

بازارهای دوره‌ای و سیستم مکان مرکزی در گیلان

ترجمه: زهره فنی

بازارهای دوره‌ای - محلی:

وجود این بازارها در ایران به نفوذ تدریجی اسلام و اعراب برمی‌گردد. در اغلب موارد نه تنها بنیانهای اقتصادی و اجتماعی روستاییان را تنظیم می‌کنند بلکه در ایجاد کانونهای اولیه شهری نیز نقش مهمی دارند و این موضوع در دوره‌های تاریخی یکی از عوامل اصلی علت وجودی شهرها شناخته می‌شود. در اغلب جوامع روستایی، به ویژه استان گیلان در ایران بازارهای دوره‌ای - هفتگی و متناوب پیش از بازارهای دائمی و ثابت فعالیت دارند، فعالیت این بازارها محدود به روزهای معینی در هفته می‌باشد. ناحیه مورد مطالعه یعنی استان گیلان به علل خاصی با بازارهای دوره‌ای و هفتگی مشخص می‌شود:

الف) یکی از علل ایجاد و گسترش این نوع بازارها در این ناحیه از ایران نیازهای محلی و همچنین عامل اضافه تولید می‌باشد. نیازهای متنوع ساکنین ناحیه از یک طرف و مساعد بودن محل برای تولیدات انبوه از طرف دیگر موجبات گسترش این نوع بازارها را فراهم می‌آوردند که ممکن است این احتیاجات محلی در روزهای معینی از هفته عدت گیرد و رونق بیشتر این بازارها را در روزهای ویژه‌ای از هفته فراهم آورد.

ب) یکی از علل تناوب این بازارها این است که، ناحیه گیلان به واسطه موقعیت مساعد اقلیمی هم تولیدکننده و هم مرصه‌کننده مایحتاج و کالاهای متنوع می‌باشد بنابراین عاملان فروش علاوه بر این که احتیاجات محلی را تأمین می‌کنند به سایر نواحی نیز انتقال می‌یابند و در نتیجه در طول هفته بازارها به طور متناوب در سراسر ناحیه ظاهر می‌شود.

ج) برخی عوامل مذهبی و فرهنگی از قبیل برگزاری نماز جمعه با برپایی این گونه بازارها در روز جمعه سازگاری نداشت، البته در

این ناحیه فقط یک جمعه‌بازار وجود داشت که بعدها به پنجشنبه انتقال یافت لکن در برخی نقاط که دارای معابر و مراکز مقدسه و زیارتگاههای محلی می‌باشد و با در کنار راههای ارتباطی مهم قرار دارند جاذب مکانی جهت بازارهای هفتگی - دوره‌ای می‌باشد. وجود شبکه راههای ارتباطی مهم و پر تحرک یکی از عوامل مهم گسترش این قبیل بازارهاست و موجبات برپایی این بازارها را در محل تقاطع راهها فراهم می‌آوردند در نتیجه روستاییان به سهولت می‌توانند از محل مسکونی خویش به بازارها رفت و آمد کنند. برخی مواقع محدودیتهای اجتماعی و اداری، مکان این بازارها را به حواشی نواحی پر جمعیت شهری هدایت نموده و فعالیتهای خرید و فروش کالا را در محلهای جدید متمرکز می‌سازد.

د) رونق برخی از این بازارها در مقیاسهای محدود بستگی به میزان تحرک و جاهجایی فروشندگان کالاها و دستفروشان دوره‌گرد دارد حتی عامل فروش دوره‌گرد در بعضی از آنها موجبات تحرک و شلوغی بازار را فراهم می‌کنند. به طور کلی در ناحیه گیلان و مازندران غربی، بازارهای محلی و دوره‌ای نقشهای مشخصی را ایفا می‌کنند که این نقشها ناشی از ویژگیهای خاص این گونه بازارهاست: یکی از وظایف آنها تمرکز و توزیع کالاها و فروش فرآورده‌های محلی و ناحیه‌ای از قبیل مواد غذایی، صنایع دستی و غیره می‌باشد تنوع تولیدات روستایی و محلی ناحیه از یکسو و تقاضاهای نسبتاً بالای تولیدات به ویژه مواد غذایی از سوی دیگر موجب شده این بازارها هم نقش جمع‌آوری و تمرکز و هم توزیع و پخش کالا را ایفا کنند.

