نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال هفدهم، شماره ۴۶، پاییز ۹۶

تحلیل رابطه‌ی بازارهای جاده‌ای با پایداری اقتصادی- اجتماعی روستاهای منطقه سیستان

دریافت مقاله: ۹۴/۳/۳۰ پذیرش نهایی: ۹۶/۳/۱۲

صفحات: ۲۱-۱

محمودرضا میرلطفی، استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زابل[1]
mmirlotfi@uoz.ac.ir

معصومه کمان باز، رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشگاه زابل
kamanbazmasoume@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر، شناسایی رابطه بازارهای جاده‌ای با پایداری اقتصادی- اجتماعی روستاهای منطقه سیستان بوده و روش تحقیق در این پژوهش به صورت توصیفی- تحلیلی، مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای- میدانی (پرسشنامه) است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون آماری نرم‌افزار SPSS و جهت تهیه نقشه‌ها از نرم‌افزار GIS استفاده شده است جامعه آماری تحقیق را کلیه روستاهای نزدیک بازارهای جاده‌ای تشکیل می‌دهد که تعداد ۳۶۲۲ خانوار از ۳۴ روستا را دربر می گیرد. برای آزمون فرضیات از آزمون من – ویتنی استفاده شد. یافته ها حاکی از آن است که بین میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده ای تفاوت معنادار و میزان پایداری اجتماعی عدم تفاوت معنادار وجود دارد، در واقع؛ نتایج بررسی دو گروه از روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای که دارای شرایط محیطی یکسان بوده‌اند، نشانگر آن است که روستاهای نزدیک به بازارهای جاده‌ای با میانگین ۲/۹۱ و۲/۹۴ دارای سطح پایداری بالاتری در ابعاد اقتصادی و اجتماعی بوده و به طور کلی ۷۰ درصد روستاهای نمونه نزدیک جاده دارای پایداری مطلوبی هستند.

کلید واژگان: بازارهای جاده‌ای ، پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، روستاهای سیستان.

---

۱. نویسنده مسئول: زابل، میدان جهاد، دانشگاه زابل، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه زابل.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

مقدمه

یکی از عوامل مهم گسترش بازارهای فروش محصولات کشاورزی، وجود شبکه راه‌های ارتباطی مهم و پرتحرک است که موجبات برپایی این بازارها را در تقاطع راه‌ها فراهم می‌آورد. در این زمینه علاوه بر روابط بازارهای دائمی، بازارهای دوره‌ای و محلی نیز از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردارند؛ این بازارها که در شعاع فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستاها، بازتاب‌دهندهٔ بخشی از نیازهای روستاییان است، همواره با روستاهای اطرافشان ارتباط دارند (امیرانتخابی و صفری بادیکلایی، ۱۳۹۰: ۲).

بازار پدیده‌ای اقتصادی است و کارکردهای گوناگونی دارد که مهم‌ترین آن، کارکردهای اقتصادی است. بازارهای محلی، مکانی برای رفع نیازهای اقتصادی اقشار مردم به ویژه روستاییان است. به طور کلی تشکیل بازارهای روستایی چه از نظر مکانی و چه از نظر زمانی با احتیاجات روستاها تناسب دارد. اغلب روستاییان سعی می‌کنند محصولات خود را در زمان بازار به فروش رسانده و مایحتاج خود را نیز در همین محدوده‌ی زمانی خریداری کنند. فروش محصولات در این بازارها از جهات بسیاری می‌تواند به سود روستاییان و سایر شرکت‌کنندگان باشد. در این میان نقش تولیدات محلی دارای اهمیت بسیار است؛ به طوری که تولید کالا به منظور پاسخگویی به نیاز بازارهای روستایی نقش مؤثری در جهت ارتقای سطح زندگی دارد (مطیعی لنگرودی، ۱۳۸۲: ۱۶۶). بنابراین اتکای محلی به تولیدات محلی بومی و جاذبه‌های اقتصادی آن باعث تحولات اجتماعی و اقتصادی سکونتگاه‌ها می‌شود (رضوانی،۱۳۸۲ :۱۰۵). با توجه به این مباحث کاملاً روشن است که بازارهای محلی در افزایش بهره‌وری اقتصادی نواحی روستایی از طریق تولیدات جنبی روستاییان نقش پراهمیتی دارند (مطیعی لنگرودی،۱۳۸۱: ۱۹۸). بازارهای محلی علاوه بر این، باعث کاهش تورم در نواحی شهری نیز می‌شوند؛ به این ترتیب که در بسیاری از شهرهای ایران، عرضه محصولات کشاورزی فقط توسط میدان‌دار امکان‌پذیر است، در حالی که گسترش بازارهای محلی در تمامی شهرهای ایران می‌تواند امکان عرضه محصولات را توسط کشاورزان (به ویژه تولیدکنندگان خرده‌پا که درصد بالایی از کشاورزان ایران را تشکیل می‌دهند) فراهم کند. این سیستم عرضه، سبب کاهش تورم بازار محصولات کشاورزی می‌گردد (مطیعی لنگرودی،۱۳۸۱: ۱۹۸).

جریان مبادله و بازاررسانی تولیدات روستایی منطقه سیستان با توجه به سطح زیرکشت ۷۹۲۹۷ هکتار محصولات زراعی و ۱۲۴۰ هکتار محصولات باغی با تولید ۵۹۲۹۸ تن محصولات زراعی و ۱۴۴۳۸ تن محصولات باغی، همچنین انواع طیور، فرآورده‌های دامی و صنایع دستی می‌تواند نقش چشمگیری در بالندگی اقتصاد مناطق روستایی داشته باشد. با این وجود اینگونه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

بازارها با مسائل و مشکلاتی از جمله: زیاد بودن سهم واسطه‌ها در خرید محصول، پایین بودن سهم تولیدکننده از قیمت نهادی، بالا بودن ضریب هزینه بازاریابی، بالا بودن سهم هزینه‌های بازاریابی تولیدکننده از قیمت دریافتی محصولات مواجه می‌باشد (آذری‌حمیدیان،۱۳۸۳: ۶).
مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که بازارهای روستایی نقش مؤثری در پایداری اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی دارند، از این رو با توجه به نقشی که این بازارها در افزایش درآمد روستاییان، قدرت خرید، حذف واسطه‌ها، سرمایه‌گذاری در روستا، رفاه و تأمین کالاها و خدمات مناطق روستایی، سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش کشاورزی، افزایش روند توسعه و اشتغال،کاهش ضایعات، افزایش ارزش افزوده محصولات کشاورزی، افزایش سطح زیر کشت، تنوع محصولات کشاورزی و توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی دارد؛ لذا ضروری است تا با شناسایی و برنامه‌ریزی، رابطه بازارهای جاده‌ای با پایداری اقتصادی - اجتماعی روستاها مورد بررسی قرار داده شود. در این راستا سؤالاتی مطرح می‌گردد از جمله:

- بین میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین میزان پایداری اجتماعی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای چه رابطه‌ای وجود دارد؟

مبانی نظری

پایداری به عنوان وجه توصیفی توسعه، وضعیتی است که در آن مطلوب بودن و امکانات موجود در طول زمان کاهش پیدا نمی‌کند (زاهدی و نجفی،۱۳۸۵: ۴۷) و توجه اساسی آن بر حفظ سرمایه‌ها (انسانی، طبیعی، اجتماعی، اقتصادی)، در جهت عدالت بین نسلی است. در واقع پایداری، نگهداری بدون اضمحلال، پشتیبان و تکیه‌گاه زندگی می‌باشد (Gane, 2007: 132). از این رو می‌توان پایداری روستایی را فرآیندی همه جانبه، موزون و درون‌زا دانست که در چارچوب آن توانایی‌های اجتماعات روستایی برای رفع نیازهای اساسی مادی و معنوی رشد و تعالی می‌یابد (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۴). پایداری اقتصادی نیز به معنای ماندگاری اقتصادی است و خود بر پایداری تولید، افزایش بهره‌وری و متنوع‌سازی آن، اشتغال پایدار، درآمد مناسب و کافی برای زندگی روستانشینان می‌باشد (علوی‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۹۸). پایداری اجتماعی به معنای آن است که نظام‌های بهره‌برداری، در تعامل با محیط اجتماعی مورد پذیرش جامعه است و برای این منظور، نیازمند گسترش برابری، افزایش سرمایه‌های انسانی و اجتماعی، گسترش مشارکت، کمک به فقرزدایی و بهبود کیفیت زندگی می‌باشد. همچنین در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

