدت طولانی» با فراوانی ۱۰۵ نفر (۴/۲ درصد)، «عدم رعایت مناسب بهداشت» با فراوانی ۴۷ نفر (۱/۹ درصد) و «بوی بد ماهی» با فراوانی ۳۵ نفر (۱/۴ درصد) می‌باشند.

جدول (۱۶-۴). توزیع فراوانی مشکلات و تنگناهای مصرف آبزبان

درصد	فراوانی	موارد
۳۲/۳	۸۱۶	قیمت بالای آبزبان
۲۵/۵	۶۴۵	عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار
۱۶/۵	۴۱۶	عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده
۱۰/۴	۲۶۲	نبود آبزبان در اکثر اوقات در بازار
۷/۱	۱۷۹	عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها
۶/۴	۱۶۲	نبود عادت خرید آبزبان
۵/۲	۱۳۲	عدم آشنایی لازم با پخت آبزبان
۵/۲	۱۳۱	عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل‌آوری
۴/۲	۱۰۵	عدم امکان نگهداری آبزبان در منزل به مدت طولانی
۱/۹	۴۷	عدم رعایت مناسب بهداشت
۱/۴	۳۵	بوی بد ماهی
۰/۵	۱۳	دوست داریم ولی پول نداریم
۰/۳	۷	گیرمان نمی‌آید
۰/۲	۵	بچه‌ها ماهی دوست ندارند

### ۱۸-۴- مزایا و دلایل مصرف آبزیان

داده‌های جدول در خصوص «مزایا و دلایل مصرف آبزیان» نشان می‌دهد گزینه‌های «تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها» با فراوانی ۹۰۵ نفر (۳۸/۵ درصد)، «داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان» با فراوانی ۷۸۴ نفر (۳۱ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم، منیزیم و ...» با فراوانی ۶۳۷ نفر (۲۵/۲ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه» با فراوانی ۶۳۳ نفر (۲۵/۱ درصد) و «میزان هضم‌پذیری گوشت ماهی» با فراوانی ۴۴۳ نفر (۱۷/۵ درصد) دارای بیشترین فراوانی می‌باشد و گزینه‌های «مفید بودن برای بچه‌ها» با فراوانی ۱۸ نفر (۰/۷ درصد)، «مفید بودن برای سالمندان» با فراوانی ۱۱ نفر (۰/۴ درصد) و «چربی کمتر» با فراوانی ۶ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. اطلاعات در جدول زیر آمده است.

جدول (۱۷-۴). توزیع فراوانی مزایا و دلایل مصرف آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۳۵/۸	۹۰۵	تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها
۳۱	۷۸۴	داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان
۲۵/۲	۶۳۷	غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم، منیزیم و ...
۲۵/۱	۶۳۳	غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه
۱۷/۵	۴۴۳	میزان هضم‌پذیری گوشت ماهی
۰/۷	۱۸	مفید بودن برای بچه‌ها
۰/۴	۱۱	مفید بودن برای سالمندان
۰/۲	۶	چربی کمتر

### ۱۹-۴- میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان

میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق است که آنالیز داده‌ها نشان می‌دهد که ۳۶۲ نفر (۱۴/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه در حد متوسط از مزایای مصرف آبزیان آگاهی دارند و ۲۴۴ نفر (۹/۷ درصد) در حد زیاد و ۳۲ نفر (۱/۳ درصد) در حد خیلی زیاد از مزایای مصرف آبزیان آگاهی داشته‌اند. و ۴۶ نفر (۱/۸ درصد) از افراد مورد مطالعه اظهار داشته‌اند که در حد خیلی کم و ۴۵۱ نفر (۱۷/۹ درصد) در حد کم از مزایای آبزیان آگاهی داشته‌اند و فقط ۱۵ نفر (۰/۶ درصد) از افراد هیچ اطلاعاتی در مورد مزایای آبزیان نداشته‌اند.

جدول (۱۸-۴). توزیع فراوانی میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هیچ	۱۵	۰/۶	۰/۶
خیلی کم	۴۶	۱/۸	۲/۴
کم	۴۵۱	۱۷/۹	۲۰/۳
متوسط	۳۶۲	۱۴/۳	۳۴/۶
زیاد	۲۴۴	۹/۷	۴۴/۳
خیلی زیاد	۳۲	۱/۳	۴۵/۶
بدون جواب	۱۳۷۵	۵۴/۴	۱۰۰
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰	

## ویژگی های فردی پاسخگو

## ۲۰-۴-سن

سن یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق می باشد و نتیجه بررسی نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۱-۴۰ سال با فراوانی ۶۹۲ نفر (۲۷/۴ درصد) و کمترین تعداد مربوط به گروه سنی بالاتر از ۸۰ سال با فراوانی ۱۸ نفر (۰/۶ درصد) می باشد. اطلاعات مربوط به سایر گروه های سنی عبارتند از: گروه سنی تا ۲۰ سال دارای فراوانی ۱۲۶ نفر (۵ درصد)، گروه سنی ۲۱-۳۰ سال دارای فراوانی ۵۱۵ نفر (۲۰/۴ درصد)، گروه سنی ۴۱-۵۰ سال دارای فراوانی ۵۳۶ نفر (۲۱/۲ درصد)، گروه سنی ۵۱-۶۰ سال دارای فراوانی ۳۳۹ نفر (۱۳/۴ درصد)، گروه سنی ۶۱-۷۰ سال دارای فراوانی ۲۰۴ نفر (۸/۱ درصد) و گروه سنی ۷۱-۸۰ سال دارای فراوانی ۹۵ نفر (۳/۸ درصد) می باشند. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۲/۴۰ سال، بیشترین ۱۱۰ سال، کمترین ۱۴ سال، میانه ۴۰، واریانس ۲۳۲/۸۳ می باشد.

جدول (۱۹-۴). توزیع فراوانی سن افراد مورد مطالعه

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تا ۲۰	۱۲۶	۵	۵
۲۱-۳۰	۵۱۵	۲۰/۴	۲۵/۴
۳۱-۴۰	۶۹۲	۲۷/۴	۵۲/۸
۴۱-۵۰	۵۳۶	۲۱/۲	۷۴/۱
۵۱-۶۰	۳۳۹	۱۳/۴	۸۷/۵
۶۱-۷۰	۲۰۴	۸/۱	۹۵/۶
۷۱-۸۰	۹۵	۳/۸	۹۹/۴
بالتر از ۸۰	۱۸	۰/۶	۱۰۰
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰	

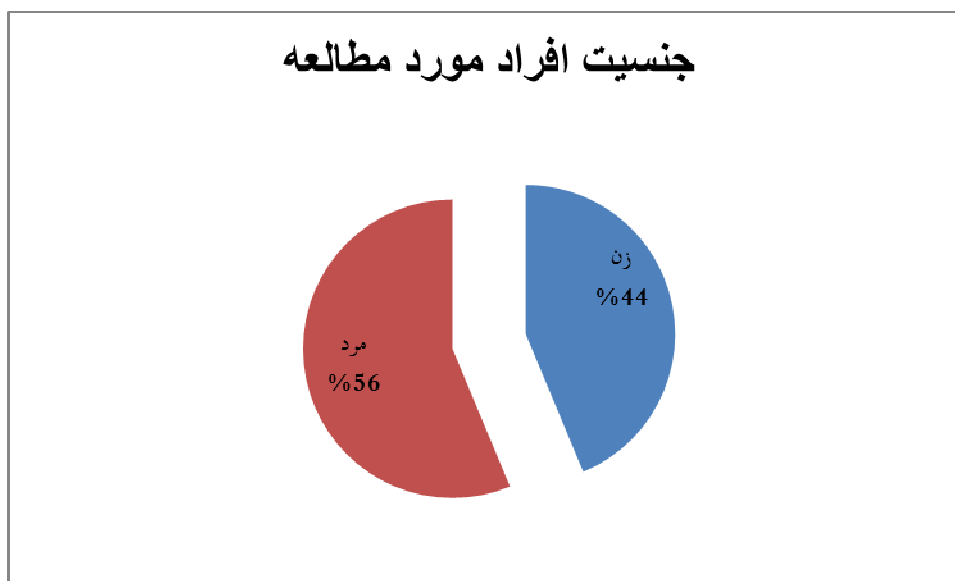
بیشترین ۱۱۰؛ کمترین ۱۴؛ واریانس ۲۳۲/۸۳؛ میانه ۴۰؛ میانگین ۴۲/۴۰

#### ۲۱-۴- جنسیت

نتایج این تحقیق حاکی است که بیشترین افراد پاسخگو زن می‌باشند. به طوری که ۱۴۵۵ نفر (۵۴/۶ درصد) از ۲۵۲۵ نفر افراد مورد مطالعه، زن و ۱۰۷۰ نفر (۴۲/۴ درصد) مرد می‌باشند. جدول زیر اطلاعات لازم را در این خصوص نشان می‌دهد.

جدول (۲۰-۴). توزیع فراوانی جنسیت افراد مورد مطالعه

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۰۷۰	۴۲/۴
زن	۱۴۵۵	۵۴/۶
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰



نمودار (۵-۴). جنسیت افراد مورد مطالعه

#### ۲۲-۴- میزان تحصیلات

نتیجه بررسی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات دیپلم با فراوانی ۶۳۱ نفر (۲۵ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد) می باشد. اطلاعات موجود در جدول توزیع فراوانی تحصیلات نشان می دهد که بی سواد با فراوانی ۴۹۱ نفر (۱۹/۴ درصد)، خواندن و نوشتن با فراوانی ۱۰۶ نفر (۴/۲ درصد)، ابتدایی با فراوانی ۴۱۶ نفر (۱۶/۵ درصد)، راهنمایی با فراوانی ۲۶ نفر (۱ درصد)، سیکل ۴۲۱ نفر (۱۶/۷ درصد)، دبیرستان ۲۱ نفر (۰/۸ درصد)، فوق دیپلم ۱۲۰ نفر (۴/۸ درصد)، لیسانس ۲۳۱ نفر (۹/۱ درصد)، فوق لیسانس ۲۵ نفر (۱ درصد) می باشند.

جدول (۲۱-۴). توزیع فراوانی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی سواد	۴۹۱	۱۹/۴	۱۹/۴
خواندن و نوشتن	۱۰۶	۴/۲	۲۳/۶
ابتدایی	۴۱۶	۱۶/۵	۴۰/۱
راهنمایی	۲۶	۱	۴۱/۱
سیکل	۴۲۱	۱۶/۷	۵۷/۸
دبیرستان	۲۱	۰/۸	۵۸/۶
دیپلم	۶۳۱	۲۵	۸۳/۶
فوق دیپلم	۱۲۰	۴/۸	۸۸/۴
لیسانس	۲۳۱	۹/۱	۹۷/۵
فوق لیسانس	۲۵	۱	۹۸/۵
دکتری	۵	۰/۲	۹۸/۷
بدون جواب	۳۲	۱/۳	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### ۲۳-۴- رشته تحصیلی پاسخگویان

تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از پاسخگویان نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه مربوط به دیپلم علوم انسانی با فراوانی ۲۹۲ نفر (۱۱/۶ درصد) و بعد از آن رشته‌های علوم انسانی (دانشگاهی) با فراوانی ۱۶۹ نفر (۶/۷ درصد) می‌باشد. کمترین فراوانی مربوط به رشته‌های پزشکی و هنر هر کدام به ترتیب با فراوانی ۹ نفر (۰/۴ درصد) و ۱۳ نفر (۰/۵ درصد) می‌باشند. رشته‌های تحصیلی دیپلم علوم- تجربی دارای فراوانی ۱۳۲ نفر (۵/۲ درصد)، دیپلم ریاضی دارای فراوانی ۵۶ نفر (۲/۲ درصد)، فنی دارای فراوانی ۹۴ نفر (۳/۷ درصد)، هنرستان دارای فراوانی ۱۳۰ نفر (۵/۱ درصد)، کشاورزی دارای فراوانی ۳۰ نفر (۱/۲ درصد) و علوم پایه دارای فراوانی ۳۸ نفر (۱/۵ درصد) می‌باشند. جدول (۲۲-۴) اطلاعات لازم را در خصوص رشته‌ها نشان می‌دهد.

جدول (۲۲-۴). توزیع فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه

درصد	فراوانی	رشته تحصیلی
۱۱/۶	۲۹۲	دیپلم علوم انسانی
۵/۲	۱۳۲	دیپلم علوم تجربی
۲/۲	۵۶	دیپلم ریاضی
۳/۷	۹۴	فنی
۵/۱	۱۳۰	هنرستان
۶/۷	۱۶۹	انسانی
۱/۲	۳۰	کشاورزی
۱/۵	۳۸	علوم پایه
۰/۵	۱۳	هنر
۰/۴	۹	پزشکی
۶۱/۹	۱۵۶۲	بی سواد، کم سواد و بدون جواب
۱۰۰	۲۵۲۵	جمع

#### ۴-۲۴- شغل

آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط به خانه دار با فراوانی ۱۱۴۷ نفر (۴۵/۴ درصد)، آزاد با فراوانی ۲۴۶ نفر (۹/۷ درصد) و کشاورز با فراوانی ۲۳۹ نفر (۹/۵ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به نظامی با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد)، خدمات پزشکی با فراوانی ۷ نفر (۰/۳ درصد) و استاد دانشگاه و وکیل هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) می باشد. اطلاعات مربوط به سایر شغل ها عبارتند از: کارمند با فراوانی ۱۶۷ نفر (۶/۶ درصد)، محصل با فراوانی ۴۹ نفر (۱/۹ درصد)، کارگر با فراوانی ۹۷ نفر (۳/۸ درصد)، دانشجو با فراوانی ۴۱ نفر (۱/۶ درصد)، دبیر با فراوانی ۵۰ نفر (۲ درصد)، بازنشسته با فراوانی ۱۱۸ نفر (۴/۷ درصد)، از کارافتاده با فراوانی ۱۴ نفر (۰/۶ درصد)، بیکار با فراوانی ۴۵ نفر (۱/۸ درصد)، خدماتی با فراوانی ۷۰ نفر (۲/۸ درصد) و راننده با فراوانی ۳۶ نفر (۱/۴ درصد) می باشند.

جدول (۲۳-۴). توزیع فراوانی شغل افراد مورد مطالعه

گویه	فراوانی	درصد
آزاد	۲۴۶	۹/۷
خانه‌دار	۱۱۴۷	۴۵/۴
کشاورز	۲۳۹	۹/۵
کارمند	۱۶۷	۶/۶
محصل	۴۹	۱/۹
کارگر	۹۷	۳/۸
دانشجو	۴۱	۱/۶
دبیر	۵۰	۲
بازنشسته	۱۱۸	۴/۷
از کار افتاده	۱۴	۰/۶
بیکار	۴۵	۱/۸
خدماتی	۷۰	۲/۸
راننده	۳۶	۱/۴
نظامی	۵	۰/۲
استاد دانشگاه	۲	۰/۱
خدمات پزشکی	۷	۰/۳
وکیل	۲	۰/۱
بدون جواب	۱۹۰	۷/۵
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>

#### ۲۵-۴- متوسط درآمد ماهیانه خانواده

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین متوسط درآمد ماهانه خانواده در افراد مورد مطالعه متعلق به گروه درآمد (۴۰۰۰۰۱-۵۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۳۱۹ نفر (۱۲/۶ درصد) و گروه درآمد (۳۰۰۰۰۱-۴۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۳۱۴ نفر (۱۲/۴ درصد) می‌باشد و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که کمترین متوسط درآمد ماهیانه خانواده در افراد مورد مطالعه متعلق به گروه درآمد (بالاتر از ۱۰۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۳۱ نفر (۱/۲ درصد)، و (تا ۱۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۵۲ نفر (۲/۱ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر گروه‌های درآمدی عبارتند از: (۱۰۰۰۰۱-۲۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۷۴ نفر (۲/۹ درصد)، (۲۰۰۰۰۱-۳۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۱۶۴ نفر (۶/۵ درصد)، (۵۰۰۰۰۱-۶۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۲۰۰ نفر (۷/۹ درصد)، (۶۰۰۰۰۱-۷۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۱۶۰ نفر (۶/۳ درصد)، (۷۰۰۰۰۱-۸۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۸۴ نفر (۳/۳ درصد) و (۸۰۰۰۰۱-۹۰۰۰۰۰ تومان) با



فراوانی ۴۴ نفر (۱/۷ درصد) و (۱۰۰۰۰۰۰-۹۰۰۰۰۰۱ تومان) با فراوانی ۷۱ نفر (۲/۸ درصد) در جدول زیر آمده است. دارای بیشترین ۳۰۰۰۰۰۰؛ کمترین ۵۰۰۰۰؛ واریانس ۷۹۸۷۰۰۰؛ میانه ۵۰۰۰۰۰۰؛ میانگین ۵۳۳۴۵۰/۱ میباشد.

جدول (۲۴-۴). توزیع فراوانی متوسط درآمد ماهیانه خانواده افراد مورد مطالعه

درآمد (تومان)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تا ۱۰۰۰۰۰	۵۲	۲/۱	۲/۱
۱۰۰۰۰۱-۲۰۰۰۰۰	۷۴	۲/۹	۵
۲۰۰۰۰۱-۳۰۰۰۰۰	۱۶۴	۶/۵	۱۱/۵
۳۰۰۰۰۱-۴۰۰۰۰۰	۳۱۴	۱۲/۴	۲۳/۹
۴۰۰۰۰۱-۵۰۰۰۰۰	۳۱۹	۱۲/۶	۳۶/۵
۵۰۰۰۰۱-۶۰۰۰۰۰	۲۰۰	۷/۹	۴۴/۴
۶۰۰۰۰۱-۷۰۰۰۰۰	۱۶۰	۶/۳	۵۰/۷
۷۰۰۰۰۱-۸۰۰۰۰۰	۸۴	۳/۳	۵۴
۸۰۰۰۰۱-۹۰۰۰۰۰	۴۴	۱/۷	۵۵/۷
۹۰۰۰۰۱-۱۰۰۰۰۰۰	۷۱	۲/۸	۵۸/۵
بالاتر از ۱۰۰۰۰۰۰	۳۱	۱/۲	۵۹/۷
بدون جواب	۱۰۱۲	۴۰/۳	۱۰۰
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰	

بیشترین ۳۰۰۰۰۰۰؛ کمترین ۵۰۰۰۰؛ میانه ۵۰۰۰۰۰۰؛ میانگین ۵۳۳۴۵۰/۱

## ۲۶-۴- تعداد اعضای خانواده

نتیجه بررسی نشان می دهد که بیشترین تعداد اعضای خانواده های افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده های ۴ نفری با فراوانی ۷۸۲ خانواده (۳۱ درصد)، خانواده های ۵ نفری با فراوانی ۵۴۷ خانواده (۲۱/۷ درصد)، خانواده های ۳ نفری با فراوانی ۴۸۲ خانواده (۱۹/۱ درصد) و خانواده های ۲ نفری با فراوانی ۳۰۳ خانواده (۱۲ درصد) می باشند و اطلاعات همچنین نشان می دهد که کمترین تعداد اعضای خانواده افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده های بالاتر از ۹ نفر با فراوانی ۷ خانواده (۰/۲ درصد) و خانواده های ۹ نفری با فراوانی ۶ خانواده (۰/۲ درصد) می باشد. اطلاعات مربوط به سایر تعداد اعضاء عبارتند از: خانواده های ۱ نفری با فراوانی ۵۹ خانواده (۲/۳ درصد)، خانواده های ۶ نفری با فراوانی ۱۸۵ خانواده (۷/۳ درصد)، خانواده های ۷ نفری با فراوانی ۷۸ خانواده (۳/۱ درصد)، خانواده های ۸ نفری با فراوانی ۲۷ خانواده (۱/۱ درصد) می باشند. دارای بیشترین ۱۶؛ کمترین ۱؛ واریانس ۲/۱۱؛ میانه ۴؛ میانگین ۴/۰۳ می باشد.

جدول (۲۵-۴). توزیع فراوانی تعداد اعضاء خانواده افراد مورد مطالعه

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۵۹	۲/۳	۲/۳
۲	۳۰۳	۱۲	۱۴/۳
۳	۴۸۲	۱۹/۱	۳۳/۴
۴	۷۸۲	۳۱	۶۴/۴
۵	۵۴۷	۲۱/۷	۸۶/۱
۶	۱۸۵	۷/۳	۹۳/۴
۷	۷۸	۳/۱	۹۶/۵
۸	۲۷	۱/۱	۹۷/۶
۹	۶	۰/۲	۹۷/۸
بالاتر از ۹	۷	۰/۲	۹۸
بدون جواب	۴۹	۲	۱۰۰
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰	

بیشترین ۱۶؛ کمترین ۱؛ واریانس ۲/۱۱؛ میانه ۴؛ میانگین ۴/۰۳؛ مجموع ۹۹۸۱ نفر

#### ۲۷-۴- میزان تحصیلات همسر

نتیجه بررسی میزان تحصیلات همسر افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات دیپلم با فراوانی ۵۰۹ نفر (۲۰/۲ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۳ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشد. اطلاعات موجود در جدول توزیع فراوانی تحصیلات نشان می‌دهد که بی‌سواد با فراوانی ۴۰۸ نفر (۱۶/۲ درصد)، خواندن و نوشتن با فراوانی ۹۹ نفر (۳/۹ درصد)، ابتدایی با فراوانی ۴۲۲ نفر (۱۶/۷ درصد)، راهنمایی با فراوانی ۳۰ نفر (۱/۲ درصد)، سیکل ۳۶۹ نفر (۱۴/۶ درصد)، دبیرستان ۱۴ نفر (۰/۶ درصد)، فوق دیپلم ۵۹ نفر (۲/۳ درصد)، لیسانس ۱۳۹ نفر (۵/۵ درصد)، فوق لیسانس ۱۹ نفر (۰/۸ درصد) می‌باشند.

جدول (۲۶-۴). توزیع فراوانی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی سواد	۴۰۸	۱۶/۲	۱۶/۲
خواندن و نوشتن	۹۹	۳/۹	۲۰/۱
ابتدایی	۴۲۲	۱۶/۷	۳۶/۸
راهنمایی	۳۰	۱/۲	۳۸
سیکل	۳۶۹	۱۴/۶	۵۲/۶
دبیرستان	۱۴	۰/۶	۵۳/۲
دیپلم	۵۰۹	۲۰/۲	۷۳/۴
فوق دیپلم	۵۹	۲/۳	۷۵/۷
لیسانس	۱۳۹	۵/۵	۸۱/۲
فوق لیسانس	۱۹	۰/۸	۸۲
دکتری	۳	۰/۱	۸۲/۱
بدون جواب	۴۵۴	۱۷/۹	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۵۲۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### ۲۸-۴- شغل همسر

آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط به خانه دار با فراوانی ۸۳۵ نفر (۳۳/۱ درصد)، آزاد با فراوانی ۲۷۵ نفر (۱۰/۹ درصد) و کشاورز با فراوانی ۲۲۱ نفر (۸/۸ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به محصل با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد)، خدمات پزشکی و استاد دانشگاه هر کدام با فراوانی ۳ نفر (۰/۱ درصد) می باشد. اطلاعات مربوط به سایر شغل ها عبارتند از: کارمند با فراوانی ۱۵۸ نفر (۶/۳ درصد)، کارگر با فراوانی ۱۷۵ نفر (۶/۹ درصد)، دانشجو با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد)، دبیر و استاد با فراوانی ۵۰ نفر (۲ درصد)، بازنشسته با فراوانی ۱۲۸ نفر (۵/۱ درصد)، از کارافتاده با فراوانی ۱۷ نفر (۰/۷ درصد)، بیکار با فراوانی ۶۸ نفر (۲/۷ درصد)، خدماتی با فراوانی ۸۴ نفر (۳/۳ درصد) و راننده با فراوانی ۴۳ نفر (۱/۷ درصد) می باشند.

جدول (۲۲-۴). توزیع فراوانی شغل همسر افراد مورد مطالعه

گویه	فراوانی	درصد
آزاد	۲۷۵	۱۰/۹
خانه‌دار	۸۳۵	۳۳/۱
کشاورز	۲۲۱	۸/۸
کارمند	۱۵۸	۶/۳
محصل	۲	۰/۱
کارگر	۱۷۵	۶/۹
دانشجو	۵	۰/۲
دبیر و استاد	۵۰	۲
بازنشسته	۱۲۸	۵/۱
از کار افتاده	۱۷	۰/۷
بیکار	۶۸	۲/۷
خدماتی	۸۴	۳/۳
راننده	۴۳	۱/۷
نظامی	۶	۰/۲
استاد دانشگاه	۳	۰/۱
خدمات پزشکی	۳	۰/۱
بدون جواب	۴۵۲	۱۷/۹
جمع	۲۵۲۵	۱۰۰

### ب) نتایج مطالعه در مناطق شهری (مصرف آبزیان در مناطق شهری)

#### ۲۹-۴- میزان علاقه خانواده‌های شهری به مصرف آبزیان

میزان علاقه خانواده‌ها به مصرف آبزیان یکی از متغیرهای مورد مطالعه است که نتیجه بررسی در این خصوص نشان می‌دهد ۳۵۰ نفر (۲۴/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند که «هیچ» علاقه‌ای به مصرف آبزیان ندارند، ۸۲ نفر (۵/۶ درصد) در حد «خیلی کم» و ۱۲۲ نفر (۸/۴ درصد) در حد «کم» به مصرف آبزیان علاقه دارند. میزان علاقه ۳۸۴ نفر (۲۶/۴ درصد) به مصرف آبزیان در حد «متوسط» و ۳۸۸ نفر (۲۶/۶ درصد) زیاد و ۱۲۹ نفر (۸/۹ درصد) در حد «خیلی زیاد» می‌باشد. بنابراین بیشترین فراوانی مربوط به گزینه «زیاد» و کمترین فراوانی مربوط به گزینه «خیلی کم» می‌باشد. میانگین علاقه مردم ساکن مناطق شهری ۲/۵ از ۵ یعنی بین کم و متوسط قرار دارد.

جدول (۲۸-۴). توزیع فراوانی میزان علاقه خانواده به مصرف آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هیچ	۳۵۰	۲۴/۱	۲۴/۱
خیلی کم	۸۲	۵/۶	۲۹/۷
کم	۱۲۲	۸/۴	۳۸/۱
متوسط	۳۸۴	۲۶/۴	۶۴/۵
زیاد	۳۸۸	۲۶/۶	۹۱/۱
خیلی زیاد	۱۲۹	۸/۹	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

میانگین ۲/۵؛ انحراف معیار ۱/۶؛ میانه ۳؛ واریانس ۲/۸

### ۳۰-۴- میزان آبزیان مورد مصرف در مناطق شهری

۴۸ نفر (۳/۳ درصد) از افراد مصرف کننده، ماهی قزل آلا را در حد «خیلی کم» مصرف کرده اند، ۱۶۸ نفر (۱۱/۵ درصد) در حد «کم» و ۲۲۲ نفر (۱۵/۳ درصد) در حد «متوسط» مصرف کرده اند. در حالی که ۱۱۵ نفر (۷/۹ درصد) در حد «زیاد» و فقط مصرف (۳ درصد) از مصرف کنندگان در حد «خیلی زیاد» بوده است.

- تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که ۴۰ نفر (۲/۸ درصد) از مصرف کنندگان، شیرماهی را در حد «کم» و «خیلی کم»، ۲۸ نفر (۱/۹ درصد) آن را در حد «متوسط» و ۲۵ نفر (۱/۷ درصد) آن را در حد «زیاد» و «خیلی زیاد» مصرف کرده اند.

- بررسی میزان مصرف ماهی سفید در مصرف کنندگان نشان می دهد که (۴/۸ درصد) از افراد (۷۱ نفر) در حد «کم» و «خیلی کم» از این ماهی مصرف کرده اند، میزان مصرف ۳۴ نفر (۲/۴ درصد) در حد «متوسط» و ۱۹ نفر (۱/۳ درصد) در حد «زیاد» و «خیلی زیاد» بوده است.

- بررسی داده های بدست آمده از میزان مصرف ماهی حلوا در افراد مصرف کننده نشان می دهد ۱۲ نفر (۰/۸ درصد) در حد «خیلی کم» و ۱۶ نفر (۱/۲ درصد) در حد «کم» و ۱۱ نفر (۰/۷ درصد) در حد «متوسط» از این ماهی مصرف کرده اند و فقط ۷ نفر (۰/۵ درصد) افراد، از این ماهی «زیاد» مصرف کرده اند.

- ۱۲ نفر (۰/۸ درصد) از افراد مصرف کننده در این تحقیق اظهار داشته اند که از ماهی کپور در حد «کم» و «خیلی کم» مصرف می کنند، ۱۱ نفر (۰/۸ درصد) در حد «متوسط» و ۵ نفر (۰/۳ درصد) در حد «زیاد» از ماهی کپور مصرف می کنند.

- نتایج نشان می دهد میزان مصرف ماهی آزاد در ۵ نفر (۰/۴ درصد) از افراد مصرف کننده در حد «کم» و «خیلی کم» و در ۶ نفر (۰/۴ درصد) در حد «متوسط» بوده است و فقط ۲ نفر (۰/۱ درصد) مصرف کنندگان، میزان مصرف خود را در حد «زیاد» عنوان کرده اند.

- آنالیز داده‌ها نشان می‌دهد میزان مصرف ماهی شوریده در ۱۹ نفر (۱/۳ درصد) از مصرف‌کنندگان در حد «کم» و «خیلی کم»، در ۱۴ نفر (۱ درصد) «متوسط» و در ۱۲ نفر (۰/۸ درصد) این میزان مصرف «زیاد» و «خیلی زیاد» بوده است.

- نتایج نشان می‌دهد که ۳ نفر (۰/۲ درصد) از مصرف‌کنندگان میگو را در حد «خیلی کم» و ۲ نفر (۰/۱ درصد) آن را در حد «متوسط» و ۳ نفر (۰/۲ درصد) هم آن را در حد «زیاد» مصرف کرده‌اند.