از دیگر نقشهای این بازارها معاوضه و مبادله تولیدات و اجناس مراکز مختلف شهری با اجناس و کالاهای محلی و روستایی می‌باشد. که این مورد بیشتر ناشی از تحرک و جا به جایی زیاد فروشندگان و

ماملان فروش کالا می باشد و بالاخره این که کالاهای وارداتی از سایر نواحی را که به این ناحیه وارد می شود توزیع و پخش می کنند حتی افکار و عقاید وارداتی نیز در بازارهای هنگی با افکار و عقاید محلی تماس حاصل می کنند و بسیاری از اخبار و اطلاعات فرهنگی و مذهبی مبادله می شود. از ویژگیهای خاص این بازارها: اقتصاد پیچیده و مرکب آنهاست. در این بازارها تقاضای سرانه با درآمد سرانه رابطه دارد به این معنا که به هر میزان که درآمد سرانه بالا رود میزان تقاضای عمومی افزایش یافته در نتیجه یک گروه خوردگی منظم و دائمی بین این دو عامل ایجاد می شود تعداد معدودی از بازارهای هنگی در گیلان به واسطه نوع مشخص کالاها فقط تا وسط روز (ظهر) ادامه می یابند مثلا " بازار سبزیجات و مواد غذایی فاسدشدنی .

در تحلیل و بررسی موضوعات این مقاله از اطلاعات و آمار سالهای ۱۹۱۵ و ۱۹۷۳ (۱۲۹۴ و ۱۳۵۲) استفاده شده است .

بازارهای مبادلات محلی و موقتی در سواحل دریای خزر - ایران :

در سالهای اخیر مطالعه بازارهای دوره‌ای در کشورهای درحال توسعه بسیار مورد توجه قرار گرفته است اما تاکنون مطالعات محدودی راجع به این بازارها در خاورمیانه انجام شده است . این مسامحه احتمالا ناشی از این حقیقت است که شرایط ضروری برای وجود این بازارها در مکانهای محدودی از خاورمیانه وجود دارد . در مکانهایی که بازارها پدیدار شدند اغلب تأسیسات مشخصی وجود نداشت بلکه عمدتا در فضای باز و با تعدادی ساختمان دائمی تشکیل شدند این مکانها در یک یا دو روز در هفته به صورت کانونهای فعالیت اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی نواحی اطراف درآمد دارند . این مقاله به بازارهای دوره‌ای جلگه گیلان در سواحل دریای خزر مربوط می باشد . این ناحیه زمینه‌ای برای آزمایش تجربی فرضیه‌ای است که به تحقیقات جاری پیرامون این بازارها مربوط می شود لکن هنوز در خاورمیانه آزمایش نشده است . البته در سالهای اخیر چند فرضیه جهت دستیابی به اصول کلی اداره بازارهای موقتی و محلی (دو خصوصیت که در همه سیستمهای بازاری مشترک است) ارائه شده است که در ضمن با اصول تئوری مکان مرکزی نیز تطبیق می کنند . اولین فرضیه‌ای که مورد بررسی قرار می گیرد اگرچه دارای مفاهیم فاصله می باشد ولی در واقع موقتی است . فرضیه این موضوع را بررسی می کند که آیا یک توزیع یکسانی در طول روزهای هفته وجود دارد؟ یا این که عمدتا روزهای بازار فرمی یا حداقل نیز مشخص می شود شواهد هر دو مورد را نشان می دهند یعنی تعداد بازارها و حجم فعالیتهای بازار که از طریق فروشندگان حاضر در بازارهای برپا در روزهای مختلف هفته ، اندازه گیری می شوند . قضیه دوم این است که وضعیت محلی و موقتی بازارهای دوره‌ای به شکل مکمل عمل می کنند بدین معنا که یک ارتباط