تعریف پایداری اجتماعی، گروهی از محققان به چهار عنصر اصلی و تعیین‌کننده اشاره کرده‌اند: عدالت اجتماعی؛ همبستگی اجتماعی، مشارکت و امنیت. در این تعریف مؤلفه‌هایی چون فرصت‌های برابر، توأم با پیشرفت برای انسان‌ها؛ زندگی همراه با تعاون و همکاری؛ فرصت‌های برابر برای همگان در جهت ایفای نقش‌های اجتماعی؛ امنیت و توانایی کافی در امرار معاش؛ ایمنی و استحکام سکونت گاه‌های انسانی در برابر مخاطرات طبیعی، مبنای سنجش پایداری اجتماعی است (سالمی و همکاران،۱۳۹۰: ۵۸). روند نزولی وضعیت اقتصاد روستاها، جابه‌جایی و مهاجرت‌های گسترده روستاییان به شهرها، گسترش فقر و بیکاری، عدم امنیت غذایی، قرار گرفتن عمده جمعیت روستایی در حاشیه و مواردی از این دست نشان می‌دهد که در عمل، اهداف حیاتی توسعه مبنی بر افزایش پایدار درآمد، گسترش اشتغال‌های تولیدی، و برقراری متعادل‌تر منافع ناشی از رشد در مناطق روستایی با شکست مواجه شده است (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۲).

بازار محصولات کشاورزی نوعی از بازار است که تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان با یکدیگر ارتباط مستقیم نداشته و در مکان‌های مختلف قرار دارند. یکی از ویژگی‌های محصولات کشاورزی نوسان قیمت است. نوسانات قیمت در محصولات کشاورزی در اثر تغییرات فصلی (تغییر شرایط جوی)، تغییرات سیکلی وقفه بین تصمیم‌گیری برای تولید تا تولید توسط تولیدکنندگان، تغییرات روند (شرایط اقلیمی، تغییرات فناوری، جمعیت تقاضاکننده) و تغییر غیرقابل پیش‌بینی (بحران‌های طبیعی و انسانی) ایجاد می‌شود (ابونوری و مجاوریان، ۱۳۸۱: ۸۷).

در کشورهای توسعه‌یافته حدود ۵۰ درصد از قیمتی را که مصرف‌کننده برای هر واحد از محصولات کشاورزی می‌پردازد، هزینه‌های بازاریابی تشکیل می‌دهد (عباسیان و همکاران،۱۳۸۶: ۳). بازاریابی محصولات کشاورزی به دلیل ویژگی‌های خاص این محصولات که دربرگیرنده فسادپذیری، فصلی بودن و تقاضا برای همه فصل‌ها است، اهمیت خاصی دارد. یکی از عواملی که در این اختلاف قیمت مسئول شناخته شده عامل واسطه‌ای است که میدان‌دار و دلال نامیده می‌شود (اشرافی و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۲۲). گستردگی فعالیت‌های کشاورزی، کم سوادی و بیسوادی جامعه کشاورز و فاصله زیاد مکان تولید و مصرف تولیدات کشاورزی موجب بی‌خبری کشاورزان از وضعیت بازار شده است (مطیعی‌لنگرودی،۱۳۷۷: ۲۶۱). به علت عدم توانایی در کنترل محیط تولید و بازار فروش، غالباً کشاورزان با ریسک تولید و بازار روبه رو هستند. عرضه پیش‌بینی‌ناپذیر محصولات کشاورزی همراه با تقاضای بی‌کشش برای بیشتر

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

محصولات این بخش باعث ایجاد نوسان‌های بالا در قیمت محصولات کشاورزی شده است (عبداللهی عزت آبادی و نجفی،۱۳۸۲: ۲).

پیشینه تحقیق

علی‌رغم بررسی‌های به عمل آمده در زمینه سوابق مطالعات انجام شده در داخل و نیز خارج از کشور، پژوهشی با عنوان بازارهای جاده‌ای انجام نشده و تحقیقات صورت گرفته عموماً در راستای بازارهای دوره‌ای و محلی بوده است. از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره نمود:

عزمی و همکاران (۱۳۹۰)، به بررسی نقش بازارهای محلی در توسعه اقتصادی- اجتماعی روستاهای استان گیلان پرداخته‌اند که نتایج تحقیق از اثرات مثبت بازارهای دوره‌ای محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر توسعه روستایی منطقه حکایت دارد. احمدی و همکاران (۱۳۸۵)، در تحقیقی به بررسی بازارهای محلی روستاهای استان مازندران از دیدگاه خریداران و فروشندگان پرداخته و نشان دادند که بیش از پانزده نوع کالا و جنس در بازارهای محلی روستایی عرضه می‌شود و میانگین تقریبی درآمد ماهیانه فروشندگان از محل فروش کالا و جنس در این بازارها حدود ۲۳۰ هزار تومان است. فصول و ماه‌های مناسب کالا و اجناس نیز به ترتیب پاییز (مهر و آبان)، تابستان (شهریور)، زمستان (اسفند) و بهار (خرداد) است. شفیعی و ازهریان‌فر[1] (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی تعامل بالقوه متقابل شهر و روستا با توسعه بازارهای هفتگی توسعه منطقه ای در ایران پرداختند. نتایج نشان داد تعامل شهر و روستا در شرایط اجتماعی و اقتصادی پایدار منجر به عملکر متقابل و مثبت در حوزه ارتباطات اقتصادی شده است. همچنین، اندازه جمعیت و نقش همگرا فروشندگان شهری و روستایی در ارتباط با توسعه شبکه های حمل و نقل در منطقه تحت‌تأثیر استقرار و پایداری بازارهای دوره‌ای شهری و روستایی در مناطق روستایی به منظور تعادل توسعه شهری و روستایی بوده است. وانگ[2] و همکاران (۲۰۱۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان افزایش مهاجرت و کاهش اشتغال در بازارهای مناطق روستایی چین به این نتیجه دست یافتند که افزایش مهاجرت در نتیجه دستمزد کم در این بازارها صورت گرفته است. باسو[3] (۲۰۱۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان تأثیر طرح تضمین اشتغال و رفاه کارگران روستایی در بازارهای فصلی هند، ایجاد بازارهای فصلی روستایی را به عنوان یک سیاست برای مردم فقیر روستایی با هدف افزایش درآمد روستایی، ایجاد ثبات در تولید محصولات کشاورزی و کاهش مهاجرت از روستا به شهر مهم می‌داند.

