

عنوان مقاله:

مکان یابی بازارهای محلی روستایی (مطالعه موردی: مراکز دهستان استان خراسان رضوی)

محل انتشار:

دوفصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه ای، دوره 20، شماره 4 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسنده:

فرحناز اکبرقلی - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

بازارهای محلی روستایی از مصادیقی است که تحول بنیادی در کارکرد، تولید، اشتغال، تغییر ساختار اقتصادی و کالبدی روستاها ایجاد میکنند. مزیت بازارها، عرضه مستقیم محصولات تولیدی توسط تولیدکنندگان و کاهش هزینه فروش و بازاریابی کشاورزان به دلیل فروش مستقیم محصول است. پژوهش حاضر قصد دارد بازارهای محلی روستایی را که از عمده ترین روش های متحول کننده ی توسعه ی روستایی محسوب می شوند، مکان یابی نماید. تحقیق از حیث هدف، کاربردی و از نظر نحوه ی گردآوری اطلاعات، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری متشکل از ۱۳۵ روستا با مرکزیت دهستان در استان خراسان رضوی می باشد. ابزار گردآوری داده ها و سنجش متغیرها، پرسش نامه است. پرسش نامه با بهره گیری از آزمون کرونباخ با رقم ۰.۸۵۳ از پایایی مطلوبی برخوردار می باشد. داده ها با بهره گیری از نرم افزار spss در قالب روش های آزمون فریدمن، درخت تصمیم گیری و k-means cluster تجزیه و تحلیل شد. یافته های پژوهش نشان می دهد در بین ۶۸ شاخص، میانگین رتبه ای شاخص های مرتبط با جاذبه های گردشگری، فعالیت های مرتبط با بازار و زراعت و باغداری به ترتیب رتبه های ۱ تا ۳ را احراز کرده اند. براساس تحلیل درخت تصمیم گیری ۳۱ روستا برای استقرار بازارهای محلی دائمی در رده مناسب طبقه بندی گردید. تحلیل خوشه بندی بر اساس ضریب تاثیر به ترتیب ۲، ۲۵ و ۵ روستا را در اولویت ۱ تا ۳ برای اجرا بازار محلی قرار داد. بر اساس نتایج، ۲۰ روستا مناسب برای ایجاد بازار محلی جاده ای و ۸۹ روستا برای استقرار بازارهای محلی دوره ای مناسب تشخیص داده شدند. هم چنین در هر کدام از روستاهای منتخب که از خدمات ICT بهره مندند و روستاییان از سواد الکترونیکی مناسب تری برخوردار می باشند، می توان از بازارهای مجازی که فاقد مرز و محدودیت هستند، بهره جست.

کلمات کلیدی:

بازارهای محلی روستایی، مکان یابی، درخت تصمیم گیری، استان خراسان رضوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1639687>