زمانی - مکانی یا همزمانی در توالی بازارهای هنگی وجود دارد ، ویژگی که در اکثر سیستمهای بازار دوره‌ای مشترک می باشد . روزهای بازار جوامع همسایه به نحوی است که به همه حتی آنان که در دورترین و بخت ترین مناطق روستایی زندگی می کنند این امکان را می دهد که حداقل از یک روز بازار دیدن کنند . این نظم مکانی و موقتی ، فروشندگان سیار را نیز در گشتهای هنگی شان یاری می دهد . فرضیات مربوط به مصرف کننده و فروشنده وسیله دیگری است برای ارزیابی این که رابطهای مستقیم بین دوره‌ای بودن و محلی بودن وجود دارد یا غیر . و بالاخره این فرضیه که بازارهای محلی محل رقابت هستند ، از طریق تحلیل سردیگترین همسایه آرموده می شود .

جلگه گیلان در گوشه جنوب غربی دریای خزر واقع شده ، مریخیترین قسمت سواحل دریا بیش از ۳۰ کیلومتر در این نقطه می باشد . گیلان سرزمین پست رسوبی است که توسط دلتای سفیدرود تشکیل یافته و کوههای البرز را به طرف جنوب قطع می کند . این ناحیه دارای رودخانه‌های کوچکتری است که به داخل مرداب انزلی می ریزند . همان گونه که در جدول شماره ۱ مشخص شده گیلان وسیعترین سیستم بازارهای دوره‌ای را در سواحل خزر دارا می باشد بازارها در تمام سواحل استان مجاور یعنی مازندران نیز وجود دارد خصوصا جایی که دشت دوباره در نزدیکی بابل ، ساری و قاشمشهر گسترده می شود و در حاشیه گرگان تا مرزهای شرقی استب مانند ، آب و خاک و منابع گیاهی در این منطقه ، نسبت به فلات خشک ایران به وفور وجود دارد .

بافت بازارهای دوره‌ای موقتی در گیلان :

وجود بازار هنگی اسلامی در گیلان سابقه تاریخی دارد که

جدول ۱ : تکرار برپایی بازار در روزهای متفاوت هفته ، جلگه

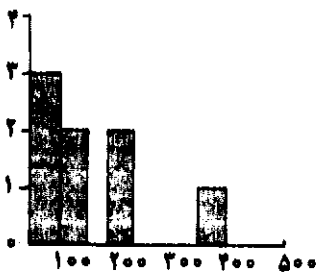
گیلان - ایران ۱۳۵۲ و ۱۲۹۴		
روز هفته	۱۲۹۴ درصد کل هنگی	۱۳۵۲ درصد کل هنگی
یکشنبه	۹	۱۶/۷
دوشنبه	۵	۹/۲
سه‌شنبه	۸	۱۴/۸
چهارشنبه	۸	۱۴/۸
پنجشنبه	۹	۱۶/۷
جمعه	۷	۱۳/۰
شنبه	۸	۱۴/۸
تعداد کل روز بازار	۵۴	۱۰۰/۰
میانگین تعداد روز بازار	۷/۷۰	۶/۱۰
میانگین تعداد برپایی بازار	۱/۱۷	۱/۱۶
تعداد بازار	۴/۶	۲۶