1.Shafiei and Azharianfar
2 .Wang
3 .Basu

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

روش تحقیق

این پژوهش از نوع کاربردی بوده و از روش توصیفی- تحلیلی و همانند سایر تحقیقات دارای دو زیربخش عمده جهت انجام بوده است. بخش اول را مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای شامل ادبیات نظری موضوع و پیشینه تحقیق است و بخش دوم در قالب پژوهش میدانی و پیمایشی جهت جمع‌آوری اطلاعات و سپس تدوین و تکمیل پرسشنامه می باشد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با تأیید کارشناسان مربوطه انجام و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در این رابطه a=۰/۸۲ برآورد گردید. با توجه به آستانه‌های در نظر گرفته شده در منابع علمی معتبر، از قابلیت اعتماد مطلوبی برخوردار است (سکاران، ۱۳۸۱: ۱۰۶). ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر اجتماعی ۰/۷۵۵ و برای متغیر اقتصادی ۰/۷۹۵ محاسبه شد که اعتبار بالای پرسش‌نامه را نمایان می‌سازد (بریس و همکاران: ۱۳۹۰: ۴۶۶). جامعه آماری تحقیق را کلیه روستاهای نزدیک بازارهای جاده‌ای تشکیل می‌دهد که تعداد ۳۶۲۲ خانوار از ۳۴ روستا را دربر می گیرد برای انتخاب جامعه نمونه روستایی، ابتدا فاصله از بازارهای جاده‌ای بر حسب شعاع نزدیک‌ترین روستاها به بازارهای جاده‌ای تا دورترین روستاها (۵ کیلومتر و بالاتر از ۵ کیلومتر) بدست آمده است. بر این اساس حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران ۳۴۷ پرسشنامه به دست آمده است ولی با توجه به گستردگی منطقه و تنوع شغلی خانوارهای درگیر بازارهای جاده‌ای حجم نمونه بر اساس نیاز، به ۳۷۱ پرسشنامه در ۳۴ روستا (نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای که ۵۰ درصد روستاها در شعاع ۵ کیلومتر از بازارهای جاده‌ای و مابقی در شعاع بالاتر از ۵ کیلومتر قرار داشتند)، ارتقاء یافت. جدول (۱) روستاهای جامعه نمونه را نشان می‌دهد.

جدول (۱). روستاهای جامعه مورد مطالعه

نام شهرستان	روستاهای نزدیک بازارهای جاده ای	روستاهای دور از بازارهای جاده ای
زابل	تپه در، ارباب، قاسم آباد، امامیه،	حاجی عبدالله، برج افغان، شیخا
زهک	جزینک، صفدرمیربیک، چلستعلی، کفتارگی، مجتمع خالق داد	قزاق، شریف قزاق، علی جعفر
هیرمند	نورمحمدیوسف، صفرزایی، شندول.	میرزاخان، کام خان، یارمحمدعلم، حسن میرزا، پیران
نیمروز	لورگ باغ، شهرک گلخانی، میل نادر	علیم
هامون	لوتک، عباسیه	تیموراباد، عوض، ذوالفقاری، رستم محمود، شهریاری، آخوند غلامی

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

در اجرای این پژوهش کوشش بر آن بوده است تا با بازدیدهای اولیه در برخی از آبادی‌های منطقه سیستان، شاخص‌های مناسب تعیین گردد. واضح است که در این بررسی، بایستی بر شاخص‌هایی تأکید نمود که متناسب با شرایط محدوده مورد مطالعه باشد. بر این اساس در این مطالعه نیز متناسب با گستره جغرافیایی مورد مطالعه و شرایط حاکم بر روستاهای منطقه سیستان مجموعه‌ای از شاخص‌ها که شامل ۲۰ شاخص اقتصادی و ۲۲ شاخص اجتماعی (جدول۲) می‌باشد، برای تعیین رابطه بازارهای جاده‌ای با پایداری روستاهای منطقه مشخص شد. همچنین در مراحل بعدی تحقیق جهت تعیین پایداری کلی روستاهای مورد مطالعه به سه گروه پایداری (قوی، متوسط، ضعیف)، از مدل تاکسونومی استفاده شده است.

جدول (۲). شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق

شاخص‌های پایداری اقتصادی	شاخص‌های پایداری اجتماعی
رضایت از درآمد، میزان امنیت شغلی،میزان امنیت درآمد، رضایت از پس انداز، میزان سرمایه گذاری در روستا، میزان سرمایه گذاری خارج از روستا، قدرت خرید نیازهای اولیه، قدرت خرید (زمین، ماشین)، رضایت از قیمت محصولات کشاورزی، میزان توانایی تغییر کاربری ارضی، افزایش سطح زیر کشت محصولات زراعی، افزایش سطح زیر کشت محصولات باغی، میزان تولیدات دامی، میزان تولید صنایع دستی، برخورداری از امکانات شخصی،رضایت از فروش محصولات،رضایت از حذف واسطه ها، رضایت از کاهش هزینه رفت و آمد، تنوع محصولات کشاورزی، میزان مکانیزه شدن فعالیت‌های کشاورزی	مشارکت اجتماعی (همکاری با شوراها و دهیار در امور مربوط به روستا)، مشارکت اقتصادی در امور خیریه (کمک‌های مالی در زمینه ساخت مدارس و...)، تعاملات اجتماعی (دید و بازدید)، حس همکاری و اعتماد، میزان مهاجرپذیری، میزان کاهش مهاجرت از روستا، میزان استفاده از فضاهای تفریحی روستا، میزان استفاده از امکانات ورزشی، مسافرت سالانه، کاهش وجود تنش و درگیری، کاهش سرقت و دزدی، میزان دسترسی به مراکز بهداشتی، میزان دسترسی به مراکز آموزشی، رضایت از حمل و نقل عمومی، رضایت از حمل و نقل شخصی، دسترسی به مراکز فروش محصولات، میزان دسترسی به کتابخانه، میزان دسترسی به آب آشامیدنی سالم، میزان دسترسی به اینترنت، دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی (راه)، رضایت از زندگی، انگیزه سکونت و میل به ماندگاری.

مأخذ:یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

وجود شبکه راه‌ها با ساختاری مناسب و کیفیت مطلوب در سطح یک منطقه روستایی را می-توان در حکم الگوهای حیاتی آن سیستم به حساب آورد، چرا که از این طریق امکان حمل مازاد تولیدات روستایی و به ویژه آن گروه که باید سریع‌تر به بازار مصرف حمل گردد، با سهولت و صرف وقت و هزینه کم میسر خواهد شد. در واقع؛ جهت جذب خریداران بیشتر و

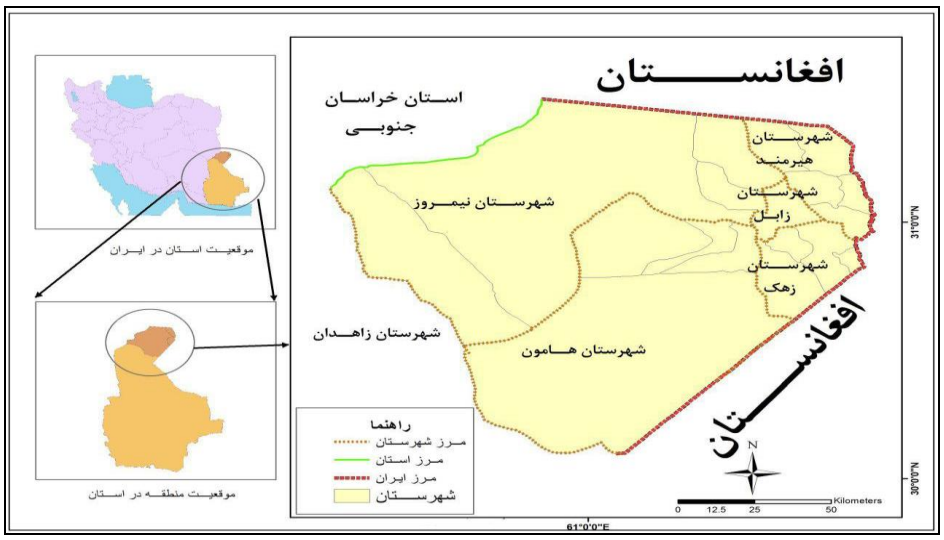
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

فروش بهتر، اکثراً نقاط بازار فروش محصولات کشاورزی در مسیر جاده‌های ارتباطی اصلی و بیشتر در نقاطی تشکیل می‌شود که محل تقاطع چند مسیر هستند.