- همچنین نتیجه این مطالعه در مورد میزان مصرف سایر ماهی‌ها نشان می‌دهد ۲۸ نفر (۱/۹ درصد) از افراد مصرف‌کننده در حد «کم» و «خیلی کم» و در ۲۲ نفر (۱/۵ درصد) در حد «متوسط» بوده است و میزان مصرف ۱۶ نفر (۱ درصد) از مصرف‌کنندگان در حد «زیاد» و «خیلی زیاد» بوده است.

جدول (۲۹-۴). توزیع فراوانی انواع آبزیان مورد مصرف

گوبه	میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بدون جواب	جمع
قزل‌آلا	فراوانی	۴۸	۱۶۸	۲۲۲	۱۱۵	۴۳	۸۵۹	۱۴۵۵
	درصد	۳/۳	۱۱/۵	۱۵/۳	۷/۹	۳	۵۹	۱۰۰
شیر ماهی	فراوانی	۶	۳۴	۲۸	۱۸	۷	۱۳۶۲	۱۴۵۵
	درصد	۰/۴	۲/۴	۱/۹	۱/۲	۰/۵	۹۳/۶	۱۰۰
سفید	فراوانی	۱۵	۵۶	۳۴	۱۷	۲	۱۳۳۱	۱۴۵۵
	درصد	۱	۳/۸	۲/۴	۱/۲	۰/۱	۹۱/۵	۱۰۰
حلوا	فراوانی	۱۲	۱۶	۱۱	۷	-	۱۴۰۸	۱۴۵۵
	درصد	۰/۸	۱/۲	۰/۷	۰/۵	-	۹۶/۸	۱۰۰
کپور	فراوانی	۴	۸	۱۱	۵	-	۱۴۲۷	۱۴۵۵
	درصد	۰/۳	۰/۵	۰/۸	۰/۳	-	۹۸/۱	۱۰۰
آزاد	فراوانی	۱	۴	۶	۲	-	۱۴۴۲	۱۴۵۵
	درصد	۰/۱	۰/۳	۰/۴	۰/۱	-	۹۹/۱	۱۰۰
شوریده	فراوانی	۶	۱۳	۱۴	۱۰	۲	۱۴۱۰	۱۴۵۵
	درصد	۰/۴	۰/۹	۱	۰/۷	۰/۱	۹۶/۹	۱۰۰
میگو	فراوانی	۳	-	۲	۲	-	۱۴۴۷	۱۴۵۵
	درصد	۰/۲	-	۰/۱	۰/۲	-	۹۹/۵	۱۰۰
سایر	فراوانی	۸	۲۰	۲۲	۱۴	۲	۱۳۸۹	۱۴۵۵
	درصد	۰/۵	۱/۴	۱/۵	۰/۹	۰/۱	۹۵/۶	۱۰۰

### ۳۱-۴- انواع آبیان مورد مصرف در مناطق شهری

اطلاعات جدول (۴-۵) حاکی از آن است که ۵۹۶ نفر (۴۱ درصد) ماهی قزل آلا مصرف کرده اند، ۷۹ نفر (۵/۴ درصد) شیرماهی، ۸۵ نفر (۵/۸ درصد) سفید، ۲۵ نفر (۱/۷ درصد) حلوا، ۲۹ نفر (۲ درصد) کپور، ۱۵ نفر (۱ درصد) آزاد، ۲۴ نفر (۱/۶ درصد) شوریده و ۴۷ نفر (۳/۲ درصد) سایر ماهی ها را مصرف کرده اند. سایر ماهی ها عبارتند از: جنوب- سیاه- فیله - دودی- کولی - میگو- نیزه ای- اقیانوسی - خاویاری - هوکی - عروس - قباد- فیتوفاک- آمور و کیلکا، اوزون برون - کفشک- سرخو- آزاد- فیله - کپور - کفال- سافی- زبون.

جدول (۳۰-۴). توزیع فراوانی انواع آبیان مورد مصرف

تعداد	فراوانی	درصد
قزل آلا	۵۹۶	۴۰/۹
شیرماهی	۹۶	۶/۷
سفید	۱۲۹	۸/۹
حلوا	۴۵	۳/۱
کپور	۲۹	۲
آزاد	۱۵	۱
شوریده	۴۵	۳/۱
میگو	۸	۰/۵
سایر	۷۹	۵/۴
عدم اعلام نوع ماهی مصرفی و یا عدم مصرف ماهی	۴۱۳	۲۸/۴
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>

### ۳۲-۴- دفعات مصرف خانواده در شهر

نتیجه بررسی نشان می دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۷ روز یکبار ماهی مصرف می کنند. بیشترین پاسخ ها در خصوص دفعات مصرف خانواده، مربوط به گزینه های «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۵۹۹ نفر (۴۱/۲ درصد) و «۱ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱۱۲ نفر (۷/۷ درصد) می باشد و کمترین پاسخ ها مربوط به گزینه های «۵ بار در سال» و «۸ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) می باشد. فراوانی گزینه های «۲ بار در سال» ۱۱ نفر (۰/۸ درصد) و «۳ بار در سال» ۲۱ نفر (۱/۴ درصد)، «۴ بار در سال» ۲۷ نفر (۱/۹ درصد)، «۱۰ بار در سال» ۷ نفر (۰/۵ درصد)، «۲۴ بار در سال» ۹۵ نفر (۶/۵ درصد)، «۵۲ بار در سال» ۴۳ نفر (۳ درصد) و «بیش از ۵۲ بار در سال» ۴۳ نفر (۳/۱ درصد) می باشند.

جدول (۳۱-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانوار شهری

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۱۱۲	۷/۷	۷/۷
۲	۱۱	۰/۸	۸/۵
۳	۲۱	۱/۴	۹/۹
۴	۲۷	۱/۹	۱۱/۸
۵	۱	۰/۱	۱۱/۹
۶	۱۱۲	۷/۷	۱۹/۶
۸	۱	۰/۱	۱۹/۷
۱۰	۷	۰/۵	۲۰/۲
۱۲	۵۹۹	۴۱/۲	۶۱/۴
۲۴	۹۵	۶/۵	۷۷/۹
۳۶	۸	۰/۵	۷۸/۴
۵۲	۴۴	۳	۸۱/۴
بیش از ۵۲ بار	۴۳	۳/۱	۸۴/۵
هیچ وقت و بدون جواب	۳۷۴	۲۵/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۷/۰۹؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۳۳-۴- میزان مصرف سرانه در شهر

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین پاسخها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «۱-۳» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲۰۳ نفر (۱۴ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخها مربوط به گزینه‌های «۱۵-۱۳» با فراوانی ۱۸ نفر (۱/۳ درصد) و «۹-۱۱» با فراوانی ۲۴ نفر (۱/۶ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «کمتر از ۱» با فراوانی ۱۶۷ نفر (۱۱/۵ درصد) و «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۱۴۳ نفر (۹/۸ درصد)، «۳-۵» با فراوانی ۱۴۳ نفر (۹/۸ درصد)، «۵-۷» با فراوانی ۱۴۶ نفر (۱۰ درصد)، «۷-۹» با فراوانی ۱۴۷ نفر (۱۰/۱ درصد) و «۱۱-۱۳» با فراوانی ۱۰۲ نفر (۷ درصد) می‌باشند.



جدول (۳۲-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۱۶۷	۱۱/۵	۱۱/۵
۱-۳	۲۰۳	۱۴	۲۵/۵
۳-۵	۱۴۳	۹/۸	۳۶/۳
۵-۷	۱۴۶	۱۰	۴۶/۳
۷-۹	۱۴۷	۱۰/۱	۵۶/۴
۹-۱۱	۲۴	۱/۶	۵۸/۰
۱۱-۱۳	۱۰۲	۷	۶۵/۰
۱۳-۱۵	۱۸	۱/۳	۶۶/۳
بالاتر از ۱۵	۱۴۳	۹/۸	۷۶/۱
بدون جواب و عدم مصرف	۳۶۲	۲۴/۹	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهر: ۶/۷۰

برای محاسبه میزان مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۶/۷۰$$

میانگین سرانه مصرف در مناطق شهری ۶/۷۰ کیلوگرم فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۶/۲۰ و حد بالای ۷/۱۹ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در مناطق شهری استان مرکزی ۶/۷۰ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۹/۴۹	۶/۷۰	۶/۲۰	۷/۱۹

### ۴-۳۴- میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید در مناطق شهری

آنالیز داده‌های بدست آمده از تحقیق، در خصوص میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید نشان می‌دهد که ۲۲۹ نفر (۱۵/۶۷ درصد) «کمتر از ۳ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند، ۴۱۹ نفر (۲۸/۸ درصد) «۳-۶ کیلو»، ۷۱ نفر (۴/۹ درصد) «۷-۱۰ کیلو»، ۵ نفر (۰/۳ درصد) «۱۱-۱۴ کیلو»، ۷ نفر (۰/۵ درصد) «۱۵-۱۸ کیلو» و ۱۶ نفر (۱/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه «بالاتر از ۱۸ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند. اطلاعات نشان می‌دهد که میانگین خرید آبزیان پرورشی در مناطق شهری ۴/۴۱ کیلو گرم است.

جدول (۴-۳۳). توزیع فراوانی میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید

میزان (کیلو)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳	۲۲۹	۱۵/۷	۱۵/۷
۳-۶	۴۱۹	۲۸/۸	۴۴/۵
۷-۱۰	۷۱	۴/۹	۴۹/۴
۱۱-۱۴	۵	۰/۳	۴۹/۷
۱۵-۱۸	۷	۰/۵	۵۰/۲
بالاتر از ۱۸	۱۶	۱/۱	۵۱/۳
بدون جواب	۷۰۸	۴۸/۷	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

بیشترین ۴۰؛ کمترین ۰/۵؛ واریانس ۱۴/۲۴۷؛ میانه ۳/۵۰؛ میانگین ۴/۴۱

### ۴-۳۵- قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید

بررسی داده‌های بدست آمده درخصوص قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید نشان می‌دهد که حدود ۸ نفر (۰/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه «کمتر از ۳۰۰۰ تومان» بابت هر کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند، در حالی که ۶۴۶ نفر (۴۴/۴ درصد) قیمتی در حدود «۳۰۰۰-۶۰۰۰ تومان» پرداخت می‌کنند، ۴۴ نفر (۳ درصد) در حد «۶۰۰۱-۹۰۰۰ تومان» و ۵۲ نفر (۳/۶ درصد) در حدود «۹۰۰۱-۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید یک کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند و فقط ۴ نفر (۰/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه قیمتی «بالاتر از ۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید هر کیلو ماهی هزینه می‌کنند. محاسبه داده‌های بدست آمده نشان می‌دهد که میانگین قیمت ماهی پرورشی در مناطق شهری ۵۰۵۹/۵۵ تومان است.

جدول (۳۴-۴). توزیع فراوانی قیمت آبزبان (پرورشی)

قیمت (تومان)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳۰۰۰	۸	۰/۵	۰/۵
۳۰۰۰-۶۰۰۰	۶۴۶	۴۴/۴	۴۴/۹
۶۰۰۱-۹۰۰۰	۴۴	۳	۴۷/۹
۹۰۰۱-۱۲۰۰۰	۵۲	۳/۶	۵۱/۵
بالاتر از ۱۲۰۰۰	۴	۰/۳	۵۱/۸
بدون جواب	۷۰۱	۴۸/۲	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

بیشترین ۲۰۰۰۰؛ کمترین ۲۵۰۰؛ میانه ۴۵۰۰؛ میانگین ۵۰۵۹/۵۵

### ۳۶-۴- میزان خرید آبزبان (دریایی) در هر بار خرید

بررسی داده‌های بدست آمده درخصوص میزان خرید آبزبان (دریایی) در هر بار خرید نشان می‌دهد که ۷۵ نفر (۵/۲ درصد) «کمتر از ۳ کیلو» در هر بار ماهی خرید می‌کنند، ۶۴ نفر (۴/۴ درصد) «۳-۶ کیلو» در هر بار خرید می‌کنند، ۱۶ نفر (۱/۱ درصد) «۷-۱۰ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند و فقط عده کمی از افراد مورد مطالعه در حدود ۶ نفر (۰/۴ درصد) «بالاتر از ۱۰ کیلو» ماهی خرید می‌کنند. میانگین خرید آبزبان دریایی در هر بار خرید ۳/۹۴ کیلو گرم است. کمترین میزان یک کیلو و بیشترین میزان ۱۷/۳۸ کیلو گرم است.

جدول (۳۵-۴). توزیع فراوانی میزان خرید آبزبان در هر بار خرید

میزان (کیلو)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳	۷۵	۵/۲	۵/۲
۳-۶	۶۴	۴/۴	۹/۶
۷-۱۰	۱۶	۱/۱	۱۰/۷
بالاتر از ۱۰	۶	۰/۴	۱۱/۱
بدون جواب	۱۲۹۴	۸۸/۹	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

بیشترین ۳۰؛ کمترین ۱؛ واریانس ۱۷/۳۸؛ میانه ۳؛ میانگین ۳/۹۴

### ۳۷-۴- قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید

بررسی داده‌های بدست آمده درخصوص قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید نشان می‌دهد که فقط ۱ نفر (۰/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه «کمتر از ۳۰۰۰ تومان» بابت هر کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند، در حالی که ۴۲ نفر (۲/۹ درصد) قیمتی در حدود «۳۰۰۰-۶۰۰۰ تومان» پرداخت می‌کنند، ۷۶ نفر (۵/۲ درصد) در حد «۶۰۰۱-۹۰۰۰ تومان» و ۴۴ نفر (۳ درصد) در حدود «۹۰۰۱-۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید یک کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می‌کنند و ۱۶ نفر (۱/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه قیمتی «بالاتر از ۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید هر کیلو ماهی هزینه می‌کنند. میانگین قیمت خرید ماهی دریایی در مناطق شهری ۹۰۹/۴۹ تومان و میانه ۸۷۰۰ تومان است.

جدول (۴-۳۶). توزیع فراوانی قیمت آبزیان (دریایی)

قیمت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳۰۰۰	۱	۰/۱	۰/۱
۳۰۰۰-۶۰۰۰	۴۲	۲/۹	۳
۶۰۰۱-۹۰۰۰	۷۶	۵/۲	۸/۲
۹۰۰۱-۱۲۰۰۰	۴۴	۳	۱۱/۲
بالاتر از ۱۲۰۰۰	۱۶	۱/۱	۱۲/۳
بدون جواب	۱۲۷۶	۸۷/۷	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

بیشترین ۳۰۰۰۰؛ کمترین ۲۰۰۰؛ میانه ۸۷۰۰؛ میانگین ۸۹۰۹/۴۹

### ۳۸-۴- طریقه مصرف آبزیان

نتیجه بررسی در خصوص طریقه مصرف آبزیان نشان می‌دهد که ۶۶۷ نفر (۴۵/۸ درصد) از افراد مورد مطالعه به طریقه «سرخ کردنی»، ۴۸ نفر (۳/۳ درصد) به طریقه «آب‌پز»، ۹ نفر (۰/۶ درصد) «شکم‌پر» و ۳۳ نفر (۲/۳ درصد) «کبابی» ماهی را مصرف می‌کنند و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که ۲۰۳ نفر (۱۴ درصد) از افراد مورد مطالعه به روش «آب‌پز و سرخ کردنی»، ۳۸ نفر (۲/۶ درصد) به روش «سرخ کردنی و کبابی» و ۱۹ نفر (۱/۳ درصد) هم به روش «سرخ کردنی و شکم‌پر» ماهی مصرف می‌کنند و فقط ۱ نفر (۰/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه به روش‌های «آب‌پز و سرخ کردنی و کبابی»، «آب‌پز و سرخ کردنی و شکم‌پر» و «آب‌پز و بخارپز» ماهی مصرف می‌کنند.

جدول (۳۷-۴). توزیع فراوانی طریقه مصرف آبیان

درصد	فراوانی	تعداد
۳/۳	۴۸	آب‌پز
۴۵/۸	۶۶۷	سرخ کردنی
۰/۶	۹	شکم‌پر
۲/۳	۳۳	کبابی
۱۴	۲۰۳	آب‌پز- سرخ کردنی
۲/۶	۳۸	سرخ کردنی- کبابی
۰/۳	۵	آب‌پز- کبابی
۰/۱	۱	آب‌پز- سرخ کردنی- کبابی
۱/۳	۱۹	سرخ کردنی- شکم‌پر
۰/۳	۴	بخارپز
۰/۱	۲	شکم‌پر- کبابی
۰/۱	۱	آب‌پز- سرخ کردنی- شکم‌پر
۰/۲	۳	سرخ کردنی- بخارپز
۰/۱	۱	آب‌پز- بخارپز
۰/۲	۳	سرخ کردنی- شکم‌پر- کبابی
۰/۳	۴	آب‌پز- سرخ کردنی- شکم‌پر- کبابی
۲۸/۴	۴۱۴	بدون جواب
۱۰۰	۱۴۵۵	جمع

### ۴-۳۹- محل تأمین آبیان

بیشترین پاسخ‌ها درخصوص محل تأمین آبیان، مربوط به گزینه‌های «بازار محلی»، «فروشگاه‌های زنجیره‌ای» و «استخر پرورش ماهی» و «بازار محلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۴۹۵ نفر (۳۴ درصد)، ۱۹۲ نفر (۱۳/۲ درصد)، ۱۲۸ نفر (۸/۸ درصد) و ۱۰۸ نفر (۷/۴ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «استخر پرورش ماهی- دوره‌گردها» با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد)، «رودخانه» و «بازار محلی- دوره‌گردها» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۱ درصد) و «استخر پرورش ماهی و سایر شهرها» با فراوانی ۳ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «تعاونی» و «بازار محلی و سایر شهرها» و «فروشگاه‌های زنجیره‌ای و استخر پرورش ماهی» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۵ نفر (۰/۳ درصد) می‌باشند. ۶۲ نفر (۴/۳ درصد) از افراد مطالعه محل تأمین آبیان مصرفی خود را از «سایر شهرها» و ۳۴ نفر (۲/۳ درصد) از «بازار محلی و استخر پرورش ماهی» تأمین کرده‌اند. اطلاعات کامل در جدول زیر آمده است.

جدول (۳۸-۴). توزیع فراوانی محل تأمین آبزیان

درصد	فراوانی	تعداد
۳۴	۴۹۵	بازار محلی
۱۳/۲	۱۹۲	فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۷/۴	۱۰۸	بازار محلی - فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۸/۸	۱۲۸	استخر پرورش ماهی
۰/۳	۵	تعاونی
۱	۱۵	دوره‌گردها
۴/۳	۶۲	سایر شهرها
۰/۳	۴	سد
۲/۳	۳۴	بازار محلی - استخر پرورش ماهی
۰/۳	۵	بازار محلی - سایر شهرها
۰/۱	۲	رودخانه
۰/۱	۱	استخر پرورش ماهی - دوره‌گردها
۰/۲	۳	استخر پرورش ماهی - سایر شهرها
۰/۱	۲	بازار محلی - دوره‌گردها
۰/۳	۵	فروشگاه‌های زنجیره‌ای - استخر پرورش ماهی
۰/۸	۱۰	شیلات
۲۶/۵	۳۸۴	بدون جواب
۱۰۰	۱۴۵۵	جمع

#### ۴-۴۰- تمایل به خرید انواع ماهی

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین افراد تمایل به خرید «آبزیان تازه»، «آبزیان کنسروی و تازه» و «آبزیان کنسروی» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲۹۳ نفر (۲۰/۱ درصد)، ۲۰۷ نفر (۱۴/۲ درصد) و ۱۰۶ نفر (۷/۳ درصد) را دارند و کمترین افراد تمایل به خرید «آبزیان زنده و کنسروی و بسته‌بندی و تازه»، «آبزیان زنده و بسته‌بندی»، «آبزیان منجمد و کنسروی و بسته‌بندی» و «آبزیان زنده و منجمد و تازه» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشند. ۷۹ نفر (۵/۴ درصد) از افراد مطالعه «آبزیان منجمد»، ۳۴ نفر (۲/۳ درصد) «آبزیان بسته‌بندی»، ۶۰ نفر (۴/۱ درصد) «آبزیان زنده» مصرف می‌کنند. اطلاعات مربوط به سایر گزینه‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول (۳۹-۴). توزیع فراوانی تمایل به خرید انواع آبزبان

درصد	فراوانی	تعداد
۴/۱	۶۰	آبزبان زنده
۵/۴	۷۹	آبزبان منجمد
۷/۳	۱۰۶	آبزبان کنسروی
۲/۳	۳۴	آبزبان بسته بندی
۲۰/۱	۲۹۳	آبزبان تازه
۱/۵	۲۲	آبزبان زنده - کنسروی - تازه
۱۴/۲	۲۰۷	آبزبان کنسروی - تازه
۳	۴۳	آبزبان زنده - تازه
۰/۳	۴	آبزبان منجمد - بسته بندی
۰/۸	۱۱	آبزبان بسته بندی - تازه
۳/۲	۴۷	آبزبان کنسروی - بسته بندی - تازه
۳/۴	۴۹	آبزبان منجمد - کنسروی
۱/۶	۲۴	آبزبان منجمد - کنسروی - تازه
۴	۵۸	آبزبان منجمد - تازه
۲/۷	۳۹	آبزبان کنسروی - بسته بندی
۰/۱	۲	آبزبان زنده - منجمد - تازه
۰/۳	۴	آبزبان زنده - منجمد
۱/۷	۲۵	آبزبان زنده - کنسروی
۰/۲	۳	آبزبان زنده - منجمد - کنسروی
۰/۱	۲	آبزبان زنده - بسته بندی
۰/۴	۶	آبزبان زنده - کنسروی - بسته بندی
۱/۱	۱۶	آبزبان زنده - منجمد - کنسروی - بسته بندی - تازه
۰/۳	۴	آبزبان زنده - منجمد - کنسروی - تازه
۰/۴	۶	آبزبان منجمد - کنسروی - بسته بندی - تازه
۰/۱	۲	آبزبان منجمد - کنسروی - بسته بندی
۰/۱	۲	آبزبان زنده - کنسروی - بسته بندی - تازه
۲۱/۲	۳۰۷	بدون جواب
۱۰۰	۱۴۵۵	جمع

### ۴-۴۱- میزان رضایت از گویه‌ها

۶۲۸ نفر (۴۳/۲ درصد) از ۱۴۵۵ نفر افراد مورد مطالعه، از «قیمت ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشته‌اند. ۲۵۷ نفر (۱۷/۷ درصد) در حد متوسط از «قیمت ماهی» رضایت داشتند و ۱۴۰ نفر (۹/۷ درصد) از افراد مورد مطالعه از «قیمت ماهی» در حد زیاد و خیلی زیاد رضایت داشتند.

۳۷۹ نفر (۲۶/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه در این تحقیق، از «تنوع ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشتند، ۳۵۱ نفر (۲۴/۱ درصد) در حد متوسط و ۱۹۶ نفر (۱۳/۵ درصد) افراد از «تنوع ماهی» در حد زیاد و خیلی زیاد رضایت داشتند.

۲۷۶ نفر (۱۹ درصد) افراد مورد مطالعه از «کیفیت» در حد متوسط رضایت داشتند، ۲۰۷ نفر (۱۴/۲ درصد) در حد خیلی زیاد، ۴۷۹ نفر (۳۲/۹ درصد) در حد زیاد رضایت داشتند. ۳۳ نفر (۲/۲ درصد) رضایتشان از «کیفیت» در حد خیلی کم و ۱۰۶ نفر (۷/۳ درصد) در حد کم بود.

بیشترین فراوانی از بین داده‌های بدست آمده از پاسخگویان در خصوص میزان «زمان عرضه» مربوط به گزینه «متوسط» با فراوانی ۲۷۹ نفر (۱۹/۲ درصد) می‌باشد و حداقل فراوانی متعلق به گزینه «خیلی کم» با فراوانی ۱۴۰ نفر (۹/۶ درصد) می‌باشد. ۱۵۹ نفر (۱۰/۹ درصد) در حد کم رضایت داشتند، ۱۷۴ نفر (۱۲ درصد) رضایتشان در حد خیلی زیاد و ۲۷۲ نفر (۱۷/۷ درصد) در حد زیاد بود.

آنالیز داده‌های بدست آمده نشان داد که ۳۲۰ نفر (۲۲ درصد) از افراد مورد مطالعه رضایتشان از «مکان عرضه» در حد کم و خیلی کم، ۲۳۵ نفر (۱۶/۲ درصد) در حد متوسط و ۴۸۸ نفر (۳۳/۶ درصد) در حد زیاد و خیلی زیاد بوده است.

جدول (۴-۴۰). توزیع فراوانی میزان رضایت از گویه‌ها در افراد مورد مطالعه

گویه	میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بدون جواب	جمع
قیمت ماهی	فراوانی	۳۲۳	۳۰۵	۲۵۷	۱۲۶	۱۴	۴۳۰	۱۴۵۵
	درصد	۲۲/۲	۲۱	۱۷/۷	۸/۷	۱	۲۹/۶	۱۰۰
تنوع ماهی	فراوانی	۱۳۲	۲۴۷	۳۵۱	۱۵۷	۳۹	۵۲۹	۱۴۵۵
	درصد	۹/۱	۱۷	۲۴/۱	۱۰/۸	۲/۷	۳۶/۴	۱۰۰
کیفیت	فراوانی	۳۳	۱۰۶	۲۷۶	۴۷۹	۲۰۷	۳۵۴	۱۴۵۵
	درصد	۲/۳	۷/۳	۱۹	۳۲/۹	۱۴/۲	۲۴/۳	۱۰۰
زمان عرضه	فراوانی	۱۴۰	۱۵۹	۲۷۹	۲۷۲	۱۷۴	۴۳۱	۱۴۵۵
	درصد	۹/۶	۱۰/۹	۱۹/۲	۱۸/۷	۱۲	۲۹/۶	۱۰۰
مکان عرضه	فراوانی	۱۷۴	۱۴۶	۲۳۵	۳۲۱	۱۶۷	۴۱۲	۱۴۵۵
	درصد	۱۲	۱۰	۱۶/۲	۲۲/۱	۱۱/۵	۲۸/۳	۱۰۰



## ۴۲-۴- نکات توجه به هنگام خرید آبزبان در مناطق شهری

نتیجه بررسی در خصوص موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزبان نشان می‌دهد که ۶ نفر (۱/۸ درصد) از افراد مورد مطالعه هنگام خرید آبزبان به «قیمت»، ۳۱ نفر (۲/۱ درصد) به «گوشتی بودن ماهی»، ۳۷۰ نفر (۲۵/۴ درصد) به «کیفیت»، ۶۵ نفر (۴/۵ درصد) به «بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان» و ۲۸ نفر (۱/۹ درصد) به «همه موارد (قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان)» توجه می‌کنند و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که ۳۱۹ نفر (۲۱/۹ درصد) از افراد مورد مطالعه به «کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان»، ۷۰ نفر (۴/۸ درصد) به «قیمت و کیفیت»، ۲۹ نفر (۲ درصد) هم به «گوشتی بودن ماهی و کیفیت» و ۱۸ نفر (۱/۲ درصد) به «قیمت و کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان» توجه می‌کنند. اطلاعات نشان می‌دهد که بیشتر افراد مورد مطالعه به هنگام خرید ماهی به کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان توجه دارند. سایر اطلاعات مرتبط با متغیرهای مورد توجه در هنگام خرید در جدول زیر آمده است.

جدول (۴۱-۴). توزیع فراوانی موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزبان

درصد	فراوانی	موارد
۱/۸	۶	قیمت
۲/۱	۳۱	گوشتی بودن ماهی
۲۵/۴	۳۷۰	کیفیت
۴/۵	۶۵	بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۲۱/۹	۳۱۹	کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۲	۳	گوشتی بودن ماهی - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۴/۸	۷۰	قیمت - کیفیت
۲	۲۹	گوشتی بودن ماهی - کیفیت
۱/۲	۱۸	قیمت - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۱/۹	۲۸	قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۳	۵	قیمت - گوشتی بودن ماهی
۰/۳	۵	قیمت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۷	۱۰	گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۲	۳	قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت
۳۲/۵	۴۷۳	بدون جواب
۱۰۰	۱۴۵۵	جمع

### ۴۳-۴- مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان در مناطق شهری

بیشترین فراوانی در مورد «مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان» مربوط به گزینه‌های «قیمت بالای آبزیان» با فراوانی ۴۵۱ نفر (۳۱ درصد)، «عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده» با فراوانی ۲۳۹ نفر (۱۶/۴ درصد) و «عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار» با فراوانی ۲۲۰ نفر (۱۵/۱ درصد) می‌باشد و کمترین فراوانی مربوط به گزینه‌های: «بوی بد ماهی» و «گیرمان نمی‌آید» با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) و «بچه‌ها ماهی دوست ندارند» با فراوانی ۶ نفر (۰/۴ درصد) می‌باشد. سایر اطلاعات عبارتند از: «نبود آبزیان در اکثر اوقات در بازار» با فراوانی ۱۳۷ نفر (۹/۴ درصد)، «عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها» با فراوانی ۹۹ نفر (۶/۸ درصد)، «نبود عادت خرید آبزیان» با فراوانی ۹۲ نفر (۶/۳ درصد)، «عدم آشنایی لازم با پخت آبزیان» با فراوانی ۷۱ نفر (۴/۹ درصد)، «عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل‌آوری» با فراوانی ۷۸ نفر (۵/۴ درصد)، «عدم امکان نگهداری آبزیان در منزل به مدت طولانی» با فراوانی ۵۳ نفر (۳/۶ درصد)، «عدم رعایت مناسب بهداشت» با فراوانی ۳۷ نفر (۲/۵ درصد) و «بوی بد ماهی» با فراوانی ۲۹ نفر (۲ درصد) می‌باشند.

