

## مطالعه‌ی ارتباط بین سرمایه‌ی اقتصادی و پایگاه اجتماعی با مصرف غذاهای غیرخانگی در شهر تبریز

توکل آقایی‌هیر<sup>۱</sup>، محمد عباس‌زاده<sup>۲</sup>، ابراهیم محمدپور<sup>۳</sup>

### چکیده

غذاهای غیرخانگی به‌عنوان بخشی از تجارب غذایی، با توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی متعددی که این تجربه در زندگی مدرن شهری پیدا کرده، به مسأله‌ای مهم در مجموعه مباحث جامعه‌شناسی سلامت/تغذیه تبدیل شده است. تحقیق حاضر به روش پیمایش و با هدف بررسی تأثیر سرمایه‌ی اقتصادی، پایگاه اجتماعی و برخی متغیرهای زمینه‌ای بر مصرف غذاهای غیرخانگی نگاشته شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل تمامی شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز است که ۴۰۹ نفر از آنها به شیوه‌ی نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel انجام شده است. براساس نتایج، ارتباط معناداری بین میزان مصرف غذاهای غیرخانگی با متغیرهای سرمایه‌ی اقتصادی و پایگاه اجتماعی (به‌شکل مثبت) و سن (به‌شکل منفی) مشاهده شده است. همچنین میزان مصرف غذاهای غیرخانگی براساس وضع تأهل (به نفع مجردها) و جنس (به نفع مردان) به‌شکل معناداری متفاوت بوده است. براساس نتایج برازش مدل مسیر، در بین سه متغیر دارای تأثیرات معنادار، سرمایه‌ی اقتصادی به‌عنوان مهمترین متغیر و جنس و وضع تأهل از نظر تأثیرگذاری در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. متغیرهای مستقل ۱۹ درصد از تغییرات مصرف غذای غیرخانگی را تبیین کرده‌اند.

t.aghayari@tabrizu.ac.ir

m-abbaszadeh@tabrizu.ac.ir

e.mohammadpour70@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۶/۳/۷

۱- استادیار علوم اجتماعی دانشگاه تبریز

۲- دانشیار علوم اجتماعی دانشگاه تبریز

۳- کارشناس ارشد علوم اجتماعی دانشگاه تبریز

تاریخ وصول: ۹۵/۱۲/۱۴

کلید واژه‌ها: غذاهای غیرخانگی، سرمایه‌ی اقتصادی، پایگاه اجتماعی، تبریز.

## مقدمه و بیان مسأله

امروزه غذا و تغذیه، بیش از هر زمان دیگری با تحولات جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی درآمیخته و در کنار نقش زیستی دیرین خود، نقش‌های متعدد دیگری در تمام جنبه‌های زندگی روزمره پیدا کرده‌است. غذا، بخشی اساسی از روشی است که هر فرد یا جامعه‌ای از آن طریق خودش را سازماندهی کرده (شفقی و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۷) و از مسیر کم و کیف مصرف آن، به تعریف و بازتعریف اجتماعی و هویتی خویش مبادرت می‌ورزد. «مشارکتی بودن نفس غذاخوردن، این تجربه‌ی اساساً بیولوژیک و ضرورتاً عمومی را تا سطح تعاملات اجتماعی ارتقاء بخشیده و به دلیل اهمیت فرافردی، در برخی برهه‌های تاریخی آن را دارای ارزش اجتماعی بنیادین ساخته است» (زیمل، ۱۹۹۷: ۱۳۱).

غذای غیرخانگی، شامل همه‌ی غذاهای تهیه‌شده در خارج از خانه، صرف‌نظر از محل مصرف، که به‌عنوان یک وعده‌ی غذایی از آن‌ها استفاده شود (راولیو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱: ۱۶)، با توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی متعدد، به مسأله‌ای جالب و مهم در مباحث جامعه‌شناسی سلامت و تغذیه تبدیل شده‌است. تغییرات اجتماعی و اقتصادی در سطوح و ابعاد مختلف، تغییرات عمده‌ای را در سبک زندگی افراد جامعه ایجاد کرده که تبدیل شدن غذای بیرون از خانه به دغدغه‌ی مهم و روزمره‌ی ساکنان پرمشغله‌ی شهرهای بزرگ در متن زندگی سریع شهری از جمله‌ی آنها است (آکسویدان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۳۰۱).

مصرف غذاهای غیرخانگی از آغاز دهه‌ی ۱۹۸۰ میلادی به این طرف افزایش روزافزونی یافته است (کوسوسکی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۲: ۳۹۸)، به طوری که صنایع غذایی در دنیا در سال ۲۰۰۹ میلادی، حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی دنیا (حدود ۲۱ تریلیون دلار) و یک دهم از نیروی کار آن را شامل شده‌است (ادواردز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳: ۲۲۳).

- 
- 1- Raulio
  - 2- Aksoydan
  - 3- Kocevski
  - 4- Edwards

برای مثال، هزینه‌ی غذای غیرخانگی در ایالات متحده در سال ۲۰۰۴، نزدیک به نیمی از کل هزینه‌های خوراکی آمریکایی‌ها را تشکیل داده است (استوارت<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). در ایران، تا جایی که نگارندگان مقاله‌ی حاضر جستجو کرده‌اند، در مورد میزان مصرف غذای غیرخانگی اطلاعات رسمی در دست نیست؛ با این حال، شواهد موجود حاکی از میزان بالای مصرف غذاهای آماده در میان اقشاری نظیر دانشجویان است (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین نسبت هزینه‌ی غذای غیرخانگی در کل هزینه‌های خوراکی خانوارهای ایرانی در سال ۱۳۹۱ حدود ۴/۷ درصد گزارش شده است (فرازمند و همکاران، ۱۳۹۴). به هر ترتیب، مشاهدات عینی، بویژه در شهرهای بزرگ ایران، حاکی از افزایش مراکز تهیه و توزیع غذاهای آماده نظیر؛ فست‌فود، رستوران، سفره‌خانه‌های سنتی و مکان‌های مشابه است و به نظر می‌رسد ساکنان این شهرها، به شکل روزافزونی به سمت مصرف غذاهای غیرخانگی سوق پیدا می‌کنند.

عوامل زیادی از فردی تا اجتماعی و ساختاری در مصرف غذای غیرخانگی تأثیرگذار هستند. براساس نظر سوبال<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۴)، انتخاب غذا مسأله‌ای چندوجهی، پویا، زمینه‌مند<sup>۳</sup>، چندسطحی، هماهنگ و یکپارچه و در عین حال متنوع است. با توجه به گستردگی عوامل مؤثر بر انتخاب غذا، در مقاله‌ی حاضر با هدف تحدید دامنه‌ی عوامل، سعی شده تأثیرات سرمایه‌ی اقتصادی و پایگاه اجتماعی، به عنوان عوامل اصلی در کنار متغیرهای سن، جنس و وضعیت تأهل، به عنوان مهم‌ترین عوامل مرتبط با مصرف غذای غیرخانگی (کوهی و همکاران، ۱۳۹۲؛ علیزاده اقدم، ۱۳۸۹؛ بارجیوتا<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۳؛ دادزیو<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۴، آدامز<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۵؛ تیتیلولا<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۳)، بر مصرف غذاهای غیرخانگی مورد بررسی قرار گیرند.

---

1- Stewart

2- Sobal

3- Contextual

4- Bargiota

5- D'Addezio

6- Adams

7- Titilola

شناخت تجارب غذایی از ابعاد مختلفی برای مطالعات جامعه‌شناختی اهمیت دارد؛ از یک طرف، بررسی تجارب غذایی (اعم از غیرخانگی) راهی برای شناخت سبک زندگی افراد جامعه تلقی می‌شود. امروزه غذا و مسائل مربوط به آن، به یک تجربه‌ی اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده و به‌عنوان دغدغه‌ای جدی در ملاحظات مربوط به سبک زندگی مطرح است. از طرف دیگر، شناخت تجارب غذایی غیرخانگی راه را برای شناسایی بهتر و عملیاتی‌کردن سیاست‌های مناسب و کارکردی در حوزه‌ی مسائل سلامت عمومی مرتبط با تجارب غذایی هموار می‌کند (اپتر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). غذاهای غیرخانگی با توجه به ملاحظات مربوط به سلامتی آنها، توجه عمومی دست‌اندرکاران امر سلامت جامعه را به خود جلب کرده‌است. مطالعه‌ی تجارب غذایی غیرخانگی می‌تواند برای مراکز تهیه و توزیع چنین غذاهایی نیز مهم باشد. این مراکز با اطلاع از مسائل مربوط به تقاضای غذای غیرخانگی، می‌توانند بهتر در مسیر ارائه‌ی خدمات به مشتریان خود گام بردارند.