محدوده و قلمرو پژوهش

دشت سیستان با وسعت ۱۵۲۰۰ کیلومترمربع در منتهی‌الیه مرز شرقی ایران قرار دارد؛ این منطقه بین ۳۰ درجه و ۷ دقیقه الی ۳۱ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی و ۵۹ درجه و ۵۸ دقیقه الی ۶۱ درجه و ۵۰ دقیقه طول شرقی قرار دارد (شکل۱) که از شرق به افغانستان، از جنوب به بلوچستان، و مغرب و شمال غربی به دشت لوت و نهبندان در استان خراسان جنوبی محدود شده است.



شکل (۱). موقعیت محدوده مورد مطالعه

همچنین منطقه سیستان دارای ۵ شهرستان (زابل، زهک، نیمروز، هامون و هیرمند) و ۸۵۵ آبادی دارای سکنه است (میرلطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۲) و بر اساس آخرین تقسیمات سیاسی، دارای ۹ بخش، ۱۷ دهستان می باشد؛ با وجود این که منطقه حدود ۸/۱ از مساحت کل استان را در بر می‌گیرد، ولی حدود ۷۰٪ از اراضی زیر کشت آبی استان به این منطقه تعلق دارد. علی رغم اهمیت و جایگاه ویژه کشاورزی در منطقه، نوسانات آبی رود هیرمند وضعیت کشت و کار را تعیین نموده و به واقع سالهای پرآبی، افزایش سطح زیر کشت بهبود وضعیت

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

کشاورزان منطقه را درپی داشته و سالهای کم آبی کاهش سطح زیرکشت و محصول را به دنبال دارد (کیمیایی خلیل‌آباد،۱۳۷۸: ۲۹- ۲۸-۲۳).

یافته‌های پژوهش

میانگین سنی جامعه نمونه (۳۷۱ سرپرست خانوار)، ۴۲/۳۶ سال، با حداقل ۲۰ سال و حداکثر ۷۰ سال، که ۹۲/۶ درصد مرد و ۷/۴ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. از لحاظ سواد ۲۰ درصدشان بی‌سواد و ۸۰ درصدشان باسواد بوده‌اند؛ شغل ۵۱/۹ درصد روستاییان کشاورزی و شغل ۳۱ درصدشان آزاد می‌باشد. همچنین از نظر دارا بودن تعداد گاو و گوسفند به ترتیب ۶۹/۵ و ۷۴/۴ درصد می‌باشد. از نظر وضعیت درآمدی ۲۸/۸ دارای درامد ماهانه بین ۶۰۰-۴۰۰ هزار تومان و ۳۰/۲ درصدشان دارای درامد ماهانه بین ۴۰۰- ۲۰۰ هزار تومان می‌باشند؛ در واقع عمده درآمدهای خانوارهای سیستان در ارتباط با محصولات زراعی، باغی و دامی می‌باشد که در فصول مختلف سال و با آب رودخانه هیرمند آبیاری می شود. همان گونه که جدول(۳) نشان می‌دهد در گروه روستاهای نزدیک بازارهای جاده‌ای محصول خربزه و هندوانه و گوجه و خیار به ترتیب با میانگین‌های ۲/۳۷ و ۱۹/۶ درصد، بیشترین و توت و عدس و ماش به ترتیب با ۱/۲ و ۳/۲ کمترین درصد را دارا می‌باشند، در گروه دوم روستاهای مورد بررسی نیز محصول خربزه و هندوانه و عدس و ماش به ترتیب با میانگین‌های ۳/۷۳ و ۱۱/۶درصد بیشترین و محصولات سیر و پیاز، توت و سبزی با ۲/۳ درصد کمترین رتبه را دارا می‌باشند.

جدول (۳). فراوانی و درصد تولیدکنندگان محصولات زراعی و باغی در جامعه نمونه

	روستاهای نزدیک بازارهای جاده ای		روستاهای دور از بازارهای جاده ای	
نوع محصول	**فراوانی**	**درصد**	**فراوانی**	**درصد**
خربزه و هندوانه	۱۰۶	۳۷/۲	۶۳	۷۳/۳
سیر و پیاز	۱۹	۶/۷	۲	۲/۳
توت	۶	۱/۲	۲	۲/۳
عدس و ماش	۹	۳/۲	۱۰	۱۱/۶
گوجه و خیار	۵۶	۱۹/۶	۲	۲/۳
سبزی	۲۶	۹/۱	۷	۸/۱
انگور	۲۷	۹/۵	-	-
شلغم	۱۰	۳/۵	-	-

مأخذ:یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

همانگونه که جدول (۴) نشان می دهد در گروه روستاهای نزدیک بازارهای جاده ای گوسفند و بز به ترتیب با میانگین های ۴ /۳۶ و ۲۱/۸ بیشترین و گاو با میانگین ۱۸/۶ کمترین درصد را دارا می باشند. در گروه دوم روستاهای مورد بررسی نیز بز و گوسفند به ترتیب با میانگین های ۵۷ و ۲۵/۶ بیشترین و گاو با میانگین ۱۷/۴ درصد کمترین رتبه را دارا می باشند.

جدول (۴). فراوانی و درصد دامداران در جامعه نمونه بر حسب نوع دام

	روستاهای نزدیک بازارهای جاده ای		روستاهای دور از بازارهای جاده ای	
نوع دام	**فراوانی**	**درصد**	**فراوانی**	**درصد**
گاو	۶۸	۱۸/۶	۱۵	۱۷/۴
بز	۸۱	۲۱/۸	۴۹	۵۷
گوسفند	۱۳۵	۳۶/۴	۲۲	۲۵/۶
جمع	۲۸۵	۱۰۰	۸۶	۱۰۰

مأخذ:یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

تعیین پایداری اقتصادی روستاها

همان گونه که در جدول (۵) مشاهده می‌شود در بررسی ۲۰ شاخص اقتصادی مورد نظر در روستاهای نزدیک بازارهای جاده‌ای و دارای بازار فروش، شاخص‌های تولید صنایع دستی، توانایی تغییر کاربری اراضی، به ترتیب با میانگین‌های ۲/۵۹، ۲/۹۶ کمترین و شاخص‌های رضایت از درآمد و رضایت از حذف واسطه‌ها به ترتیب با میانگین‌های ۳/۸۲ و۳/۷۶ بیشترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. در این گروه از روستاها به دلیل اینکه زمین‌های کشاورزی اکثراً در مسیر جاده‌ای اصلی و بازارهای فروش قرار گرفته‌اند در نتیجه روستاییان دسترسی راحت‌تری به بازارهای فروش جهت عرضه و فروش محصولات خود دارند. بنابراین تغییر کاربری اراضی کمتر صورت گرفته، از سوی دیگر با توجه به اینکه محل تشکیل این بازارها اغلب در نقاط گره (محل تقاطع چند مسیر) و در مسیرهایی می‌باشد که میزان جابه‌جایی مسافر بیشتر است. لذا شرایطی به وجود می‌آید که در آن میزان تقاضا بر عرضه پیشی گرفته؛ فروشندگان نیز اغلب به دلیل متحمل نشدن هزینه حمل و نقل و همچنین حذف واسطه‌ها و دلالان سود بیش‌تری از فروش محصولات خود کسب می‌کنند که رضایت از درآمد را در پی خواهد داشت. در نتیجه یافته‌ها نشان می‌دهد رضایت از درآمد؛ مکانیزه شدن فعالیت‌های کشاورزی و افزایش سطح کشت محصولات زراعی و باغی در این گروه از روستاها را در پی خواهد داشت.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

