

عنوان مقاله:

تحلیل استفاده از فروشگاه های اینترنتی برای عرضه محصولات روستایی

محل انتشار:

فصلنامه برنامه ریزی فضایی(جغرافیا)، دوره 8، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

مسعود صفری علی اکبری - استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه پیام نور، ایران

فاطمه منوچهری - مربی گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

حجت اله صادقی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

همواره روستاییان در فروش محصولات خود با مشکلات فراوانی مواجه اند. ادامه این روند در زمان کنونی به ویژه در کشور ایران، نه تنها بهبود نیافته است، بلکه با تحولات گسترده اجتماعی - اقتصادی نظام پیرامون، می توان شرایط را نامناسب تر توصیف کرد. یکی از راهکارهای این موضوع، ایجاد فروشگاه های اینترنتی برای عرضه محصولات مختلف روستایی است؛ بنابراین هدف این پژوهش، بررسی و تحلیل استفاده از فروشگاه های اینترنتی برای عرضه محصولات روستایی است. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی و کمی - کیفی است. جامعه آماری پژوهش نیز کارشناسان، دانشجویان دکتری و استادان دانشگاهی مرتبط با مسائل برنامه ریزی روستایی اند. با توجه به نبود آمار دقیق از تعداد آنها و چهارچوب پژوهش، ۷۰ نفر به عنوان نمونه در بخش کیفی برای انجام مصاحبه و ۲۰۰ نفر نیز در بخش کمی برای تکمیل پرسش نامه بررسی شدند. نتایج به دست آمده از این پژوهش بیان کننده آن است که ایجاد فروشگاه های اینترنتی آثار مختلفی دارد؛ ازجمله: آسانی دسترسی، گسترش بازار، کاهش جایگاه واسطه ها، افزایش بهره وری اقتصادی، تقویت صنایع روستایی و کشاورزی، رقابت تولید، بین المللی شدن و برندسازی محصولات و اشتغال زایی در روند عرضه محصولات روستایی؛ همچنین بررسی اثر ایجاد فروشگاه ها بر عرضه محصولات با مدل سازی معادلات ساختاری نشان می دهد مقدار اثر کل ۶۹/۰ بوده است؛ به این معنا که ایجاد فروشگاه های اینترنتی بر روند عرضه محصولات روستایی تاثیرگذار خواهد بود و راهکاری مطلوب است.

کلمات کلیدی:

فروشگاه های اینترنتی، عرضه محصولات، سکونتگاه های روستایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1209706>