پایگاه اجتماعی، سرمایه‌ی اقتصادی و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده‌ی آنها، از جمله متغیرهای مربوط به مصرف غذای غیرخانگی هستند (سریویدیا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴؛ کریگ<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). مکانیزم‌های مختلفی برای تأثیرگذاری پایگاه اقتصادی و اجتماعی بر مصرف غذای غیرخانگی وجود دارد که، توانایی بالای خرید و مصرف غذاهای غیرخانگی؛ نداشتن وقت کافی برای تهیه‌ی غذا در داخل خانه (اپتر، ۲۰۰۹؛ پروچاسکا<sup>۴</sup> و همکاران، ۱۹۷۳)؛ تمایل به داشتن تجربه‌ی غذایی راحت بعد از شرایط کاری سخت؛ و تمایل به همراهی افراد خانواده و دوستان (سریویدیا، ۲۰۱۴)، از جمله‌ی آنها است.

با توجه به مطالب مذکور، مقاله‌ی حاضر برای پاسخ‌گویی به سؤالات زیر نگاشته شده‌است: میزان مصرف غذای غیرخانگی در بین شهروندان تبریزی تا چه حدی است؟ آیا پایگاه اجتماعی و سرمایه‌ی اقتصادی بر میزان مصرف غذای غیرخانگی مؤثرند؟ و آیا میزان مصرف غذای غیرخانگی با متغیرهای جمعیتی (مانند سن، جنس و وضع تأهل)

- 
- 1- Epter
  - 2- Srividhya
  - 3- Krige
  - 4- Prochaska

رابطه دارد؟ در ادامه سعی شده با رویکردهای نظری و روش‌شناختی مناسب و نیز تحلیل داده‌های دست اول، پاسخ‌های مناسبی برای سؤالات فوق‌الذکر فراهم شود.

### مبانی نظری

گرچه مدل‌های نظری متعددی برای تبیین فرایند انتخاب غذا توسعه داده شده‌اند<sup>۱</sup>، هیچ مدلی به تنهایی قادر به توضیح تمام فرایند مربوط به انتخاب غذا نیست (سوبال و همکاران، ۲۰۰۹). با این وجود، یکی از مدل‌های نظری به نسبت جامع در این زمینه که توسط فورست<sup>۲</sup> و همکاران (۱۹۹۶) و سوبال و همکاران (۲۰۰۹) توسعه داده شده و مبنای نظری مطالعه‌ی حاضر نیز هست، در پی شناسایی عوامل و فرایندهای درگیر در تصمیم‌گیری در مورد انتخاب غذا است. عوامل مذکور در سه دسته، شامل عوامل مربوط به چرخه‌ی زندگی، دربرگیرنده‌ی نقش‌های فردی و محیط فیزیکی، اجتماعی و فرهنگی؛ تأثیرات، شامل ایده‌آل‌ها، عوامل فردی، منابع، زمینه‌ی اجتماعی و شرایط غذایی؛ و نهایتاً نظام شخصی، شامل جستارهای ارزشی آگاهانه و استراتژی‌های کاربردی ناآگاهانه، در نظر گرفته شده‌اند (فورست و همکاران، ۱۹۹۶: ۲۵۰).

مسلماً تجارب غذایی یا تغذیه‌ای در خلأ تولید و بازتولید نمی‌شوند (ویلز<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۱: ۷۲۶)، بلکه این تجارب بخشی از شبکه‌ی روابط اجتماعی هستند. بر این اساس، روش‌هایی که افراد، خانواده [و خودشان] را تغذیه می‌کنند در درون شبکه‌ای از روابط اجتماعی رخ می‌دهد که ضمن شمول فرد و خانواده، شامل چیزی فراتر از آنها نیز می‌شوند؛ از همین رو می‌توان تجارب تغذیه‌ای خانوار (و فرد) را به‌عنوان تجاربی در نظر گرفت که نیازمند بررسی عملکرد زمینه‌مند<sup>۴</sup> افراد در ارتباط با تغذیه است (دلورمیر<sup>۵</sup>

۱- علاقه‌مندان به این مدل‌ها می‌توانند به فایل Food Access: Concepts and Frameworks ارائه شده

توسط بریجت آیگو (Bridget Igoe) از دانشگاه واشینگتون مراجعه کنند:

<http://depts.washington.edu/nopren/docs/Igoe-B-07222011.pptx>

2- Furst

3- Wills

4- Situated

5- Delormier

و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۰). براساس مطالعات صورت گرفته در زمینه‌ی سبک زندگی سلامت-محور نیز، جامعه و ساختارهای اجتماعی و اقتصادی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد می‌توانند شانس‌های زندگی<sup>۱</sup> افراد و از این طریق، انتخاب‌های زندگی<sup>۲</sup>، و از جمله انتخاب‌های غذایی آنها را تحت تأثیر قرار دهند (کاکرهام<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰).

براساس نظر ویلز و همکاران (۲۰۱۱)، طبقه‌ی اجتماعی نقش مهمی در ساختن و بازسازی تجارب غذایی بازی می‌کند. آنها با استفاده از رویکرد بورديو در زمینه‌ی میدان<sup>۴</sup> و عادت‌واره<sup>۵</sup>، به غذا و تجارب غذایی به‌عنوان لِنزی نگریسته‌اند که از طریق آن دقیق‌تر می‌توان به گستره‌ی طبقاتی و اجتماعی زندگی خانوادگی نگریست. از نظر آنها، [تأثیر] طبقه از طریق عادت‌واره تجسم می‌یابد و از این‌رو، لِنز مناسبی برای تحلیل کنش‌های طبقاتی مرتبط با تغذیه و غذا است. عادت‌واره نقش‌بندی از زمینه‌ی اجتماعی و فرهنگی است که معمولاً ناآگاهانه و بدون تأمل، رفتارهای تغذیه‌ای را نیز شکل می‌دهد. سرمایه‌ی اقتصادی آزادی عمل بیشتری را برای انتخاب نوع و میزان غذا در اختیار دارندگان این نوع سرمایه قرار می‌دهد (راولیو، ۲۰۱۱: ۲۴؛ سوبال و همکاران، ۲۰۰۹: ۴۲).

پایگاه اجتماعی نیز از دیگر عوامل تأثیرگذار بر رفتارهای تغذیه‌ای و انتخاب غذا است. پایگاه اجتماعی در معنای وبری آن، جنبه‌ای از موقعیت سلسله‌مراتبی در درجه‌بندی اجتماعی ناشی از قراردادهای فرهنگی مستقر (باورهای سنتی و باورداشتهای عمومی) در جامعه است که متفاوت از طبقه (موقعیت سلسله‌مراتبی در درجه‌بندی اقتصادی) و تعلق حزبی (موقعیت قدرت/اقتدار در سلسله‌مراتب نظم سیاسی یا سازمانی) است. از این منظر، موقعیت فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی بر توزیع نابرابر ارزش (احترام) و شانس‌های زندگی همراه این موقعیت دلالت دارد (ترنر<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶: ۵۸۵).

(۵۸۵)

- 
- 1- Life Chances
  - 2- Life Choices
  - 3- Cockerham
  - 4- Field
  - 5- Habitus
  - 6- Turner

براساس نظر وبر، در مقابل رویکردهای مارکسیستی اولیه که عمدتاً عوامل اقتصادی را تعیین‌کننده‌ی موقعیت طبقاتی افراد و گروه‌ها می‌دانستند، شاخص‌هایی مانند منزلت و پایگاه اجتماعی نیز برای قشربندی اجتماعی اهمیت دارد (به نقل از پورجبللی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷). همچنین، کارکردگرایان ساختاری عمدتاً برای بررسی قشربندی بر جایگاه شغلی فرد تأکید می‌کنند و مدعی‌اند که شغل، به دلیل این‌که با متغیرهایی مانند درآمد و تحصیلات، که اساس رتبه‌بندی‌های دیگر را تشکیل می‌دهد، رابطه دارد، مهم‌ترین معرف قشربندی است. شغل و رتبه‌ی شغلی در در بیشتر موارد نمایان‌گر نقش اجتماعی است که به‌لحاظ کارکردی اهمیت زیادی دارد (پناهی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۲). جامعه‌شناسان دریافته‌اند که تقریباً تمام جوانب زندگی فردی و اجتماعی با پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد مرتبط است (جواهری، ۱۳۸۶: ۸۴). درواقع، عوامل تعیین موقعیت اجتماعی که شامل نوع شغل، تحصیلات و نظایر این‌هاست، در انتخاب نوع غذا نیز نقش اساسی دارند، بدین گونه که افرادی که از شغل با منزلت و تحصیلات بالایی برخوردار هستند، به‌شکل متفاوتی در انتخاب کم و کیف غذا عمل می‌کنند (گالوباردز<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۱). بحث از تفاوت‌های طبقاتی و جایگاه اجتماعی در حوزه‌ی تغذیه، یکی از مباحث مهم در نظریات بوردیو نیز بوده‌است (پیسکوپو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴: ۳۳). از نظر بوردیو (۱۹۸۴: ۷۹) برای درک کامل انتخاب‌های غذایی، مجموعه‌ی پیچیده‌ای از عوامل باید مورد توجه قرار گیرند. به‌نظر وی، سبک غذایی که افراد دوست دارند در پیش بگیرند، بی‌تردید معرف مناسبی برای ارائه‌ی تصویر دلخواه، یا ممانعت از ارائه‌ی تصویر غیردلخواه، از خویش به دیگران است و از این رو، ترجیحات غذایی می‌تواند انعکاسی سیستماتیک از موقعیت فرد در سلسله مراتب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته شوند.