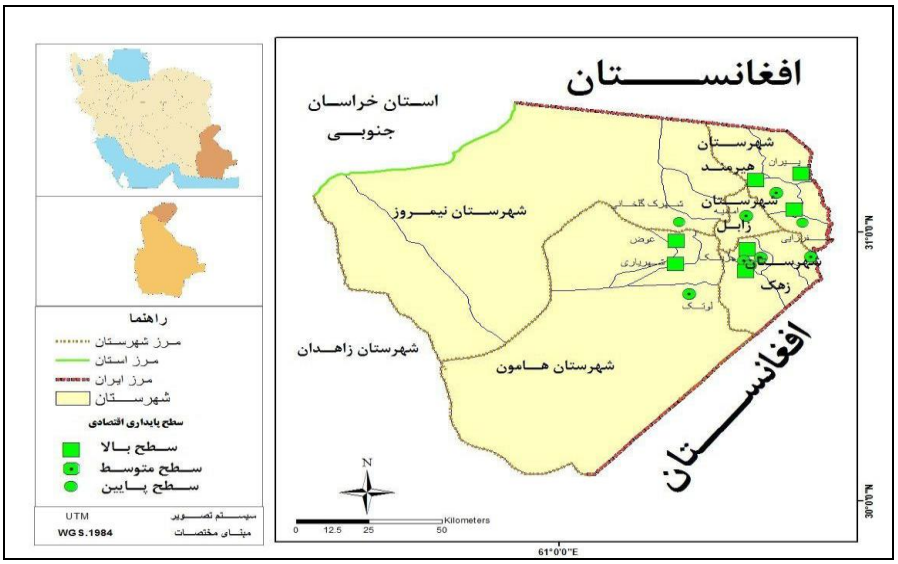
در روستاهای دور از بازارهای جاده‌ای نیز شاخص‌های تولید صنایع دستی، افزایش سطح زیرکشت محصولات باغی و نیازهای اولیه به ترتیب با میانگین‌های ۲/۴۸، ۲/۶۳ کمترین و شاخص‌های قدرت خرید نیازهای اولیه و برخورداری از امکانات شخصی با میانگین‌های ۳/۳۳ و ۳/۲۵ بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد شاخص‌هایی همچون قدرت خرید نیازهای اولیه و برخورداری از امکانات شخصی در این گروه از روستاها دارای وضعیت بهتری بوده در صورتی که معمولاً به دلیل دور بودن از نقاط فروش محصولات؛ سطح زیر کشت محصولات باغی، سرمایه‌گذاری در روستا، مکانیزه شدن فعالیت‌های کشاورزی و رضایت از کاهش هزینه رفت و آمد از وضعیت مطلوبی برخوردار نمی‌باشد. نتیجه این تغییرات در شکل(۳) که خروجی نرم افزار GIS می باشد سطح پایداری اقتصادی دو گروه روستاهای ذکر شده را در سه سطح نشان می‌دهد.

جدول (۵).میزان پایداری اقتصادی در روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده ای از نظر پاسخگویان

	روستاهای نزدیک به بازارهای جاده ای			روستاهای دور از بازارهای جاده ای		
شاخص‌های پایداری اقتصادی	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
رضایت از درآمد	۳/۸۲	۱/۱۳۵	۰/۲۹	۲/۹۱	۰/۸۷۰	۰/۲۹
پایداری شغل	۳/۰۹	۱/۲۳۳	۰/۱۲	۲/۷۹	۱/۱۷۹	۰/۴۲
رضایت از شغل	۳/۴۷	۱/۳۲۸	۰/۳۸	۲/۸۳	۱/۱۵۶	۰/۴۰
قدرت خرید نیازهای اولیه	۳/۷۲	۱/۱۲۷	۰/۳۰	۳/۳۳	۱/۰۹۱	۰/۳۲
قدرت خرید ماشین، زمین	۳/۰۷	۱/۱۳۳	۰/۳۶	۲/۷۴	۱/۱۲۹	۰/۴۱
رضایت از قیمت محصولات کشاورزی	۳/۴۴	۱/۲۳۱	۰/۳۵	۳/۱۷	۱/۱۲۹	۰/۳۵
مکانیزیه شدن فعالیت های کشاورزی	۳/۷۳	۱/۱۰۶	۰/۲۹	۳/۰۶	۱/۱۵۵	۰/۳۷
تنوع محصولات کشاورزی	۳/۶۵	۱/۰۸۴	۰/۲۹	۲/۸۴	۱/۱۸۳	۰/۴۱
میزان توانایی تغییر کاربری اراضی	۲/۹۶	۱/۱۸۰	۰/۳۹	۲/۶۵	۱/۱۴۵	۰/۴۳
افزایش سطح زیرکشت محصولات زراعی	۳/۷۲	۱/۰۷۲	۰/۲۸	۳/۱۷	۰/۹۹۶	۰/۳۱
افزایش سطح زیرکشت محصولات باغی	۳/۴۵	۱/۲۸۷	۰/۳۷	۲/۶۳	۱/۰۹۴	۰/۴۱
افزایش میزان تولیدات دامی	۳/۴۹	۱/۲۱۸	۰/۳۴	۲/۷۶	۱/۱۴۴	۰/۴۱
افزایش میزان تولید صنایع دستی	۲/۵۹	۱/۱۱۷	۰/۳۴	۲/۴۸	۱/۱۰۳	۰/۴۴
میزان سرمایه گذاری در روستا	۳/۶۸	۱/۲۲۰	۰/۳۳	۳/۲۲	۰/۹۹۸	۰/۳۰
میزان سرمایه گذاری خارج از روستا	۳/۴۴	۱/۳۴۰	۰/۳۸	۳/۱۱	۰/۹۳۸	۰/۳۰
رضایت از پس انداز	۳/۵۲	۱/۲۳۱	۰/۳۴	۲/۹۳	۱/۰۰۳	۰/۳۴
برخورداری از امکانات شخصی	۳/۵۳	۱/۰۷۶	۰/۳۰	۳/۲۵	۱/۰۹۷	۰/۳۳
رضایت از فروش محصولات	۳/۷۴	۱/۱۰۱	۰/۲۹	۲/۹۴	۱/۰۴۴	۰/۳۵
رضایت از حذف واسطه ها	۳/۷۶	۱/۰۱۶	۰/۲۷	۲/۸۴	۱/۲۹۷	۰/۴۵
رضایت از کاهش هزینه رفت و آمد	۳/۶۱	۱/۱۰۶	۰/۳۰	۲/۷۳	۱/۱۳۱	۰/۱۵
	۲/۹۱			۲/۹۱		

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]



شکل(۳). میانگین سطح پایداری اقتصادی در روستاهای مورد مطالعه

تعیین پایداری اجتماعی روستاها

همانگونه که جدول (۶) نشان می‌دهد در بررسی ۲۲ شاخص اجتماعی مورد نظر در روستاهای نزدیک بازارهای جاده‌ای و دارای بازار فروش شاخص‌های دسترسی به کتابخانه، دسترسی به اینترنت به ترتیب با میانگین‌های ۲/۴۷، ۲/۴۸ کمترین و شاخص‌های رضایت از زندگی و دسترسی به مراکز بهداشتی با میانگین‌های ۳/۳۲ و ۳/۲۸ بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. از این رو نتایج تحقیق نشان می‌دهد مسلماً ایجاد اشتغال، افزایش بهره‌وری و درآمد که از طریق ایجاد و گسترش بازارهای جاده‌ای صورت می‌گیرد. افزایش کیفیت زندگی و در نتیجه رضایت از زندگی روستاییان در بعد اجتماعی را در بر خواهد داشت.