جدول (۴۲-۴). توزیع فراوانی مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۳۱	۴۵۱	قیمت بالای آبزیان
۱۶/۴	۲۳۹	عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده
۱۵/۱	۲۲۰	عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار
۹/۴	۱۳۷	نبود آبزیان در اکثر اوقات در بازار
۶/۸	۹۹	عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها
۶/۳	۹۲	نبود عادت خرید آبزیان
۵/۴	۷۸	عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل‌آوری
۴/۹	۷۱	عدم آشنایی لازم با پخت آبزیان
۳/۶	۵۳	عدم امکان نگهداری آبزیان در منزل به مدت طولانی
۲/۵	۳۷	عدم رعایت مناسب بهداشت
۲	۲۹	بوی بد ماهی
۰/۴	۶	دوست داریم ولی پول نداریم
۰/۱	۲	بچه‌ها ماهی دوست ندارند
۰/۱	۲	گیرمان نمی‌آید

#### ۴-۴-۴- مزایا و دلایل مصرف آبزیان

داده‌های جدول در خصوص «مزایا و دلایل مصرف آبزیان» نشان می‌دهد گزینه‌های «تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها» با فراوانی ۶۱۹ نفر (۴۲/۵ درصد)، «داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان» با فراوانی ۵۴۰ نفر (۳۷/۱ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه» با فراوانی ۴۵۲ نفر (۳۱/۱ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم، منیزیم و ...» با فراوانی ۴۴۱ نفر (۳۰/۳ درصد) و «میزان هضم‌پذیری گوشت ماهی» با فراوانی ۳۱۶ نفر (۲۱/۷ درصد) دارای بیشترین فراوانی می‌باشد و گزینه‌های «مفید بودن برای بچه‌ها» با فراوانی ۱۲ نفر (۰/۸ درصد)، «مفید بودن برای سالمندان» و «چربی کمتر» هر کدام با فراوانی ۴ نفر (۰/۳ درصد) می‌باشند. اطلاعات در جدول زیر آمده است.

جدول (۴-۳). توزیع فراوانی مزایا و دلایل مصرف آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۴۲/۵	۶۱۹	تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها
۳۷/۱	۵۴۰	داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان
۳۱/۱	۴۵۲	غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه
۳۰/۳	۴۴۱	غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم، منیزیم و ...
۲۱/۷	۳۱۶	میزان هضم‌پذیری گوشت ماهی
۰/۸	۱۲	مفید بودن برای بچه‌ها
۰/۳	۴	مفید بودن برای سالمندان
۰/۳	۴	چربی کمتر

#### ۴-۴-۵- میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان

میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق است که آنالیز داده‌ها نشان می‌دهد که ۲۳۸ نفر (۱۶/۴ درصد) از افراد مورد مطالعه در حد «متوسط» از مزایای مصرف آبزیان آگاهی دارند و ۱۸۱ نفر (۱۲/۴ درصد) در حد «زیاد» و ۲۹ نفر (۲ درصد) در حد «خیلی زیاد» از مزایای مصرف آبزیان آگاهی داشته‌اند. ۱۸ نفر (۱/۸ درصد) از افراد مورد مطالعه اظهار داشته‌اند که در حد «خیلی کم» و ۲۵۸ نفر (۱۷/۷ درصد) در حد «کم» از مزایای آبزیان آگاهی داشته‌اند و فقط ۴ نفر (۰/۳ درصد) از افراد هیچ اطلاعاتی در مورد مزایای آبزیان نداشته‌اند.

جدول (۴۴-۴). توزیع فراوانی میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هیچ	۴	۰/۳	۰/۳
خیلی کم	۱۸	۱/۲	۱/۵
کم	۲۵۸	۱۷/۷	۱۹/۲
متوسط	۲۳۸	۱۶/۴	۳۵/۶
زیاد	۱۸۱	۱۲/۴	۴۸
خیلی زیاد	۲۹	۲	۵۰
بدون جواب	۷۲۷	۵۰	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

### ویژگی‌های فردی پاسخگو

#### ۴۶-۴- سن افراد مورد مطالعه در مناطق شهری

سن یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق می‌باشد و نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۱-۴۰ سال با فراوانی ۴۱۵ نفر (۲۸/۵ درصد) و کمترین تعداد مربوط به گروه سنی بالاتر از ۸۰ سال با فراوانی ۳ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر گروه‌های سنی عبارتند از: گروه سنی تا ۲۰ سال دارای فراوانی ۷۲ نفر (۴/۹ درصد)، گروه سنی ۲۱-۳۰ سال دارای فراوانی ۳۱۶ نفر (۲۱/۷ درصد)، گروه سنی ۴۱-۵۰ سال دارای فراوانی ۳۰۰ نفر (۲۰/۶ درصد)، گروه سنی ۵۱-۶۰ سال دارای فراوانی ۲۰۱ نفر (۱۳/۸ درصد)، گروه سنی ۶۱-۷۰ سال دارای فراوانی ۹۹ نفر (۶/۹ درصد) و گروه سنی ۷۱-۸۰ سال دارای فراوانی ۴۹ نفر (۳/۴ درصد) می‌باشند. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۱/۴۴ سال، بیشترین ۹۱ سال، کمترین ۱۴ سال، میانه ۴۰ می‌باشد.

جدول (۴۵-۴). توزیع فراوانی سن افراد مورد مطالعه

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تا ۲۰	۷۲	۴/۹	۴/۹
۲۱-۳۰	۳۱۶	۲۱/۷	۲۶/۶
۳۱-۴۰	۴۱۵	۲۸/۵	۵۵/۱
۴۱-۵۰	۳۰۰	۲۰/۶	۷۵/۷
۵۱-۶۰	۲۰۱	۱۳/۸	۸۹/۵
۶۱-۷۰	۹۹	۶/۹	۹۶/۴
۷۱-۸۰	۴۹	۳/۴	۹۹/۸
بالا تر از ۸۰	۳	۰/۲	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

بیشترین ۹۱؛ کمترین ۱۴؛ واریانس ۲۱۲/۶۷؛ میانه ۴۰؛ میانگین ۴۱/۴۴

#### ۴-۴۷- جنسیت

نتایج این تحقیق حاکی است که بیشترین افراد پاسخگو زن می باشند. به طوری که ۸۱۹ نفر (۵۶/۳ درصد) از ۱۴۵۵ نفر افراد مورد مطالعه، زن و ۶۳۶ نفر (۴۳/۷ درصد) مرد می باشند. جدول زیر اطلاعات لازم را در این خصوص نشان می دهد.

جدول (۴۶-۴). توزیع فراوانی جنسیت افراد مورد مطالعه

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۶۳۶	۴۳/۷
زن	۸۱۹	۵۶/۳
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰

#### ۴-۴۸- میزان تحصیلات

نتیجه بررسی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات دیپلم با فراوانی ۴۴۶ نفر (۳۰/۷ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۴ نفر (۰/۳ درصد) می باشد. اطلاعات موجود در جدول توزیع فراوانی تحصیلات نشان می دهد که بی سواد با فراوانی ۱۷۸ نفر (۱۲/۲ درصد)، خواندن و نوشتن با فراوانی ۵۲ نفر (۳/۶ درصد)، ابتدایی با فراوانی ۱۶۲ نفر (۱۱/۱ درصد)، راهنمایی با فراوانی ۱۸ نفر (۱/۲ درصد)، سیکل ۲۵۹ نفر (۱۷/۸ درصد)، دبیرستان ۱۳ نفر (۰/۹ درصد)، فوق دیپلم ۸۹ نفر (۶/۱ درصد)، لیسانس ۱۹۳ نفر (۱۳/۳ درصد)، فوق لیسانس ۲۰ نفر (۱/۴ درصد) می باشند.

جدول (۴۷-۴). توزیع فراوانی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی سواد	۱۷۸	۱۲/۲	۱۲/۲
خواندن و نوشتن	۵۲	۳/۶	۱۵/۸
ابتدایی	۱۶۲	۱۱/۱	۲۶/۹
راهنمایی	۱۸	۱/۲	۲۸/۱
سیکل	۲۵۹	۱۷/۸	۴۵/۹
دبیرستان	۱۳	۰/۹	۴۶/۸
دیپلم	۴۴۶	۳۰/۷	۷۷/۵
فوق دیپلم	۸۹	۶/۱	۸۳/۶
لیسانس	۱۹۳	۱۳/۳	۹۶/۹
فوق لیسانس	۲۰	۱/۴	۹۸/۳
دکتری	۴	۰/۳	۹۸/۶
بدون جواب	۲۱	۱/۴	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### ۴۹-۴- رشته تحصیلی در دانشگاه

تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از پاسخگویان نشان می دهد که بیشترین فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه مربوط به دیپلم علوم انسانی با فراوانی ۲۰۲ نفر (۱۳/۹ درصد) و بعد از آن رشته های علوم انسانی (دانشگاهی) با فراوانی ۱۳۳ نفر (۹/۱ درصد) می باشد. کمترین فراوانی مربوط به رشته های پزشکی و هنر، هر کدام به ترتیب با فراوانی ۶ نفر (۰/۴ درصد) و ۸ نفر (۰/۵ درصد) می باشند. رشته های تحصیلی دیپلم علوم تجربی دارای فراوانی ۹۳ نفر (۶/۴ درصد)، دیپلم ریاضی دارای فراوانی ۴۳ نفر (۳ درصد)، فنی دارای فراوانی ۷۸ نفر (۵/۴ درصد)، هنرستان دارای فراوانی ۹۵ نفر (۶/۵ درصد)، کشاورزی دارای فراوانی ۲۸ نفر (۱/۹ درصد) و علوم پایه دارای فراوانی ۳۲ نفر (۲/۲ درصد) می باشند. جدول (۴-۳) اطلاعات لازم را در خصوص رشته ها نشان می دهد.

جدول (۴۸-۴). توزیع فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه

درصد	فراوانی	رشته تحصیلی
۱۳/۹	۲۰۲	دیپلم علوم انسانی
۶/۴	۹۳	دیپلم علوم تجربی
۳	۴۳	دیپلم ریاضی
۵/۴	۷۸	فنی
۶/۵	۹۵	هنرستان
۹/۱	۱۳۳	انسانی
۱/۹	۲۸	کشاورزی
۲/۲	۳۲	علوم پایه
۰/۵	۸	هنر
۰/۴	۶	پزشکی
۵۰/۷	۷۳۷	بی سواد، کم سواد و بدون جواب
۱۰۰	۱۴۵۵	جمع

## ۴-۵۰- شغل

آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به «خانه‌دار» با فراوانی ۶۳۸ نفر (۳۵/۸ درصد)، «آزاد» با فراوانی ۱۷۳ نفر (۱۱/۹ درصد) و «بازنشسته» با فراوانی ۱۰۴ نفر (۷/۱ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به «از کارافتاده»، «استاد دانشگاه» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد)، «وکیل» با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر شغل‌ها عبارتند از: «کشاورزی» با فراوانی ۳۰ نفر (۲/۱ درصد)، «کارمند» با فراوانی ۱۴۳ نفر (۹/۸ درصد)، محصل با فراوانی ۳۶ نفر (۲/۵ درصد)، کارگر با فراوانی ۶۸ نفر (۴/۷ درصد)، دانشجو با فراوانی ۲۷ نفر (۱/۹ درصد)، دبیر با فراوانی ۴۱ نفر (۲/۸ درصد)، بازنشسته با فراوانی ۱۰۴ نفر (۷/۱ درصد)، بیکار با فراوانی ۲۲ نفر (۱/۵ درصد)، خدماتی با فراوانی ۳۳ نفر (۲/۳ درصد) و راننده با فراوانی ۲۴ نفر (۱/۶ درصد) می‌باشند. نظامی و خدمات پزشکی هر کدام با فراوانی ۴ نفر (۰/۳ درصد) می‌باشند.

جدول (۴۹-۴). توزیع فراوانی شغل افراد مورد مطالعه

گویه	فراوانی	درصد
آزاد	۱۷۳	۱۱/۹
خانه‌دار	۶۳۸	۴۳/۸
کشاورز	۳۰	۲/۱
کارمند	۱۴۳	۹/۸
محصل	۳۶	۲/۵
کارگر	۶۸	۴/۷
دانشجو	۲۷	۱/۹
دبیر	۴۱	۲/۸
بازنشسته	۱۰۴	۷/۱
از کار افتاده	۱	۰/۱
بیکار	۲۲	۱/۵
خدماتی	۳۳	۲/۳
راننده	۲۴	۱/۶
نظامی	۴	۰/۳
استاد دانشگاه	۱	۰/۱
خدمات پزشکی	۴	۰/۳
وکیل	۲	۰/۱
بدون جواب	۱۰۴	۷/۱
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>

#### ۵۱-۴- متوسط درآمد ماهیانه خانواده

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی درآمد ماهیانه خانواده در افراد مورد مطالعه متعلق به گروه درآمد (۴۰۰۰۰۱-۵۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۲۱۳ نفر (۱۴/۶ درصد) و گروه درآمد (۳۰۰۰۰۱-۴۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۱۸۴ نفر (۱۲/۶ درصد) می‌باشد و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که کمترین متوسط درآمد ماهیانه خانواده در افراد مورد مطالعه متعلق به گروه درآمد (تا ۱۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۱۴ نفر (۱ درصد)، (بالاتر از ۱۰۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۲۵ نفر (۱/۷ درصد) و (۱۰۰۰۰۱-۲۰۰۰۰۰) با فراوانی ۲۷ نفر (۱/۹ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر گروه‌های درآمدی عبارتند از: (۲۰۰۰۰۱-۳۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۷۸ نفر (۵/۴ درصد)، (۵۰۰۰۰۱-۶۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۱۵۵ نفر (۱۰/۷ درصد)، (۶۰۰۰۰۱-۷۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۱۲۴ نفر (۸/۵ درصد)، (۷۰۰۰۰۱-۸۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۷۳ نفر (۵ درصد) و (۸۰۰۰۰۱-۹۰۰۰۰۰ تومان) با



فراوانی ۳۸ نفر (۲/۶ درصد) و (۱۰۰۰۰۰۰-۹۰۰۰۰۰۱ تومان) با فراوانی ۵۶ نفر (۳/۸ درصد) در جدول زیر آمده است. دارای بیشترین ۳۰۰۰۰۰۰؛ کمترین ۵۰۰۰۰ و میانگین ۵۸۳۳۸۳/۹۹ می باشد.

جدول (۵۰-۴). توزیع فراوانی متوسط درآمد ماهیانه خانواده افراد مورد مطالعه

درآمد (تومان)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تا ۱۰۰۰۰۰	۱۴	۱	۱
۱۰۰۰۰۱-۲۰۰۰۰۰	۲۷	۱/۹	۲/۹
۲۰۰۰۰۱-۳۰۰۰۰۰	۷۸	۵/۴	۸/۳
۳۰۰۰۰۱-۴۰۰۰۰۰	۱۸۴	۱۲/۶	۲۰/۹
۴۰۰۰۰۱-۵۰۰۰۰۰	۲۱۳	۱۴/۶	۳۵/۵
۵۰۰۰۰۱-۶۰۰۰۰۰	۱۵۵	۱۰/۷	۴۶/۲
۶۰۰۰۰۱-۷۰۰۰۰۰	۱۲۴	۸/۵	۵۴/۷
۷۰۰۰۰۱-۸۰۰۰۰۰	۷۳	۵	۵۹/۷
۸۰۰۰۰۱-۹۰۰۰۰۰	۳۸	۲/۶	۶۲/۳
۹۰۰۰۰۱-۱۰۰۰۰۰۰	۵۶	۳/۸	۶۶/۱
بالاتر از ۱۰۰۰۰۰۰	۲۵	۱/۷	۶۷/۸
بدون جواب	۴۶۸	۳۲/۲	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

بیشترین ۳۰۰۰۰۰۰ تومان؛ کمترین ۵۰۰۰۰؛ میانه ۵۰۰۰۰۰؛ میانگین ۵۸۳۳۸۳/۹۹ تومان

#### ۴-۵۲- تعداد اعضای خانواده

نتیجه بررسی نشان می دهد که بیشترین تعداد اعضای خانواده های افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده های ۴ نفری با فراوانی ۴۹۱ خانواده (۳۳/۷ درصد)، خانواده های ۵ نفری با فراوانی ۲۹۴ خانواده (۲۰/۲ درصد)، خانواده های ۳ نفری با فراوانی ۲۹۵ خانواده (۲۰/۳ درصد) و خانواده های ۲ نفری با فراوانی ۱۶۵ خانواده (۱۱/۳ درصد) می باشد و اطلاعات همچنین نشان می دهد که کمترین تعداد اعضای خانواده افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده های بالاتر از ۸ نفر با فراوانی ۲ خانواده (۰/۲ درصد) و خانواده های ۸ نفری با فراوانی ۱۱ خانواده (۰/۸ درصد) می باشد. اطلاعات مربوط به سایر تعداد اعضاء عبارتند از: خانواده های ۱ نفری با فراوانی ۳۶ خانواده (۲/۵ درصد)، خانواده های ۶ نفری با فراوانی ۹۵ خانواده (۶/۵ درصد) و خانواده های ۷ نفری با فراوانی ۳۰ خانواده (۲/۱ درصد) می باشند. دارای بیشترین ۱۰؛ کمترین ۱ و میانگین ۳/۹۲ می باشد.

جدول (۵۱-۴). توزیع فراوانی تعداد اعضاء خانواده افراد مورد مطالعه

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۳۶	۲/۵	۲/۵
۲	۱۶۵	۱۱/۳	۱۳/۸
۳	۲۹۵	۲۰/۳	۳۴/۱
۴	۴۹۱	۳۳/۷	۶۷/۸
۵	۲۹۴	۲۰/۲	۸۸
۶	۹۵	۶/۵	۹۴/۵
۷	۳۰	۲/۱	۹۶/۶
۸	۱۱	۰/۸	۹۷/۴
بالاتر از ۸	۲	۰/۲	۹۷/۶
بدون جواب	۳۶	۲/۴	۱۰۰
جمع	۱۴۵۵	۱۰۰	

بیشترین ۱۰؛ کمترین ۱؛ واریانس ۱/۷۲۹؛ میانه ۴؛ میانگین ۳/۹۲

### ۵۳-۴- میزان تحصیلات همسر

نتیجه بررسی میزان تحصیلات همسر افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات دیپلم با فراوانی ۳۷۰ نفر (۲۵/۴ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۳ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. اطلاعات موجود در جدول توزیع فراوانی تحصیلات نشان می‌دهد که بی‌سواد با فراوانی ۱۴۸ نفر (۱۰/۲ درصد)، خواندن و نوشتن با فراوانی ۳۹ نفر (۲/۷ درصد)، ابتدایی با فراوانی ۱۷۷ نفر (۱۲/۲ درصد)، راهنمایی با فراوانی ۱۹ نفر (۱/۳ درصد)، سیکل ۲۳۳ نفر (۱۶ درصد)، دبیرستان ۱۲ نفر (۰/۸ درصد)، فوق دیپلم ۵۱ نفر (۳/۵ درصد)، لیسانس ۱۱۹ نفر (۸/۲ درصد)، فوق لیسانس ۱۵ نفر (۱ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۲-۴). توزیع فراوانی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی سواد	۱۴۸	۱۰/۲	۱۰/۲
خواندن و نوشتن	۳۹	۲/۷	۱۲/۹
ابتدایی	۱۷۷	۱۲/۲	۲۵/۱
راهنمایی	۱۹	۱/۳	۲۶/۴
سیکل	۲۳۳	۱۶	۴۲/۴
دبیرستان	۱۲	۰/۸	۴۳/۲
دیپلم	۳۷۰	۲۵/۴	۶۸/۶
فوق دیپلم	۵۱	۳/۵	۷۲/۱
لیسانس	۱۱۹	۸/۲	۸۰/۳
فوق لیسانس	۱۵	۱	۸۱/۳
دکتری	۳	۰/۲	۸۱/۵
بدون جواب	۲۶۹	۱۸/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### ۵۴-۴- شغل همسر

آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به خانه‌دار با فراوانی ۸۳۵ نفر (۳۳/۱ درصد)، آزاد با فراوانی ۲۷۵ نفر (۱۰/۹ درصد) و کشاورز با فراوانی ۲۲۱ نفر (۸/۸ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به محصل با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد)، خدمات پزشکی و استاد دانشگاه هر کدام با فراوانی ۳ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر شغل‌ها عبارتند از: کارمند با فراوانی ۱۵۸ نفر (۶/۳ درصد)، کارگر با فراوانی ۱۷۵ نفر (۶/۹ درصد)، دانشجو با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد)، دبیر و استاد با فراوانی ۵۰ نفر (۲ درصد)، بازنشسته با فراوانی ۱۲۸ نفر (۵/۱ درصد)، از کارافتاده با فراوانی ۱۷ نفر (۰/۷ درصد)، بیکار با فراوانی ۶۸ نفر (۲/۷ درصد)، خدماتی با فراوانی ۸۴ نفر (۳/۳ درصد) و راننده با فراوانی ۴۳ نفر (۱/۷ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۳-۴). توزیع فراوانی شغل همسر افراد مورد مطالعه

گویه	فراوانی	درصد
آزاد	۱۹۰	۱۳/۱
خانه‌دار	۴۷۰	۳۲/۳
کشاورز	۳۰	۲/۱
کارمند	۱۲۵	۸/۶
محصل	۲	۰/۱
کارگر	۱۰۷	۷/۴
دانشجو	۴	۰/۳
دبیر و استاد	۴۳	۳
بازنشسته	۱۰۳	۷/۱
از کار افتاده	۵	۰/۳
بیکار	۲۹	۲
خدماتی	۴۲	۲/۹
راننده	۲۵	۱/۷
نظامی	۵	۰/۳
استاد دانشگاه	۳	۰/۲
خدمات پزشکی	۲	۰/۱
بدون جواب	۲۷۰	۱۸/۵
<b>جمع</b>	<b>۱۴۵۵</b>	<b>۱۰۰</b>

### میزان مصرف سرانه به تفکیک شهرستان‌های استان

#### ۵۵-۴- دفعات مصرف ماهی خانواده (شهرستان دلیجان)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۳ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه‌های «۲ بار در سال» و «۱ بار در سال» و هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲۷ نفر (۳۴/۶ درصد) و ۱۵ نفر (۱۹/۲ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۲ بار در سال»، «۶ بار در سال» و «۲۴ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱ نفر (۱/۳ درصد) می‌باشند. فراوانی گزینه‌های «بیش از ۵۲ بار در سال» ۳ نفر (۳/۸ درصد) و «هیچ وقت» ۷ نفر (۹ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۴-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف ماهی خانواده

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	دفعات (سال)
۱۹/۲	۱۹/۲	۱۵	۱
۲۰/۵	۱/۳	۱	۲
-	-	-	۳
-	-	-	۴
۲۱/۸	۱/۳	۱	۶
۵۶/۴	۳۴/۶	۲۷	۱۲
۵۷/۷	۱/۳	۱	۲۴
-	-	-	۳۶
-	-	-	۵۲
۶۱/۵	۳/۸	۳	بیش از ۵۲ بار
۱۰۰	۳۸/۵	۳۰	هیچ وقت و بدون جواب
	۱۰۰	۷۸	جمع

میانگین خرید در سال ۲۳/۴۷؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

#### ۵۶-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان دلجان)

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه «کمتر از ۱» با فراوانی ۱۴ نفر (۱۷/۹ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۲ نفر (۲/۶ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «۱-۳» و «۳-۵» هر کدام با فراوانی ۷ نفر (۹ درصد)، «۷-۹» با فراوانی ۶ نفر (۷/۷ درصد)، «۵-۷» و «۱۱-۱۳» هر کدام با فراوانی ۵ نفر (۶/۴ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۵-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلو در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۱۴	۱۷/۹	۱۷/۹
۱-۳	۷	۹	۲۶/۹
۳-۵	۷	۹	۳۵/۹
۵-۷	۵	۶/۴	۴۲/۳
۷-۹	۶	۷/۷	۵۰
۹-۱۱	-	-	-
۱۱-۱۳	۵	۶/۴	۵۶/۴
۱۳-۱۵	-	-	-
بالاتر از ۱۵	۲	۲/۶	۵۹
عدم مصرف و بدون جواب	۳۲	۴۱/۰	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۷۸</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### محاسبات مربوط به مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می‌شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۵۸$$

#### میانگین سرانه شهر دلیجان: ۵/۵۸

میانگین سرانه مصرف در شهر دلیجان ۵/۵۸ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۱۴ و حد بالای ۸/۰۲ است و بدین جهت می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر ۵/۵۸ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۸/۲۶	۵/۵۸	۳/۱۴	۸/۰۲

### ۵۷-۴- دفعات مصرف ماهی خانواده (شهرستان خمین)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۶ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه‌های «۱۲ بار در سال» و «۱ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۷۷ نفر (۳۸/۵ درصد) و ۱۸ نفر (۹ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۳ بار در سال» و «۴ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۵ درصد) می‌باشند. فراوانی گزینه‌های «۲ بار در سال» و «۲۴ بار در سال» هر کدام ۶ نفر (۳ درصد)، «۶ بار در سال» ۴ نفر (۲ درصد)، «۳۶ بار در سال» ۳ نفر (۱/۵ درصد) و «بیش از ۵۲ بار در سال» ۱۱ نفر (۵/۵ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۶-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف ماهی خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۱۸	۹	۹
۲	۶	۳	۱۲
۳	۱	۰/۵	۱۲/۵
۴	۱	۰/۵	۱۳
۶	۴	۲	۱۵
۱۲	۷۷	۳۸/۵	۵۳/۵
۲۴	۶	۳	۵۶/۵
۳۶	۳	۱/۵	۵۸
بیش از ۵۲ بار	۱۱	۵/۵	۶۳/۵
هیچ وقت و بدون جواب	۷۳	۳۶/۵	۶۸/۵
<b>جمع</b>	<b>۲۰۰</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۶/۲۲؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۵۸-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان خمین)

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «۳-۱» و «کمتر از ۱» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۴۰ نفر (۲۰ درصد) و ۲۹ نفر (۱۴/۵ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۹-۱۱» و «۱۱-۱۳» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱ نفر (۰/۵ درصد) و ۵ نفر (۲/۵ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «۳-۵» با فراوانی ۱۳ نفر (۶/۵ درصد)، «۵-۷» با فراوانی ۱۵ نفر (۷/۵ درصد)، «۷-۹» با فراوانی ۱۱ نفر (۵/۵ درصد) و «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۱۰ نفر (۵ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۷-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۲۹	۱۴/۵	۱۴/۵
۱-۳	۴۰	۲۰	۳۴/۵
۳-۵	۱۳	۶/۵	۴۱
۵-۷	۱۵	۷/۵	۴۸/۵
۷-۹	۱۱	۵/۵	۵۴
۹-۱۱	۱	۰/۵	۵۴/۵
۱۱-۱۳	۵	۲/۵	۵۷
۱۳-۱۵	-	-	-
بالاتر از ۱۵	۱۰	۵	۶۲
بدون جواب	۷۶	۳۸/۰	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۰۰</b>	<b>۱۰۰</b>	

### میانگین سرانه شهرستان خمین: ۵/۶۶

### محاسبات مربوط به مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می‌شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۶۶$$



**میانگین سرانه شهرستان خمین: ۵/۶۶**

میانگین سرانه مصرف در شهر خمین کیلوگرم است ۵/۶۶ است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۱۰۰ و حد بالای ۷/۲۳ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر خمین ۵/۶۶ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۷/۲۸	۵/۶۶	۴/۱۰۰	۷/۲۳

**۵۹-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان محلات)**

نتیجه بررسی نشان می دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۰ روز یکبار ماهی مصرف می کنند. بیشترین پاسخها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه های «۱۲ بار در سال» و «۱ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۳۳ نفر (۳۷/۱ درصد) و ۱۲ نفر (۱۳/۵ درصد) می باشد و کمترین پاسخها مربوط به گزینه های «۴ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۱/۱ درصد) می باشند. فراوانی گزینه «۲۴ بار در سال» ۵ نفر (۵/۶ درصد) می باشد.

**جدول (۵۸-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده**

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۱۲	۱۳/۵	۱۳/۵
۲	-	-	-
۳	-	-	-
۴	۱	۱/۱	۱۴/۶
۶	۱	۱/۱	۱۵/۷
۱۲	۳۳	۳۷/۱	۵۲/۸
۲۴	۵	۵/۶	۵۸/۴
بیش از ۵۲ بار	-	-	-
هیچ وقت	۷	۷/۹	۶۶/۳
بدون جواب	۳۰	۳۳/۷	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۸۹</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۰/۶۴؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۶۰-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان محلات)

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «کمتر از ۱» و «۷-۹» هر کدام دارای فراوانی ۹ نفر (۱۰/۱ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۳-۵»، «۳-۱۳-۱۱» هر کدام با فراوانی ۳ نفر (۳/۴ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «۱-۳» دارای فراوانی ۷ نفر (۷/۹ درصد)، «۵-۷» دارای فراوانی ۸ نفر (۹ درصد) و «بالتر از ۱۵» با فراوانی ۴ نفر (۴/۵ درصد) می‌باشند.

جدول (۵۹-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۹	۱۰/۱	۱۰/۱
۱-۳	۷	۷/۹	۱۸
۳-۵	۳	۳/۴	۲۱/۴
۵-۷	۸	۹	۳۰/۴
۷-۹	۹	۱۰/۱	۴۰/۵
۹-۱۱	-	-	-
۱۱-۱۳	۳	۳/۴	۴۳/۹
۱۳-۱۵	-	-	-
بالتر از ۱۵	۴	۴/۵	۴۸/۴
عدم مصرف و بدون جواب	۴۶	۵۱/۶	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۸۹</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان محلات: ۶/۱۴

### محاسبات مربوط به مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می‌شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۶/۱۴$$

میانگین سرانه شهرستان محلات: ۶/۱۴

میانگین سرانه مصرف در شهر محلات ۶/۱۴ کیلوگرم فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۷۹ و حد بالای ۸/۵۰ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر محلات ۶/۱۴ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۸/۲۱	۶/۱۴	۳/۲۹	۸/۵۰

۶۱-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان شازند)

نتیجه بررسی نشان می دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۰ روز یکبار ماهی مصرف می کنند. بیشترین پاسخها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۱۰۴ نفر (۴۷/۸ درصد) و کمترین پاسخها مربوط به گزینه های «۲ بار در سال»، «۳ بار در سال» و «۴ بار در سال» و «۶ بار در سال» و «۳۶ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۵ درصد) می باشند. فراوانی گزینه های «۱ بار در سال» ۲۰ نفر (۹/۲ درصد)، «بیش از ۵۲ بار در سال» ۷ نفر (۳/۲ درصد)، «۲۴ بار در سال» ۱۲ نفر (۵/۵ درصد) می باشند.