بوردیو (۱۹۸۴: ۱۹۲) از جمله جامعه‌شناسانی است که به تفاوت‌های غذایی بین دو جنس توجه کرده‌است. اقتضائات فیزیولوژیک بدن مردانه، آن را شایسته‌ی خوردن بیشتر از غذاهای قویتر (پرانرژی) و درمقابل، زنان را شایسته‌ی خوردن غذاهای سبک‌تر و

---

1- Galobardes

2- Piscopo

کم‌حجم‌تر می‌کند. این تفاوت‌ها هم در مورد پیش‌غذاها و هم غذاهای اصلی مصداق دارند. این تفاوت‌ها به‌دلیل خودداری زنان از خوردن غذاهای پر حجم و قوی نبوده، بلکه آنها واقعاً تمایل ندارند چیزی را بخورند که دیگران (و از جمله مردان، به‌عنوان گوشت‌خواران طبیعی) به آن احتیاج دارند. زنان از این طریق، از کاری که برایشان معنای محرومیت را ندارد، نوعی اقتدار نیز کسب می‌کنند. علاوه بر این، آنها تمایلی به غذاهای مردانه، که تصور می‌رود زیاده‌روی در خوردن آنها مضراتی را هم دارد، از خود نشان نمی‌دهند و حتی ممکن است نوعی احساس تنفر نیز از این نوع غذاها پیدا کنند.

معمولاً تجارب غذایی (بویژه غذاهای غیرخانگی) براساس وضع تأهل و سن افراد نیز تفاوت‌هایی دارد. برای مثال دریک<sup>۱</sup> و همکاران (۱۹۸۲: ۲) مدعی‌اند که وضعیت تأهل می‌تواند بر تجارب غذای بیرون از خانه (یا هزینه‌ی چنین غذاهایی به‌عنوان جایگزینی برای میزان مصرف آنها) مؤثر باشد. به‌نظر آنها، انتظار این است که افراد مجرد هزینه‌ی بیشتری روی غذای غیرخانگی کرده باشند؛ چرا که از طرفی، غذای بیرون از خانه نوعی کارکرد تفریحی برای آنها دارد و از طرف دیگر، هزینه‌ی نسبی غذای بیرون از خانه در مقایسه با غذای خانگی برای مجردها کمتر است.

تأثیر سن نیز در مجموعه تعیین‌کننده‌های میزان مصرف غذای غیرخانگی، مورد توجه بوده‌است. عموماً سن، عاملی محدودکننده در زمینه‌ی میزان مصرف غذای غیرخانگی است (دورزنده و همکاران، ۲۰۱۲). سختی تحرک فیزیکی و سختی استفاده از وسایل نقلیه، محدودیت در منوهای موجود غذایی مراکز تهیه یا سرو غذاهای غیرخانگی و مسائل مربوط به تغذیه‌ی سالم، که با افزایش سن اهمیت نیز پیدا می‌کنند، ازجمله دلایل مصرف پایین غذای غیرخانگی در میان افراد دارای سنین بالا هستند (دورزنده<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۲؛ دریک و همکاران، ۱۹۸۲). در ادامه نتایج برخی مطالعات پیشین در ارتباط با موضوع مورد بررسی مقاله‌ی حاضر، به‌شکل مختصر ارائه شده‌اند.

### پیشینه‌ی تجربی

- 1- Derrick
- 2- De Rezende



مرور ادبیات پژوهشی موجود در کشور، دست کم تا جایی که نگارندگان مقاله‌ی حاضر امکان جستجو داشته‌اند، نشان می‌دهد مطالعه‌ای که در سطح فردی، ارتباط بین متغیرهای مربوط به پایگاه اجتماعی، سرمایه‌ی اقتصادی و نیز متغیرهای زمینه‌ای را با میزان مصرف غذای غیرخانگی مورد بررسی قرار داده باشد، اگر نه نایاب، بسیار اندک است. در مقابل، مطالعات زیادی در خارج از کشور در این ارتباط انجام شده‌است.

مطالعه‌ی فرازند و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان «تقاضای غذای خارج از خانگی خانوارهای ایرانی: کاربردی از الگوی دابل-هاردل با تبدیل باکس-کاکس» از محدود مطالعات داخلی است که در زمینه‌ی بررسی عوامل مؤثر بر مصرف غذای غیرخانگی با استفاده از داده‌های هزینه/درآمد خانوارهای ایرانی در سال ۱۳۹۱ انجام شده‌است. یافته‌ها نشان می‌دهند که اثرات متغیرهای توضیحی بر احتمال مشارکت و هزینه‌ی غذای غیرخانگی گاه همسو و گاه متناقض است. بعد خانوار به شکل منفی و سطح تحصیلات به شکل مثبت بر هزینه‌ی غذای غیرخانگی تأثیر داشته و متوسط سن اعضاء خانوار اثری دوگانه در کشش‌های احتمال مشارکت و مصرف غذای غیرخانگی نشان داده است.

حجازی و همکاران (۲۰۰۹) مطالعه‌ای با عنوان «پایگاه اقتصادی-اجتماعی، الگوی غذایی و غذای غیرخانگی مصرفی نوجوانان» را با استفاده از نمونه‌ی ۸۴ نفری و به روش پیمایش در شهر شیراز انجام داده‌اند. در کنار سایر نتایج، پایگاه اقتصادی-اجتماعی نوجوانان ارتباط معناداری با فراوانی مصرف غذای غیرخانگی در بین آنها نشان نداده است. البته باید اذعان داشت که معرف مورد استفاده برای سنجش پایگاه اقتصادی-اجتماعی در این مطالعه، تنها میزان تحصیلات پدر پاسخگو بوده که به نظر نمی‌رسد با توجه به معرف‌های متعددی که این شاخص دارد، معرف نمایایی از شاخص مورد بررسی بوده باشد و احتمالاً به همین دلیل، ارتباط معناداری بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی (بخوانید میزان تحصیلات پدر) و مصرف غذای غیرخانگی مشاهده نشده‌است. آدامز و همکاران (۲۰۱۵) تحقیقی را با عنوان «بررسی میزان مصرف غذاهای غیرخانگی و ارتباط آن با عوامل اجتماعی-جمعیتی» با هدف تجزیه و تحلیل وضعیت

تغذیه در بریتانیا بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۲ به انجام رسانده‌اند. براساس نتایج این مطالعه، بیش از یک چهارم (۲۷/۱ درصد) از بزرگسالان و یک پنجم (۱۹/۰ درصد) از کودکان یک بار در هفته یا بیشتر، غذای غیرخانگی مصرف کرده و بیش‌ترین درصد (۴۱ درصد)، مربوط به جوانان (۱۹-۲۹ ساله) بوده‌است. همچنین، براساس نتایج، مردان و خانواده‌های مرفه بیشتر از زنان و خانواده‌های فقیر، غذای غیرخانگی مصرف کرده‌اند.

دو-رزنده و همکاران (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «عواملی که در برزیل مصرف غذای غیرخانگی را تحت تأثیر دارد» نتایج مربوط به مطالعه‌ی دو مرحله‌ای خود-مرحله‌ی اول براساس مصاحبه عمیق با ۲۰ نفر و مرحله‌ی دوم با استفاده از پیمایش در میان ۴۱۳ نفر از ساکنان شهر لاوراس<sup>۱</sup> - در زمینه‌ی عوامل مؤثر بر مصرف غذای غیرخانگی را منتشر کرده‌اند. براساس نتایج، میزان تحصیلات و درآمد (به‌شکل مثبت)، سن و داشتن کودک زیر ۱۶ سال (به‌شکل منفی) تأثیر معناداری بر میزان مصرف غذای غیرخانگی داشته‌است. متغیر جنس تأثیر معناداری در این زمینه نداشته‌است.