در روستاهای دور از بازارهای جاده‌ای نیز شاخص‌های دسترسی به کتابخانه و دسترسی به اینترنت به ترتیب با میانگین‌های ۲/۴۰، ۲/۴۸ کمترین و شاخص‌های تعاملات اجتماعی و نبود تنش و درگیری با میانگین‌های ۳/۳۸ و ۳/۲۳ بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند؛ نتایج این تغییرات در شکل (۴) که خروجی نرم افزار GIS می‌باشد. سطح پایداری اجتماعی دو گروه روستاهای ذکر شده را در سه سطح نشان می‌دهد. با توجه به مسایل ایجاد شده در بازارهای فروش همچون چانه زدن برای قیمت محصولات بین خریدار و فروشنده، درگیری بین فروشندگان جهت انتخاب مکان فروش و ... می‌توان گفت تنش و درگیری در این گروه از

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

روستاها به دلیل دور بودن از مسیر بازارهای فروش و حضور کم رنگ‌تر آنان کمتر صورت می-گیرد.

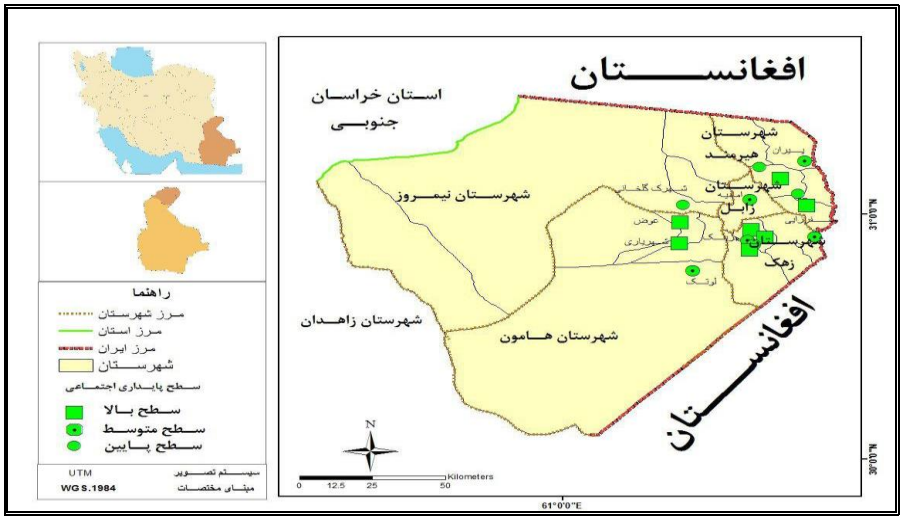
جدول(۶). میزان پایداری اجتماعی در روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده ای از نظر پاسخگویان

شاخص‌های اجتماعی	روستاهای نزدیک بازارهای جاده ای			روستاهای دور از بازارهای جاده ای		
	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
کاهش مهاجرت	۳/۱۲	۱/۰۷۲	۰/۳۴	۲/۸۶	۰/۹۰۹	۰/۳۱
مهاجرپذیرشدن	۲/۸۴	۱/۱۱۶	۰/۳۹	۲/۸۱	۱/۰۷۹	۰/۳۸
مشارکت اقتصادی	۲/۸۹	۱/۰۴۶	۰/۳۶	۳/۰۶	۱/۰۱۵	۰/۳۳
مشارکت اجتماعی (همکاری با شورا و دهیار)	۳/۱۳	۱/۰۳۶	۰/۳۳	۲/۹۸	۰/۹۷۶	۰/۳۲
تعاملات اجتماعی (دید و بازدید)	۳/۰۸	۱/۰۲۲	۰/۳۳	۳/۳۸	۰/۹۶۰	۰/۲۸
حس اعتماد	۳/۰۷	۱/۰۳۵	۰/۳۳	۳/۱۸	۰/۹۵۱	۰/۲۹
کاهش سرقت و دزدی	۳/۰۹	۰/۹۴۴	۰/۳۰	۳/۱۲	۱/۰۷	۰/۳۴
کاهش تنش و درگیری	۳/۰۷	۱/۰۵۲	۰/۳۴	۳/۲۳	۱/۰۲۵	۰/۳۱
میل به ماندگاری	۳/۰۷	۱/۰۵۵	۰/۳۴	۳/۰۹	۱/۰۸۰	۰/۳۴
مسافرت سالانه	۲/۷۳	۱/۰۲۶	۰/۳۷	۲/۸۷	۱/۲۰۵	۰/۴۱
فضاهای تفریحی روستا	۲/۶۱	۱/۰۷۷	۰/۱۵	۲/۶۹	۱/۱۷۸	۰/۴۳
امکانات ورزشی	۲/۶۰	۱/۱۱۰	۰/۴۲	۲/۵۵	۱/۰۲۴	۰/۴۰
حمل و نقل عمومی	۲/۷۶	۱/۰۵۹	۰/۳۸	۲/۶۷	۰/۹۳۸	۰/۳۵
زیرساخت های ارتباطی	۲/۸۸	۱/۰۴۸	۰/۳۶	۲/۶۸	۰/۹۴۸	۰/۳۵
میزان دسترسی به مراکز آموزشی	۳/۱۵	۱/۰۴۰	۰/۱۰	۳/۱۰	۰/۷۹۷	۰/۲۵
میزان دسترسی به مراکز بهداشتی	۳/۲۸	۱/۱۴۸	۰/۱۰	۳/۱۶	۱/۰۰۴	۰/۳۱
میزان دسترسی به کتابخانه	۲/۴۷	۱/۰۶۳	۰/۴۳	۲/۴۰	۱/۰۳۳	۰/۴۳
میزان دسترسی به اینترنت	۲/۴۸	۱/۱۱۵	۰/۴۴	۲/۴۸	۱/۰۱۴	۰/۴۰
میزان دسترسی به آب اشامیدنی سالم	۳/۱۵	۱/۱۶۰	۰/۳۶	۳/۰۹	۱/۰۱۳	۰/۳۲
میزان دسترسی به مراکز فروش محصولات	۳/۲۱	۱/۱۴۰	۰/۳۵	۲/۵۹	۱/۱۱۰	۰/۴۲
رضایت از مکان فروش محصولات	۲/۸۴	۱/۲۰۲	۰/۴۲	۲/۷۵	۱/۱۱۶	۰/۴۰
رضایت از زندگی	۳/۳۲	۰/۹۶۱	۰/۲۸	۳/۰۹	۱/۱۱۳	۰/۳۶
	۲/۹۴			۲/۹۰		

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]



شکل(۴). میانگین سطح پایداری اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه

تعیین درجه پایداری روستاهای مورد مطالعه

در این بخش بعد از ارائه پایداری اقتصادی و اجتماعی روستاهای مورد مطالعه، ترکیبی از دو بعد اقتصادی و اجتماعی در دو گروه از روستاهای (نزدیک و دور از بازارهای جاده ای) ارائه گردیده است. از این رو برای سطح‌بندی روستاهای شهرستان‌های منطقه از روش تاکسونومی عددی[1] (NumericalTaxonomy Method) استفاده شد که در رتبه‌بندی مناطق کاربرد بیشتری دارد (Eghbali, 2007: 126) و یکی از معتبرترین و بهترین روش‌های درجه‌بندی مناطق از لحاظ توسعه‌یافتگی و تعیین میزان کیفیت دسترسی مناطق به امکانات مختلف است که برای اولین بار توسط آدنسون در سال ۱۷۳۶ مطرح و در سال ۱۹۵۰ توسط گروهی از ریاضی‌دانان بسط داده شد (ابراهیم‌زاده و رئیس‌پور، ۱۳۹۰: ۵۵). تاکسونومی عددی نامی کلی بوده و به تمام روش‌هایی اطلاق می‌شود که موارد مشابه را از موارد غیر مشابه جدا کرده و به صورت گروه‌های جداگانه عرضه می‌کند (پورکاظمی، ۱۳۸۶: ۶۷).