جدول (۶۰-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۲۰	۹/۲	۹/۲
۲	۱	۰/۵	۹/۷
۳	۱	۰/۵	۱۰/۲
۴	۱	۰/۵	۱۰/۷
۶	۱	۰/۵	۱۱/۲
۱۲	۱۰۴	۴۷/۸	۵۹
۲۴	۱۲	۵/۵	۶۴/۵
۳۶	۱	۰/۵	۶۵
بیش از ۵۲ بار	۷	۳/۲	۶۸/۲
هیچ وقت	۲۶	۱۲	۸۰/۲
بدون جواب	۴۳	۱۹/۸	۱۰۰
جمع	۲۱۷	۱۰۰	

میانگین خرید در سال ۲۰/۳۱؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۶۲-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان شازند)

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «۱-۳» و «کمتر از ۱» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۴۲ نفر (۱۹/۴ درصد) و ۲۵ نفر (۱۱/۵ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه «۹-۱۱» با فراوانی ۲ نفر (۰/۹ درصد) می‌باشد. گزینه‌های «۳-۵» دارای فراوانی ۱۸ نفر (۸/۳ درصد)، «۵-۷» دارای فراوانی ۱۶ نفر (۷/۴ درصد)، «۷-۹» دارای فراوانی ۱۵ نفر (۶/۹ درصد) و «۱۱-۱۳» دارای فراوانی ۱۱ نفر (۵/۱ درصد) و «بالاتر از ۱۵» دارای فراوانی ۱۳ نفر (۶ درصد) می‌باشند.

جدول (۶۱-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۲۵	۱۱/۵	۱۱/۵
۱-۳	۴۲	۱۹/۴	۳۰/۹
۳-۵	۱۸	۸/۳	۳۹/۲
۵-۷	۱۶	۷/۴	۴۶/۶
۷-۹	۱۵	۶/۹	۵۳/۵
۹-۱۱	۲	۰/۹	۵۴/۴
۱۱-۱۳	۱۱	۵/۱	۵۹/۵
۱۳-۱۵	-	-	-
بالاتر از ۱۵	۱۳	۶	۶۵/۵
عدم مصرف و بدون جواب	۷۵	۳۴/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۲۱۷</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان شازند: ۶/۴۴

### مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می‌شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۶/۴۴$$

**میانگین سرانه شهرستان شازند: ۶/۴۴**

میانگین سرانه مصرف در شهر شازند ۶/۴۴ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۸۸ و حد بالای ۷/۹۹ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر شازند ۶/۴۴ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۸/۰۳	۶/۴۴	۴/۸۸	۷/۹۹

**۶۳-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان اراک)**

نتیجه بررسی نشان می دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۰ روز یکبار ماهی مصرف می کنند. بیشترین پاسخها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه های «۱۲ بار در سال» و «۱ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۳۶۳ نفر (۳۶/۱ درصد) و ۷۹ نفر (۷/۹ درصد) می باشد و کمترین پاسخها مربوط به گزینه «۵ بار در سال» با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) می باشد. فراوانی گزینه های «۴ بار در سال» ۲۳ نفر (۲/۲ درصد)، «۲ بار در سال» ۹ نفر (۰/۹ درصد)، «۳ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام ۲۱ نفر (۲/۱ درصد)، «۲۴ بار در سال» ۸۱ نفر (۸/۱ درصد)، «۳۶ بار در سال» ۷ نفر (۰/۷ درصد) و «۵۲ بار در سال» ۵۹ نفر (۵/۹ درصد) و «بیش از ۵۲ بار در سال» ۱۳ نفر (۱/۳ درصد) می باشند.

جدول (۶۲-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۷۹	۷/۹	۷/۹
۲	۹	۰/۹	۸/۸
۳	۲۱	۲/۱	۱۰/۹
۴	۲۳	۲/۲	۱۳/۱
۵	۱	۰/۱	۱۳/۲
۶	۲۱	۲/۱	۱۵/۳
۱۰	۴	۰/۴	۱۵/۷
۱۲	۳۶۳	۳۶/۱	۵۱/۸
۲۴	۸۱	۸/۱	۵۹/۹
۳۶	۷	۰/۷	۶۰/۶
۵۲	۵۹	۵/۹	۶۶/۵
بیش از ۵۲ بار	۱۳	۱/۳	۶۷/۸
هیچ وقت	۱۱۴	۱۱/۲	۷۹
بدون جواب	۲۱۱	۲۱	۱۰۰
جمع	۱۰۰۶	۱۰۰	

میانگین خرید در سال ۲۰/۶۶؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

#### ۶۴-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان اراک)

آنالیز داده‌ها حاکی از آن است که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه «۱-۳» و «بالتر از ۱۵» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱۱۷ نفر (۱۱/۶ درصد) و ۱۰۴ نفر (۵/۸ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه «۱۳-۱۵» با فراوانی ۱۲ نفر (۱/۲ درصد) می‌باشد. و گزینه‌های «کمتر از ۱» با فراوانی ۹۲ نفر (۹/۱ درصد)، «۳-۵» دارای فراوانی ۹۱ نفر (۹ درصد)، «۵-۷» دارای فراوانی ۷۰ نفر (۷ درصد) و «۷-۹» با فراوانی ۷۴ نفر (۷/۴ درصد) می‌باشند. همچنین گزینه‌های «۹-۱۱» با فراوانی ۱۹ نفر (۱/۹ درصد)، «۱۱-۱۳» با فراوانی ۵۴ نفر (۵/۴ درصد) می‌باشند.

جدول (۶۳-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۹۲	۹/۱	۹/۱
۱-۳	۱۱۷	۱۱/۶	۲۰/۷
۳-۵	۹۱	۹	۲۹/۷
۵-۷	۷۰	۷	۳۶/۷
۷-۹	۷۴	۷/۴	۴۴/۱
۹-۱۱	۱۹	۱/۹	۴۶
۱۱-۱۳	۵۴	۵/۴	۵۱/۴
۱۳-۱۵	۱۲	۱/۲	۵۲/۶
بالاتر از ۱۵	۱۰۴	۱۰/۳	۶۲/۹
عدم مصرف و بدون جواب	۳۷۳	۳۷/۱	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۰۶</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان اراک: ۷/۲۷

### مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۷/۲۷$$

میانگین سرانه شهرستان اراک: ۷/۲۷

میانگین سرانه مصرف در شهر اراک ۷/۲۷ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۶/۳۸ و حد بالای ۸/۱۷ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر اراک ۷/۲۷ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۱۱/۳۶	۷/۲۷	۶/۳۸	۸/۱۷

### ۶۵-۴- دفعات مصرف ماهی خانواده (شهرستان خنداب)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۲ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۵۸ نفر (۵۳/۷ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۳ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۹ درصد) می‌باشند. فراوانی گزینه‌های «۱ بار در سال» ۱۲ نفر (۱۱/۱ درصد)، «۲۴ بار در سال» ۲ نفر (۱/۹ درصد)، «۲ بار در سال» ۳ نفر (۲/۸ درصد) و «بیش از ۵۲ بار در سال» با فراوانی ۴ نفر (۳/۷ درصد) می‌باشند.

جدول (۶۴-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف ماهی خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۱۲	۱۱/۱	۱۱/۱
۲	۳	۲/۸	۱۳/۹
۳	۱	۰/۹	۱۴/۸
۴	-	-	-
۶	۱	۰/۹	۱۵/۷
۱۲	۵۸	۵۳/۷	۶۹/۴
۲۴	۲	۱/۹	۷۱/۳
بیش از ۵۲ بار	۴	۳/۷	۷۵
هیچ وقت	۱۴	۱۳	۸۸
بدون جواب	۱۳	۱۲	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۸</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۲/۶۵؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۶۶-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان خنداب)

داده‌های بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «۱-۳» و «کمتر از ۱» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲۰ نفر (۱۸/۵ درصد) و ۱۸ نفر (۱۶/۷ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۹-۱۱» و «۱۳-۱۵» با فراوانی ۱ نفر (۰/۹ درصد) می‌باشد. بقیه گزینه‌ها عبارتند از: «۳-۵» و «۷-۹» با فراوانی ۱۱ نفر (۱۰/۲ درصد)، «۵-۷» با فراوانی ۹ نفر (۸/۳ درصد)، گزینه‌های «۱۳-۱۱» و «بالاتر از ۱۵» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۵ نفر (۴/۶ درصد) و ۴ نفر (۳/۸ درصد) می‌باشند.



جدول (۶۵-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۱۸	۱۶/۷	۱۶/۷
۱-۳	۲۰	۱۸/۵	۳۵/۲
۳-۵	۱۱	۱۰/۲	۴۵/۴
۵-۷	۹	۸/۳	۵۳/۷
۷-۹	۱۱	۱۰/۲	۶۳/۹
۹-۱۱	۱	۰/۹	۶۴/۸
۱۱-۱۳	۵	۴/۶	۶۹/۴
۱۳-۱۵	۱	۰/۹	۷۰/۳
بالاتر از ۱۵	۴	۳/۸	۷۴/۱
عدم مصرف و بدون جواب	۲۸	۲۵/۹	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۸</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان خنداب: ۵/۰۹

### مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۰۹$$

### میانگین سرانه شهرستان خنداب: ۵/۰۹

میانگین سرانه مصرف در شهر خنداب ۵/۰۹ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۵۸ و حد بالای ۶/۵۹ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر خنداب ۵/۰۹ کیلوگرم در سال است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۶/۲۰	۵/۰۹	۳/۵۸	۶/۵۹

### ۶۷-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان فراهان)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۱۹ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۲۰ نفر (۴۴/۴ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه «۳ بار در سال» با فراوانی ۱ نفر (۲/۲ درصد) می‌باشد. فراوانی گزینه‌های «۱ بار در سال» با فراوانی ۴ نفر (۸/۹ درصد)، «۶ بار در سال» با فراوانی ۵ نفر (۱۱/۱ درصد)، «۲۴ بار در سال» با فراوانی ۷ نفر (۱۵/۶ درصد) می‌باشند.

جدول (۶۶-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۴	۸/۹	۸/۹
۲	-	-	-
۳	۱	۲/۲	۱۱/۱
۴	-	-	-
۶	۵	۱۱/۱	۲۲/۲
۱۲	۲۰	۴۴/۴	۶۶/۶
۲۴	۷	۱۵/۶	۸۲/۲
بیش از ۵۲ بار	-	-	-
هیچ وقت	۴	۸/۹	۹۱/۱
بدون جواب	۴	۸/۹	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۱۹/۶۸؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۶۸-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان فراهان)

داده‌های جدول نشان می‌دهد که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «۱-۳» و «۷-۹» هر کدام با فراوانی ۸ نفر (۱۷/۸ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «بالا تر از ۱۵» و «۱۱-۱۳» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲ نفر (۴/۳ درصد) و ۳ نفر (۶/۷ درصد) می‌باشد و سایر گزینه‌ها عبارتند از: «۵-۷» با فراوانی ۷ نفر (۱۵/۶ درصد)، «کمتر از ۱» با فراوانی ۴ نفر (۸/۹ درصد) و «۳-۵» با فراوانی ۵ نفر (۱۱/۱ درصد) می‌باشند.

جدول (۶۷-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۴	۸/۹	۸/۹
۱-۳	۸	۱۷/۸	۲۶/۷
۳-۵	۵	۱۱/۱	۳۷/۸
۵-۷	۷	۱۵/۶	۵۳/۴
۷-۹	۸	۱۷/۸	۷۱/۲
۹-۱۱	-	-	-
۱۱-۱۳	۳	۶/۷	۷۷/۹
۱۳-۱۵	-	-	-
بالاتر از ۱۵	۲	۴/۳	۸۲/۲
عدم مصرف و بدون جواب	۸	۱۷/۸	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان فراهان: ۵/۳۵

### مصرف سرانه شهرستان فراهان

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۳۵$$

میانگین سرانه شهرستان فراهان: ۵/۳۵

### محاسبات مربوط به مصرف سرانه در شهرستان فراهان

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۳۵$$

میانگین سرانه مصرف در شهر فراهان ۵/۳۵ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۲/۸۹ و حد بالای ۴/۹۸ است و بدین جهت می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر فراهان ۵/۳۵ کیلوگرم در سال است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۵/۴۶	۵/۳۵	۳/۶۹	۷/۰۲

#### ۶۹-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان تفرش)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۲ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف خانواده، مربوط به گزینه‌های «۱۲ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۳۵ نفر (۳۹/۴ درصد) و ۲۵ نفر (۲۸/۱ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۳ بار در سال» و «بیش از ۵۲ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۲/۲ درصد) می‌باشد و فراوانی گزینه «۱ بار در سال» ۷ نفر (۷/۹ درصد) می‌باشد.

جدول (۶۸-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۷	۷/۹	۷/۹
۲	-	-	-
۳	۲	۲/۲	۱۰/۱
۴	-	-	-
۶	۲۵	۲۸/۱	۳۸/۲
۱۲	۳۵	۳۹/۴	۷۷/۶
۲۴	-	-	-
بیش از ۵۲ بار	۲	۲/۲	۷۹/۸
هیچ وقت	۸	۹	۸۸/۸
بدون جواب	۱۰	۱۱/۲	۱۰۰
جمع	۸۹	۱۰۰	

میانگین خرید در سال ۲۲/۴۹؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

#### ۷۰-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان تفرش)

نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه «۱-۳» با فراوانی ۱۷ نفر (۱۹/۲ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه «۱۱-۱۳» با فراوانی ۵ نفر (۵/۶)

درصد) می باشد و فراوانی سایر گزینه ها عبارتند از: «کمتر از ۱» با فراوانی ۷ نفر (۷/۹ درصد)، «۳-۵» و «۵-۷» هر کدام با فراوانی ۱۳ نفر (۱۴/۶ درصد)، «۷-۹» با فراوانی ۱۰ نفر (۱۱/۲ درصد) و «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۶ نفر (۶/۷ درصد) می باشند.

جدول (۶۹-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۷	۷/۹	۷/۹
۱-۳	۱۷	۱۹/۲	۲۷/۱
۳-۵	۱۳	۱۴/۶	۴۱/۷
۵-۷	۱۳	۱۴/۶	۵۶/۳
۷-۹	۱۰	۱۱/۲	۶۷/۵
۹-۱۱	-	-	-
۱۱-۱۳	۵	۵/۶	۷۳/۱
۱۳-۱۵	-	-	-
بالاتر از ۱۵	۶	۶/۷	۷۹/۸
عدم مصرف	۱۸	۲۰/۲	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۸۹</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان تفرش: ۵/۸۵

### مصرف سرانه تفرش

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۸۵$$

**میانگین سرانه شهرستان تفرش: ۵/۸۵**

میانگین سرانه مصرف در شهر تفرش ۵/۸۵ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۴۴ و حد بالای ۹/۳۱ است و بدین جهت می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر تفرش ۵/۸۵ کیلوگرم در سال است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۵/۴۱	۵/۸۵	۴/۴۴	۹/۳۱

**۷۱-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان آشتیان)**

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۱ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف خانواده، مربوط به گزینه «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۲۳ نفر (۴۶/۹ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۳ بار در سال» و «بیش از ۵۲ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۲ درصد) می‌باشند. فراوانی گزینه‌های «۱ بار در سال» ۶ نفر (۱۲/۲ درصد) و «۶ بار در سال» ۷ نفر (۱۴/۱ درصد) می‌باشند.

**جدول (۷۰-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده**

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۶	۱۲/۲	۱۲/۲
۲	-	-	-
۳	۱	۲	۱۴/۲
۴	-	-	-
۶	۷	۱۴/۴	۲۸/۶
۱۲	۲۳	۴۶/۹	۷۵/۵
۲۴	-	-	-
بیش از ۵۲ بار	۱	۲	۷۷/۵
هیچ وقت	-	-	-
بدون جواب	۱۱	۲۲/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۹</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۱/۹۲؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

## ۷۲-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان آشتیان)

نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می دهد که بیشترین پاسخها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه «۱-۳» با فراوانی ۸ نفر (۱۶/۳ درصد) و کمترین پاسخها مربوط به گزینه «بالتر از ۱۵» با فراوانی ۳ نفر (۶/۱ درصد) می باشد. و فراوانی سایر گزینهها عبارتند از: «۳-۵» با فراوانی ۷ نفر (۱۴/۳ درصد)، «کمتر از ۱» و «۷-۹» هر کدام با فراوانی ۶ نفر (۱۲/۲ درصد)، «۵-۷» و «۱۱-۱۳» هر کدام با فراوانی ۴ نفر (۸/۲ درصد) می باشند.

جدول (۷۱-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

میزان مصرف (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۶	۱۲/۲	۱۲/۲
۱-۳	۸	۱۶/۳	۲۸/۵
۳-۵	۷	۱۴/۳	۴۲/۸
۵-۷	۴	۸/۲	۵۱
۷-۹	۶	۱۲/۲	۶۳/۲
۹-۱۱	-	-	-
۱۱-۱۳	۴	۸/۲	۷۱/۴
۱۳-۱۵	-	-	-
بالتر از ۱۵	۳	۶/۱	۷۷/۵
عدم مصرف و بدون جواب	۱۱	۲۲/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۹</b>	<b>۱۰۰</b>	

## میانگین سرانه شهرستان آشتیان: ۶/۳۴

## مصرف سرانه آبریان شهرستان آشتیان

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۶/۳۴$$

### میانگین سرانه شهرستان آشتیان: ۶/۳۴

میانگین سرانه مصرف در شهر آشتیان ۶/۳۴ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۸۲ و حد بالای ۸/۸۷ است و بدین جهت می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر آشتیان ۶/۳۴ کیلوگرم در سال است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۷/۴۶	۶/۳۴	۳/۸۲	۸/۸۷

### ۷۳-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان کمیجان)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۱۷ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف خانواده، مربوط به گزینه‌های «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۴۱ نفر (۴۰/۵ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۲ بار در سال» با فراوانی ۱ نفر (۱ درصد) و گزینه‌های «۴ بار در سال» و «۲۴ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۲ درصد) می‌باشند. فراوانی گزینه‌های «۱ بار در سال» و «بیش از ۵۲ بار در سال» هر کدام با فراوانی ۳ نفر (۳ درصد)، می‌باشند.

جدول (۷۲-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	دفعات (سال)
۳	۳	۳	۱
۴	۱	۱	۲
-	-	-	۳
۶	۲	۲	۴
-	-	-	۶
۴۶/۵	۴۰/۵	۴۱	۱۲
۴۸/۵	۲	۲	۲۴
۵۱/۵	۳	۳	بیش از ۵۲ بار
۷۰/۳	۱۸/۸	۱۹	هیچ وقت
۱۰۰	۲۹/۷	۳۰	بدون جواب
	۱۰۰	۱۰۱	جمع

میانگین خرید در سال ۱۷/۹۲؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال



## ۷۴-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان کمیجان)

نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می دهد که بیشترین پاسخها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه «۳-۵» با فراوانی ۱۰ نفر (۹/۹ درصد) و کمترین پاسخها مربوط به گزینه «۹-۱۱» با فراوانی ۱ نفر (۱ درصد) می باشد. فراوانی سایر گزینهها عبارتند از: «کمتر از ۱» و «۱۱-۱۳» هر کدام با فراوانی ۶ نفر (۵/۹ درصد)، «۱-۳» و «بالاتر از ۱۵» هر کدام با فراوانی ۹ نفر (۸/۹ درصد)، «۵-۷» با فراوانی ۸ نفر (۷/۹ درصد) و «۷-۹» با فراوانی ۳ نفر (۳ درصد) می باشند.

جدول (۷۳-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

مصرف سرانه (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۶	۵/۹	۵/۹
۱-۳	۹	۸/۹	۱۴/۸
۳-۵	۱۰	۹/۹	۲۴/۷
۵-۷	۸	۷/۹	۳۲/۶
۷-۹	۳	۳	۳۵/۶
۹-۱۱	۱	۱	۳۶/۶
۱۱-۱۳	۶	۵/۹	۴۲/۵
۱۳-۱۵	-	-	-
بالاتر از ۱۵	۹	۸/۹	۵۱/۴
عدم مصرف و بدون جواب	۴۹	۴۸/۶	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۱</b>	<b>۱۰۰</b>	

## میانگین سرانه شهرستان کمیجان: ۶/۸۷

## مصرف سرانه شهرستان کمیجان

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = 6/87$$

### میانگین سرانه شهرستان کمیجان: ۶/۸۷

میانگین سرانه مصرف در شهر کمیجان ۶/۸۷ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۵۵ و حد بالای ۹/۱۹ است و بدین جهت می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر کمیجان ۶/۸۷ کیلوگرم در سال است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۷/۹۸	۶/۸۷	۴/۵۵	۹/۱۹

### ۷۵-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان ساوه)

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۳۱ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. بیشترین پاسخ‌ها در خصوص دفعات مصرف خانواده، مربوط به گزینه‌های «۱۲ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱۹۵ نفر (۴۴/۸ درصد) و ۸۰ نفر (۱۸/۴ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۸ بار در سال» با فراوانی ۱ نفر (۰/۲ درصد) و «۲۴ بار در سال» با فراوانی ۲ نفر (۰/۵ درصد) می‌باشد. فراوانی گزینه‌های «۱ بار در سال» ۶۶ نفر (۱۵/۲ درصد)، «۳ بار در سال» ۵ نفر (۱/۱ درصد)، «۴ بار در سال» ۱۳ نفر (۳ درصد)، «۱۰ بار در سال» ۴ نفر (۰/۹ درصد) و «بیش از ۵۲ بار در سال» ۳۷ نفر (۸/۵ درصد) می‌باشد.

جدول (۷۴-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۶۶	۱۵/۲	۱۵/۲
۲	-	-	-
۳	۵	۱/۱	۱۶/۳
۴	۱۳	۳	۱۹/۳
۶	۸۰	۱۸/۴	۳۷/۷
۸	۱	۰/۲	۳۷/۹
۱۰	۴	۰/۹	۳۸/۸
۱۲	۱۹۵	۴۴/۸	۸۳/۶
۲۴	۲	۰/۵	۸۴/۱
بیش از ۵۲ بار	۳۷	۸/۵	۹۲/۶
هیچ وقت	۱۹	۴/۴	۹۷
بدون جواب	۱۳	۳	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۳۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۳۱/۶۱؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

#### ۷۶-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان ساوه)

نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می دهد که بیشترین پاسخ ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه های «کمتر از ۱» با فراوانی ۹۲ نفر (۲۱/۱ درصد) و «۱-۳» با فراوانی ۶۳ نفر (۱۴/۵ درصد) و کمترین پاسخ ها مربوط به گزینه های «۱۳-۱۵» با فراوانی ۵ نفر (۱/۱ درصد) و «۹-۱۱» با فراوانی ۱۲ نفر (۲/۸ درصد) می باشد. فراوانی سایر گزینه ها عبارتند از: «۳-۵» با فراوانی ۳۹ نفر (۹ درصد)، «۵-۷» با فراوانی ۵۰ نفر (۱۱/۵ درصد)، «۹-۷» با فراوانی ۵۴ نفر (۱۲/۴ درصد)، «۱۱-۱۳» با فراوانی ۳۳ نفر (۷/۶ درصد) و «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۳۸ نفر (۸/۷ درصد) می باشند.

جدول (۷۵-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

مصرف سرانه (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۹۲	۲۱/۱	۲۱/۱
۱-۳	۶۳	۱۴/۵	۳۵/۶
۳-۵	۳۹	۹	۴۴/۶
۵-۷	۵۰	۱۱/۵	۵۶/۱
۷-۹	۵۴	۱۲/۴	۶۸/۵
۹-۱۱	۱۲	۲/۸	۷۱/۳
۱۱-۱۳	۳۳	۷/۶	۷۸/۹
۱۳-۱۵	۵	۱/۱	۸۰
بالاتر از ۱۵	۳۸	۸/۷	۸۸/۷
عدم مصرف و بدون جواب	۴۹	۱۱/۳	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۴۳۵</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین سرانه شهرستان ساوه: ۶/۷۷

### مصرف سرانه شهرستان ساوه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۶/۷۷$$

### میانگین سرانه شهرستان ساوه: ۶/۷۷

میانگین سرانه مصرف در شهر ساوه ۶/۷۷ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۵/۸۳ و حد بالای ۷/۷۱ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد ادعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر ساوه ۶/۷۷ کیلوگرم در سال است.

### ۷۷-۴- دفعات مصرف خانواده (شهرستان زرنديه)

نتیجه بررسی نشان می دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۵۶ روز یکبار ماهی مصرف می کنند. بیشترین پاسخها در خصوص دفعات مصرف خانواده، مربوط به گزینه «۱۲ بار در سال» ۵۸ نفر (۵۳/۶ درصد) و

کمترین پاسخها مربوط به گزینه «۱۰ بار در سال» می باشد. فراوانی گزینه های «بیش از ۵۲ بار در سال» با فراوانی ۳۴ نفر (۳۱/۵ درصد)، «۱ بار در سال» ۸ نفر (۷/۴ درصد) و «۶ بار در سال» ۲ نفر (۱/۹ درصد) می باشند.

جدول (۷۶-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۸	۷/۴	۷/۴
۲	-	-	-
۳	-	-	-
۴	-	-	-
۶	۲	۱/۹	۹/۳
۱۰	۱	۰/۹	۱۰/۲
۱۲	۵۸	۵۳/۶	۶۳/۸
بیش از ۵۲ بار	۳۴	۳۱/۵	۹۵/۳
هیچ وقت	۲	۱/۹	۹۷/۲
بدون جواب	۳	۲/۸	۱۰۰
جمع	۱۰۸	۱۰۰	

میانگین خرید در سال ۵۶/۶۴؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

#### ۷۸-۴- میزان مصرف سرانه (شهرستان زرنديه)

نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می دهد که بیشترین پاسخها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه های «کمتر از ۱» با فراوانی ۴۱ نفر (۳۸ درصد) و «۷-۹» با فراوانی ۲۵ نفر (۲۳/۱ درصد) و کمترین پاسخها مربوط به گزینه های «۱۱-۱۳» و «۱۳-۱۵» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۹ درصد) می باشد. فراوانی سایر گزینه ها عبارتند از: «۳-۵» و «۵-۷» هر کدام با فراوانی ۱۰ نفر (۹/۳ درصد)، «۱-۳» با فراوانی ۷ نفر (۶/۵ درصد)، و «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۸ نفر (۷/۳ درصد) می باشند.

جدول (۲۷-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

مصرف سرانه (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۴۱	۳۸	۳۸
۱-۳	۷	۶/۵	۴۴/۵
۳-۵	۱۰	۹/۳	۵۳/۸
۵-۷	۱۰	۹/۳	۶۳/۱
۷-۹	۲۵	۲۳/۱	۸۶/۲
۹-۱۱	-	-	-
۱۱-۱۳	۱	۰/۹	۸۷/۱
۱۳-۱۵	۱	۰/۹	۸۸
بالاتر از ۱۵	۸	۷/۳	۹۵/۳
عدم مصرف و بدون جواب	۵	۴/۷	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۸</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### میانگین سرانه شهرستان زرنديه: ۵/۱۴

#### محاسبات مربوط به مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۵/۱۴$$

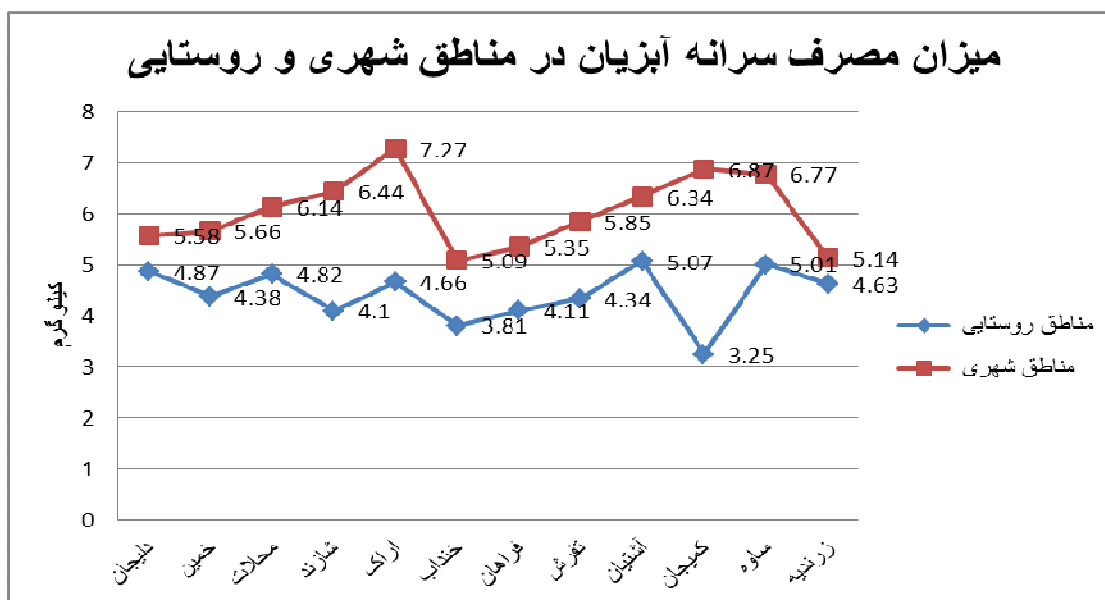
#### میانگین سرانه شهرستان زرنديه: ۵/۱۴

میانگین سرانه مصرف در شهر زرنديه ۵/۱۴ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۸۷ و حد بالای ۶/۴۱ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در شهر زرنديه ۵/۱۴ کیلوگرم در سال است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۶/۵۹	۵/۱۴	۳/۸۷	۶/۴۱

جدول (۷۸-۴). مصرف سرانه در شهرستان های استان مرکزی

Std. Deviation	95% Confidence Interval of the Difference		میانگین مصرف سرانه	شهرستان
	Upper	Lower		
8.76021	8.0244	3.1467	۵/۵۸	دلیجان
7.78703	7.2391	4.1003	۵/۶۶	خمین
8.71648	8.5028	3.7900	۶/۱۴	محلات
8.03334	7.9960	4.8867	۶/۴۴	شازند
11.36244	8.1703	6.3853	۷/۲۷	اراک
6.20709	6.5940	3.5891	۵/۰۹	خنداب
5.46311	7.0203	3.6984	۵/۳۵	فراهان
5.41556	7.2663	4.4437	۵/۸۵	تفرش
7.46132	8.8735	3.8244	۶/۳۴	آشتیان
7.98671	9.1956	4.5574	۶/۸۷	کمیجان
7.79997	7.7144	5.8311	۶/۷۷	ساوه
6.59301	6.4177	3.8782	۵/۱۴	زرنديه



نمودار (۶-۴). میزان مصرف سرانه آبزیان به تفکیک مناطق شهری و روستایی استان مرکزی

## نتایج مصرف آبزیان در مناطق روستایی

### ج) نتایج مطالعه در مناطق روستایی (مصرف آبزیان در مناطق روستایی)

#### ۷۹-۴- میزان علاقه خانواده‌های روستایی به مصرف آبزیان

نتیجه بررسی میزان علاقه خانواده‌ها به مصرف آبزیان نشان می‌دهد ۳۳۲ نفر (۳۱ درصد) از افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند که هیچ علاقه‌ای به مصرف آبزیان ندارند، ۷۹ نفر (۷/۴ درصد) در حد خیلی کم و ۱۱۶ نفر (۱۰/۸ درصد) در حد کم به مصرف آبزیان علاقه دارند. میزان علاقه ۲۴۴ نفر (۲۲/۸ درصد) به مصرف آبزیان در حد متوسط و ۲۵۰ نفر (۲۳/۴ درصد) زیاد و ۴۹ نفر (۶/۴ درصد) در حد خیلی زیاد می‌باشد. بنابراین بیشترین فراوانی مربوط به گزینه «هیچ» و کمترین فراوانی مربوط به گزینه «خیلی زیاد» می‌باشد. میانگین میزان علاقه‌مندی به مصرف ماهی در بین خانوارهای روستایی ۲/۱ از ۵ (بین کم و متوسط) می‌باشد.