بینکلی<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) ارتباط بین متغیرهای اقتصادی، تغذیه‌ای و جمعیتی با مصرف غذای غیرخانگی را در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر عوامل جمعیتی، اقتصادی و تغذیه‌ای مؤثر بر فراوانی غذای غیرخانگی» و با استفاده از داده‌های پیمایش دریافت غذایی افراد (۱۹۹۴-۹۶) با نمونه‌ای ۱۶ هزار نفری، و پیمایش سواد سلامت و تغذیه‌ای با نمونه‌ی ۵ هزار نفری در ایالات متحده آمریکا را بررسی کرده‌است. براساس نتایج، زنان کمتر از مردان غذای غیرخانگی مصرف کرده و سن ارتباط معنادار و منفی‌ای با مصرف چنین غذاهایی داشته‌است. در مقابل، تحصیلات هم بر میزان غذای سریع و هم بر مصرف سایر غذاهای غیرخانگی تأثیر معناداری نشان نداده‌است.

نایگا<sup>۳</sup> و همکاران (۱۹۹۲) در مطالعه‌ای با عنوان «تعیین‌کننده‌های مصرف غذای غیرخانگی: یک روزآمدسازی» با استفاده از داده‌های پیمایش ملی مصرف غذا برای

---

1- Lavras  
2- Binkley  
3- Nayga

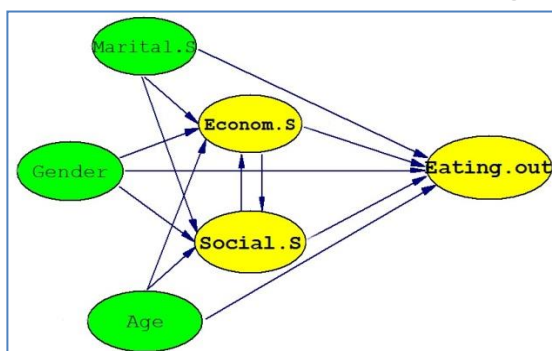
سال‌های ۸۸-۱۹۸۷ در آمریکا، تأثیر برخی متغیرهای جمعیت‌شناختی و اقتصادی-اجتماعی بر مصرف غذای غیرخانگی را بررسی کرده‌اند. طبق نتایج، ساکنان مناطق شمال‌شرقی (درمقابل مناطق جنوبی)، سیاهان و آمریکای لاتینی‌ها (درمقابل سفیدها) و غیرشاغلان (درمقابل شاغلان) مصرف غذای غیرخانگی کمتری داشته‌اند. سن (به‌شکل منفی) و درآمد (به‌شکل مثبت) بر میزان مصرف غذای غیرخانگی تأثیر داشته‌اند.

میسرا<sup>۱</sup> و همکاران (۱۹۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان «تقاضا برای غذای مصرفی خارج از خانه در ایالات جورجیای آمریکا» که با استفاده از روش پیمایش در میان ۳۸۹ نفر انجام شده، دریافتند که ترکیب سنی-جنسی خانوار تأثیر معناداری بر میزان مصرف غذای غیرخانگی داشته؛ هزینه‌ی غذاهای غیرخانگی خانوارهای دارای فرزندان خردسال و زنان سالمند به طور نسبی پایین بوده؛ و درمقابل، خانوارهای دارای فرزندان بزرگسال و دارای مردان از هر سنی، به طور نسبی هزینه‌ی بیشتری برای غذای غیرخانگی پرداخته‌اند. همچنین خانوارهای با تحصیلات بالا و دارای زنان شاغل، هزینه‌ی بیشتری روی غذاهای غیرخانگی کرده‌اند. درآمد کل خانوار نیز تأثیر مثبت و قابل توجهی بر افزایش هزینه‌ی غذاهای غیرخانگی خانوار داشته است.

دریک و همکاران (۱۹۸۲) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر متغیرهای جمعیتی بر هزینه‌ی غذای غیرخانگی» با استفاده از داده‌های پیمایش هزینه‌های مصرف در سال ۷۳-۱۹۷۲، تأثیر متغیرهای جمعیتی در کنار عوامل اقتصادی بر میزان هزینه‌های غذای غیرخانگی را مطالعه کرده‌اند. براساس یافته‌ها، شمول متغیرهای جمعیتی در مدل‌ها توانسته قدرت تبیینی آنها را تا حد زیادی بهبود بخشد. طبق نتایج، در کنار درآمد، اثرات ناشی از متغیرهای جمعیتی مانند، بعد خانوار، سن، وضع تأهل و سن خردسال‌ترین فرزند خانوار، تأثیر معناداری بر میزان هزینه‌های غذای غیرخانگی خانوار داشته است.

براساس مباحث نظری و نیز مرور پیشینه‌ی تجربی، می‌توان ارتباط بین متغیرهای مورد استفاده در تحقیق حاضر را با استفاده از مدل تحلیلی زیر (شکل ۱) ارائه کرد.

براساس مدل تحلیلی، فرضیه‌های تحقیق ناظر بر ارتباط بین میزان مصرف غذاهای غیرخانگی و متغیرهای مستقل شامل؛ سرمایه‌ی اقتصادی، پایگاه اجتماعی، سن، جنس و وضعیت تأهل قابل طرح است.



شکل ۱- مدل (مسیر) تحلیلی تحقیق

با توجه به مدل مسیر فوق، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای زمینه‌ای از طریق متغیرهای اصلی (سرمایه‌ی اقتصادی و پایگاه اجتماعی) بر مصرف غذاهای غیرخانگی بررسی شده و نیز تأثیر علی همزمان بین دو متغیر اصلی مستقیم شامل پایگاه اجتماعی و سرمایه‌ی اقتصادی مفروض در نظر گرفته شده‌است.

#### روش‌شناسی تحقیق

روش اصلی تحقیق حاضر پیمایش بوده و از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده‌است. جامعه‌ی آماری تحقیق تمامی شهروندان ۱۵ سال به بالای مناطق ده‌گانه‌ی شهر تبریز (حدود ۱۱۹۴۰۴۹ نفر در سرشماری ۱۳۹۰) بوده که از میان آن‌ها ۴۰۹ نفر با استفاده از رابطه‌ی کوکران (t مساوی ۱/۹۶، d مساوی ۰/۰۵، و  $S^2$  مساوی ۰/۲۶۶) براساس مطالعه‌ی مقدماتی میان ۳۵ نفر از افراد جامعه) به‌عنوان نمونه تعیین گردید. نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای (برحسب مناطق ده‌گانه شهر) و با توجه به سهم تقریبی جمعیتی هر یک از آنها، در بین مناطق مختلف شهر تبریز توزیع شدند. تا حد امکان سعی شد که توزیع افراد در سطح مناطق نیز از توزیع احتمالی برخوردار باشد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Lisrel تحلیل شده‌است. در ادامه، به طور اجمالی

به تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق پرداخته شده‌است.

**میزان مصرف غذای غیرخانگی (متغیر وابسته)**، به‌لحاظ مفهومی توسط گاتری<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۲: ۱۴۱) «شامل تمام غذاهای آماده شده در رستوران‌ها و سایر مکان‌های خدمات غذایی، بدون در نظر گرفتن مکانی که غذا در آن سرو یا مصرف شده» تعریف شده‌است. به‌عنوان تعریف عملیاتی، این مفهوم در تحقیق حاضر با استفاده از دفعات مصرف دسته‌های مختلفی از غذاهای غیرخانگی شامل؛ انواع پیتزا، انواع ساندویچ، غذاهای آماده، غذاهای کنسروی، انواع چلو با گوشت قرمز و گوشت سفید، انواع خوراک گوشت قرمز و سفید بدون چلو، انواع غذاهای عمومی و انواع آش در طیف‌های ۸ درجه‌ای شامل اصلاً، ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷ بار و بیش‌تر در یک ماه اخیر سنجیده شده‌است. با میانگین‌گیری از دفعات مصرف هر یک از دسته‌های غذایی مذکور، شاخص نهایی میزان مصرف غذای غیرخانگی ایجاد شده‌است.

**سرمایه‌ی اقتصادی**، به‌لحاظ مفهومی به‌عنوان درآمد پولی و همچنین منابع قابل‌تبدیل به پول که می‌توانند به‌شکل حقوق مالکیت ظاهر شوند (بورديو، ۱۳۸۴: ۷-۱۳۶)؛ امکاناتی برای رفاه اقتصادی (سفیری و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷)؛ و یا به‌عنوان دارایی‌های مادی و مالی در قالب مفهوم مالکیت (علیرضائزاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶۸) تعریف شده‌است. برای سنجش این مفهوم، از معرف‌های وضع فعالیت (شاغل بودن یا نبودن) خود و پدر پاسخگو، درآمد ماهیانه‌ی خانواده، قیمت تقریبی واحد مسکونی نوساز در همسایگی محل سکونت و تعلق ذهنی طبقاتی استفاده شده و با میانگین‌گیری از نمرات استاندارد این معرف‌ها، شاخص مربوطه در سطح فاصله‌ای ایجاد شده‌است.