در این قسمت به محاسبه و تحلیل ۴۲ شاخص اقتصادی و اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه پرداخته شده است. برای به دست آوردن میانگین با استفاده از رابطه(۱)، مجموع نمرات توسعه هر روستا تقسیم بر تعداد آن شده است.

رابطه (۱) $X = \frac{\sum x_i}{N}$ X=۳

[1] -Numerical Taxonomy Method

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

در مرحله دوم برای به دست آوردن انحراف معیار کلی مجموع انحراف معیار هر روستا را تقسیم بر تعداد آنها نموده و در نهایت برای سطح‌بندی هر روستا میانگین را یکبار از انحراف معیار کم و یکبار با آن جمع گردید.

d= ۳+۱× (۰/۲۴) = ۳/۲۴

d=۳-۱× (۰/۲۴) =۲/۷۶

بدین ترتیب روستاهای واقع شده بین عدد ۱ تا ۲/۷۶ در گروه پایداری ضعیف و در سطح یک قرار می‌گیرند، مناطق واقع شده بین ۳/۲۴- ۲/۷۶ در گروه پایداری متوسط و در سطح دوم و مناطق بالای ۳/۲۴ دارای پایداری قوی و در سطح سوم قرار گرفته‌اند.

همانطور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود در تقسیم‌بندی که با استفاده از روش تاکسونومی عددی استفاده شد. از ۳۴ روستای مورد مطالعه ۱۱ روستا در گروه پایداری ضعیف، ۱۰ روستا پایداری متوسط و ۱۳ روستا در گروه پایداری قوی قرار گرفتند.که از این تعداد ۱۱ روستای دور از بازارهای جاده ای در گروه پایداری ضعیف، ۵ روستای نزدیک و ۵ روستای دور از بازارهای جاده ای در گروه متوسط و ۱۳ روستای نزدیک بازارهای جاده ای در گروه پایداری قوی قرار دارند. در واقع؛ در شرایط موجود آبی با توجه به سطوح فعالیت‌های اقتصادی در راستای سطح زیرکشت، نگهداری دام و فعالیت‌های زراعی دامی و باغی اکثریت روستاهای نزدیک بازارهای جاده ای مورد مطالعه از وضعیت مطلوبی برخوردار می‌باشند.

جدول (۷). درجه پایداری روستاهای مورد مطالعه

سطوح	شهرستان	روستا	تعداد
پایداری ضعیف	هامون	عوض- شهریاری- تیمورآباد- رستم محمود	۴
	زهک	علی جعفر- قزاق- شریف قزاق	۳
	زابل	شیخا- حاجی عبدالله	۲
	هیرمند	پیران- کامخان	۲
پایداری متوسط	هیرمند	حسین میرزا- یارمحمد علم- صفرزایی- نورمحمدیوسف- شندول	۵
	هامون	ذوالفقاری- آخوندغلامی	۲
	زابل	برج افغان- قاسم آباد	۳
	نیمروز	علیم	۱
پایدار قوی	زابل	تپه دز- ارباب- امامیه	۳
	نیمروز	لورگ باغ- شهرک گلخانی- میل نادر	۳
	زهک	جزینک- چلستعلی- صفدر میربیک- مجتمع خالق داد- کفتارگی	۵
	هامون	لوتک- عباسیه	۲
جمع			۳۴

مأخذ:یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

در فرضیه اول تحقیق، به منظور بررسی ارتباط بین میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای، از آزمون من- ویتنی استفاده شد، این آزمون مشخص می‌کند آیا بین میانگین دو جامعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد (آسایش و مشیری، ۱۳۸۹: ۲۱۵). همان طور که در جدول (۸) مشاهده می‌شود، در سطح اطمینان ۹۹ درصد، تفاوت معنی‌داری بین میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای، وجود دارد. بنابراین فرض H_0، یعنی فرض برابری میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای ، رد شده و فرض مخالف (H_1)، یعنی تفاوت میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای تأیید گردیده است، لذا فرضیه اول تحقیق به اثبات می‌رسد.

جدول (۸). نتایج آزمون من - ویتنی برای میزان تفاوت معناداری پایداری اقتصادی

	میانگین پایداری اقتصادی
Mann – Whitney (U)	۴/۲۹۷
Wilcoxon w	۸/۰۳۸
Z	-۹/۱۳۴
Sig.(2-tailed)	۰/۰۰۰

مأخذ:یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

در فرضیه دوم تحقیق، به منظور بررسی ارتباط بین میزان پایداری اجتماعی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای، از آزمون من- ویتنی استفاده شد، همان طور که در جدول (۹) مشاهده می‌شود، مقدار مان ویتنی برابر با ۱/۱۳۰ و سطح معناداری برابر با ۲۷۵ /۰ می‌باشد و با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد (Sig>۰/۰۵)، در نتیجه فرضیه رد می‌شود یعنی بین

جدول (۹). نتایج آزمون من - ویتنی برای میزان تفاوت معناداری پایداری اجتماعی

	میانگین پایداری اجتماعی
Mann – Whitney (U)	۱/۱۳۰
Wilcoxon w	۱/۵۰۴
Z	-۱/۰۹۲
Sig.(2-tailed)	۰/۲۷۵

مأخذ:یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

میزان پایداری اجتماعی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای تفاوت معنی داری وجود ندارد. در واقع با توجه به اینکه روستاهای جامعه نمونه مورد بررسی شرایط اجتماعی و آدب و رسوم یکسانی داشته و فرهنگ پذیری نیز زیاد نیست میزان پایداری تفاوت معناداری را در روستاهای نمونه نشان نمی دهد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

با توجه به مباحث ارائه شده، وجود مازاد تولیدات کشاورزی در شکل‌گیری بازارهای فروش محصولات منطقه سیستان نقش مؤثری داشته است از این رو با راه‌اندازی این بازارها با رویکرد تقویت اقتصاد روستایی و ساماندهی مراکز مبادله، توزیع کالا و اشتغال بیکاران روستایی بخش عظیمی از مشکلات روستاییان از جمله: بیکاری، پایین بودن قیمت محصولات کشاورزی، وجود دلالان و واسطه‌ها، هزینه حمل و نقل و مسائلی همچون مهاجرت از روستا قابل حل خواهد بود. بر این اساس در پژوهش حاضر تحلیل رابطه بازارهای جاده‌ای با پایداری اقتصادی- اجتماعی روستاهای منطقه سیستان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد بین میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای تفاوت معنادار و میزان پایداری اجتماعی عدم تفاوت معنادار وجود دارد، از این رو در راستای پژوهش حاضر پیشنهادات ذیل مطرح می-گردد:

- جهت جلوگیری از اتلاف و فساد محصول نیاز به ایجاد نظام بازاریابی کارا بوده از این رو ایجاد جاده، انبارهای مناسب برای نگهداری محصول و وسایل حمل و نقل در روستاهای مورد مطالعه ضرورت دارد.
- واگذاری غرفه‌های میدان میوه و تره بار به تعاونی‌ها جهت حذف دلالان و واسطه‌ها.
- افزایش قدرت چانه‌زنی کشاورزان جهت تعیین قیمت و فروش با سود بیشتر و در نتیجه کاهش ناکارایی بازاریابی در روستاهای دارای شرایط فروش محصولات.
- خارج شدن بازار فروش از سنتی به پیشرفته از طریق خرید محصولات کشاورزان و انبار کردن آنها توسط تعاونی‌های روستایی جهت فروش در زمان مناسب با قیمت مطلوب.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی. رئیس‌پور، کوهزاد. (۱۳۹۰)، **بررسی روند تغییرات درجه‌ی توسعه یافتگی مناطق روستایی سیستان و بلوچستان با بهره‌گیری از تاکسونومی عددی طی دهه‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۷۵**، جغرافیا و توسعه، شماره ۲۴، صص ۷۶-۵۱.