منبع جدول : زمینه برآورد شخصی ۱۳۵۲

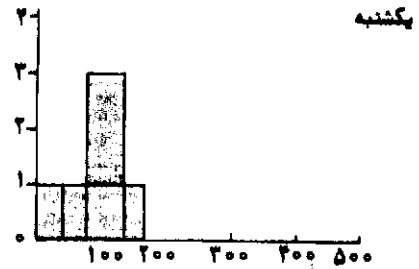
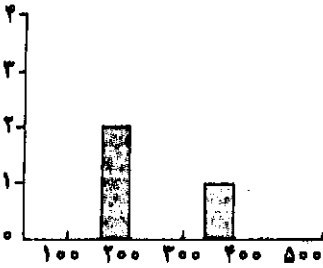
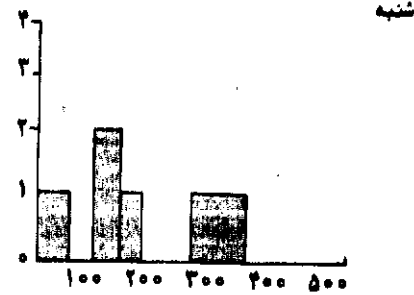
پس از ورود تدریجی اعراب وارد منطقه شد. البته فعالیت این بازارها تحت تأثیر ریتم روزانه قرار دارد همچنین تفاوتی در حجم فعالیت بین روزهای مختلف هفته وجود دارد. اکثر بازارهای گیلان تمام طول روز فعال هستند گرچه معاملات مربوط به دامهای روستایی و تولید محلی روستا (برنج، میوه، سبزیجات و تخم مرغ) خصوصاً در ماههای تابستان تا وسط روز ادامه می‌یابد. فروشندگان سیار تا دیرگاه بعد از ظهر با نزدیک غروب که اغلب شلوغترین زمان آنها در طی روز می‌باشد در بازار باقی می‌مانند. نوسانات برپایی هفتگی بازار دوره‌ای بیشتر جریان کار این بازارها را شامل می‌شود. برخی از فرضیه‌های کاربردی از جلگه گیلان برای سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲ آزمایش شده است. کاربرد اطلاعات برای دوره‌های متفاوت زمانی تغییراتی را راجع به آنچه ذاتاً یک سیستم دینامیک است اجاره می‌دهد. اگرچه اغلب علت تجدید عمرانه‌های تاریخی این گونه است. غالباً وجود اطلاعات زمان دوره را نیز مشخص می‌کند. فرضیه بازارهای دوره‌ای گیلان در مجموعه مفصلی از اطلاعات راجع به استان وجود دارد که توسط معاون کنسول بریتانیا در شرف جنگ جهانی اول گردآوری شده‌اند. اطلاعات به دست آمده از این منبع تناوب برپایی بازارها را در روزهای متفاوت هفته در جدول شماره ۱ نشان می‌دهد. در اولین موضوعی که مورد مطالعه قرار گرفته روز ویژه هفته مهمترین روز بازار است. این فرضیه توسط هیل واسمیت در چهار امارت هائوسا در قسمت شمالی نیجریه آزمایش شده است. آنها این فرض را که در یک ناحیه مسلمان نشین ضرورتاً جمعه باید به عنوان عمومی ترین روز برای تشکیل بازار ظاهر شود تعمیم دادند. به این ترتیب مشتریان قادر خواهند بود که در ضمن فراهم آوردن بازار خرید و فروش از مسجد جامع دیدن کنند در سرزمین هائوسا ترکیب مشترکی از بزرگترین بازارهای جمعه ظاهر می‌شود. زمانی که برای یک ناحیه، تعدادی فرهنگهای مجاور در مکانهای متفاوت به عنوان معیاری جهت فعالیت بازار استفاده شد. روز جمعه دوباره به عنوان روز کم اهمیت بازار ثابت گردید. در دو زمان ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲ در گیلان جمعه میانگین پایینی از تشکیل بازار را دارد به ویژه در سال ۱۳۵۲ جایی که فقط ۳٪ بازار در جمعه برپا می‌شود. بخشی از روزهای جمعه و دوشنبه از تمام هفته معدل بالایی از تعداد بازار دارند. یکشنبه و پنجشنبه هریک با بازار بالاترین عنوان را دارند. سه‌شنبه، چهارشنبه و شنبه هر کدام ۸ بازار دارند. در سال ۱۳۵۲ با یک توزیع موقتی که ظاهر نمی‌شود، تعداد کل روزهای بازار از ۵۴ به ۴۳ برپایی کاهش می‌یابد. جمعه و سه‌شنبه هر دو حد وسط پایینی از تعداد بازارها را دارند. شنبه و یکشنبه تعداد مساوی بازار را شامل می‌شوند. هر چند دوشنبه با ۹ برپایی به عنوان روز مهم ظاهر می‌شود ولی با پنجشنبه (۸ بازار) و چهارشنبه (۷ بازار) زیاد اختلاف ندارد. بر اساس این یافته‌ها، فرضیه‌ای که تعداد قابل توجهی بازار در روز جمعه در این ناحیه فرهنگ اسلامی برپا می‌شود، باید رد کرد. در طول زمینهای ساحل غربی دریای