جدول (۷۹-۴). توزیع فراوانی میزان علاقه خانواده به مصرف آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هیچ	۳۳۲	۳۱	۳۱
خیلی کم	۷۹	۷/۴	۳۸/۴
کم	۱۱۶	۱۰/۸	۴۹/۲
متوسط	۲۴۴	۲۲/۸	۶۲
زیاد	۲۵۰	۲۳/۴	۸۵/۴
خیلی زیاد	۴۹	۴/۶	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

#### ۸۰-۴- انواع آبزیان مورد مصرف

۳۲ نفر (۳ درصد) از افراد مصرف‌کننده، ماهی قزل‌آلا را در حد خیلی کم مصرف کرده‌اند، ۸۸ نفر (۸/۲ درصد) در حد کم و ۷۶ نفر (۷/۱ درصد) در حد متوسط مصرف کرده‌اند. در حالی که ۴۰ نفر (۳/۷ درصد) در حد زیاد و فقط مصرف (۱/۳ درصد) از مصرف‌کنندگان در حد خیلی زیاد بوده است.

- تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که ۸ نفر (۰/۷ درصد) از مصرف‌کنندگان، شیرماهی را در حد کم، ۳ نفر (۰/۳ درصد) آن را در حد متوسط و ۶ نفر (۰/۶ درصد) آن را در حد زیاد و ۲ نفر (۰/۲ درصد) در حد خیلی زیاد مصرف کرده‌اند.



- بررسی میزان مصرف ماهی سفید در مصرف کنندگان این ماهی نشان می دهد که ۲۰ نفر (۱/۹ درصد) در حد خیلی کم و ۲۸ نفر (۲/۶ درصد) کم از این ماهی مصرف کرده اند، میزان مصرف ۳ نفر (۰/۳ درصد) در حد متوسط، ۵ نفر (۰/۴ درصد) زیاد بوده است.
- بررسی داده های بدست آمده از میزان مصرف ماهی حلوا در افراد مصرف کننده نشان می دهد ۲ نفر (۰/۲ درصد) در حد کم، ۱ نفر (۰/۱ درصد) در حد متوسط از این ماهی مصرف کرده اند و فقط ۱ نفر (۰/۱ درصد) افراد، از این ماهی زیاد مصرف کرده اند.
- ۲۵ نفر (۲/۳ درصد) از افراد مصرف کننده در این تحقیق اظهار داشته اند که از ماهی کپور در حد کم و خیلی کم مصرف می کنند، ۳ نفر (۰/۳ درصد) در حد متوسط و ۱ نفر (۰/۱ درصد) در حد زیاد از ماهی کپور مصرف می کنند.
- نتیجه این مطالعه در خصوص میزان مصرف ماهی آزاد در ۱۹ نفر (۱/۸ درصد) از افراد مصرف کننده در حد کم و خیلی کم و در ۶ نفر (۰/۶ درصد) در حد متوسط بوده است و فقط ۱ نفر (۰/۱ درصد) از مصرف کنندگان، میزان مصرف خود را در حد زیاد عنوان کرده اند.
- آنالیز داده ها در خصوص میزان مصرف ماهی شوریده نشان می دهد ۴ نفر (۰/۳ درصد) از این ماهی در حد خیلی کم و ۵ نفر (۰/۴ درصد) در حد کم و ۱ نفر (۰/۱ درصد) در حد متوسط و ۵ نفر (۰/۴ درصد) در حد زیاد مصرف کرده اند.
- نتایج نشان می دهد که فقط ۱ نفر (۰/۱۲ درصد) از مصرف کنندگان میگو، میگو را در حد خیلی کم مصرف کرده اند و ۲ نفر (۰/۲ درصد) از افراد هم اظهار کرده اند که میگو را در حد خیلی زیاد مصرف کرده اند.
- همچنین نتیجه این مطالعه در مورد میزان مصرف سایر ماهی ها در افراد مصرف کننده نشان می دهد ۶ نفر (۰/۶ درصد) در حد کم، ۲ نفر (۰/۲ درصد) در حد متوسط بوده است و میزان مصرف ۱۰ نفر (۰/۹ درصد) از مصرف کنندگان در حد زیاد بوده است.

جدول (۸۰-۴). توزیع فراوانی انواع آبزیان مورد مصرف

گونه	میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بدون جواب	جمع
قزل آلا	فراوانی	۳۲	۸۸	۷۶	۴۰	۱۴	۸۲۰	۱۰۷۰
	درصد	۳	۸/۲	۷/۱	۳/۷	۱/۳	۷۶/۷	۱۰۰
شیرماهی	فراوانی	-	۸	۳	۶	۲	۱۰۵۱	۱۰۷۰
	درصد	-	۰/۷	۰/۳	۰/۶	۰/۲	۹۸/۲	۱۰۰
سفید	فراوانی	۲۰	۲۸	۳	۵	-	۱۰۱۴	۱۰۷۰
	درصد	۱/۹	۲/۶	۰/۳	۰/۴	-	۹۴/۸	۱۰۰
حلوا	فراوانی	-	۲	۱	۱	-	۱۰۶۶	۱۰۷۰
	درصد	-	۰/۲	۰/۱	۰/۱	-	۹۹/۶	۱۰۰
کپور	فراوانی	۱۱	۱۴	۳	۱	-	۱۰۴۱	۱۰۷۰
	درصد	۱	۱/۳	۰/۳	۰/۱	-	۹۷/۳	۱۰۰
آزاد	فراوانی	۷	۱۲	۶	۱	-	۱۰۴۴	۱۰۷۰
	درصد	۰/۷	۱/۱	۰/۶	۰/۱	-	۹۷/۵	۱۰۰
شوریده	فراوانی	۴	۵	۱	۵	-	۱۰۵۵	۱۰۷۰
	درصد	۰/۳	۰/۴	۰/۱	۰/۴	-	۹۸/۸	۱۰۰
میگو	فراوانی	۱	-	-	-	۲	۱۰۶۷	۱۰۷۰
	درصد	۰/۱	-	-	-	۰/۲	۹۹/۷	۱۰۰
سایر	فراوانی	-	۶	۲	۱۰	-	۱۰۴۹	۱۰۷۰
	درصد	-	۰/۶	۰/۲	۰/۹	-	۹۸/۳	۱۰۰

#### ۸۱-۴- میزان آبزیان مورد مصرف

اطلاعات جدول (۶-۶) حاکی از آن است که ۲۵۰ نفر (۲۳/۴ درصد) ماهی قزل آلا مصرف کرده‌اند، ۲۳ نفر (۲/۱ درصد) شیرماهی، ۵۹ نفر (۵/۶ درصد) سفید، ۳۹ نفر (۳/۷ درصد) حلوا، ۳۱ نفر (۲/۹ درصد) کپور، ۲۶ نفر (۲/۴ درصد) آزاد، ۱۵ نفر (۱/۴ درصد) شوریده، ۳ نفر (۰/۳ درصد) میگو و ۲۱ نفر (۱/۹ درصد) سایر ماهی‌ها را مصرف کرده‌اند. همچنین ۶۰۳ نفر (۵۶/۳ درصد) ماهی مصرف نکرده‌اند و یا نوع ماهی مصرفی را اعلام نکرده‌اند.

سایر آبزیان عبارتند از: جنوب- فیله- دودی- کولی- فیتوفاک- اوزون برون- کفشک- کوسه- سرخو- سنگ سر- صبور- قزل آلا.

جدول (۸۱-۴). توزیع فراوانی انواع آبیان (پرورشی) مورد مصرف

انواع آبیان	فراوانی	درصد
قزل آلا	۲۵۰	۲۳/۴
شیرماهی	۲۳	۲/۱
سفید	۵۹	۵/۶
حلوا	۳۹	۳/۷
کپور	۳۱	۲/۹
آزاد	۲۶	۲/۴
شوریده	۱۵	۱/۴
میگو	۳	۰/۳
سایر	۲۱	۱/۹
عدم مصرف و عدم اعلام نوع ماهی	۶۰۳	۵۶/۳
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>	<b>۱۰۰</b>

#### ۸۲-۴- دفعات مصرف ماهی خانواده در روستا

نتیجه بررسی نشان می دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۲ روز یکبار ماهی مصرف می کنند. بیشترین پاسخها در خصوص دفعات مصرف ماهی خانواده، مربوط به گزینه های «۱۲ بار در سال» با فراوانی ۳۶۲ نفر (۳۳/۹ درصد) می باشد و کمترین پاسخها مربوط به گزینه های «۱۰ بار در سال» و «۳۶ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲ نفر (۰/۲ درصد) و ۳ نفر (۰/۳ درصد) می باشد و گزینه های «۱ بار در سال» با فراوانی ۱۳۸ نفر (۱۲/۹ درصد)، «۲ بار در سال»، «۳ بار در سال»، «۴ بار در سال» و «۶ بار در سال» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱۰ نفر (۰/۹ درصد)، ۱۲ نفر (۱/۱ درصد)، ۱۴ نفر (۱/۳ درصد) و ۳۶ نفر (۳/۴ درصد) و گزینه های «۲۴ بار در سال» با فراوانی ۲۳ نفر (۲/۱ درصد)، «۵۲ بار در سال» با فراوانی ۱۵ نفر (۱/۴ درصد)، «بیش از ۵۲ بار در سال» ۵۹ نفر (۵/۵ درصد) می باشند.

جدول (۸۲-۴). توزیع فراوانی دفعات مصرف ماهی خانواده

دفعات (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۱۳۸	۱۲/۹	۱۲/۹
۲	۱۰	۰/۹	۱۳/۸
۳	۱۲	۱/۱	۱۴/۹
۴	۱۴	۱/۳	۱۶/۲
۶	۳۶	۳/۴	۱۹/۶
۱۰	۲	۰/۲	۱۹/۸
۱۲	۳۶۲	۳۳/۹	۵۳/۷
۲۴	۲۳	۲/۱	۵۵/۸
۳۶	۳	۰/۳	۵۶/۱
۵۲	۱۵	۱/۴	۵۷/۵
بیش از ۵۲ بار	۵۹	۵/۵	۶۳
هیچ وقت و بدون پاسخ	۳۹۶	۳۷/۰	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>	<b>۱۰۰</b>	

میانگین خرید در سال ۲۲/۸۲؛ کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال

### ۸۳-۴- میزان مصرف سرانه در روستا

نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین پاسخ‌ها در خصوص میزان مصرف سرانه، مربوط به گزینه‌های «کمتر از ۱» با فراوانی ۱۷۶ نفر (۱۶/۴ درصد) و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «۱۳-۱۵» با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) و «۹-۱۱» با فراوانی ۱۲ نفر (۱/۱ درصد) می‌باشد. فراوانی سایر گزینه‌ها عبارتند از: «۱-۳» با فراوانی ۱۴۲ نفر (۱۳/۴ درصد)، «۷-۹» و «۱۱-۱۳» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۸۵ نفر (۷/۹ درصد) و ۳۳ نفر (۳/۱ درصد)، «۳-۵» و «۵-۷» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۸۴ نفر (۷/۹ درصد) و ۶۹ نفر (۶/۴ درصد) و «بالاتر از ۱۵» با فراوانی ۶۰ نفر (۵/۶ درصد) می‌باشند.

جدول (۸۳-۴). توزیع فراوانی میزان مصرف سرانه

مصرف آزیبان (کیلوگرم در سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۱	۱۷۶	۱۶/۴	۱۶/۴
۱-۳	۱۴۲	۱۳/۴	۲۹/۸
۳-۵	۸۴	۷/۹	۳۷/۷
۵-۷	۶۹	۶/۴	۴۴/۱
۷-۹	۸۵	۷/۹	۵۱/۰
۹-۱۱	۱۲	۱/۱	۵۲/۱
۱۱-۱۳	۳۳	۳/۱	۵۵/۲
۱۳-۱۵	۱	۰/۱	۵۵/۳
بالاتر از ۱۵	۶۰	۵/۶	۶۰/۹
عدم مصرف و بدون جواب	۴۰۸	۳۹/۱	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>	<b>۱۰۰</b>	

### میانگین سرانه روستا: ۴/۶۲

### محاسبات مربوط به مصرف سرانه

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} \quad \text{۴/۶۲}$$

میانگین سرانه مصرف در مناطق روستایی ۴/۶۲ کیلوگرم در سال است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۰۱ و حد بالای ۵/۲۳ است و بدین جهت می توان با اطمینان ۹۵ درصد اذعان داشت که متوسط سرانه مصرف ماهی در مناطق روستایی ۴/۶۲ کیلوگرم است.

Std. deviation	mean	95% Confidence interval of the difference	
		Lower	Upper
۱۰/۰۶	۴/۶۲	۴/۰۱	۵/۲۳

برای محاسبه میزان سرانه مصرف، میزان خرید هر فرد ضربدر دفعات خرید هر فرد تقسیم بر تعداد اعضای خانوار استفاده می شود که فرمول آن به شکل زیر است:

$$\frac{\text{میزان خرید} \times \text{دفعات خرید}}{\text{تعداد خانوار}} = \text{مصرف سرانه} = ۴/۶۲$$

میانگین سرانه روستا: ۴/۶۲

جدول زیر مصرف سرانه آبیان در مناطق روستایی استان مرکزی را نشان می‌دهد:

جدول (۸۴-۴). مصرف سرانه در مناطق روستایی استان مرکزی

Std. Deviation	95% Confidence Interval of the Difference		میانگین مصرف سرانه مناطق روستایی	شهرستان
	Upper	Lower		
6.28948	7.5928	2.1533	۴/۸۷	دلیجان
7.87310	6.0558	2.7195	۴/۳۸	خمین
9.54869	8.2715	1.3861	۴/۸۲	محلات
8.02378	5.6694	2.5486	۴/۱۰	شازند
14.24285	6.1300	3.2099	۴/۶۶	اراک
4.69165	7.0203	3.6984	۳/۸۱	خنداب
5.46311	6.4077	2.2828	۴/۱۱	فراهان
5.52330	9.3140	.8444	۴/۳۴	تفرش
6.66509	5.0803	1.4337	۵/۰۷	آشتیان
6.48260	5.6223	2.8661	۳/۲۵	کمیجان
6.23450	5.9992	4.0271	۵/۰۱	ساوه
6.59301	6.4177	3.8782	۴/۶۳	زرنديه

#### ۸۴-۴- میزان خرید آبیان (پرورشی) در هر بار خرید در مناطق روستایی

آنالیز داده‌های بدست آمده از تحقیق، در خصوص میزان خرید آبیان (پرورشی) در هر بار خرید نشان می‌دهد که ۱۸۹ نفر (۱۷/۷ درصد) «کمتر از ۳ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند، ۲۳۱ نفر (۲۱/۶ درصد) «۳-۶ کیلو»، ۴۱ نفر (۳/۸ درصد) «۷-۱۰ کیلو»، ۱ نفر (۰/۱ درصد) «۱۱-۱۴ کیلو»، ۳ نفر (۰/۳ درصد) «۱۵-۱۸ کیلو» و ۳ نفر (۰/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه «بالاتر از ۱۸ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند. محاسبات نشان می‌دهد که

میانگین خرید آبزبان پرورشی در مناطق روستایی ۳/۷۴ کیلوگرم در هر بار می باشد حداقل میزان خرید ۰/۵ کیلو و حداکثر ۳۰ کیلوگرم است .

جدول (۸۵-۴). توزیع فراوانی میزان خرید آبزبان (پرورشی) در هر بار خرید

میزان (کیلو)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۳	۱۸۹	۱۷/۷	۱۷/۷
۳-۶	۲۳۱	۲۱/۶	۳۹/۳
۷-۱۰	۴۱	۳/۸	۴۳/۱
۱۱-۱۴	۱	۰/۱	۴۳/۲
۱۵-۱۸	۳	۰/۳	۴۳/۵
بالا تر از ۱۸	۳	۰/۳	۴۳/۸
بدون جواب	۶۰۲	۵۶/۲	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

#### ۸۵-۴- قیمت آبزبان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید در مناطق روستایی

بررسی داده های بدست آمده در خصوص قیمت آبزبان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید نشان می دهد که فقط حدود ۴ نفر (۰/۴ درصد) از افراد مورد مطالعه «کمتر از ۳۰۰۰ تومان» بابت هر کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می کنند، در حالی که ۳۵۴ نفر (۳۳/۱ درصد) قیمتی در حدود «۳۰۰۰-۶۰۰۰ تومان» پرداخت می کنند، ۱۹ نفر (۱/۸ درصد) در حد «۶۰۰۱-۹۰۰۰ تومان» و ۸ نفر (۰/۷ درصد) در حدود «۹۰۰۱-۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید یک کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می کنند و فقط ۱ نفر (۰/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه قیمتی «بالا تر از ۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید هر کیلو ماهی هزینه می کنند. میانگین قیمت ماهی پرورشی در مناطق روستایی ۴۷۱۵/۵ تومان است .

جدول (۸۶-۴). توزیع فراوانی قیمت آبزیان (پرورشی)

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	قیمت (تومان)
۰/۴	۰/۴	۴	کمتر از ۳۰۰۰
۳۳/۵	۳۳/۱	۳۵۴	۳۰۰۰-۶۰۰۰
۳۵/۳	۱/۸	۱۹	۶۰۰۱-۹۰۰۰
۳۶	۰/۷	۸	۹۰۰۱-۱۲۰۰۰
۳۶/۱	۰/۱	۱	بالاتر از ۱۲۰۰۰
۱۰۰	۶۳/۹	۶۸۴	بدون جواب
	۱۰۰	۱۰۷۰	جمع

میانگین ۴۷۱۵/۵ تومان؛ میانه ۴۵۰۰؛ مد ۴۰۰۰ تومان؛ انحراف معیار ۱۳۴۶

#### ۸۶-۴- میزان خرید آبزیان (دریایی) در هر بار خرید در مناطق روستایی

بررسی داده‌های بدست آمده درخصوص میزان خرید آبزیان (دریایی) در هر بار خرید نشان می‌دهد که ۹۱ نفر (۶/۶ درصد) «کمتر از ۳ کیلو» در هر بار ماهی خرید می‌کنند، ۵۹ نفر (۵/۵ درصد) «۳-۶ کیلو» در هر بار خرید می‌کنند، ۵ نفر (۰/۵ درصد) «۷-۱۰ کیلو» ماهی در هر بار خرید می‌کنند و فقط عده کمی از افراد مورد مطالعه در حدود ۲ نفر (۰/۲ درصد) «بالاتر از ۱۰ کیلو» ماهی خرید می‌کنند. اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که میانگین خرید آبزیان دریایی در روستاهای استان مرکزی ۲/۸ کیلو گرم در هر بار است.

جدول (۸۷-۴). توزیع فراوانی میزان خرید ماهی در هر بار خرید

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	میزان (کیلو)
۸/۵	۸/۵	۹۱	کمتر از ۳
۱۴	۵/۵	۵۹	۳-۶
۱۴/۵	۰/۵	۵	۷-۱۰
۱۴/۷	۰/۲	۲	بالاتر از ۱۰
۱۰۰	۸۵/۳	۳۱۹	بدون جواب
	۱۰۰	۱۰۷۰	جمع

میانگین ۲/۸ میانه ۲ مد ۲ انحراف معیار ۲/۱ واریانس ۴/۶۹

#### ۸۷-۴- قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید در روستاها

بررسی داده‌های بدست آمده درخصوص قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید نشان می‌دهد که فقط حدود ۳ نفر (۰/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه «کمتر از ۳۰۰۰ تومان» بابت هر کیلو ماهی در هر بار



خرید پرداخت می کنند، در حالی که ۴۰ نفر (۳/۷ درصد) قیمتی در حدود «۶۰۰۰-۳۰۰۰ تومان» پرداخت می کنند، ۷۷ نفر (۷/۲ درصد) در حد «۹۰۰۰-۶۰۰۱ تومان» و ۱۹ نفر (۱/۸ درصد) در حدود «۱۲۰۰۰-۹۰۰۱ تومان» بابت خرید یک کیلو ماهی در هر بار خرید پرداخت می کنند و فقط (۰/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه قیمتی «بالاتر از ۱۲۰۰۰ تومان» بابت خرید هر کیلو ماهی هزینه می کنند. میانگین قیمت خرید ماهی دریایی در روستاهای استان ۷۵۹۵/۷ تومان است.

جدول (۸۸-۴). توزیع فراوانی قیمت آبریان (دریایی) در روستاها

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	قیمت (تومان)
۰/۳	۰/۳	۳	کمتر از ۳۰۰۰
۴	۳/۷	۴۰	۳۰۰۰-۶۰۰۰
۱۱/۲	۷/۲	۷۷	۶۰۰۱-۹۰۰۰
۱۳	۱/۸	۱۹	۹۰۰۱-۱۲۰۰۰
۱۳/۱	۰/۱	۱	بالاتر از ۱۲۰۰۰
۱۰۰	۸۶/۹	۹۳۰	بدون جواب
	۱۰۰	۱۰۷۰	جمع

میانگین ۷۵۹۵/۷؛ میانه ۸۷۰۰؛ مد ۹۰۰۰؛ انحراف معیار ۲۳۸۶/۹

#### ۸۸-۴- طریقه مصرف آبریان

نتیجه بررسی در خصوص طریقه مصرف آبریان نشان می دهد که ۴۰۹ نفر (۳۸/۲ درصد) از افراد مورد مطالعه به طریقه «سرخ کردنی»، ۴۵ نفر (۴/۲ درصد) به طریقه «آب پز»، ۲ نفر (۰/۲ درصد) «شکم پر» ۱۵ نفر (۱/۴ درصد) «کبابی» ماهی را مصرف می کنند و اطلاعات همچنین نشان می دهد که ۴۸ نفر (۴/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه به روش «آب پز و سرخ کردنی»، ۳۶ نفر (۳/۴ درصد) به روش «سرخ کردنی و کبابی» و ۱۱ نفر (۱ درصد) هم به روش «سرخ کردنی و شکم پر» ماهی مصرف می کنند و فقط ۱ نفر (۰/۱ درصد) از افراد مورد مطالعه به روش - های «آب پز و سرخ کردنی و کبابی»، «آب پز و سرخ کردنی و شکم پر»، «شکم پر و کبابی» و «آب پز و بخارپز» ماهی مصرف می کنند.

جدول (۸۹-۴). توزیع فراوانی طبقه مصرف آبزیان

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	طریقه مصرف
۴/۲	۴/۲	۴۵	آب‌پز
۴۲/۴	۳۸/۲	۴۰۹	سرخ کردنی
۴۲/۶	۰/۲	۲	شکم‌پر
۴۴	۱/۴	۱۵	کبابی
۴۸/۵	۴/۵	۴۸	آب‌پز-سرخ کردنی
۵۱/۹	۳/۴	۳۶	سرخ کردنی-کبابی
۵۲/۱	۰/۲	۲	آب‌پز-کبابی
۵۲/۲	۰/۱	۱	آب‌پز-سرخ کردنی-کبابی
۵۳/۲	۱	۱۱	سرخ کردنی-شکم‌پر
۵۳/۷	۰/۵	۵	بخارپز
۵۳/۸	۰/۱	۱	شکم‌پر-کبابی
۵۳/۹	۰/۱	۱	آب‌پز-سرخ کردنی-شکم‌پر
۵۴/۳	۰/۴	۴	سرخ کردنی-بخارپز
۵۴/۴	۰/۱	۱	آب‌پز-بخارپز
۵۵	۰/۶	۶	سرخ کردنی-شکم‌پر-کبابی
۵۵/۲	۰/۲	۲	آب‌پز-شکم‌پر
۱۰۰	۴۴/۸	۴۸۱	بدون جواب
	۱۰۰	۱۰۷۰	جمع

#### ۸۹-۴- محل تأمین آبزیان

بیشترین پاسخ‌ها در خصوص محل تأمین آبزیان، مربوط به گزینه‌های «سایر شهرها» و «بازار محلی» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲۰۳ نفر (۱۹ درصد) و ۱۷۲ نفر (۱۶/۱ درصد) می‌باشد و کمترین پاسخ‌ها مربوط به گزینه‌های «رودخانه» و «بازار محلی و دوره‌گردها» و «استخر پرورش ماهی و دوره‌گردها» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) و گزینه‌های «دوره‌گردها و سایر شهرها»، «سد»، «استخر پرورش ماهی و سایر شهرها»، «فروشگاه‌های زنجیره‌ای و استخر پرورش ماهی» و «شیلات» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشند. ۸۸ نفر (۸/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه ماهی خود را از «فروشگاه‌های زنجیره‌ای» و «بازار محلی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای» و ۵۸ نفر (۵/۴ درصد) از «استخر پرورش ماهی» تأمین کرده‌اند. اطلاعات مربوط به سایر گزینه‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول (۹۰-۴). توزیع فراوانی محل تأمین آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بازار محلی	۱۷۲	۱۶/۱	۱۶/۱
فروشگاه های زنجیره ای	۸۸	۸/۲	۲۴/۳
بازار محلی - فروشگاه های زنجیره ای	۸۸	۸/۲	۳۲/۵
استخر پرورش ماهی	۵۸	۵/۴	۳۷/۹
تعاونی	۳	۰/۳	۳۸/۲
دوره گردها	۱۳	۱/۲	۳۹/۴
سایر شهرها	۲۰۳	۱۹	۵۸/۴
دوره گردها - سایر شهرها	۲	۰/۲	۵۸/۶
سد	۲	۰/۲	۵۸/۸
بازار محلی - استخر پرورش ماهی	۴	۰/۴	۵۹/۲
بازار محلی - سایر شهرها	۴	۰/۴	۵۹/۶
رودخانه	۱	۰/۱	۵۹/۷
استخر پرورش ماهی - دوره گردها	۱	۰/۱	۵۹/۸
استخر پرورش ماهی - سایر شهرها	۲	۰/۲	۶۰
بازار محلی - دوره گردها	۱	۰/۱	۶۰/۱
فروشگاه های زنجیره ای - استخر پرورش ماهی	۲	۰/۲	۶۰/۳
شیلات	۲	۰/۲	۶۰/۵
بدون جواب	۴۲۴	۳۹/۵	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>		

### ۹۰-۴- تمایل به خرید انواع آبزیان

آنالیز داده ها حاکی از آن است که بیشترین افراد تمایل به خرید «آبزیان کنسروی»، «آبزیان تازه» و «آبزیان کنسروی و تازه» هر کدام به ترتیب با فراوانی ۱۶۵ نفر (۱۵/۴ درصد)، ۱۳۶ نفر (۱۲/۷ درصد) و ۱۰۰ نفر (۹/۳ درصد) را دارند و کمترین افراد تمایل به خرید «آبزیان منجمد، بسته بندی و تازه»، «آبزیان زنده، منجمد و تازه»، «آبزیان زنده و بسته بندی»، «آبزیان زنده - کنسروی - بسته بندی» و «آبزیان منجمد، کنسروی، بسته بندی و تازه» هر کدام با فراوانی ۲ نفر (۰/۱ درصد) و «آبزیان زنده - منجمد - کنسروی - تازه» با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) می باشند. ۲۹ نفر (۲/۷ درصد) از افراد مطالعه «آبزیان منجمد»، ۳۹ نفر (۳/۶ درصد) «آبزیان زنده» و ۲۸ نفر (۲/۶ درصد) از افراد مورد مطالعه از «آبزیان بسته بندی» مصرف می کنند. اطلاعات مربوط به سایر گزینه ها در جدول زیر آمده است.