**پایگاه اجتماعی**، به‌لحاظ مفهومی موقعیت یا ایستار فرد یا گروه در سلسله‌مراتب احترام، ارجمندی و پرستیژ اجتماعی است (کانتزارا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۴۷۵۷). به‌لحاظ عملیاتی و با توسل به ادبیات پژوهشی، پایگاه اجتماعی با استفاده از معرف‌های میزان تحصیلات

خود و پدر پاسخگو و رتبه‌ی شغلی خود و پدر پاسخگو سنجیده شده‌است. با میانگین‌گیری از مقادیر استاندارد گویه‌های مذکور، شاخص پایگاه اجتماعی در سطح فاصله‌ای ایجاد شده‌است. **وضع تاهل** به صورت یک متغیر دوجویی (حداقل یکبار ازدواج کرده و ازدواج نکرده)؛ **سن** در قالب یک سؤال باز (فاصله‌ای) و **جنس** به صورت دو وضعیت پسر/مرد یا دختر/زن در نظر گرفته شده‌است.

برای ارزیابی اعتبار ابزار اندازه‌گیری، از اعتبار محتوایی (نوع صوری) و برای ارزیابی پایایی شاخص‌ها، با توجه به عینی بودن معرف‌ها و نیز سطوح اندازه‌گیری مختلف، از آماره‌ی KMO و آزمون بارتلتز استفاده شده‌است. مقدار KMO برآورد شده برای شاخص‌های میزان مصرف غذاهای غیرخانگی (۱۰ گویه) ۰/۸۴، سرمایه‌ی اقتصادی (۵ گویه) ۰/۷۱ و پایگاه اجتماعی (۴ گویه) ۰/۶۴ بوده و در تمام موارد آماره‌ی بارتلتز مربوطه نیز در سطح آماره‌ی بالایی ( $\text{Sig} = 0.000$ ) قرار داشته است. آماره KMO در حدود ۰/۶ یا بالاتر نشان از کفایت و امکان شاخص‌سازی با استفاده از گویه‌های مربوط به آن شاخص (هوف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲: ۳) و معناداری آزمون بارتلتز نشان از معناداری آماره کلی همبستگی‌های موجود بین مجموعه‌ای از معرف‌ها یا گویه‌ها (فیلد<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳) دارد و حاکی از امکان ایجاد شاخص با استفاده از گویه‌های مربوطه است.

تحلیل‌ها در سه بخش توصیفی، با استفاده از جداول فراوانی و آماره‌های گرایش به مرکز و پراکندگی، تحلیل‌های دومتغیره (آزمون فرضیات)، با استفاده از مقایسه‌ی میانگین‌ها و نیز ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم‌افزار SPSS و تحلیل‌های چندمتغیره از طریق برازش مدل تحلیل مسیر، توسط نرم‌افزار لیزرل انجام شده‌است.

### یافته‌های تحقیق

از کل نمونه مورد بررسی (۴۰۹ نفر)، حدود ۵۳/۸ درصد را مردان و ۴۳/۸ درصد را افراد مجرد تشکیل داده‌اند. جدول شماره‌ی ۱ اطلاعات توصیفی مربوط به میزان مصرف

غذاهای غیرخانگی، سرمایه‌ی اقتصادی، پایگاه اجتماعی و سن را ارائه کرده‌است. براساس نتایج، دامنه‌ی تغییرات شاخص مصرف غذاهای غیرخانگی (که با میانگین‌گیری از دفعات مصرف ۱۰ دسته از انواع غذاهای غیرخانگی ایجاد شده) بین ۰ و ۴/۸۳ قرار دارد و میانگین مربوط در حدود ۱/۴۸ با انحراف استاندارد ۱/۰۳ بوده‌است.

جدول ۱: آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای فاصله‌ای مورد استفاده در تحقیق

انحراف استاندارد	بیشینه	میانگین		کمینه	شاخص
		اشتباه معیار	آماره		
۱/۰۳	۴/۸۳	۰/۰۵۱	۱/۴۸	۰	میزان مصرف غذای غیرخانگی
۰/۶۱۶	۳/۳۳	۰/۰۳۰	۱/۵۳	۰	سرمایه‌ی اقتصادی
۰/۷۷۲	۳/۸۵	۰/۰۳۸	۲/۳۷	۰	پایگاه اجتماعی
۹/۲۳	۶۰	۰/۴۵۶	۲۸/۲۷	۱۵	سن

براساس اطلاعات جدول شماره‌ی ۱، دامنه‌ی تغییرات شاخص سرمایه‌ی اقتصادی بین ۰ و ۳/۳۳ بوده و میانگین آن ۱/۵۳ (معادل ۴۵/۹۵ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) با انحراف استاندارد ۰/۶۱۶ است که اندکی پایین‌تر از حد وسط طیف مربوطه قرار دارد. همچنین، دامنه‌ی تغییرات پایگاه اجتماعی بین ۰ و ۳/۸۵ با میانگین ۲/۳۷ (معادل ۶۱/۵۵ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) و انحراف استاندارد ۰/۷۷۲ بوده که بالاتر از حد وسط طیف مربوطه است. پاسخگویان سنی بین ۱۵ تا ۶۰ سال با میانگین حدود ۲۸/۲۷ سال با انحراف استاندارد ۹/۲۳ بوده‌اند. بررسی‌های مربوط به شکل توزیع مقادیر متغیرها نیز حاکی است که همه توزیع‌ها (به استثنای چولگی نسبی سن) نزدیک به یک توزیع نرمال هستند.

جدول شماره‌ی ۲ نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان مصرف غذای غیرخانگی برحسب جنس و وضع تأهل را ارائه کرده‌است. براساس نتایج، میانگین میزان مصرف غذاهای غیرخانگی پاسخگویان مرد ۱/۶۷ و زن ۱/۲۷ بوده و دو جنس میزان‌های متفاوتی از غذای غیرخانگی را مصرف کرده‌اند. مقایسه‌ی میانگین‌های مذکور با استفاده از t-test و براساس فرض برابری واریانس‌های دو گروه، نشان از معناداری ( $P < 0.000$ )

تفاوت مشاهده‌شده بین دو جنس است.

جدول ۲: نتایج آزمون مقایسه‌ی میانگین میزان مصرف غذای غیرخانگی برحسب جنس و وضع تأهل

Sig.	درجه آزادی	t	انحراف معیار	میانگین	تعداد	
۰/۰۰۰	۴۰۷	۴/۰۳۸	۱/۰۵۹	۱/۶۷۴	۲۲۰	مرد
			۰/۹۷۳	۱/۲۶۶	۱۸۹	زن
۰/۰۰۰	۴۰۷	۴/۱۹۱	۱/۰۴۹	۱/۷۲۵	۱۷۹	ازدواج نکرده
			۰/۹۹۵	۱/۲۹۹	۲۳۰	ازدواج کرده

همچنین براساس نتایج (جدول شماره ۲)، میانگین شاخص مصرف غذاهای غیرخانگی در بین افراد ازدواج نکرده ۱/۷۳ و ازدواج کرده ۱/۳ بوده که حاکی از تفاوت بین تجربه‌ی غذای غیرخانگی دو گروه است. با توجه به نتایج t-test با فرض برابری واریانس‌های دو گروه، تفاوت تفاوت مشاهده‌شده بین دو گروه به‌لحاظ آماری کاملاً معنادار است ( $t=4.2; P<0.000$ ). میانگین مصرف غذای غیرخانگی افراد ازدواج نکرده به‌شکل معناداری بیش‌تر از افراد حداقل یکبار ازدواج کرده بوده‌است.

