

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر بر مشارکت در بازار تولیدکنندگان استان سیستان و بلوچستان با رویکرد هزینه های مبادله: مطالعه موردی محصول خرما

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

فرشته پورشهابی - کارشناس ارشد رشته اقتصاد کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

رضا مقدسی - استادیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

امیر محمدی نژاد - استادیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

محمد خالدي - استادیار گروه اقتصاد کشاورزی

خلاصه مقاله:

مفهوم اصلی مشارکت در بازار، تولید با هدف بازار و نیاز مصرف کنندگان است و در مقابل تولید سنتی و خودکفایی قرار دارد. به هر موقعیتی که شامل مبادله کالا برای دریافت پول باشد بدون در نظر گرفتن مکان، مشارکت بازاری اطلاق می گردد. شدت مشارکت در بازار به مقدار کالایی که در یک دوره زمانی تعریف شده فروخته می شود، بستگی دارد. هزینه های مبادله، به هزینه های اندازه گیری ویژگی های ارزشمندی یک کالای مورد معامله و هزینه هایی که جهت تهیه و حصول اطمینان از ویژگی های مورد نظر صورت می گیرد، اشاره دارد. در این مقاله، عوامل مؤثر بر مشارکت تولید کنندگان در بازار و تأثیر هزینه های مبادله بر آن مورد بررسی قرار گرفته است. داده های مطالعه از راه تکمیل 250 پرسشنامه در میان تولیدکنندگان محصول خرماي استان سیستان و بلوچستان فراهم شده است. نتایج حاصل از برآورد الگوی لجیت نشان می دهد که افزایش متغیرهای درصد از بین رفتن محصول، درآمد خارج از مزرعه، عضویت در تعاونی، سطح زیرکشت، درجه فسادپذیری به طور معنی داری منجر به افزایش احتمال مشارکت تولیدکنندگان در بازار می شود و این در حالی است که با افزایش متغیرهای سن، محل اقامت و هزینه حمل و نقل احتمال مشارکت در بازار کاهش می یابد. در پایان براساس یافته های تحقیق، پیشنهاداتی در راستای بهبود عملکرد این فعاليتها و افزایش مشارکت در بازار ارائه گردیده است. طبقه بندی

C59, Q19, L19 : JEL

کلمات کلیدی:

هزینه های مبادله، الگوی لجیت، مشارکت در بازار، خرما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/285355>