جدول (۹۱-۴). توزیع فراوانی تمایل به خرید انواع آبیان

درصد	فراوانی	انواع آبیان
۳/۶	۳۹	آبیان زنده
۲/۷	۲۹	آبیان منجمد
۱۵/۴	۱۶۵	آبیان کنسروی
۲/۶	۲۸	آبیان بسته‌بندی
۱۲/۷	۱۳۶	آبیان تازه
۱/۲	۱۳	آبیان زنده- کنسروی- تازه
۹/۳	۱۰۰	آبیان کنسروی- تازه
۰/۸	۹	آبیان زنده- تازه
۰/۸	۹	آبیان منجمد- بسته‌بندی
۰/۹	۱۰	آبیان بسته‌بندی- تازه
۳/۶	۳۹	آبیان کنسروی- بسته‌بندی- تازه
۴/۶	۴۹	آبیان منجمد- کنسروی

جدول (۹۲-۴). توزیع فراوانی تمایل به خرید انواع آبیان

درصد	فراوانی	انواع آبیان
۲/۱	۲۲	آبیان منجمد- کنسروی- تازه
۱/۹	۲۰	آبیان منجمد- تازه
۲/۵	۲۷	آبیان کنسروی- بسته‌بندی
۰/۲	۲	آبیان زنده- منجمد- تازه
۰/۴	۴	آبیان زنده- منجمد
۱	۱۱	آبیان زنده- کنسروی
۰/۵	۵	آبیان زنده- منجمد- کنسروی
۰/۲	۲	آبیان منجمد- بسته‌بندی- تازه
۰/۲	۲	آبیان زنده- بسته‌بندی
۰/۲	۲	آبیان زنده- کنسروی- بسته‌بندی
۰/۱	۱	آبیان زنده- منجمد- کنسروی- تازه
۰/۲	۲	آبیان منجمد- کنسروی- بسته‌بندی- تازه
۰/۵	۵	آبیان منجمد- کنسروی- بسته‌بندی
۰/۵	۵	آبیان زنده- کنسروی- بسته‌بندی- تازه
۳۱/۳	۳۳۴	بدون جواب
۱۰۰	۱۰۷۰	جمع

۹۱-۴- میزان رضایت از گویه‌ها

۳۸۸ نفر (۳۲/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه از «قیمت ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشته‌اند. ۱۷۲ نفر (۱۶/۱ درصد) در حد متوسط از «قیمت ماهی» رضایت داشتند و ۵۶ نفر (۵/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه از «قیمت ماهی» در حد زیاد و خیلی زیاد رضایت داشتند.

۲۳۹ نفر (۲۲/۴ درصد) از افراد مورد مطالعه در این تحقیق، از «تنوع ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشتند، ۲۰۷ نفر (۱۹/۳ درصد) در حد متوسط و ۹۵ نفر (۸/۹ درصد) افراد از «تنوع ماهی» در حد زیاد و خیلی زیاد رضایت داشتند.

۲۳۵ نفر (۲۲ درصد) از افراد مورد مطالعه از «کیفیت» در حد متوسط رضایت داشتند، ۲۳۱ نفر (۲۱/۶ درصد) در حد زیاد، ۱۱۳ نفر (۱۰/۶ درصد) در حد خیلی زیاد رضایت داشتند. ۱۶ نفر (۱/۵ درصد) رضایتشان از «کیفیت» در حد خیلی کم و ۵۵ نفر (۵/۱ درصد) در حد کم بود.

بیشترین فراوانی از بین داده‌های بدست آمده از پاسخگویان در خصوص میزان «زمان عرضه» مربوط به گزینه «خیلی کم» با فراوانی ۲۲۳ نفر (۲۰/۸ درصد) می‌باشد و حداقل فراوانی متعلق به گزینه «خیلی زیاد» با فراوانی ۵۴ نفر (۵ درصد) می‌باشد. ۱۴۴ نفر (۱۳/۵ درصد) در حد متوسط رضایت داشتند، ۹۵ نفر (۸/۹ درصد) رضایتشان در حد کم بود.

آنالیز داده‌های بدست آمده نشان داد که ۱۴۵ نفر (۱۳/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه رضایتشان از «مکان عرضه» در حد زیاد و خیلی زیاد، ۱۱۹ نفر (۱۱/۱ درصد) در حد متوسط و ۳۹۷ نفر (۳۷/۱ درصد) در حد کم و خیلی بوده است.

جدول (۹۳-۴). توزیع فراوانی میزان رضایت از گویه‌ها در افراد مورد مطالعه

گویه	میزان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	بدون جواب	جمع
قیمت ماهی	فراوانی	۱۸۸	۲۰۰	۱۷۲	۴۹	۷	۴۵۴	۱۰۷۰
	درصد	۱۷/۶	۱۸/۷	۱۶/۱	۴/۶	۰/۷	۴۲/۴	۱۰۰
تنوع ماهی	فراوانی	۹۶	۱۴۳	۲۰۷	۸۲	۱۳	۵۲۹	۱۰۷۰
	درصد	۹	۱۳/۴	۱۹/۳	۷/۷	۱/۲	۴۹/۴	۱۰۰
کیفیت	فراوانی	۱۶	۵۵	۲۳۵	۲۳۱	۱۱۳	۴۲۰	۱۰۷۰
	درصد	۱/۵	۵/۱	۲۲	۲۱/۶	۱۰/۶	۳۹/۳	۱۰۰
زمان عرضه	فراوانی	۲۲۳	۹۵	۱۲۴	۱۴۴	۵۴	۴۳۰	۱۰۷۰
	درصد	۲۰/۸	۸/۹	۱۱/۶	۱۳/۵	۵	۴۰/۲	۱۰۰
مکان عرضه	فراوانی	۲۷۶	۱۲۱	۱۱۹	۱۰۴	۴۱	۴۰۹	۱۰۷۰
	درصد	۲۵/۸	۱۱/۳	۱۱/۱	۹/۷	۳/۸	۳۸/۲	۱۰۰

جدول (۹۴-۴). اولویت‌بندی رضامندی از عوامل تاثیرگذار در مصرف آبزیان با استفاده از شاخص ضریب تغییرات (C.V)

ضریب تغییرات (C.V)	انحراف معیار	میانگین	گویه
۰/۲۶۸	۰/۹۷	۳/۶۲	کیفیت
۰/۳۸۸	۱/۰۳	۲/۶۵	تنوع ماهی
۰/۴۶۰	۱/۳۵	۲/۹۳	زمان عرضه
۰/۴۶۸	۱/۰۳	۲/۲۰	قیمت ماهی
۰/۴۹۳	۱/۳۸	۲/۸۰	مکان عرضه

#### ۹۲-۴- موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزیان در بین خانوارهای روستایی

نتیجه بررسی در خصوص موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزیان نشان می‌دهد که ۳۹ نفر (۱/۵ درصد) از افراد مورد مطالعه هنگام خرید آبزیان به «قیمت»، ۵۶ نفر (۲/۲ درصد) به «گوشتی بودن ماهی»، ۶۱۳ نفر (۲۴/۳ درصد) به «کیفیت»، ۱۲۹ نفر (۵/۱ درصد) به «بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان» و ۵۰ نفر (۲ درصد) به «همه موارد (قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان)» توجه می‌کنند و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که ۴۱۹ نفر (۱۶/۶ درصد) از افراد مورد مطالعه به «کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان»، ۱۰۳ نفر (۴/۱ درصد) به «قیمت و کیفیت»، ۴۶ نفر (۱/۸ درصد) هم به «گوشتی بودن ماهی و کیفیت» و ۳۳ نفر (۱/۳ درصد) به «قیمت و کیفیت و بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان» توجه می‌کنند. سایر اطلاعات در جدول زیر به وضوح آمده است.

جدول (۹۵-۴). توزیع فراوانی موارد مورد توجه به هنگام خرید آبزبان

درصد	فراوانی	موارد
۱/۲	۱۳	قیمت
۲/۳	۲۵	گوشتی بودن ماهی
۲۲/۷	۲۴۳	کیفیت
۶	۶۴	بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۹/۳	۱۰۰	کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۵	۵	گوشتی بودن ماهی - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۳/۱	۳۳	قیمت - کیفیت
۱/۶	۱۷	گوشتی بودن ماهی - کیفیت
۱/۴	۱۵	قیمت - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۲/۱	۲۲	قیمت - گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۶	۶	قیمت - گوشتی بودن ماهی
۰/۵	۵	قیمت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۰/۶	۶	گوشتی بودن ماهی - کیفیت - بهداشتی بودن فروشگاه و کارکنان
۴۸/۱	۵۱۶	بدون جواب
۱۰۰	۱۰۲۰	جمع

### ۹۳-۴- مشکلات و تنگناهای مصرف آبزبان در مناطق روستایی

بیشترین فراوانی در مورد «مشکلات و تنگناهای مصرف آبزبان» مربوط به گزینه‌های «قیمت بالای آبزبان» با فراوانی ۸۱۶ نفر (۳۲/۳ درصد)، «عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار» با فراوانی ۶۴۵ نفر (۲۵/۵ درصد) و «عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده» با فراوانی ۴۱۶ نفر (۱۶/۵ درصد) می‌باشد و کمترین فراوانی مربوط به گزینه‌های «دوست داریم ولی پول نداریم» با فراوانی ۱۳ نفر (۰/۵ درصد)، «گیرمان نمی‌آید» با فراوانی ۷ نفر (۰/۳ درصد) و «بچه‌ها ماهی دوست ندارند» با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. سایر اطلاعات عبارتند از: «نبود آبزبان در اکثر اوقات در بازار» با فراوانی ۲۶۲ نفر (۱۰/۴ درصد)، «عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها» با فراوانی ۱۷۹ نفر (۷/۱ درصد)، «نبود عادت خرید آبزبان» با فراوانی ۱۶۲ نفر (۶/۴ درصد)، «عدم آشنایی لازم با پخت آبزبان» با فراوانی ۱۳۲ نفر (۵/۲ درصد)، «عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل‌آوری» با فراوانی ۱۳۱ نفر (۵/۲ درصد)، «عدم امکان نگهداری آبزبان در منزل به مدت طولانی» با فراوانی ۱۰۵ نفر (۴/۲ درصد)، «عدم رعایت مناسب بهداشت» با فراوانی ۴۷ نفر (۱/۹ درصد) و «بوی بد ماهی» با فراوانی ۳۵ نفر (۱/۴ درصد) می‌باشند.

جدول (۹۶-۴). توزیع فراوانی مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۳۹/۷	۴۲۵	عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار
۳۴/۱	۳۶۵	قیمت بالای آبزیان
۱۱/۷	۱۲۵	نبود آبزیان در اکثر اوقات در بازار
۶/۵	۷۰	نبود عادت خرید آبزیان
۵/۷	۶۱	عدم آشنایی لازم با پخت آبزیان
۴/۹	۵۲	عدم امکان نگهداری آبزیان در منزل به مدت طولانی
۱۶/۵	۱۷۷	عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده
۵	۵۳	عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل آوری
۰/۹	۱۰	عدم رعایت مناسب بهداشت
۷/۵	۸۰	عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها

جدول (۹۷-۴). توزیع فراوانی مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۰/۳	۳	بچه‌ها ماهی دوست ندارند
۰/۶	۶	بوی بد ماهی
۰/۷	۷	دوست داریم ولی پول نداریم
۰/۵	۵	گیرمان نمی‌آید

#### ۹۴-۴- مزایا و دلایل مصرف آبزیان

داده‌های جدول در خصوص «مزایا و دلایل مصرف آبزیان» نشان می‌دهد گزینه‌های «تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها» با فراوانی ۹۰۵ نفر (۳۸/۵ درصد)، «داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان» با فراوانی ۷۸۴ نفر (۳۱ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم، منیزیم و ...» با فراوانی ۶۳۷ نفر (۲۵/۲ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه» با فراوانی ۶۳۳ نفر (۲۵/۱ درصد) و «میزان هضم‌پذیری گوشت ماهی» با فراوانی ۴۴۳ نفر (۱۷/۵ درصد) دارای بیشترین فراوانی می‌باشد و گزینه‌های «مفید بودن برای بچه‌ها» با فراوانی ۱۸ نفر (۰/۷ درصد)، «مفید بودن برای سالمندان» با فراوانی ۱۱ نفر (۰/۴ درصد) و «چربی کمتر» با فراوانی ۶ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. اطلاعات در جدول زیر آمده است.



جدول (۹۸-۴). توزیع فراوانی مزایا و دلایل مصرف آبزیان

درصد	فراوانی	موارد
۲۲/۸	۲۴۴	داشتن انواع ویتامین ها در آبزیان
۱۶/۹	۱۸۱	غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه
۱۱/۹	۱۲۷	میزان هضم پذیری گوشت ماهی
۱۸/۳	۱۹۶	غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم، منیزیم و ...
۲۶/۷	۲۸۶	تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده های آن در درمان و جلوگیری از بیماری ها
۰/۷	۷	مفید بودن برای سالمندان
۰/۲	۲	چربی کمتر
۰/۶	۶	مفید بودن برای بچه ها

#### ۹۵-۴- میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان

میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق است که آنالیز داده ها نشان می دهد که ۳۶۲ نفر (۱۴/۳ درصد) از افراد مورد مطالعه در حد متوسط از مزایای مصرف ماهی آگاهی دارند و ۲۴۴ نفر (۹/۷ درصد) در حد زیاد و ۳۲ نفر (۱/۳ درصد) در حد خیلی زیاد از مزایای مصرف ماهی آگاهی داشته اند و ۴۶ نفر (۱/۸ درصد) از افراد مورد مطالعه اظهار داشته اند که در حد خیلی کم و ۴۵۱ نفر (۱۷/۹ درصد) در حد کم از مزایای آبزیان آگاهی داشته اند و فقط ۱۵ نفر (۰/۶ درصد) از افراد هیچ اطلاعاتی در مورد مزایای آبزیان نداشته اند.

جدول (۹۹-۴). توزیع فراوانی میزان آگاهی از مزایای مصرف آبزیان

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
هیچ	۱۱	۱	۱
خیلی کم	۲۸	۲/۶	۳/۶
کم	۱۹۳	۱۸	۲۱/۶
متوسط	۱۲۴	۱۱/۶	۳۳/۲
زیاد	۶۳	۵/۹	۳۹/۱
خیلی زیاد	۳	۰/۳	۳۹/۴
بدون جواب	۶۴۸	۶۰/۶	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

## ویژگی‌های فردی پاسخگو

### ۹۶- سن خانوارهای روستایی مورد مطالعه

سن یکی از متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق می‌باشد و نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۴۰-۳۱ سال با فراوانی ۲۷۷ نفر (۲۵/۹ درصد) و کمترین تعداد مربوط به گروه سنی بالاتر از ۸۰ سال با فراوانی ۱۵ نفر (۱/۴ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر گروه‌های سنی عبارتند از: گروه سنی تا ۲۰ سال دارای فراوانی ۵۴ نفر (۵ درصد)، گروه سنی ۳۰-۲۱ سال دارای فراوانی ۱۹۹ نفر (۱۸/۶ درصد)، گروه سنی ۵۰-۴۱ سال دارای فراوانی ۲۳۶ نفر (۲۲/۱ درصد)، گروه سنی ۶۰-۵۱ سال دارای فراوانی ۱۳۸ نفر (۱۲/۹ درصد)، گروه سنی ۷۰-۶۱ سال دارای فراوانی ۱۰۵ نفر (۹/۸ درصد) و گروه سنی ۸۰-۷۱ سال دارای فراوانی ۴۶ نفر (۴/۳ درصد) می‌باشند. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۳/۷۰ سال، بیشترین ۱۱۰ سال، کمترین ۱۴ سال می‌باشد.

جدول (۱۰۰-۴). توزیع فراوانی سن افراد مورد مطالعه

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تا ۲۰	۵۴	۵	۵
۲۱-۳۰	۱۹۹	۱۸/۶	۲۳/۶
۳۱-۴۰	۲۷۷	۲۵/۹	۴۹/۵
۴۱-۵۰	۲۳۶	۲۲/۱	۷۱/۶
۵۱-۶۰	۱۳۸	۱۲/۹	۸۴/۵
۶۱-۷۰	۱۰۵	۹/۸	۹۴/۳
۷۱-۸۰	۴۶	۴/۳	۹۸/۶
بالاتر از ۸۰	۱۵	۱/۴	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

بیشترین ۱۱۰؛ کمترین ۱۴؛ واریانس ۲۵۷/۵۱؛ میانه ۴۱؛ میانگین ۴۳/۷۰

### ۹۷- جنسیت خانوارهای روستایی مورد مطالعه

نتایج این تحقیق حاکی است که بیشترین افراد پاسخگو زن می‌باشند. به طوری که ۳۶۳ نفر (۵۹/۴ درصد) از ۱۰۷۰ نفر افراد مورد مطالعه، زن و ۴۳۴ نفر (۴۰/۶ درصد) مرد می‌باشند. جدول زیر اطلاعات لازم را در این خصوص نشان می‌دهد.

جدول (۱۰۱-۴). توزیع فراوانی جنسیت افراد مورد مطالعه

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۴۳۴	۴۰/۶
زن	۶۳۶	۵۹/۴
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰

## ۹۸-۴- میزان تحصیلات

نتیجه بررسی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات بی‌سواد با فراوانی ۳۱۳ نفر (۲۹/۳ درصد) و ابتدایی با فراوانی ۲۵۴ نفر (۲۳/۷ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) و فوق لیسانس با فراوانی ۵ نفر (۰/۵ درصد) می‌باشد. اطلاعات موجود در جدول توزیع فراوانی تحصیلات نشان می‌دهد که خواندن و نوشتن با فراوانی ۵۴ نفر (۵ درصد)، سیکل ۱۶۲ نفر (۱۵/۱ درصد)، دیپلم با فراوانی ۱۸۵ نفر (۱۷/۳ درصد) و فوق دیپلم ۳۱ نفر (۲/۹ درصد)، لیسانس ۳۸ نفر (۳/۷ درصد)، می‌باشند. راهنمایی و دبیرستان هر کدام با فراوانی ۸ نفر (۰/۷ درصد) می‌باشند.

جدول (۱۰۲-۴). توزیع فراوانی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی‌سواد	۳۱۳	۲۹/۳	۲۹/۳
خواندن و نوشتن	۵۴	۵	۳۴/۳
ابتدایی	۲۵۴	۲۳/۷	۵۸
راهنمایی	۸	۰/۷	۵۸/۷
سیکل	۱۶۲	۱۵/۱	۷۳/۸
دبیرستان	۸	۰/۷	۷۴/۵
دیپلم	۱۸۵	۱۷/۳	۹۱/۸
فوق دیپلم	۳۱	۲/۹	۹۴/۷
لیسانس	۳۸	۳/۷	۹۸/۴
فوق لیسانس	۵	۰/۵	۹۸/۹
دکتری	۱	۰/۱	۹۹
بدون جواب	۱۱	۱	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

### ۹۹-۴- رشته تحصیلی در دانشگاه

تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از پاسخگویان نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه مربوط به دیپلم علوم انسانی با فراوانی ۹۰ نفر (۸/۴ درصد) و بعد از آن دیپلم علوم تجربی دارای فراوانی ۳۹ نفر (۳/۶ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به رشته‌های کشاورزی، پزشکی و هنر هر کدام به ترتیب با فراوانی ۲ نفر (۰/۲ درصد) و ۳ نفر (۰/۳ درصد) و ۵ نفر (۰/۵ درصد) می‌باشند. رشته‌های تحصیلی دیپلم ریاضی دارای فراوانی ۱۳ نفر (۱/۲ درصد)، فنی دارای فراوانی ۱۶ نفر (۱/۵ درصد)، هنرستان دارای فراوانی ۳۵ نفر (۳/۳ درصد)، رشته‌های علوم انسانی (دانشگاهی) با فراوانی ۳۶ نفر (۳/۴ درصد)، علوم پایه دارای فراوانی ۶ نفر (۰/۶ درصد) می‌باشند. جدول (۴-۳) اطلاعات لازم را در خصوص رشته‌ها نشان می‌دهد.

جدول (۴-۳). توزیع فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه

درصد	فراوانی	رشته تحصیلی
۸/۴	۹۰	دیپلم علوم انسانی
۳/۶	۳۹	دیپلم علوم تجربی
۱/۲	۱۳	دیپلم ریاضی
۱/۵	۱۶	فنی
۳/۳	۳۵	هنرستان
۳/۴	۳۶	انسانی
۰/۲	۲	کشاورزی
۰/۶	۶	علوم پایه
۰/۵	۵	هنر
۰/۳	۳	پزشکی
۷۷	۸۲۵	بی سواد، کم سواد و بدون جواب
۱۰۰	۱۰۷۰	جمع

### ۱۰۰-۴- شغل

آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به «خانه‌دار» با فراوانی ۵۰۹ نفر (۴۷/۶ درصد) و «کشاورز» با فراوانی ۲۰۹ نفر (۱۹/۵ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به «نظامی» و «استاد دانشگاه» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) و «خدمات پزشکی» با فراوانی ۳ نفر (۰/۳ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر شغل‌ها عبارتند از: «آزاد» با فراوانی ۷۳ نفر (۶/۸ درصد)، «کارمند» با فراوانی ۲۴ نفر (۲/۲ درصد)، «محصل» با فراوانی ۱۳ نفر (۱/۲ درصد)، «کارگر» با فراوانی ۲۹ نفر (۲/۷ درصد)،

«دانشجو» با فراوانی ۱۴ نفر (۱/۳ درصد)، «دیبر» با فراوانی ۹ نفر (۰/۸ درصد)، «بازنشسته» با فراوانی ۱۴ نفر (۱/۳ درصد)، «از کارافتاده» با فراوانی ۱۳ نفر (۱/۲ درصد)، «بیکار» با فراوانی ۲۳ نفر (۲/۱ درصد)، «خدماتی» با فراوانی ۳۷ نفر (۳/۵ درصد) و «راننده» با فراوانی ۱۲ نفر (۱/۱ درصد) می باشند.

جدول (۱۰۴-۴). توزیع فراوانی شغل افراد مورد مطالعه

گروه	فراوانی	درصد
آزاد	۷۳	۶/۸
خانه دار	۵۰۹	۴۷/۶
کشاورز	۲۰۹	۱۹/۵
کارمند	۲۴	۲/۲
محصل	۱۳	۱/۲
کارگر	۲۹	۲/۷
دانشجو	۱۴	۱/۳
دیبر	۹	۰/۸
بازنشسته	۱۴	۱/۳
از کارافتاده	۱۳	۱/۲
بیکار	۲۳	۲/۱
خدماتی	۳۷	۳/۵
راننده	۱۲	۱/۱
نظامی	۱	۰/۱
استاد دانشگاه	۱	۰/۱
خدمات پزشکی	۳	۰/۳
بدون جواب	۸۶	۸/۲
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>	<b>۱۰۰</b>

#### ۱۰۱-۴- متوسط درآمد ماهیانه خانوارهای روستایی

نتیجه بررسی نشان می دهد که بیشترین متوسط درآمد ماهیانه خانواده در افراد مورد مطالعه متعلق به گروه درآمد (۳۰۰۰۰۱-۴۰۰۰۰۰) تومان) با فراوانی ۱۳۰ نفر (۱۲/۱ درصد) و گروه درآمد (۵۰۰۰۰۰-۴۰۰۰۰۰۱) تومان) با فراوانی ۱۰۶ نفر (۹/۹ درصد) می باشد و اطلاعات همچنین نشان می دهد که کمترین متوسط درآمد ماهیانه خانواده در افراد مورد مطالعه متعلق به گروه درآمد (بالا تر از ۱۰۰۰۰۰۰ تومان) و (۹۰۰۰۰۰-۸۰۰۰۰۰۱) تومان) با فراوانی ۶ نفر (۰/۶ درصد) می باشد. اطلاعات مربوط به سایر گروه های درآمدی عبارتند از: (تا ۱۰۰۰۰۰۰ تومان) با فراوانی ۳۸ نفر (۳/۶ درصد) (۲۰۰۰۰۰-۱۰۰۰۰۰۱) تومان) با فراوانی ۴۷ نفر (۴/۴ درصد)، (۳۰۰۰۰۰۱-۲۰۰۰۰۰۰)

تومان) با فراوانی ۸۶ نفر (۸ درصد)، (۶۰۰۰۰۱-۵۰۰۰۰۱ تومان) با فراوانی ۴۵ نفر (۴/۲ درصد)، (۷۰۰۰۰۰-۶۰۰۰۰۱ تومان) با فراوانی ۳۶ نفر (۳/۴ درصد)، (۸۰۰۰۰۰-۷۰۰۰۰۰۱ تومان) با فراوانی ۱۱ نفر (۱ درصد) و (۱۰۰۰۰۰۰-۹۰۰۰۰۰۱ تومان) با فراوانی ۱۵ نفر (۱/۴ درصد) در جدول زیر آمده است. بیشترین میزان درآمد خانوارهای روستایی ۲۱۰۰۰۰۰؛ کمترین ۵۰۰۰۰ و میانگین ۴۳۹۷۵۲/۵ است.

جدول (۱۰۵-۴). توزیع فراوانی متوسط درآمد ماهیانه خانواده افراد مورد مطالعه

درآمد (تومان)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
تا ۱۰۰۰۰۰	۳۸	۳/۶	۳/۶
۱۰۰۰۰۱-۲۰۰۰۰۰	۴۷	۴/۴	۸
۲۰۰۰۰۱-۳۰۰۰۰۰	۸۶	۸	۱۶
۳۰۰۰۰۱-۴۰۰۰۰۰	۱۳۰	۱۲/۱	۲۸/۱
۴۰۰۰۰۱-۵۰۰۰۰۰	۱۰۶	۹/۹	۳۸
۵۰۰۰۰۱-۶۰۰۰۰۰	۴۵	۴/۲	۴۲/۲
۶۰۰۰۰۱-۷۰۰۰۰۰	۳۶	۳/۴	۴۵/۶
۷۰۰۰۰۱-۸۰۰۰۰۰	۱۱	۱	۴۶/۶
۸۰۰۰۰۱-۹۰۰۰۰۰	۶	۰/۶	۴۷/۲
۹۰۰۰۰۱-۱۰۰۰۰۰۰	۱۵	۱/۴	۴۸/۶
بالاتر از ۱۰۰۰۰۰۰	۶	۰/۶	۴۹/۲
بدون جواب	۵۴۴	۵۰/۸	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

بیشترین ۲۱۰۰۰۰۰؛ کمترین ۵۰۰۰۰؛ میانه ۴۰۰۰۰۰؛ میانگین ۴۳۹۷۵۲/۵

## ۱۰۲-۴- تعداد اعضای خانواده

نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین تعداد اعضای خانواده‌های افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده‌های ۴ نفری با فراوانی ۲۹۱ خانواده (۲۷/۲ درصد)، خانواده‌های ۵ نفری با فراوانی ۲۵۳ خانواده (۲۳/۶ درصد)، خانواده‌های ۳ نفری با فراوانی ۱۸۷ خانواده (۱۷/۵ درصد) و خانواده‌های ۲ نفری با فراوانی ۱۳۸ خانواده (۱۲/۹ درصد) می‌باشند و اطلاعات همچنین نشان می‌دهد که کمترین تعداد اعضای خانواده افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده‌های بالاتر از ۸ نفر با فراوانی ۱۱ خانواده (۱/۱ درصد) و خانواده‌های ۸ نفری با فراوانی ۱۶ خانواده (۱/۵ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر تعداد اعضاء عبارتند از: خانواده‌های ۱ نفری با فراوانی ۲۳ خانواده (۲/۱ درصد)، خانواده‌های ۶ نفری با فراوانی ۹۰ خانواده (۸/۴ درصد) و خانواده‌های ۷ نفری با فراوانی ۴۸ خانواده (۴/۵ درصد) می‌باشند. بیشترین تعداد خانوارهای روستایی ۱۶؛ کمترین ۱ و میانگین ۴/۱۷ است.

جدول (۱۰۶-۴). توزیع فراوانی تعداد اعضاء خانواده افراد مورد مطالعه

تعداد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۲۳	۲/۱	۲/۱
۲	۱۳۸	۱۲/۹	۱۵
۳	۱۸۷	۱۷/۵	۳۲/۵
۴	۲۹۱	۲۷/۲	۵۹/۷
۵	۲۵۳	۲۳/۶	۸۳/۳
۶	۹۰	۸/۴	۹۱/۷
۷	۴۸	۴/۵	۹۶/۲
۸	۱۶	۱/۵	۹۷/۷
بالتر از ۸	۱۱	۱/۱	۹۸/۸
بدون جواب	۱۳	۱/۲	۱۰۰
جمع	۱۰۷۰	۱۰۰	

بیشترین ۱۶؛ کمترین ۱؛ واریانس ۲/۵۹؛ میانه ۴؛ میانگین ۴/۱۷

### ۱۰۳-۴- میزان تحصیلات همسر

نتیجه بررسی میزان تحصیلات همسر افراد مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط بی سواد با فراوانی ۲۶۰ نفر (۲۴/۳ درصد) و ابتدایی با فراوانی ۲۴۵ نفر (۲۲/۹ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دبیرستان با فراوانی ۲ نفر (۰/۲ درصد) می باشد. اطلاعات موجود در جدول توزیع فراوانی تحصیلات نشان می دهد که خواندن و نوشتن با فراوانی ۶۰ نفر (۵/۶ درصد)، راهنمایی با فراوانی ۱۱ نفر (۱ درصد)، سیکل ۱۳۶ نفر (۱۲/۷ درصد)، دیپلم با فراوانی ۱۳۹ نفر (۱۳ درصد)، فوق دیپلم ۸ نفر (۰/۷ درصد)، لیسانس ۲۰ نفر (۱/۹ درصد)، فوق لیسانس ۴ نفر (۰/۴ درصد) می باشند.

جدول (۱۰۷-۴). توزیع فراوانی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی سواد	۲۶۰	۲۴/۳	۲۴/۳
خواندن و نوشتن	۶۰	۵/۶	۲۹/۹
ابتدایی	۲۴۵	۲۲/۹	۵۲/۸
راهنمایی	۱۱	۱	۵۳/۸
سیکل	۱۳۶	۱۲/۷	۶۶/۵
دبیرستان	۲	۰/۲	۶۶/۷
دیپلم	۱۳۹	۱۳	۷۹/۷
فوق دیپلم	۸	۰/۷	۸۰/۴
لیسانس	۲۰	۱/۹	۸۲/۳
فوق لیسانس	۴	۰/۴	۸۲/۷
دکتری	-	-	-
بدون جواب	۱۸۵	۱۷/۳	۱۰۰
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>	<b>۱۰۰</b>	

#### ۱۰۴-۴- شغل همسر

آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به «خانه‌دار» با فراوانی ۳۶۵ نفر (۳۴/۱ درصد)، و «کشاورز» با فراوانی ۱۹۱ نفر (۱۷/۹ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به «دانشجو»، «نظامی» و «خدمات پزشکی» هر کدام با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) می‌باشد. اطلاعات مربوط به سایر شغل‌ها عبارتند از: «آزاد» با فراوانی ۸۵ نفر (۷/۹ درصد)، «کارمند» با فراوانی ۳۳ نفر (۳/۱ درصد)، «کارگر» با فراوانی ۶۸ نفر (۶/۴ درصد)، «دبیر» با فراوانی ۷ نفر (۰/۷ درصد)، «بازنشسته» با فراوانی ۲۵ نفر (۲/۳ درصد)، «از کارافتاده» با فراوانی ۱۲ نفر (۱/۱ درصد)، «بیکار» با فراوانی ۳۹ نفر (۳/۶ درصد)، «خدماتی» با فراوانی ۴۲ نفر (۳/۹ درصد) و «راننده» با فراوانی ۱۸ نفر (۱/۷ درصد) می‌باشند.