جدول شماره‌ی ۳ نتایج مربوط به آزمون همبستگی پیرسون بین سرمایه‌ی اقتصادی، پایگاه اجتماعی و سن با متغیر وابسته را ارائه کرده‌است. طبق نتایج، رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اقتصادی و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی، با توجه به سطح معناداری ضریب مربوط ( $P<0.000$ )، به‌لحاظ آماری معنادار است. همبستگی بین دو متغیر نسبتاً ضعیف ( $r=0.298$ ) و جهت رابطه مثبت است، این‌که؛ با بالا رفتن سرمایه‌ی اقتصادی پاسخگویان، میزان مصرف غذاهای غیرخانگی در میان آن‌ها نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۳: نتایج آزمون همبستگی میزان مصرف غذای غیرخانگی با متغیرهای مستقل فاصله‌ای تحقیق

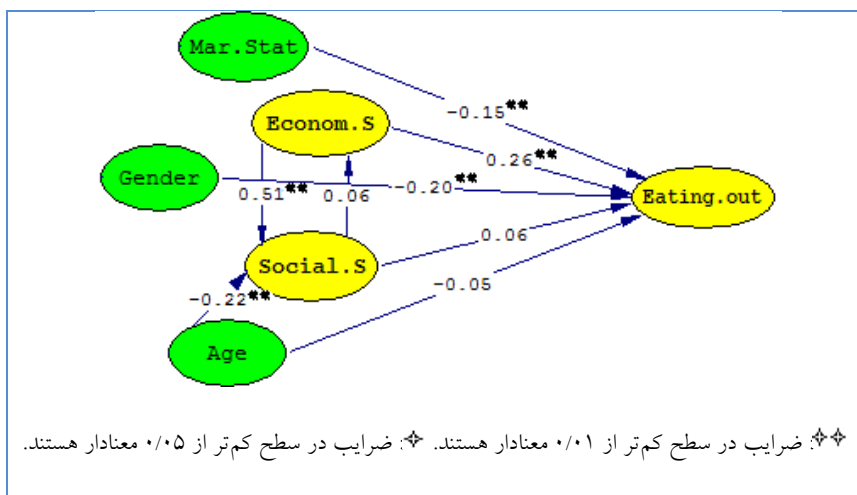
سن	پایگاه اجتماعی	سرمایه‌ی اقتصادی	
-۰/۲۰۷	۰/۲۴۱	۰/۲۹۸	ضریب همبستگی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری
۴۰۹	۴۰۹	۴۰۹	تعداد



همچنین، همبستگی پایگاه اجتماعی و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی با توجه به نتایج آزمون پیرسون مربوطه ( $r = 0.241$ ;  $P < 0.000$ )، به لحاظ آماری معنادار است. با این حال، همبستگی بین دو متغیر ضعیف و نوع رابطه از نوع مثبت است، بدین معنا که پایگاه اجتماعی بالا موجبات مصرف بیشتر غذای غیرخانگی را فراهم می‌آورد.

رابطه بین سن پاسخگویان و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی نیز براساس نتایج و با توجه به اینکه سطح معناداری ضریب همبستگی مربوط ( $P < 0.000$ ) کوچک‌تر از  $0.05$  است به لحاظ آماری معنادار است. شدت همبستگی بین دو متغیر ضعیف ( $r = -0.207$ ) و رابطه از نوع معکوس است؛ یعنی هر قدر سن پاسخگویان بالاتر باشد، میزان مصرف غذاهای غیرخانگی در میان آنها کاهش می‌یابد.

برای ارزیابی دقیق‌تر تأثیر متغیرهای مستقل بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی، در ادامه نتایج مدل مسیر برازش داده شده و اصلاح‌شده‌ی میزان مصرف غذای غیرخانگی ارائه شده است (شکل ۲).



شکل ۲: مدل مسیر نهایی (اصلاح شده‌ی) میزان مصرف غذای غیرخانگی (برآوردهای استاندارد)

براساس نتایج (جدول ۴)، در مدل نهایی میزان مصرف غذاهای غیرخانگی، تأثیر کل سرمایه‌ی اقتصادی (با تأثیر مستقیم  $0.26$  و غیرمستقیم  $0.04$  از طریق پایگاه اجتماعی

و در مجموع ۰/۳) بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی معنادار (کمیت  $t$  بزرگ‌تر از ۱/۹۶) و از نوع مثبت است. لازم به ذکر است که تأثیر غیرمستقیم سرمایه‌ی اقتصادی از مسیر پایگاه اجتماعی به تنهایی جزو تأثیرات معنادار به لحاظ آماری نبوده است.

همچنین، براساس نتایج، تأثیر جنس بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی معنادار و معکوس است، بدین معنا که مردان، به شکل معناداری، بیش از زنان غذاهای غیرخانگی مصرف می‌کنند. قابل ذکر است که متغیر جنس تنها تأثیر مستقیمی بر متغیر وابسته داشته و تأثیر آن روی متغیرهای میانی تحقیق به دلیل قابل اغماض بودن، از مدل نهایی کنار گذاشته شده است. طبق اطلاعات جدول ۴، وضعیت تأهل نیز توانسته فقط به صورت مستقیم تأثیر معنادار و معکوسی بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی داشته باشد. میزان مصرف غذاهای غیرخانگی در بین افراد ازدواج نکرده بیش از ازدواج کرده بوده است.

هرچند مدل تحلیلی تحقیق، شامل تأثیرات متغیرهای زمینه‌ای؛ شامل وضع تأهل، سن و جنس نیز بر سرمایه‌ی اقتصادی و پایگاه اجتماعی بوده، اما در ارزیابی‌های اولیه‌ی مدل، به استثنای تأثیر سن بر پایگاه اجتماعی (که با ضریب ۰/۲۲- به عنوان تأثیری معنادار در مدل نهایی حفظ شده) سایر اثرات، به دلیل حاشیه‌ای بودنشان، جهت رعایت اصل سادگی<sup>۱</sup>، از مدل نهایی کنار گذاشته شده‌اند. همچنین، تأثیر متغیرهای پایگاه اجتماعی و سن در مدل نهایی روی میزان مصرف غذای غیرخانگی معنادار نیست.

دقت در تأثیرات علی همزمان بین دو متغیر مستقل اصلی تحقیق (سرمایه‌ی اقتصادی و پایگاه اجتماعی) نشان می‌دهد که تنها تأثیر سرمایه‌ی اقتصادی بر پایگاه اجتماعی معنادار است. ضریب استاندارد مربوطه حاکی است که افزایش یک واحدی در نمره‌ی سرمایه‌ی اقتصادی می‌تواند پایگاه اقتصادی در واحد استاندارد را با ضریب ۰/۵۱ (یا حدود نیم واحد) افزایش دهد. در مقابل، تأثیر پایگاه اجتماعی بر سرمایه‌ی اقتصادی معنادار نشده است. براساس این یافته می‌توان گفت وضعیت اقتصادی فرد می‌تواند موقعیت اجتماعی مناسب‌تری را برای وی موجب می‌شود، اما چنین نقشی برای پایگاه

اجتماعی جهت بهبود وضعیت اقتصادی، قابل تصور نیست.

جدول ۴: تأثیرات استاندارد متغیرهای مستقل بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی

ضریب تبیین	نوع تأثیر			متغیرها
	تأثیرات کل	تأثیرات غیرمستقیم	تأثیرات مستقیم	
۰/۱۹	۰/۳۰**	۰/۰۴	۰/۲۶**	سرمایه‌ی اقتصادی
	۰/۰۸	۰/۰۲	۰/۰۶	پایگاه اجتماعی
	-۰/۱۵*	-	-۰/۱۵*	وضعیت تأهل
	-۰/۲۰**	-	-۰/۲۰**	جنس پاسخگو
	-۰/۰۷	-۰/۰۲	-۰/۰۵	سن پاسخگو
	Chi-Square= 5.07 df= 4 p-value= 0.27976 RSMEA= 0.026 NNFI=0.99 NFI=0.99 AGFI=0.98			

\*\* ضرایب در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار هستند \* ضرایب در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار هستند

در میان متغیرهای مستقل، سرمایه‌ی اقتصادی بیش‌ترین تأثیر را بر میزان مصرف غذای غیرخانگی داشته و پس از آن به ترتیب متغیرهای جنس و وضع تأهل قرار گرفته‌اند. همچنین نتایج (جدول ۴) حاکی است که متغیرهای مستقل تحقیق توانسته‌اند در مجموع ۱۹ درصد از تغییرات میزان مصرف غذاهای غیرخانگی را تبیین کنند. اطلاعات مربوط به تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل هر یک از متغیرهای مستقل بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی نیز در جدول مذکور ارائه شده و به دلیل گویابودن این اطلاعات، از توضیحات تکمیلی در مورد این ضرایب خودداری شده‌است.

با توجه به آماره‌های برازش مدل (اطلاعات سطر آخر جدول ۴)، مدل مسیر برازش شده، مدل مناسبی برای تبیین میزان مصرف غذاهای غیرخانگی است. معیارهای برازش مدل مطلق، مانند ریشه‌ی میانگین مربعات خطای برآورد<sup>۱</sup> کوچک‌تر از مقدار آستانه‌ای قابل قبول (۰/۰۶) برای مدل‌های علوم اجتماعی و در حدود ۰/۰۲۶ بوده و شاخص‌های برازش نسبی (مانند NNFI و NFI) نیز در سطح مناسب و قابل قبولی (بالتر از ۰/۹۰) قرار دارند. باید اذعان داشت که برآورد تأثیرات (یا شناسایی تأثیرات

معنادار) در مدل مسیر برازش شده براساس اهداف تحقیق، اولویت بالاتری داشته است.

