

عنوان مقاله:

تحلیل فضایی عوامل موثر بر دیدگاه کشاورزان استان آذربایجان غربی نسبت به تاسیس تعاونی های بازاریابی محصولات کشاورزی

محل انتشار:

تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره 48، شماره 4 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمد جلال زاده - دانشجو

هدایت الله نوری زمان آبادی - عضو هیات علمی

خلیل کلانتری - عضو هیات علمی

خلاصه مقاله:

کمک به ایجاد و توسعه تعاونی های بازاریابی محصولات کشاورزی از جمله راهکارهایی است که می تواند در امر تسهیل مشارکت کشاورزان در چرخه بازاریابی محصولات کشاورزی کمک شایانی نماید. از این رو، هدف کلی تحقیق حاضر "تحلیل فضایی عوامل موثر بر دیدگاه کشاورزان استان آذربایجان غربی نسبت به تاسیس تعاونی های بازاریابی محصولات کشاورزی" بود. کلیه بهره برداران بخش کشاورزی استان آذربایجان غربی جامعه آماری تحقیق حاضر را تشکیل دادند که از بین آنها تعداد ۳۸۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد که اکثریت بهره برداران (۱/۹۶ درصد) با ایجاد تعاونی های بازاریابی در منطقه موافقت می کنند. این در حالی است که کارآیی این تعاونی ها در حل مشکلات بازاریابی نیز نمره مطلوبی (میانگین ۸ از ۱۰) را از نظر پاسخگویان بهره بردار کسب کردند. ضمن آنکه بر اساس نتایج تحقیق، مشخص شد که متغیرهایی مانند شغل اصلی و سن بهره برداران به ترتیب دارای تاثیر معناداری بر گرایش آنان به تعاونی بازاریابی و نیز دیدگاهشان به کارآیی این تشکلهای بودند. همچنین، نتایج تحقیق نشان داد که کمترین میزان تمایل به تاسیس تعاونی بازاریابی به شهر پیرانشهر مربوط بود و این در حالی است که این شهرستان از نظر نقشه مکانیابی محل تاسیس تعاونی بازاریابی از وضعیت بسیار مناسبی برخوردار است. همچنین، با تحلیل های صورت گرفته، سه ناحیه در استان شناسایی شد که در دسته طبقات منتخب مکانیابی نبودند؛ ولی دارای سکونتگاه های شهری و روستایی بوده و نیازمند برنامه ریزی دقیق در این زمینه می باشند.

کلمات کلیدی:

تحلیل فضایی، دیدگاه کشاورزان، تعاونی بازاریابی، محصولات کشاورزی، استان آذربایجان غربی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1659554>