جدول (۱۰۸-۴). توزیع فراوانی شغل همسر افراد مورد مطالعه

گویه	فراوانی	درصد
آزاد	۸۵	۷/۹
خانه‌دار	۳۶۵	۳۴/۱
کشاورز	۱۹۱	۱۷/۹
کارمند	۳۳	۳/۱
کارگر	۶۸	۶/۴
دانشجو	۱	۰/۱
دبیر	۷	۰/۷
بازنشسته	۲۵	۲/۳
از کار افتاده	۱۲	۱/۱
بیکار	۳۹	۳/۶
خدماتی	۴۲	۳/۹
راننده	۱۸	۱/۷
نظامی	۱	۰/۱
خدمات پزشکی	۱	۰/۱
بدون جواب	۱۸۲	۱۷
<b>جمع</b>	<b>۱۰۷۰</b>	<b>۱۰۰</b>

## الف) استان

نتیجه بررسی نشان داد ۶۸۲ نفر (۲۷ درصد) از افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند که هیچ علاقه‌ای به مصرف آبزیان ندارند نتایج مطالعه نشان می‌دهد که میانگین علاقه‌مندی به مصرف آبزیان ۲/۳ از ۵ (در حد کم تا متوسط) است. اطلاعات نشان داد که بیشترین فراوانی به ماهی قزل‌آلا اختصاص دارد. بدین ترتیب که ۸۴۶ نفر (۳۳/۵ درصد) از پاسخگویان ماهی قزل‌آلا مصرف کرده‌اند. نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۵ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. میانگین سرانه کل استان ۵/۸۱ کیلوگرم است. میانگین خرید ماهی در بین افراد مورد مطالعه که ماهی مصرف می‌کنند ۴/۱۶ کیلوگرم می‌باشد. میزان خرید آبزیان (پرورشی) در هر بار خرید بیشترین ۴۰؛ کمترین ۰/۵؛ واریانس ۱۲/۲۳۵؛ میانه ۳؛ میانگین ۴/۱۶ است قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید بیشترین ۲۰۰۰۰؛ کمترین ۲۰۰۰؛ میانه ۴۵۰۰؛ میانگین ۴۹۴۳/۰۷ است میزان خرید آبزیان (دریایی) در هر بار خرید بیشترین ۳۰؛ کمترین ۰/۵؛ میانه ۲/۵؛ میانگین ۳/۴۳ است قیمت آبزیان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید بیشترین ۳۰۰۰۰؛ کمترین ۲۰۰۰؛ میانه ۸۷۰۰؛ میانگین ۸۳۳۲/۹۱ است. نتیجه بررسی در خصوص طریقه مصرف ماهی نشان می‌دهد که ۱۰۷۶ نفر (۴۲/۶ درصد) از افراد مورد مطالعه به طریقه «سرخ کردنی»، ۹۳ نفر به طریقه «آب‌پز»، ۱۱ نفر (۰/۴ درصد) «شکم‌پر» و ۴۸ نفر (۱/۹ درصد) «کبابی» ماهی را مصرف می‌کنند. بیشترین فراوانی در مورد «مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان» مربوط به گزینه‌های «قیمت بالای آبزیان» با فراوانی ۸۱۶ نفر (۳۲/۳ درصد)، «عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار» با فراوانی ۶۴۵ نفر (۲۵/۵ درصد) و «عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده» با فراوانی ۴۱۶ نفر (۱۶/۵ درصد) می‌باشد. داده‌های در خصوص «مزایا و دلایل مصرف آبزیان» نشان می‌دهد گزینه‌های «تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها» با فراوانی ۹۰۵ نفر (۳۸/۵ درصد)، «داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان» با فراوانی ۷۸۴ نفر (۳۱ درصد)، می‌باشد. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۲/۴۰ سال، بیشترین ۱۱۰ سال، کمترین ۱۴ سال، میانه ۴۰، واریانس ۲۳۲/۸۳ می‌باشد. نتیجه بررسی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات دیپلم با فراوانی ۶۳۱ نفر (۲۵ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۵ نفر (۰/۲ درصد) می‌باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از پاسخگویان نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد مطالعه مربوط به دیپلم علوم انسانی با فراوانی ۲۹۲ نفر (۱۱/۶ درصد) و بعد از آن رشته‌های علوم انسانی (دانشگاهی) با فراوانی ۱۶۹ نفر (۶/۷ درصد) می‌باشد آنالیز اطلاعات مربوط به شغل افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به خانه‌دار با فراوانی ۱۱۴۷ نفر (۴۵/۴ درصد)، آزاد با فراوانی ۲۴۶ نفر (۹/۷ درصد) و کشاورز با فراوانی

۲۳۹ نفر (۹/۵ درصد) می‌باشند. متوسط درآمد ماهیانه خانواده دارای بیشترین ۳۰۰۰۰۰۰؛ کمترین ۵۰۰۰۰؛ واریانس ۷۹۸۷۰۰۰؛ میانه ۵۰۰۰۰۰؛ میانگین ۵۳۳۴۵۰/۱ می‌باشد. نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین تعداد اعضای خانواده‌های افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده‌های ۴ نفری با فراوانی ۷۸۲ خانواده (۳۱ درصد)، خانواده‌های ۵ نفری با فراوانی ۵۴۷ خانواده (۲۱/۷ درصد)، دارای بیشترین ۱۶؛ کمترین ۱؛ واریانس ۲/۱۱؛ میانه ۴؛ میانگین ۴/۰۳ می‌باشد.

## (ب) مناطق شهری

میانگین علاقه مردم ساکن مناطق شهری ۲/۵ از ۵ یعنی بین کم و متوسط قرار دارد. نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی به طور میانگین هر ۲۷ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. کمترین ۱ بار در سال؛ بیشترین ۱۰۴ بار در سال است. میانگین سرانه مصرف در مناطق شهری ۶/۷۰ کیلوگرم و سرانه مصرف در مناطق روستایی ۴/۶۲ کیلوگرم می‌باشد میزان خرید آبزبان (پرورشی) در هر بار خرید در مناطق شهری بیشترین ۴۰؛ کمترین ۰/۵؛ واریانس ۱۴/۲۴۷؛ میانه ۳/۵۰؛ میانگین ۴/۴۱ کیلو می‌باشد. قیمت آبزبان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید بیشترین ۲۰۰۰۰ تومان؛ کمترین ۲۵۰۰؛ میانه ۴۵۰۰؛ میانگین ۵۰۵۹/۵۵ تومان است. میزان خرید آبزبان (دریایی) در هر بار خرید بیشترین ۳۰؛ کمترین ۱؛ واریانس ۱۷/۳۸؛ میانه ۳؛ میانگین ۳/۹۴ کیلو است. قیمت آبزبان (دریایی) خریداری شده در هر بار خرید بیشترین ۳۰۰۰۰ تومان؛ کمترین ۲۰۰۰؛ میانه ۸۷۰۰؛ میانگین ۸۹۰۹/۴۹ تومان است. بیشترین فراوانی در مورد «مشکلات و تنگناهای مصرف آبزبان» مربوط به گزینه‌های «قیمت بالای آبزبان» با فراوانی ۴۵۱ نفر (۳۱ درصد)، «عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده» با فراوانی ۲۳۹ نفر (۱۶/۴ درصد) و «عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار» با فراوانی ۲۲۰ نفر (۱۵/۱ درصد) می‌باشد. یافته‌های تحقیق در خصوص «مزایا و دلایل مصرف آبزبان» نشان می‌دهد گزینه‌های «تأثیر مصرف آبزبان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها» با فراوانی ۶۱۹ نفر (۴۲/۵ درصد)، «داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزبان» با فراوانی ۵۴۰ نفر (۳۷/۱ درصد)، «غنی بودن گوشت آبزبان از اسیدهای چرب امگا سه» با فراوانی ۴۵۲ نفر (۳۱/۱ درصد)، می‌باشد. میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۱/۴۴ سال، بیشترین ۹۱ سال، کمترین ۱۴ سال، میانه ۴۰ می‌باشد. نتیجه بررسی میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات دیپلم با فراوانی ۴۴۶ نفر (۳۰/۷ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۴ نفر (۰/۳ درصد) می‌باشد. بیشترین درآمد خانوار شهری ۳۰۰۰۰۰۰ تومان؛ کمترین ۵۰۰۰۰؛ میانه ۵۸۳۳۸۳/۹۹ تومان می‌باشد نتیجه بررسی نشان می‌دهد که بیشترین تعداد اعضای خانواده‌های افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده‌های ۴ نفری با فراوانی ۴۹۱ خانواده (۳۳/۷ درصد) است بیشترین تعداد خانوارهای شهری ۱۰؛ کمترین ۱؛ واریانس ۱/۷۲۹؛ میانه ۴؛ میانگین ۳/۹۲ می‌باشد. میانگین سرانه مصرف در شهر دلجان ۵/۵۸ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۱۴ و حد بالای ۸/۰۲ است. میانگین

سرانه مصرف در شهر خمین ۵/۶۶ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۱۰ و حد بالای ۷/۲۳ است. میانگین سرانه مصرف در شهر محلات ۶/۱۴ کیلوگرم فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۷۹ و حد بالای ۸/۵۰ است. میانگین سرانه مصرف در شهر شازند ۶/۴۴ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۸۸ و حد بالای ۷/۹۹ است. میانگین سرانه مصرف در شهر اراک ۷/۲۷ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۶/۳۸ و حد بالای ۸/۱۷ است. میانگین سرانه مصرف در شهر خنداب ۵/۰۹ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۵۸ و حد بالای ۶/۵۹ است. میانگین سرانه مصرف در شهر فراهان ۵/۳۵ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۶۹ و حد بالای ۷/۰۲ است. میانگین سرانه مصرف در شهر تفرش ۵/۸۵ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۴۴ و حد بالای ۷/۲۶ است میانگین سرانه مصرف در شهر آشتیان ۶/۳۴ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۸۲ و حد بالای ۸/۸۷ است. میانگین سرانه مصرف در شهر کمیجان ۶/۸۷ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۴/۵۵ و حد بالای ۹/۱۹ است. میانگین سرانه مصرف در شهر ساوه ۶/۷۷ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۵/۸۳ و حد بالای ۷/۷۱ است. میانگین سرانه مصرف در شهر زرننده ۵/۱۴ کیلوگرم است و فاصله حدود اطمینان بین حد پایین ۳/۸۷ و حد بالای ۶/۴۱ است.

### ج) مناطق روستایی

میانگین میزان علاقه‌مندی به مصرف ماهی در بین خانوارهای روستایی ۲/۱ از ۵ (بین کم و متوسط) می‌باشد. نتیجه بررسی نشان می‌دهد که مردم استان مرکزی در مناطق روستایی به طور میانگین هر ۲۲ روز یکبار ماهی مصرف می‌کنند. میانگین سرانه مصرف در مناطق روستایی ۴/۶۲ کیلوگرم در سال است. میانگین خرید آبزیان پرورشی در مناطق روستایی ۳/۷۴ کیلوگرم در هر بار می‌باشد حداقل میزان خرید ۰/۵ کیلو و حداکثر ۳۰ کیلوگرم است. قیمت آبزیان (پرورشی) خریداری شده در هر بار خرید در مناطق روستایی میانگین قیمت ماهی پرورشی در مناطق روستایی ۴۷۱۵ تومان است. میانگین خرید آبزیان دریایی در روستاهای استان مرکزی ۲/۸ کیلوگرم در هر بار است. میانگین قیمت خرید ماهی دریایی در روستاهای استان ۷۵۹۵/۷ تومان است. بیشترین فراوانی در مورد «مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان» مربوط به گزینه‌های «قیمت بالای آبزیان» با فراوانی ۸۱۶ نفر (۳۲/۳ درصد)، «عدم وجود بازار خرید محلی نزدیک خانه و محل کار» با فراوانی ۶۴۵ نفر (۲۵/۵ درصد) و «عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده» با فراوانی ۴۱۶ نفر (۱۶/۵ درصد) می‌باشد نتایج در خصوص «مزایا و دلایل مصرف آبزیان» نشان می‌دهد گزینه‌های «تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده‌های آن در درمان و جلوگیری از بیماری‌ها» با فراوانی ۹۰۵ نفر (۳۸/۵ درصد)، «داشتن انواع ویتامین‌ها در آبزیان» با فراوانی ۷۸۴ نفر (۳۱ درصد)، است میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۴۳/۷۰ سال، بیشترین ۱۱۰ سال، کمترین ۱۴ سال می‌باشد. نتیجه بررسی

میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط سطح تحصیلات بی سواد با فراوانی ۳۱۳ نفر (۲۹/۳ درصد) و ابتدایی با فراوانی ۲۵۴ نفر (۲۳/۷ درصد) و کمترین فراوانی به سطح تحصیلات دکتری با فراوانی ۱ نفر (۰/۱ درصد) می باشد. بیشترین میزان درآمد خانوارهای روستایی ۲۱۰۰۰۰۰ تومان؛ کمترین ۵۰۰۰۰ و میانگین ۴۳۹۷۵۲ تومان است. نتیجه بررسی نشان می دهد که بیشترین تعداد اعضای خانواده های افراد مورد مطالعه متعلق به خانواده های ۴ نفری با فراوانی ۲۹۱ خانواده (۲۷/۲ درصد)، خانواده های ۵ نفری با فراوانی ۲۵۳ خانواده (۲۳/۶ درصد)، می باشند.

## پیشنهادها

به طور کلی نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که میانگین مصرف سرانه ماهی در سطح استان مرکزی ۵/۸۱ کیلوگرم در سال است و این میزان در مناطق شهری ۶/۷۰ کیلوگرم در سال و در مناطق روستایی ۴/۶۲ کیلوگرم در سال است. با توجه به اینکه میزان مصرف سرانه آبزیان در سطح استان به ویژه در مناطق روستایی پایین‌تر از حد میانگین کشوری و بین‌المللی است نتایج مطالعه نشان می‌دهد که میزان علاقه‌مندی به مصرف ماهی در استان مرکزی اعم از مناطق شهری و روستایی در حد کم تا متوسط می‌باشد. ۱۰۱۶ نفر (۴۰/۲ درصد) از افراد مورد مطالعه از «قیمت ماهی» در حد کم و خیلی کم رضایت داشته‌اند. افزایش علاقه‌مندی به مصرف آبزیان امری فرهنگی است و متخصصان و صاحب‌نظران حوزه فرهنگ و جامعه‌شناسی اعتقاد دارند که هر گونه تغییر در رژیم غذایی امری زمان‌بر است و از جمله مقولاتی است که تحقق آن در کوتاه مدت امکان‌پذیر نیست. پیشنهاد مشخص این تحقیق تشکیل کمیته‌ای مرکب از کلیه نهادها و سازمان‌های فرهنگی و اطلاع‌رسانی تأثیرگذار استان در بحث مصرف آبزیان از جمله ماهی است دبیرخانه این کمیته در مدیریت شیلات استان خواهد بود از جمله وظیفه این کمیته در درجه اول تهیه و تدوین طرح مصرف آبزیان در سطح استان مرکزی است. افراد شرکت‌کننده در این کمیته می‌تواند شامل نمایندگان از صدا و سیما، آموزش و پرورش، معاونت برنامه‌ریزی استانداری، جهاد کشاورزی، بهداشت، اداره بازرگانی، ... باشند. این کمیته می‌تواند ضمن ترسیم چشم‌انداز، استراتژی، مأموریت، برنامه جامعی در خصوص مصرف آبزیان را برای استان را تهیه و از طریق سازمان‌های دست‌اندر کار به مرحله اجرا درآورد.

- بازنگری در ساماندهی مراکز توزیع محصولات شیلاتی و افزایش دسترسی مردم به محصولات
- از جمله مولفه‌های تأثیرگذار در مصرف ماهی در استان مسأله قیمت و محل فروش ماهی و سایر آبزیان است پیشنهاد می‌گردد برای افزایش میزان مصرف سرانه در سطح استان ادارات شیلات، بازرگانی و تعاون استان حمایت جدی از تولیدکنندگان و فروشندگان ماهی را در دستور کار خود قرار دهد به طوری که با اتخاذ رویکردهایی، به مدت چند سال با قیمت مناسب در ادارات و نهادهای استان در اختیار کارمندان و همچنین با توزیع شرکت‌های تعاونی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای قرار دهند.
- تهیه و توزیع بروشورهای ترویجی، و آموزشی در سطح وسیع استان، به ویژه توزیع آن در محل‌های فروش، مراکز بهداشت و درمانگاهی استان. در این بروشورها علاوه بر درج مزایا و اهمیت مصرف ماهی، اطلاعاتی در خصوص نحوه پخت و مصرف ماهی به شیوه کاربردی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار داده شود.
- تولید و پخش فیلم‌های کوتاه آموزشی و ترویجی با محتوای اهمیت مصرف ماهی
- تهیه و تولید برنامه‌های دیداری و شنیداری در حمایت از مراکز تولید و پخش مصرف‌کنندگان نمونه استانی

- سرمایه گذاری در مراکز پرورش ماهی و افزایش توزیع ماهی در مناطق عمده مصرف و نظارت بر عملکرد این مراکز
- توزیع آبزیان در بسته بندی های مناسب و بهداشتی و با اوزان مناسب
- اطلاع رسانی و ترویج مصرف آبزیان در بین مردم و مسئولین استان از طریق روش های مناسب ترویجی و آموزشی از جمله برگزاری جشنواره آبزیان
- آموزش مسئولین فروش مراکز آبزیان در خصوص مسایل بهداشتی، و نحوه نگه داری
- حمایت از سرمایه گذاران جهت ایجاد کارخانه ها و کارگاه های فرآوری و توزیع آبزیان
- آموزش روشهای مختلف پخت ماهی به مصرف کنندگان از طریق رسانه های گوناگون
- تبلیغات در رسانه های گروهی در خصوص فواید گوشت ماهی پرورشی
- تأسیس شرکتهای تعاونی و اتحادیه پرورش دهندگان ماهی پرورشی
- آموزش روشهای پخت ماهی پرورشی
- استفاده از فنون بازاریابی پیشرفته
- آموزش پرورش دهندگان و فروشندگان ماهی پرورشی
- داشتن راهبرد بازاریابی مناسب ماهی پرورشی
- برگزاری مسابقات مرتبط با فواید ماهی پرورشی در رسانه های گروهی
- برپایی نمایشگاه
- درج مقالات علمی در زمینه فواید ماهی پرورشی در نشریه ها
- پیشنهادات بر گرفته از نتایج تحقیق
- اقتصادی: با توجه به مطرح شدن عامل قیمت آبزیان به عنوان یکی از مشکلات پیش روی مردم در عدم خرید ماهی پیشنهاد می گردد:
- سرمایه گذاری و احداث مراکز فروش مدرن و مجهز به تکنولوژی های مدرن بسته بندی و آماده سازی و فرآوری محصولات شیلاتی در مناطق مختلف استان
- با توجه به مشکل دسترسی مردم به مراکز فروش، دادن مجوز تأسیس فروش بهداشتی در مناطق فاقد
- حمایت از مراکز تولید به منظور کاهش هزینه های تولید و نهایتاً کاهش قیمت آبزیان در بازار فروش
- استفاده از فنون بازاریابی پیشرفته، ایجاد مراکز دائمی فروش و عرضه آبزیان در مراکز شلوغ شهر
- جغرافیای: برنامه ریزی و اجرای برنامه های آموزشی و اطلاع رسانی و تشویقی با اولویت بیشتر در شهرستان های خمین، محلات، دلیجان

- توزیع آبیان در بسته‌بندی‌های مناسب و بهداشتی و با اوزان مناسب در مراکز دولتی و فروشگاه‌های تعاونی (با توجه به طرح مشکل بسته‌بندی به عنوان یک مشکل اولویت‌دار)
- گسترش ابزارهای نظارتی بر مراکز توزیع و فروش آبیان در سطح استان



## پیشنهادات برگرفته از نتایج تحقیق

- **اقتصادی:** با توجه به مطرح شدن عامل قیمت آبریان به عنوان یکی از مشکلات پیشروی مردم در عدم خرید ماهی پیشنهاد می گردد:
- سرمایه گذاری و احداث مراکز فروش مدرن و مجهز به تکنولوژی های مدرن بسته بندی و آماده سازی و فرآوری محصولات شیلاتی در مناطق مختلف استان
- با توجه به مشکل دسترسی مردم به مراکز فروش، دادن مجوز تاسیس فروش بهداشتی در مناطق فاقد
- حمایت از مراکز تولید به منظور کاهش هزینه های تولید و نهایتاً کاهش قیمت آبریان در بازار فروش
- استفاده از فنون بازاریابی پیشرفته، ایجاد مراکز دائمی فروش و عرضه آبریان در مراکز شلوغ شهر
- **جغرافیایی:** برنامه ریزی و اجرای برنامه های آموزشی و اطلاع رسانی و تشویقی با اولویت بیشتر در شهرستان های خمین، محلات، دلیجان
- توزیع آبریان در بسته بندی های مناسب و بهداشتی و با اوزان مناسب در مراکز دولتی و فروشگاه های تعاونی (با توجه به طرح مشکل بسته بندی به عنوان یک مشکل اولویت دار)
- گسترش ابزارهای نظارتی بر مراکز توزیع و فروش آبریان در سطح استان
- **ساختاری:** تشکیل کمیته ای مرکب از کلیه نهادها و سازمان های فرهنگی و اطلاع رسانی، تولیدی تأثیرگذار استان در بحث مصرف آبریان از جمله ماهی است ...
- تقویت تشکل ها و تعاونی های تولیدی و توزیعی

### پیشنهادهای پژوهشی

- تحلیل محیطی وضعیت تولید، توزیع و مصرف آبزیان استان با استفاده از روش SWOT
- تحلیل عاملی متغیرهای تاثیرگذار بر مصرف آبزیان

## تشکر و قدردانی

اکنون که با عنایت الهی پژوهش به پایان رسیده است برخورد لازم می‌دانم که از کلیه کسانی که بدون تردید انجام این طرح بدون همفکری و کمک‌های این عزیزان امکان‌پذیر نبود تقدیر و تشکر نمایم. پژوهش صورت گرفته حاصل پشتیبانی، تلاش و همکاری تیم تحقیق مهندس مهرداد تیموری، دکتر عباس نوروزی، محمدرضا فایضی، کامیل رزمی، پرستو محبی، قادر دشتی و مشاوره آقایان دکتر سید داود حاجی میر رحیمی، دکتر حسن صالحی، می‌باشد که از زحمات آنها صمیمانه تشکر می‌نمایم. همچنین از ناظرین محترم طرح مهندس احمدی، مهندس شیخی که در طول پژوهش از نظرات و راهنمایی‌های ایشان استفاده گردیده است قدردانی به عمل می‌آید.

در پایان لازم دانسته تا از مدیر محترم جناب آقای مهندس اکبری، روسای ادارات، کارشناسان محترم مدیریت شیلات سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی که یاری بخش و پشتیبان ما در این پژوهش بوده‌اند نیز کمال تشکر بعمل آورم.

## منابع

- اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی شیلات استان تهران، (۱۳۷۶). بررسی و شناسایی تولید، عرضه و مصرف ماهی در تهران. تهران: شرکت سهامی شیلات ایران.
- اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی نمایندگان شیلات فارس، (۱۳۷۶). بررسی عوامل مؤثر بر مصرف ماهی در شهر شیراز. شرکت سهامی شیلات ایران، وزارت جهاد کشاورزی. ۹۲ صفحه.
- اداره کل روابط عمومی و بین‌الملل شیلات، (۱۳۷۵). بررسی جامعه شناختی رفتار مصرف‌کننده محصولات آبزی در مناطق ۲۰ گانه شهر تهران. گروه پژوهش و برنامه‌ریزی، شرکت سهامی شیلات ایران. ۹۸ صفحه.
- ارشد، رسول. (۱۳۸۵). رئیس مرکز تحقیقات شیلات کشور. مصاحبه با خبرنگاران.
- آراین‌نژاد. (۱۳۷۷). ارزیابی آلاینده‌گی پرورش ماهی قزل‌آلا و برنامه‌ریزی برای تصفیه و استفاده مجدد از آب. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت محیط زیست دانشگاه تهران.
- اصیدزاده، حیدر. (۱۳۸۴). اثرات آمیخته بازاریابی بر بازاریابی ماهی پرورشی در شهر ایلام.
- افشین عادل، طهمورث حسنقلی پور، سید عباس حسینی، حسن صالحی، بهاره شعبانپور ص ۸۷ شناسایی عوامل اصلی مؤثر در گرایش مصرف‌کنندگان خانگی به ماهیان پرورشی در تهران.
- اکبری، محمد اسماعیل. (۱۳۸۴). "کلید سلامت تغذیه جامعه: پلی میان علم و سیاست"، مجموعه مقالات هشتمین کنگره تغذیه ایران، تهران: انجمن تغذیه ایران.
- بابایی، اسکندر. (۱۳۷۴). بررسی امکان توسعه بازار مصرف ماهی در ایران. (مطالعه موردی: تهران بزرگ). پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران. ۲۳۲ صفحه.
- باقیانی مقدم، محمد حسین و عیوضی، سهیلا. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مرتبط با مصرف ماهی. در خانوارهای شهر جوانرود (براساس مدل رفتار برنامه‌ریزی شده).
- برارپور، فروزان. (۱۳۷۳). شیوع زایمان زودرس در ارتباط با شغل در مراجعین به مراکز درمانی وابسته به علوم پزشکی تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مامایی. دانشکده پرستاری و مامایی. دانشگاه علوم پزشکی تهران.
- برقی، نادر بهرامی فر، عباس اسماعیلی ساری، میرمهرداد میرسنجری، رضا دهمرده بهروز (۱۳۹۰) بررسی علل مرتبط با عدم مصرف ماهی به میزان توصیه شده سازمان بهداشت در خانوار شهر جوانرود
- بزرگمهر، ب. (۱۳۸۱). مجله دنیای تغذیه. شماره ۹.
- بزرگمهر، ب. (۱۳۸۶). راهکارهایی جهت ترویج مصرف ماهی و آبزیان در جامعه.
- بلوریان تهرانی، محمد. (۱۳۸۰). بازاریابی و مدیریت بازار، مرکز چاپ و نشر بازرگانی، مؤسسه پژوهش‌های و مطالعات بازرگانی. ۲۸۸ صفحه.
- بلوریان تهرانی، محمد. (۱۳۸۰). تصویری از کشاورزی ایران. ماهنامه بازاریابی. شماره ۱۰: ۹۶.

- پیغمبری، ی. (۱۳۸۰). بررسی موانع و مشکلات تولید و بازاریابی ساردین ماهیان. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس شیلات ایران (بازاریابی آبزیان). دفتر طرح و توسعه شرکت سهامی شیلات ایران.
- جعفریان، منوچهر. (۱۳۸۳). عمر طولانی بدون امراض با امگا-۳ معجزه قرن جدید. انتشارات سطر: ۶۱-۵۲.
- جلالی پور عریانی، حسن. (۱۳۵۳). بررسی تغذیه طبیعی ماهی حلوا سفید (زوبیده) در مناطق صید آبادان.
- جلالی جعفری، بهیار. (۱۳۵۷). بررسی تغذیه رشد و انتشار ماهی کفال در سواحل جنوبی دریای مازندران دانشگاه تهران، دانشکده دامپزشکی.
- حاجی محمدی، رضا. (۱۳۸۱). ارائه روش های بهبود مدیریت شیلاتی، مطالعه موردی شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- حاجی میرزا حسین یزدی، محمد. (۱۳۷۳). بررسی ارزش های غذایی ماهی و روغن حاصل از آن. پایان نامه دکتری. دانشگاه علوم پزشکی تبریز. دانشکده داروسازی.
- حاذق جعفری، کورش. (.). جوانب بهداشت عمومی در ارتباط با عفونت های باکتریایی قابل انتقال به انسان از طریق مصرف غذایی آبزیان ماهی.
- حیرانی، م. (۱۳۷۵). بازاریابی تون ماهی. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس شیلات ایران. (بازاریابی آبزیان). دفتر طرح و توسعه شرکت سهامی شیلات ایران.
- خسروی، مژگان؛ کیمیاگر، مسعود؛ شهیدی، نوشین و غفارپور، معصومه. (۱۳۷۹). بررسی الگوی مصرف چربی ها در ده استان کشور. پژوهش در پزشکی: ۲۶۲-۲۵۹.
- دفتر طرح و توسعه شیلات، (۱۳۷۷). جامعه شناسی مصرف کنندگان ماهی. بخش دوم از جلد سوم. بررسی های اجتماعی، مطالعات طرح جامع توسعه آبرزی پروری در آبهای داخلی. شرکت سهامی شیلات ایران، وزارت جهاد سازندگی، ۳۸۰ صفحه.
- دفتر طرح و توسعه شیلات، (۱۳۸۴). سالنامه آماری شیلات ایران. دفتر طرح و توسعه سازمان شیلات ایران، تهران. ۵۱ صفحه.
- دفتر طرح و توسعه شیلات، (۱۳۸۶). سالنامه آماری شیلات ایران. دفتر طرح و توسعه سازمان شیلات ایران، تهران. ۶۳ صفحه.
- دهدشتی شاهرخ، زهره و صیدزاده، حیدر. (.). رابطه به کارگیری عناصر ترکیب بازاریابی و بازاریابی ماهی پرورشی از دیدگاه مصرف کنندگان مطالعه موردی شهرستان ایلام.
- رحمانی، حبیب ... اصول اولیه احداث مزارع پرورش ماهی مجله اسوه. شماره ۱۲.
- رحیمی، عنایت الله. (۱۳۷۷). بررسی عوامل مؤثر بر مصرف آبزیان در شهر شیراز. شیراز: اداره کل شیلات استان فارس.