### بحث و نتیجه‌گیری

براساس نتایج تحقیق حاضر، بویژه نتایج تحلیل‌های چندمتغیره، متغیرهای سرمایه‌ی اقتصادی، وضعیت تأهل و جنس پاسخگویان بر میزان مصرف غذای غیرخانگی تأثیرگذار بوده‌اند. مطالعات قبلی نیز حاکی از ارتباط بین وضع تأهل (دریک و همکاران، ۱۹۸۲؛ تیتیلولا و همکاران، ۲۱۰۳)، درآمد یا برخی معرف‌های سرمایه‌ی اقتصادی (فرازمند و همکاران، ۱۳۹۴؛ تیتیلولا و همکاران، ۲۰۱۳؛ بارجیوتا و همکاران، ۲۰۱۳؛ دادزیو و همکاران، ۲۰۱۴؛ آدامز و همکاران، ۲۰۱۵؛ دریک و همکاران، ۱۹۸۲؛ میسرا و همکاران، ۱۹۹۰؛ نایگا و همکاران، ۱۹۹۲؛ دورزنده و همکاران، ۲۰۱۲) و جنس (میسرا و همکاران، ۱۹۹۰؛ بینکلی، ۲۰۰۶؛ دورزنده و همکاران، ۲۰۱۲؛ تیتیلولا و همکاران، ۲۰۱۳) با میزان مصرف یا هزینه‌ی غذاهای غیرخانگی بوده‌اند.

همچنین، گرچه براساس نتایج مطالعات قبلی (فرازمند و همکاران، ۱۳۹۴؛ دورزنده و همکاران، ۲۰۱۲؛ میسرا و همکاران، ۱۹۹۰) ارتباط بین تحصیلات و میزان مصرف یا هزینه‌های مربوط به غذای غیرخانگی معنادار بوده، با این حال، در مطالعه‌ی حاضر، پایگاه اجتماعی، علیرغم ارتباط معنادارش در تحلیل‌های دومتغیره، تأثیر معناداری بر میزان مصرف غذای غیرخانگی در تحلیل‌های چندمتغیره نداشته است. چنین ارتباط غیرمعناداری از ناحیه‌ی تحصیلات به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های پایگاه اجتماعی در مطالعات دیگری (حجازی و همکاران، ۲۰۰۹؛ بیلنکی، ۲۰۰۶) نیز مشاهده شده‌است.

رویکردهای نظری مورد استفاده در تحقیق حاضر نیز تا حد زیادی با یافته‌های تحقیق منطبق بوده‌اند. براساس نتایج، شواهدی دال بر تأیید زمینه‌مند بودن تجارب غذایی و تأثیرپذیری آن از متن زندگی اقتصادی و اجتماعی، که در قالب نظریات بوردیو (۱۹۸۴) و نیز مدل نظری عمومی سوبال و همکاران (۲۰۰۹) و فورست و همکاران (۱۹۹۶) ارائه شده بود، وجود دارد. از این نظر، تأثیر انتظاری پایگاه اجتماعی (در مقایسه با سرمایه‌ی اقتصادی) همانی نبوده که در مطالعه‌ی حاضر مشاهده شده‌است. تأثیر

غیرمعنادار پایگاه اجتماعی، هرچند مطابق با برخی مشاهدات پیشین در ادبیات پژوهشی است، به هر حال براساس تحلیل‌های چندمتغیره، از نظر آماری معنادار نبوده‌است.

با توجه به تبدیل شدن غذای غیرخانگی به بخش مهم و در حال رشدی از مجموعه تجارب سبک زندگی شهروندان، دست کم در شهرهای بزرگ همانند تبریز، نیاز به شناخت ابعاد مختلف این تجربه، از جمله کم و کیف آن و همچنین شناسایی تعیین‌کننده‌های آن دارای اهمیت اساسی است. یافته‌های حاصل از مطالعه‌ی حاضر، دست کم در دو حوزه می‌تواند کاربرد داشته باشد.

از یک طرف، فعالان تجارت غذای غیرخانگی علاقه‌مند به شناخت عوامل مؤثر بر مصرف غذای غیرخانگی‌اند، تا از این طریق بتوانند در جهت بهبود خدمات مربوطه به مشتریان گام‌های مؤثری بردارند. طبق یافته‌ها، افراد دارای سرمایه‌ی اقتصادی بالا، مجردها و مردها غذای غیرخانگی بیشتری مصرف کرده‌اند. نکته این‌که، پایگاه اجتماعی بالا (متفاوت از سرمایه اقتصادی)، در تحلیل‌های چندمتغیره تأثیر معناداری نشان نداده‌است. به نظر می‌رسد افراد دارای پایگاه اجتماعی بالا، پس از کنترل اثر متغیرهای دیگر، علاقه‌ی چندانی به غذای غیرخانگی نداشته‌اند. نفس مسائل سلامتی که غذاهای غیرخانگی را همراهی می‌کند، می‌تواند توضیحی هرچند جزئی در این ارتباط فراهم نماید. فلذا جلب اعتماد این گروه، از مسیر توجه به دغدغه‌های آنها در ارتباط با کیفیت و سلامت غذای غیرخانگی می‌گذرد. در مطالعات دیگر نیز ملاحظات مربوط به تغذیه‌ی سالم، بر میزان مصرف غذای غیرخانگی مؤثر بوده‌اند (بیلنکی، ۲۰۰۶).

از طرف دیگر، نظام سلامت هر کشوری به طور معمول، یکی از دغدغه‌های اصلی خود را در ارتباط با مباحث مربوط به کمیت و کیفیت تغذیه و آثار و تبعات سلامتی آن پیدا می‌کند. از این حیث، با توجه به شیوع نسبی غذای غیرخانگی در بین شهروندان تبریزی، جهت تأمین سلامت شهروندان لازم است تا نظارت‌های لازم بر فرایند تهیه‌ی غذای غیرخانگی و مراکز مربوط به آنها مورد توجه جدی متولیان امر سلامت عمومی قرار گیرد. عدم نظارت بر این فرایند، بویژه در آینده که احتمال افزایش تجربه‌ی غذای

غیرخانگی نیز وجود دارد، می‌تواند تبعات طولانی مدت سلامتی در پی داشته باشد.

## منابع

- بختیاری، محمود؛ احرام پوش، الهام؛ عنایتی، نورا؛ راست‌منش، رضا؛ دل‌پیشه، علی؛ زائری، فرید و همایون‌فر، رضا. (۱۳۹۰). ارتباط مصرف غذاهای آماده با سطح اضطراب در دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران. *مجله‌ی اصول بهداشت روانی*، سال ۱۳، شماره‌ی ۳، صص ۲۱-۲۱۲.
- بوردیو، پیر. (۱۳۸۴). *شکل‌های سرمایه، در سرمایه‌ی اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*، گردآوری کیان تاجبخش، ترجمه‌ی افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- پناهی، محمدحسین و امید، مهدی. (۱۳۹۱). رابطه‌ی پایگاه اقتصادی- اجتماعی با سرمایه‌ی فرهنگی (نمونه‌ی موردی شهر تهران)، *فصلنامه‌ی تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی- واحد شوشتر*، سال ۶، شماره‌ی ۱۷، صص ۶۶-۳۳.
- پورجبللی، ربابه و خلیلی، عباس. (۱۳۹۰). بررسی نقش پایگاه اقتصادی- اجتماعی در مصرف کالاهای فرهنگی (شهر زنجان)، *فصلنامه‌ی علمی و پژوهشی علوم اجتماعی*، سال ۷، شماره‌ی ۲۸، صص ۲۳-۱.
- جواهری، فاطمه. (۱۳۸۶). کندوکاوی در آثار قشربندی جامعه (بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی دانشجویان بر گرایش‌ها و رفتار آنان)، *پژوهشنامه‌ی علوم انسانی*، شماره‌ی ۵۳، صص ۱۱۶-۸۳.
- سفیری، خدیجه و آراسته، راضیه. (۱۳۸۷). بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی اقتصادی زنان با نوع روابط همسران در خانواده، *فصلنامه‌ی تحقیقات زنان*، سال دوم، شماره‌ی ۱، صص ۳۴-۱.
- شفقی، خسرو؛ دلشاد، علی؛ سالاری، هادی؛ خواجه‌ی، عبدالجواد؛ اکرامی، علی؛ صنیعی، زهت و خواجه، عصمت. (۱۳۸۵). شناسایی انواع غذاهای بومی و تعیین مواد اولیه و روش پخت آن‌ها در جمعیت تحت پوشش پایگاه تحقیقات جمعیتی شهر گناباد، *مجله‌ی دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد*، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۱: ۵۲-۴۶.
- علیرضانژاد سهیلا؛ خاکپور سحر و فتحی، سروش. (۱۳۹۳). سرمایه‌ی اقتصادی و جنسیت در خانواده: مطالعه‌ی بر کنترل منابع مالی در خانواده‌های شهر تهران، *فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه‌ی اجتماعی*، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۲۱، صص ۱۹۰-۱۵۷.
- علیزاده‌ا قدم، محمدباقر. (۱۳۸۹). تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی،