۲. ابونوری، اسمعیل، مجاوریان، مجتبی، (۱۳۸۱)، **تحلیل قانون یک قیمتی در بازار مجصولات زراعی ایران**، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۵، صص ۱۲۶- ۸۵.

۳. احمدی، غلامرضا، شریفی، محمد علی، نوروزی، شعبانعلی، (۱۳۸۵)، **بررسی بازارهای محلی روستاهای استان مازندران از دیدگاه خریداران و فروشندگان**، وزارت جهاد کشاورزی، سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی، گزارش تحقیقاتی طرح نهایی، صص ۱۲۵- ۱۰۶.

۴. اشرفی، مرتضی، صدرالاشرفی، سیدمهدیار، علیرضا، کرباسی، (۱۳۸۴)، **بررسی حاشیه بازاریابی انگور و کشمش در ایران**، مجله پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۵، صص ۲۳۷- ۲۱۳.

۵. امیر انتخابی، شهرام، صفری بادیکلایی، ربابه، (۱۳۹۰)، **نقش بازارهای روستایی در توسعه روستایی (مطالعه موردی: بازارهای روستایی بخش گتاب شهرستان بابل)**، اولین همایش ملی جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی.

۶. آذری حمیدیان، مرتضی، (۱۳۸۳)، **بازارهای عمده‌فروشی محصولات کشاورزی در ایران**، مجله اقتصادی، شماره ۳۳ و ۳۴، صص ۱۱- ۶.

۷. آسایش، حسین و مشیری، سیدرحیم(۱۳۸۹)، **روش‌شناسی و تکنیک‌های تحقیق علمی در علوم انسانی با تأکید بر جغرافیا**، انتشارات قومس، چاپ چهارم، تهران.

۸. آمار، تیمور، نعیمی، سیدمجتبی، (۱۳۹۱)، **تحلیلی بر اثرات اجتماعی، اقتصادی بازار هفتگی، بر روستاهای بخش مرکزی شهرستان صومعه سرا**، همایش توسعه روستایی گیلان.

۹. بریس، نیکلا؛ کمپ، ریچارد و سنلگار، رزمری(۱۳۹۰)، **تحلیل داده‌های روانشناسی با برنامهٔSPSS**، ترجمهٔ خدیجه علی‌آبادی و سیدعلی صمدی، نشر دوران، چاپ پنجم، تهران.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

۱۰. بریس، نیکلا؛ کمپ، ریچارد و سنلگار، رزمری(۱۳۹۰)، **تحلیل داده‌های روانشناسی با برنامهٔSPSS**، ترجمهٔ خدیجه علی‌آبادی و سیدعلی صمدی، نشر دوران، چاپ پنجم، تهران.
۱۱. پور کاظمی، محمد حسین، (۱۳۸۶)، **رتبه‌بندی بانکهای تجاری کشور**، فصلنامه پژوهشها و سیاستهای اقتصادی، شماره ۳۹ و ۴۰، صص ۵۹.
۱۲. رضوانی، محمدرضا. (۱۳۸۳)، **مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران**، انتشارات قومس، صص۲۹۰.
۱۳. زاهدی، شمس الدین؛ و نجفی، غلامعلی؛ (۱۳۸۵)، **مسائل پایداری کشاورزی در ایران**، *مجله جامعه شناسی ایران*، شماره۲۰.
۱۴. سالمی، مریم، همزه ای، محمدرضا. میرک زاده ، علی اصغر؛ ۱۳۹۰. **سنجش پایداری اجتماعی زنان روستایی شهرستان سقز**، *مجله مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*، سال نهم، شماره ۲۷، تهران، صص ۷۹-۵۵.
۱۵. سکاران، اوما؛ (۱۳۸۱)، **روش‌های تحقیق در مدیریت**، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ دوم، انتشارات موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت وبرنامه‌ریزی، تهران.
۱۶. عباسیان، مجتبی، کریم کشته، محمدحسین، علیرضا، کرباسی، (۱۳۸۶)، **تحلیل اقتصادی حاشیه بازاریابی خرمای مضافتی (مطالعه موردی سیستان و بلوچستان)**، نشریه علوم کشاورزی و منابع طبیعی، دوره ۱۴، شماره ۱. صص۱۴-۱.
۱۷. عبدالهی عزت‌آبادی، محمد، بهاءالدین، نجفی، (۱۳۸۲)، **بررسی امکان استفاده از بازارهای آتی و اختیار معامله در کاهش نوسان‌های قیمتی محصولات کشاورزی در ایران (مطالعه موردی محصول پسته)**، اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۴۱ و ۴۲، صص ۲۶-۱.
۱۸. عزمی، آئیژ، مطیعی لنگرودی، حسن، قدیری‌معصوم، مجتبی، رضوانی، محمدرضا، (۱۳۹۰)، **نقش بازارهای دوره‌ای محلی در توسعه اقتصادیی – اجتماعی روستاهای استان گیلان**، چشم انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، سال ششم، شماره ۱۵، صص ۱۵۴- ۱۳۸.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

۱۹. علوی زاده، امیر محمد، (۱۳۸۶)، **الگوهای توسعه اقتصادی- اجتماعی با تأکید بر توسعه در ایران**، ماهنامه اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۴، صص ۲۰۱-۱۹۰.

۲۰. قدیری معصوم، محمد مهدی. ضیانوشین، محمد امین و خراسانی، (۱۳۸۹)، **پایداری اقتصادی و رابطه آن با ویژگی‌های مکانی-فضایی: مطالعه موردی روستاهای دهستان کوهین شهرستان کبودرآهنگ**، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره۲، صص ۲۹-۱.

۲۱. کیمیایی خلیل‌آباد، امیرجواد. (۱۳۷۸). **تخصیص بهینه آب کشاورزی رودخانه سیستان**، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زابل.

۲۲. محمودی، محمود؛ اکبری، مرتضی؛ شیرازیان، محمد؛ (۱۳۸۹)، **کاربرد منطق فازی در ارزیابی جامع پایداری اجتماعی سکونتگاه های روستایی (مطالعه موردی: بخش قوشخانه شهرستان شیروان)**، همایش ملی توسعه پایدار روستایی با تأکید بر بخش کشاورزی خراسان شمالی

۲۳. مطیعی لنگرودی، حسن. (۱۳۷۷). **جغرافیای اقتصادی ایران**، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، ، چاپ سوم. صص ۲۸۴.

۲۴. مطیعی لنگرودی، حسن؛ (۱۳۸۱)، ***جغرافیای اقتصادی ایران (کشاورزی)***، جهاد دانشگاهی مشهد، چاپ سوم، صص ۲۲۰.

۲۵. مطیعی لنگرودی، محمدحسن؛ (۱۳۸۲)، ***برنامه‌ریزی روستایی با تأکید بر ایران***، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، چاپ چهارم، مشهد. صص ۲۱۶.

26. Basu, Arnb k,(2011), **Impact of rural employment guarantee schemes on seasonal labor markets: optimum compensation and workers welfare**,the Journal of Economic Inequality, 1-34.

27. Eghbali, Ali reza, (2007). **The Ranking Irans Banks by taxonomy Numerical Analysis.** Joumal of International Research publication. Vol 2: 126-138.

28. Gane, m, (2007). **Foret strategic management and sustainable Development for the forestsector**.(.p 132).

29. Shafiei Sabet, Naser, Azharianfar, Shahryar, (2017),**Urban-rural reciprocal interaction potential to develop weekly markets and regional development in Iran Original**, Habitat International, Volume 61, March 2017, Pages 31-44.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]

30. Wang, xiaobing. Huang, Jikun, zahang, Linxiu, ROzelle, scott, (2012**). The rise of migration and the fall of self employment in rural chinas labor mark**, institute for Geographical sciences and Natural Resource Research. Chinese Academy of sciences, Volume 22, Issue 4, 573–584.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.10.0]