- رزم آراء، لایلا؛ حکمت، خدیجه؛ طلایی‌زاده، عبدالحسن؛ طهماسبی، مرتضی و کاراندیش، مجید. (۱۳۸۹). بررسی ارتباط مصرف ماهی و کاهش خطر سرطان پستان.
- رستمی، محمدرضا. (۱۳۸۰). بررسی تأثیر عوامل آمیخته بازاریابی بر مکانیزم رفتاری مصرف‌کنندگان محصولات شیلاتی در تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس: ۱۱۸.
- رضایی، محمد مهدی. (۱۳۸۸). نگاهی به ارزش غذایی آبزیان و لزوم استفاده بیشتر از آنها، داروخانه‌ایی به وسعت دریا. روزنامه اعتماد. سال هشتم. شماره ۱۹۹۹. صفحه ۱۰.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۹). سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی. تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی جهاد سازندگی.
- ریتز، جورج. (۱۳۷۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
- سالنامه آماری شیلات ایران، (۱۳۸۴). دفتر طرح و توسعه سازمان شیلات ایران. ۵۱ صفحه.
- سالنامه آماری FAO در سالهای ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۸.
- سعیدی، ل. (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر بر مصرف میگو در شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران: ۱۰۴.
- سلیمی پور، هومان. (۱۳۸۰). مصرف ماهی و اسیدهای چرب امگا ۳ و کاهش خطر سکتة مغزی. طب جنوب. ویژه‌نامه کنگره سراسری طب و دریا: ۳۴.
- شاه‌ولی، ارکیده؛ بخشوده، محمد. (۱۳۸۴). بررسی پیوستگی بازارهای آبزیان ایران. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی شماره ۱۵.
- شجاعی، مهدی. (۱۳۷۵). بررسی تست ذائقه دانش‌آموزان در مدارس ابتدایی نسبت به فرآورده‌های غذایی ماهی کیلکا در شهر سالم (کوی ۱۳ آبان-تهران) و (شهرستان نهبندان).
- شجاعی، مهدی. (۱۳۷۵). بررسی تست ذائقه دانش‌آموزان در مدارس ابتدایی نسبت به فرآورده‌های غذایی ماهی کیلکا در شهر سالم (کوی ۱۳ آبان-تهران) و (شهرستان نهبندان).
- شرکت سهامی شیلات ایران، معاونت طرح و برنامه‌ریزی. بررسی مصرف آبزیان در ایران.
- شرکت سهامی شیلات ایران. معاونت طرح و برنامه. بررسی مصرف آبزیان در ایران.
- شیرازی، مهدی. بررسی راهکارهای افزایش مصرف آبزیان در جامعه مجله سنبله شماره ۱۷۲.
- شیلات فارس ۱۳۷۷، بررسی وضعیت عمل‌آوری آبزیان و مراکز عمل‌آوری استان فارس، اداره صنایع شیلاتی و بازاریابی، شیراز
- صالحی، ح. (۱۳۸۲). بازاریابی کلید موفقیت آبی‌پروری. معاونت تکثیر و پرورش آبزیان. اداره کل آموزش و ترویج، شرکت سهامی شیلات ایران، تهران. ۱۱۵ صفحه.

- صالحی، حسن. (۱۳۸۴). "اقدامات و سیاست‌های شیلات در جهت افزایش سهم آبزیان در سبد مصرف خانوار"، مجموعه مقالات هشتمین کنگره تغذیه ایران، تهران: انجمن تغذیه ایران.
- صدرالاشرفی، مهریار. (۱۳۶۶). مدیریت، حسابداری و بازاریابی کشاورزی. انتشارات دانشگاه تهران.
- عابدی، مهرداد. (۱۳۸۰). پرورش ماهی در شالیزار. نشریه وزارت تعاون شماره ۱۱۸.
- عادل‌ی و دیگران (۱۳۸۹) شناسایی عوامل اصلی مؤثر در گرایش مصرف کنندگان خانگی به ماهیان پرورشی در تهران.
- عادل‌ی، ا. و شعبان‌پور، ب. (۱۳۸۶). بررسی تغییر رفتار شهروندان تهرانی در مصرف آبزیان. مجله علمی شیلات ایران، سال شانزدهم، شماره ۲. صفحات ۱۱۷ تا ۱۲۶.
- عادل‌ی، ا.ف.، شعبان‌پور، الف. (۱۳۸۶). نقش بسته‌بندی آبزیان بر رفتار مصرف خانواده‌های شهر تهران. مجله علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان. جلد چهاردهم: ۹۹-۹۱.
- عادل‌ی، افشین. (۱۳۸۶). نقش بسته‌بندی آبزیان بر رفتار مصرفی خانوارهای شهر تهران. ویژه‌نامه منابع طبیعی. علوم کشاورزی و منابع طبیعی: ۹۹-۹۱.
- عمادزاده، مصطفی. (۱۳۷۹). بازاریابی محصولات کشاورزی. ماهنامه توسعه، مدیریت. شماره ۱۶: ۵-۲.
- عیدانی، ن. (۱۳۷۶). اهمیت بسته‌بندی و صنایع تبدیلی دریایی و اثرات آن بر بازاریابی، مجموعه مقالات کنفرانس ششم شیلات ایران (بازاریابی آبزیان)، شرکت سهامی شیلات ایران. ۶۰۵-۵۸۴.
- فائو، ۲۰۰۳)
- فخرزاده، حسین؛ اسماعیلی، بهادر؛ پورابراهیم؛ رسول و نبی پور، ایرج. (۱۳۸۰). مصرف ماهی و میزان فشار خون. طب جنوب. ویژه‌نامه کنگره سراسری طب و دریا. طب جنوب: ۸۲-۸۲.
- قاسمی، ا. (۱۳۷۶). ساماندهی و مکان‌یابی مراکز خدمات بازاریابی و بازارچه‌های عمده فروشی ماهی. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس شیلات ایران (بازاریابی آبزیان). شرکت سهامی شیلات ایران، صفحات ۵۶ تا ۷۱.
- قاسمی، ا.و.ع. قاسمی (۱۳۷۵). ساماندهی و مکان‌یابی مراکز خدمات بازاریابی و بازارچه‌های عمده فروشی ماهی. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس شیلات ایران (بازاریابی آبزیان)، دفتر طرح و توسعه شرکت سهامی شیلات ایران.
- قاسمی، حسین. (۱۳۸۴). "پلی میان علم و سیاست: کلید دسترسی به امنیت غذا و تغذیه"، مجموعه مقالات هشتمین کنگره تغذیه ایران، تهران: انجمن تغذیه ایران.
- کراوفورد، آی. ام. (۱۳۸۳). مدیریت بازاریابی محصولات کشاورزی مواد غذایی. ترجمه: سیاوش دهقانیان، محمد قربانی و فرخ دین قزلی. دانشگاه فردوسی مشهد.

- کریم زاده، ع. (۱۳۷۷). روش‌های علمی بازاریابی مواد غذایی ضرورت رشد صنایع غذایی و توسعه صادرات غیرنفتی، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه. شماره ۲۲.
- کمالی، عیسی. (.). بررسی تغذیه ماهی یال اسبی (*Trichiurus lepturus*) در دریای عمان. موسسه تحقیقات شیلات ایران بخش، مرکز تحقیقات شیلاتی دریای عمان، بندرعباس.
- لیتل، دنیل. (۱۳۷۳). تبیین در علوم اجتماعی، درآمدی به فلسفه علوم اجتماعی. ترجمه عبدالکریم سروش. تهران: نشر صراط.
- مؤسسه ملی پژوهش افکار عمومی (۱۳۷۷). شیلات ایران و الگوی مصرف ماهی: نظرسنجی از شهروندان تهرانی. تهران: معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ماهنامه آموزشی، خبری، بهداشتی دنیای تغذیه. (۱۳۸۱) راهکارهایی جهت ترویج مصرف ماهی و آبزیان در جامعه، سال اول، شماره دهم: ۵۲.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۸۶). نتایج اولیه سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵. نشر مرکز آمار ایران، تهران. ۵ صفحه.
- معزز قره باغ، وحید. (۱۳۷۴)، عوامل مؤثر در بازاریابی صنعت پرورش ماهی از دیدگاه مصرف‌کنندگان در شهر ارومیه مرکز استان آذربایجان غربی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم انسانی و علوم اداری و مدیریتی دانشگاه علامه طباطبایی.
- موسوی، هادی (۱۳۸۹/۸/۲۳) مدیر شیلات استان مرکزی مصاحبه با خبرگزاری مهر
- مولایی، محمد. (۱۳۷۳). "ویژگی‌های اقتصادی شیلات ایران"، مجموعه مقالات مسایل صید و صیادی در ایران، تهران: شرکت سهامی شیلات ایران.
- مومن نیا، مهدی. (۱۳۸۱). کشت توأم پرورش ماهی. مجله آبی‌پروری. شماره‌های ۵۰-۴۰.
- میر نظامی ضیا بری، س.، ح.، (۱۳۷۸). اصول بسته‌بندی مواد غذایی، نشر علوم کشاورزی، ۳۳۸ صفحه.
- نصری، شهین. (۱۳۷۲). بازارهای جهانی ماهی و میگو. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی: ۳۲۰-۳۲۳.
- نوری زمان آبادی، س.، ن.، (۱۳۷۶). بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کنندگان محصولات دریایی، مجموعه مقالات کنفرانس ششم شیلات ایران (بازاریابی آبزیان)، شرکت سهامی شیلات ایران ۴۴۰-۴۴۸.
- وزارت جهاد کشاورزی. بررسی مصرف آبزیان. شرکت سهامی بیتا: ۹.
- یوسفی، علی و شریعتی، محمد تقی. (۱۳۸۸). تحلیل جامعه‌شناختی رفتار مصرف ماهی در شهر مشهد. مجله مطالعات اجتماعی. دوره سوم، شماره ۳ ویژه خراسان رضوی.
- یوسفی، علی. (۱۳۸۳). بررسی مصرف آبزیان و فرآورده‌های شیلاتی در شهر مشهد. اداره کل شیلات خراسان.



- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1990). *Understanding Attitudes and Predicting social behaviour*, Englewood Cliffs, NJ: PRENTICE Hall.
- Allen, P.G.; Botsford, L.W.; Shuur, A.M. and Johnston, W.E., 1984. *Bioeconomics of aquaculture*. Elsevier, Amsterdam, Nether land, 351P.
- Augustsson KM, Michaud DS, Rimm EB, LeitzmannMF, Stampfer MJ, Willett WC, et al.(2003). A prospective study of intake of fish and marine fatty acids and prostate cancer. *Cancer Epidemiol Biomarker Prev*;12(1):64-7.
- *Avioding Heart Attacks and Strokes*,(2005). don't be a victim – protect yourself. World Health Organization.
- Bell, F.W., 1968. The pope and the price of fish. *American Economics Review*, Vol. 17, No. 5, pp. 1346-1350.
- Berek JS. *Novak's Gynecology*.(1382). 13th ed. Translated by: Farhang Bigvand SH, Faridian eragh D, Malek Alae M, Amirkhani ZH. Tehran: Arjmand Publisher: p 308.
- Bonne Karijn, Verbke, W. (2006). “Muslim Consumer,s motivations towards meat Consumption in Belgium : qualitative exploratory insights from means-end chain analysis”, *Antropology of food*, 5. <http://aof.revues.org/index90.html>.
- Bose, S. (2000). “A Preliminary Investigation of Factors Affecting Seafood Consumption behavior in the Inland and Coastal Regions of Victoria”. *Australia. Journal of Consumer Studes and Home Economics*, 24: 257-262.
- Bose, S. and Brown, N., 2000. A preliminary investigation of factors affecting seafood consumption behavior in the inland and coastal regions of Victoria, Australia. *Journal of Consumer Studied & Home Economics*. Vol. 24, pp.257-262.
- Bose, Sh. and Brown, N., 2000. A preliminary investigation of factors affecting seafood consumption behavioral in the inland and coastal regions of Victoria, Australia. *Journal of consumer studied and home economics* 24, 257-262.
- Brooks, P. M. & Anderson, J.L., (1991). “Effects of Retail Pricing, Seasonability and Advertising on fresh seafood sales”. *Journal of Business Studes*, 1: 55-68.
- Brown, G., 2004. U.S.A. Market for farmed fishery products. *International Aquaculture Conference*, Dhaka, Bangladesh. 28-29 November 2004. 38p.
- Caswell, J. (2006). “Quality Assurance, Information Tracking and Consumer Labeling”, available online at <http://www.net: Ianna.info/food/Articles/11017603.pdf>.
- Chaston, I., 1983. *Marketing in fisheries and aquaculture*. Fishing News Books Ltd., London, England, 143P.
- Chaston, I., 1984. *Business management in fisheries and aquaculture*. . Fishing News Books Ltd., London, England, 128P.
- Cheng, H.& Capps, O. (1988). Demand analysis of Frash and Frozen Finfish and Shellfish in the United Ststes, *American Journal of Agricultural Economics*. 170, 533-542.
- Dellenbarger, L.E., ; Dillacd, J.; Schup, A.R. and Young, B.T., 1988. Socioeconomic factors associated with at home and away- from home catfish consumption in the U.S.A. 21P.
- Dominguez MG, Yuan JM, Sun CL, Lee HP, Yu MC.(2003). Opposing effects of dietary n-3 and n-6 fatty acids on mammary carcinogenesis: The Singapore Chinese Health Study. *Br J Cancer*. ; 89(9): 1686–92.
- Doyle, P., 1994. *Marketing management and strategy*. Prentic Hall Europe. 410p.
- Edwards ,p,1993,Environmental issues in integrated agriculture aguaculture and wastewater-Feb fhsh culture systems,p.135- 170.I.L. Macleam. Environment and aquaculture hn deve lophng countries ICLARM conf.31 ICL ARManila GIZ, Eschborn 359.p
- Engel, F.J.; Blachwell, D.R. and Miniard, W.P., 1995. *Consumer Behavior*. Eight 8th. The Dryden Press, Orlando (Florida) USA, 951P.
- FAO, 2003. Food and Agricultural Organization. FAOSTAT Internet Information at : [www.fao.org](http://www.fao.org).
- FAO, 20\ . Food and Agricultural Organization. FAOSTAT Internet Information at : [www.fao.org](http://www.fao.org).
- 
- Gomes DE, Bernner RR. Oxidative destruction of alphalinolenic, linolenic and stearic acids by human liver microcosms *Lipids* 1975;10:315-317.
- Goodstine SL, Zheng T, Holford TR, Ward BA, Carter D, Owens PH, et al. (2003). Dietary(n-3)(n-6)fatty acid ratio, possible relationship to premenopausal but not postmenopausal breast cancer risk in u.s women. *J. Nutr*;133:1409-14.

- Hanson, D.G.; Herrmann, O. and Dunn, R.W.J., 1995. Determinants of seafood purchase behavior: Consumers, restaurants, and grocery stores. *American journal of Agricultural Economics* . Vol. 77, No. 5, pp.1301-1305.
- Harrison, G.g. (2005). *The Paradox of Hunger and Obesity*, Proceeding of the 8 th Iranian Nutritional Health, Tehran.
- He.k.song y,Daviglus M.L,liuk,et al.(2004). Accumulated evidence on fish consumption and coronary heart disease mortality: A meta analysis of cohort studies. *Circulation*,109:2705-11.
- Holmes MD, Colditz GA, Hunter DJ, Hankinson SE, Rosner B, Speizer FE, et al.(2003). Meat, fish and egg intake and risk of breast cancer: *Int. J cancer* ;104(2): 221-7.
- Hu FB, Stampfer MJ, Manson JE, et al.(1999). Dietary saturated fats and their food sources in relation to the risk of coronary heart disease in women *Am J Clin Nutr*, 70:1001-8.
- Hulse, H. J. ; Neal, A.R. and Steedman, W.D., 1981. *Aquaculture economic Research in Asia*. Manila, Philippine, 128p.
- Hushak, J.L.; Carles, F.C. and Gleckler P.D., 1993. Survey of wholesale and retail buyers in the six southern states of the north central region. Technical Bulletin series. 104. United States Department of Aquaculture Grant. 15p.
- Jolly, C.M. and Clonts, H.A., 1993. *Economics of Aquaculture*, Haworth Press, Inc. Binghamton, New York. USA. 319p.
- Jolly, C.M. and Clots, H.A., 1993. *Economics OF Aquaculture*. Haworth Press. Inc., Binghamton, New York, USA. 319P.
- Kathieen Mahan. *Krause's food; nutrition & diet therapy*. sunders' 10 thed; 2000.
- Kinnucan, H. W. & M. Venkateswaran (1990). "Effect of Generic Advertising on perception and behaviour: the case of catfish", *Southern journal of Agricultural Economics and social measurement*, December, 137-151.
- Kolden GG, Strauman TJ, Ward A, Kuta J, Woods TE, Schneider KL, et al. (2002). A pilot study of group exercise training (GET) for women with primary breast cancer: feasibility and health benefits. *Psychooncology* ;11(5):447-56.
- Konig, Ariane, Bouzan C, Cohen JT, Connor WE, Kris-Etherton PM, Gray GM, Lawrence RS, Saviz DA, Teutsch SM. Others (2005).
- Kotler , Philip , Gary Armstrong ( 2001 ), London & Inc. JohnSaunders & Veronica Wong , Prentice Hall
- Leek, S.; Maddock, S, and Foxall, G., 1998. Concept testing an unfamiliar fish. *Journal of Qualitative Market Research*. Vol. 1, No. 2, pp.77-87.
- Leek, S.; Maddock, S, and Foxall, G., 2000. Situational diterminants of fish consumption. *British Food Journal*. Vol. 102, No. 1, pp.18-39.
- Lid NGA. Mann NJ. Sinclair A. Contribution of meat fat to dietary arachidonic acid: *Lipids* 1998;33:437-440.
- Marette, Stephan (2006)" health information and choice of fish species: An experiment measuring the impact of risk and benefit information", working paper 06-wp 1, center for Agricultural and rural development, Iowa state University . [www.card.iastate.edu](http://www.card.iastate.edu).
- Mori TA, Beilin LJ, Burke V,et al.(1997). Interactions between dietary fat, fish and fish oils on platelet function in men at risk of cardiovascular disease .*Arterioscler Thromb Vasc Boil*,17:279- 286.
- Musgrove, P., 1995. Household food consumption in the Dominican republic: Effects of income, price and family size. *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 34, No. 1, pp.83-101.
- Nawal A EL-S,zahiram G,laila HN,et al A Kamel.Assessment of the prevalence of iodine deficiency disorders among primary school children in Cario Nawa.*EasternMediterranean Health Journal*, 1995, 1(1):55-63.
- Olsen, Svein Ottar (2001). Consumer involvement in seafood as family meals in Norway: An application of expectancy – Vakue approach, published electronically 9 February 2001. Available online at. <http://www.idealibrary.com>
- Olsen, Svein Ottar (2003). *Understanding the relationship between age, seafood Consumption : the mediating role of attitude, health involvement and convenience*, 2002, Elsevier science Ltd.
- Palferman, A., 1999. *Fish business management: Strategy- marketing- development*. Fishing News Books, UK., 298P.
- Pillay,T.V.R,1990,*Aquaculture priciples and practices fishing News Book Ltd,London,UK 575P*.
- Rupp, E.M. ; Miller, F.L. and Baser, C.F. , 1980. Some results of recent surveys of fish and shellfish consumption by age and region of USA residents. *Health Physics*. Vol. 39. pp.165-175.

- Salehi, H., 1999. A strategic analysis of carp culture development in Iran. PhD Thesis, University of Stirling, UK. 328P.
- Salehi, H., 2003. Market perspective on cultured carp products in Iran. Asia Pacific Conference on Aquaculture. Bangkok, 45p.
- Salehi, H., 2004. An economic analysis of carp cultured production costs in Iran. Iranian journal of Fisheries sciences, IFRO. Tehran, Iran, Vol. 4, No. 1, pp.1-24.
- Salehi, H., 2004. The role of Fisheries on fish consumption development in Iran. The role of Aquatic products on Health Symposium, Dec., 2004. Semnan, 90p.
- Salehi, H., 2005. An economic analysis of trout (*Onchorynchus mykiss*) farming production in Iran, World Aquaculture society Conference, May 9-13, 2005. Bali, Indonesia. 54p.
- Salehi, H., 2006. An analysis of the consumer market for carp and carp products in Iran, Iranian journal of Fisheries sciences, IFRO. Tehran, Iran, Vol. 5, No. 2, pp. 83-110.
- Salehi, H., 2006. An analysis of the consumer market for carp and carp product in Iran, Iranian Fishery Research Sciences 5(2), 83-110.
- Sechena, R.; Nakano, C.; Liao, S. ; Polissar, N.; Lorenzana, R.; Truong, S, and Fenske, R., 1999. Asian and Pacific Islander seafood consumption study. EPA Environmental justice community/University Partnership Grant, 75p.
- Silvers KM, Scott KM. Fish consumption and self- reported physical and mental health status. Public Health Nutr, 2002, 5(3): 427-31.
- Silvers KM, Scott KM.(2002). Fish consumption and self- reported physical and mental health status. Public Health Nutr, 5(3):427-31.
- Simopoulos AP, Kifer RR, Martin RE, Barlow SM, et al. Health effect of 3 polysaturated fatty acids in seafood, World Rev Nutr Diet, 1991, 66:1-59.
- Simopoulos AP, Kifer RR, Martin RE, Barlow SM, et al. Health effect of 3 polysaturated fatty acids in seafood, World Rev Nutr Diet, 1991, 66:1-59.
- Spinks, A. and Bose, S. 2002. Factors affecting Households seafood purchasing decisions in Auckland. New Zealand: An empirical analysis. International journal of Costumer Studies. Vol. 26, pp.62-70.
- Strip C, Overhand K, Christensen J, Thomsen BL, Olsen A, Moeller S, et al.(2003). Fish intake is positively associated with breast cancer incidence rate. J Nutre; 93: 1088-95.
- Tambi, N. E. (2001), "Analysis of household attitudes toward the purchase of livestock products and fish in Cameroon" Agricultural Economics. 26: 135- 147.
- The American clinical nutrition official Journal of the American society for clinical nutrition. July 2005, volume 82.
- Weinstein, S. j., c.a. Bisogni, E. A. J. R. Frongillo & B. A. Knuth (1999). "Factors Explaining seafood Consumption among Hispanics Living in New York City", ". Journal of Nutrition Education , 31:212-223.
- Wessels, C.R.R. J. Johnston & Donath, H. (1999). Assesing Consumer Prefereces for Eco-Labelled seafood: the influence of Species, Certifier and Household Attributes, paper presented at the American. Agricultural Economics Association , Nashville, USA, August 8-11.
- Zampelas A, Panagiotakos DB, Pitsavos C, Das UN, Chrysohoou C, Skoumas stefanadis C. Fish consumption among healthy adults is associated with decreased levels of inflammatory markers related to cardiovascular disease, The Attica study, J Am Coll Cardiol 2005, 5, 46(1):120-4.
- Zampelas A, Panagiotakos DB, Pitsavos C, Das UN, Chrysohoou C, Skoumas stefanadis C.(2005). Fish consumption among healthy adults is associated with decreased levels of inflammatory markers related to cardiovascular disease, The Attica study, J Am Coll Cardiol, 5, 46(1):120-4.
- Salehi H, Mokhtari A. [Study of nourishment experts tendency to fish consumption in Iran]. Iran Scientific Fishery Magazine 2009; 17(1):79-90.
- 
- Nasri SH. [International fish bazaar and Omega3]. Comerical and Study Institute 1994. p.320-3.

## پیوست



## بسمه تعالی

وزارت جهاد کشاورزی

سازمان جهاد کشاورزی

استان مرکزی

طرح مطالعات بررسی میزان مصرف سرانه آبزیان در استان مرکزی  
(مناطق شهری و روستایی)

پرسشنامه خانوار کد پستی:

شماره پرسشنامه:	نام پرسشگر:	کد پرسشگر:	تاریخ مصاحبه:
شهرستان:	بخش:	دهستان:	روستا:

۱- خانواده شما چقدر به مصرف آبزیان علاقه دارند؟

هیچ  خیلی کم  کم  متوسط  زیاد  خیلی زیاد 

۲- کدامیک از انواع ماهیان را بیشتر مصرف می کنید؟

گوپه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
الف) پرورشی					
ب) دریایی					

۳- خانواده شما هر چند وقت یکبار ماهی مصرف می کند؟

روزانه  هفتگی  ماهیانه  سالانه  هیچ موقع  سایر با ذکر مورد .

۴- در هر بار خرید به طور متوسط چند کیلوگرم ماهی خرید می کنید؟ میزان خرید؟

الف) پرورشی کیلوگرم قیمت

ب) دریایی کیلوگرم قیمت

۵- طریقه مصرف ماهی در خانواده شما به چه شکل است؟

آب پز  سرخ کردنی  شکم پر  کبابی  سایر با ذکر مورد .....

۶- آبزیان مورد نیاز خود را از کدام محل تأمین می‌کنید؟

بازار محلی  فروشگاه‌های زنجیره‌ای  از هر دو  سایر با ذکر مورد

۷- خانواده شما مایل به خرید کدامیک از انواع آبزیان می‌باشد (به ترتیب اولویت شماری گذاری کنید)

آبزیان زنده  آبزیان منجمد  آبزیان کنسروی  آبزیان بسته‌بندی  آبزیان تازه  میگو

۸- میزان رضایت خود را از هر یک از موارد زیر تا چه حد می‌باشد؟

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
قیمت ماهی					
تنوع ماهی					
کیفیت					
زمان عرضه					
مکان عرضه					

۹- در هنگام خرید آبزیان بیشتر به چه مواردی توجه می‌کنید؟

قیمت  گوشتی بودن ماهی  کیفیت  بهداشتی فروشگاه و کارکنان

۱۰- مشکلات و تنگناهای مصرف آبزیان خانواده شما کدام است؟

مشکلات و تنگناهای مصرف	ضربدر
عدم وجود بازار خرید محلی در نزدیک خانه و محل کار	
قیمت بالای آبزیان	
نبود آبزیان در اکثر اوقات در بازار	
نبود عادت خرید آبزیان	
عدم آشنایی لازم با پخت آبزیان	
عدم امکان نگهداری آبزیان در منزل به مدت طولانی (مثل گوشت قرمز)	
عدم سازگاری با ذائقه افراد خانواده	
عدم آشنایی با نحوه پخت و عمل آوری	
عدم رعایت مناسب بهداشت بهداشت	
عدم آشنایی با انواع ماهی‌ها و مزایای آنها	
سایر (با ذکر موارد):	

۱۱- مزایا و دلایل مصرف آبزیان از نظر خانواده شما کدام است؟

مزایا	ضربدر
داشتن انواع ویتامین ها در آبزیان	
غنی بودن گوشت آبزیان از اسیدهای چرب امگا سه	
میزان هضم پذیری گوشت ماهی	
غنی بودن گوشت آبزیان از املاح معدنی نظیر آهن، سلنیم، ید، کلسیم و منیزیم و	
تأثیر مصرف آبزیان و فرآورده های آن در درمان و جلوگیری از بیماری ها	
سایر با ذکر مورد .....	

۱۲- خانواده شما تا چه میزان از مزایای مصرف ماهی آگاهی دارد؟

۱۳) ویژگی های فردی پاسخگو

۱- سن: .....

۲- جنسیت: ۱- زن ۲- مرد

۳- میزان تحصیلات:

۴- رشته تحصیلی:

۵- شغل:

۶- متوسط درآمد ماهیانه خانواده .....تومان

۷- تعداد اعضای خانواده (در شرایط فعلی) .....نفر

۸- میزان تحصیلات همسر .....

۹- شغل همسر .....

۱۴- در خاتمه هر گونه نقطه نظر و یا پیشنهادی در خصوص مصرف آبزیان به ویژه ماهی دارید، بیان کنید.

۱۵- آخرین باری که ماهی خریدید، کی بود؟ ..... چقدر ..... کیلو

با تشکر - تیم تحقیق

**Abstract:**

Survey method has been performed using questionnaire forms for study of fish consumption per capita per year in Markazi Province due to lack of enough data on this field in the said province. Each questionnaire was completed by asking questions from each of the families as a statistical population sample either in rural or urban areas. According to the national census in year 2008 by Iranian Statistical Center, there are 364564 families living in Markazi Province out of which 207802 (57%) families are urbanites and 156762 (43%) are ruralist. A sample with total population of 2525 families were chosen with 1455 families living in urban and 1075 families in rural areas. Systematic random sampling was adopted in both areas which show people consuming fish once in 25 days with 5.8 Kg as per capita and per year for the whole Markazi Province.

Key word: Consumption, statistical population, consuming fish, rural areas, urban areas



**Ministry of Jihad – e – Agriculture**  
**AGRICULTURAL RESEARCH, EDUCATION & EXTENSION ORGANIZATION**  
**IRANIAN FISHERIES RESEARCH ORGANIZATION – New**  
**Technologies Aquaculture Research Center**

---

**Title :** Study of fish consumption per capita per year in rural and urban areas of Markazi Province, Iran

**Approved Number:** 4-12-12-90032

**Author:** Shahram Dadgar

**Executor :** Shahram Dadgar

**Collaborator :** M.Teimoori, A. Nouroozi, M.R. Faezi, K. Razmi, P.Mohebi, Gh. Dashti,H.Salehi

**Advisor(s):** S.D.Hajimirrahimi

**Supervisor:** A.Matinfar

**Location of execution :** Tehran province

**Date of Beginning :** 2011

**Period of execution :** 1 Year

**Publisher :** *Iranian Fisheries Research Organization*

**Date of publishing :** 2013

**All Right Reserved . No Part of this Publication May be Reproduced or Transmitted without indicating the Original Reference**

**MINISTRY OF JIHAD - E - AGRICULTURE**  
**AGRICULTURAL RESEARCH, EDUCATION & EXTENSION ORGANIZATION**  
**IRANIAN FISHERIES RESEARCH ORGANIZATION –New Technologies**  
**Aquaculture Research Center**

**Title:**

**Study of fish consumption per capita per year in rural and  
urban areas of Markazi Province, Iran**

**Executor :**  
**Shahram Dadgar**

**Registration Number**

***41911***