- رفاه اجتماعی، سال ۱۲، شماره‌ی ۴۴، صص ۳۱۸-۲۸۵.
- فرازمنند، حسن و حلافی، حمیدرضا. (۱۳۹۴). تقاضای غذای خارج از خانه خانوارهای ایرانی: کاربردی از الگوی دابل-هاردل با تبدیل باکس-کاکس، *فصلنامه‌ی مدل‌سازی اقتصادی*، سال ۹، شماره‌ی ۴، صص ۸۵-۶۵.
  - کوهی کمال؛ مبارک بخشایش، مرتضی و عبدی چایکنندی، رباب. (۱۳۹۲). بررسی میزان گرایش دانشجویان به فست‌فودها و عوامل مؤثر بر آن، *فصلنامه‌ی اخلاق زیستی*، سال ۳، شماره‌ی ۸، صص ۱۸۵-۱۵۷.
  - Adams, J.; Brown, T.; Lake, A. A.; Summerbell, C.; White, M.; Wrieden, W. and Adamson, A. J. (2015). Frequency and Socio-Demographic Correlates of Eating Meals Out and Take-away Meals at Home: Cross-Sectional Analysis of the UK National Diet and Nutrition Survey, Waves 1-4 (2008-12), **International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**, Vol. 12, No. 1: 1-9.
  - Aksoydan, E. (2007). Hygiene Factors Influencing Customers Choice of Dining-Out Units: Findings from A Study of University Scademic Staff, **Journal of Food Safety**, Vol. 27, No. 3: 300-316.
  - Bargiota, A.; M. Pelekanou; A. Tsitouras; and G. N. Koukoulis (2013). Eating Habits and Factors Affecting Food Choice of Adolescents Living in Rural Areas, **Hormones**, Vol. 12, No. 2: 246-53.
  - Binkley, J. K. (2006). The Effect of Demographic, Economic, And Nutrition Factors on the Frequency of Food Away from Home, **The Journal of Consumer Affairs**, Vol. 40, No. 2: 372-91.
  - Bourdieu, P. (1984). **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**. Translated by Richard Nice. Cambridge: Harvard University Press (8<sup>th</sup> printing, 1996)
  - Cockerham, W. C. (2000). Health lifestyles in Russia, **Social Science & Medicine**, Vol. 51, No. 9: 1313-1324.
  - D'Addezio, L.; Turrini, A.; Capacci, S. and Saba, A. (2014). Out-of-Home Eating Frequency, Causal Attribution of Obesity and Support to Healthy Eating Policies from a Cross-European Survey, **Epidemiology, Biostatistics and Public Health**, Vol. 11, No. 4: 1-13.
  - De Rezende, D. C. and Stacanelli de Avelar, A. E. (2012). Factors that Influence the Consumption of Food Outside the Home in Brazil, **International Journal of Consumer Studies**, Vol. 36, Issue 3: 300-306.
  - Delormier, T.; Frohlich, K. L. and Potvin, L. (2009). Food and Eating as Social Practice: Understanding Eating Patterns as Social Phenomena and Implications for Public Health, **Sociology of Health & Illness**, Vol. 31,



No. 2: 215–228.

- Derrick, F. W.; Dardis, R. and Lehfeld, A. (1982). The Impact of Demographic Variables on Expenditures for Food Away From Home, **Journal of the Northeastern Agricultural Economics Council**, Vol. 11, No. 1: 1-11.
- Edwards, J. S. (2013). The Foodservice Industry: Eating Out is More than Just a Meal, **Food Quality and Preference**, Vol. 27, No. 2: 223-229.
- Epter, A. (2009). **Eating Out in Modern American Society: Why Do People Make the Choice to Eat Outside the Home?** Msc. Thesis, University of Vermont.
- Field, A. (2013). **Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics**. California: Sage Publications, Inc. 4<sup>th</sup> Edition.
- Furst, T.; Connors, M.; Bisogni, C. A.; Sobal J. and Falk, L. W. (1996). Food Choice: A Conceptual Model of the Process, **Appetite**, Vol. 26, Issue 3: 247–265.
- Galobardes, B.; Morabia, A. and Bernstein, M. S. (2001). Diet and Socioeconomic Position: does the use of Different Indicators matter?, **International Journal of Epidemiology**, Vol. 30, No. 2: 334-340.
- Guthrie, J. F.; Lin, B. H. and Frazao, E. (2002). Role of Food Prepared Away from Home in the American Diet, 1977-78 versus 1994-96: Changes and Consequences, **Journal of Nutrition Education and Behavior**, Vol. 34, No. 3: 140-150.
- Hejazi, N. and Mazloom, Z. (2009). Socioeconomic Status, Youth's Eating Patterns and Meals away from Home, **Pakistan Journal of Biological Sciences**, Vol. 12, No. 9: 730-33.
- Hof, M. (2012). **Questionnaire Evaluation with Factor Analysis and Cronbach's Alpha**. Available Online at: <http://www.let.rug.nl/nerbonne/teach/rema-stats-meth-seminar/student-papers/MHof-QuestionnaireEvaluation-2012-Cronbach-FactAnalysis.pdf> [Access date: 11/19/2016].
- Igoe, B. (2011). **Food Access: Concepts and Frameworks**. Presented at WA-NOPREN Meeting, July 22. Online available at: <http://depts.washington.edu/nopren/docs/Igoe-B-07222011.pptx> [Access date: 11/24/2016].
- Kantzara, V. (2007). Status, In George Ritzer (Ed.), **The Blackwell Encyclopedia of Sociology**, USA: Blackwell Publishing Ltd. Pp. 4757-61.
- Kocevski, J. and Risteski, M. (2012). Eating Out on Vacation, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, Vol. 44: 398-405.
- Krige, S. M.; Mahomoodally, F. M.; Subraty, A. H.; Ramasawmy, D. (2012). Relationship between Socio-Demographic Factors and Eating Practices in a Multicultural Society, **Food and Nutrition Sciences**, Vol. 3,

No. 3: 286-295

- Misra, S.; Huang, C. L. and Raunika, R. (1990). The Demand for Food Consumed Away From Home in Georgia, **Journal of Agribusiness**, Vol. 8, No. 2: 73-83.
- Nayga, R. M. and Capps, O. (1992). Determinants of Food Away from Home Consumption: An Update, **An International Journal of Agribusiness**, Vol. 8, No. 6: 549-559.
- Piscopo, S. (2004). **Socio-Ecological Factors Influencing Food Choices and Behaviours of Maltese Primary Schoolchildren**. PhD Dissertation, University of Birmingham.
- Prochaska, F. J. and Schrimper, R. A. (1973). Opportunity Cost of Time and Other Socioeconomic Effects on Away-From-Home Food Consumption, **American Journal of Agricultural Economics**, Vol. 55, No. 4, Part 1: 595-603.
- Raulio, S. (2011). **Lunch Eating Patterns during Working Hours and Their Social and Work-Related Determinants: Study of Finnish Employees**. Helsinki: National Institute for Health and Welfare.
- Simmel, G. (1997). **Simmel On Culture: Selected Writings**. David Frisby and Mike Featherstone (Eds.), London: Sage Publications, Inc.
- Sobal, J. and Bisogni, C. A. (2009). Constructing Food Choice Decisions, **Annals of Behavioral Medicine**, Vol. 38, No. 1: 37-46.
- Sobal, J.; Bisogni, C. A. and Jastran, M. (2014). Food Choice Is Multifaceted, Contextual, Dynamic, Multilevel, Integrated, and Diverse, **Mind Brain and Education**, Vol. 8, No. 1: 7-12.
- Srividhya, N. (2014). Eating Out Habit of Individuals: An Analytical Study (With Special Reference to Puducherry City), **International Journal of Business and Management Invention**, Vol. 3, Issue 6: 38-44.
- Stewart, H.; Blisard, N. and Jolliffe, D. (2006). **Let's Eat Out: Americans Weigh Taste, Convenience, and Nutrition**. Washington, D.C.: U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service.
- Titilola, O. L.; Adebusola, A. A.; Iyabo, O. F. and Yewande, A. O. (2013). Fast Food Consumption Pattern among Youth in Ogbomosho Metropolis of Oyo State, Nigeria, **International Journal of Agricultural Management and Development**, Vol. 3, No. 3: 159-165.
- Turner, B. S. (2006). **The Cambridge Dictionary of Sociology**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wills, W.; Backett-Milburn, K.; Roberts, M. and Lawton, L. (2011). "The Framing of Social Class Distinctions through Family Food and Eating Practices," *The Sociological Review*, Vol. 59, No. 4: 725-40.