هر فقط یک جمعه بازار برقرار می‌شود این موضوع در ناحیه‌ای به وسعت بیش از ۱۵۰ کیلومتر و مملکدهای آن در طول تابستان به دست آمده است. برخی نوسانات برجسته به طور متناوب در طول ۶۰ سال رخ داده که مهمترین آن تغییرات کاهش تعداد بازارهای سه‌شنبه (از ۸ به ۴) و جمعه بازارها (از ۷ به ۳) بود لکن دوشنبه بازار از ۵ به ۹ افزایش یافته و دوشنبه را روز مهم بازار کرده است. سایر روزها تغییر محسوسی نداشته‌اند. اطلاعات آتی بیشتر فرضیه روز عمده بازار را تأیید می‌کند. در کاربرد این اطلاعات به عنوان معیار بازار، روز دوشنبه دوباره به عنوان مهمترین روز با (۹٪ فروشنده) ظاهر می‌شود که بعد از آن به ترتیب شنبه، پنجشنبه، سه‌شنبه و چهارشنبه قرار دارند. یکشنبه و جمعه هر دو حداقل تعداد فروشندگان را جذب می‌کند. بخشی از این ممکن است به واسطه تشدید اهمیت مراکز خدماتی دائمی در گیلان، به ویژه اهمیت ناحیه‌های دشت که عمدتاً وابسته به تولید برخی بازارهای هفتگی سنتی است، باشد. نمودار ۲ اطلاعات مربوط به کل فروشندگان حاضر در هر بازار را نشان می‌دهد که در طبقاتی بر طبق تعداد فروشندگان حاضر در هریک از بازارهای شخصی جدا می‌شوند. این نمودار روزهای سه‌شنبه و جمعه را با میانگین پایینی از تلاقی بازارها نشان می‌دهد. گرایش به طرف میانگین بالایی از اندازه واقعی بازارها (توسط تعداد فروشندگان) وجود دارد. همچنین شنبه میانگین بالایی از بازارهای عمده را دارد. بازارهای کوچکتر با کمتر از ۱۰۰ فروشنده به طور وسیعی در روز دوشنبه برپا می‌شوند. اخیراً تعدادی بازار کوچک برپا شده است و اکثراً به روشی بی‌اساس توسط چند تن از فروشندگان سیار که فروشهای سودآوری را برای کالاهایشان در شلوغترین روز بازار دنبال می‌کنند. درست همان طوری که توزیع موقتی فعالیت بازار در طول هفته پدید می‌آید، برخی نوسانات فعالیت بازار در یک معنای سلسله مراتبی وجود دارد. زمانی که اطلاعات راجع به فعالیت بازار برای تمام هفته جمع‌آوری می‌شود گرایش برای گروه‌بندی فروشندگان حاضر در اندازه معینی از طبقه دیده می‌شود (نمودار ۲). یک گرایش سلسله مراتبی برای منطق مسئله اصلی تئوری مکان مرکزی مطرح می‌شود. به علاوه طرحهای وسیع موقتی ممکن است در این مضمون سلسله مراتبی مشخص شوند. عموماً در یک روز تعداد کمی بازار در گیلان برپا می‌شود. آنها غالباً میانگین بالایی از حجم فعالیت را دارا هستند. در روزهای متمرکز برپایی بازار، نظیر یک روز بازار عمده، میانگین بالایی از تلاقی بازارها، کوچک با میانگین کمی از تعداد فروشندگان ممکن است پدید آید. جهت تلاقی کم بازار جمعه در گیلان و کاهش تعداد آنها توضیحاتی داده می‌شود:

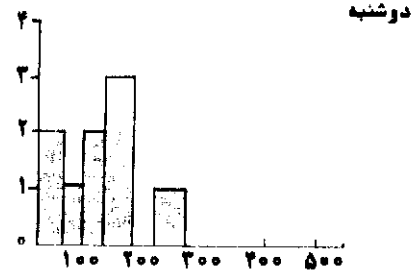
عدم وجود جمعه‌بازار در مراکز شهری در زمانی است که این بازارها معمولاً در روستاهایی که به مسجد جامع نزدیک نیستند برقرار می‌شود. در مراکز بازار شهری، جمعه بازار بیشتر به واسطه تجارتهای مهم برپا می‌شود، بالاخص آن تجارتهایی که در آن اصناف



پنجشنبه
 ● (محور افقی: تعداد فروشندگان به ۱۰۰ نفر)
 ● (محور عمودی: تعداد روزهای بازار)

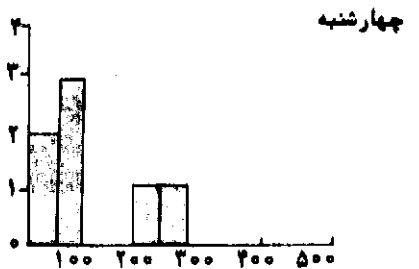
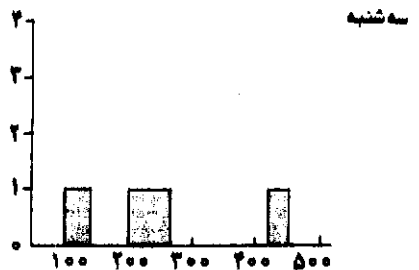
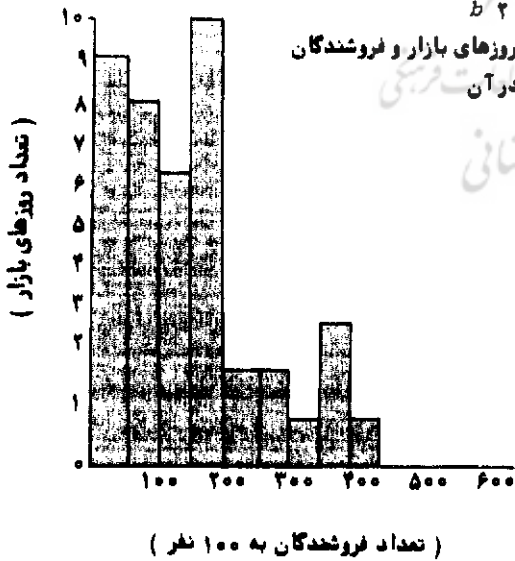


تدبیری (چون طلافروشان، مسگرها و پارچه‌فروشان) هنوز از اهمیت برخوردارند. فروشندگانی که مایل به تجارت و معامله در روز جمعه هستند باید به بازارهای روستایی، جایی که محدودیتی بر کارشان وجود ندارد مراجعت کنند. برخی مواقع آنها جهت انتخاب روز بازار قدرت نفوذ دارند. یک مثال، نفوذ آنها در بازار آستانه است که دارای یک جمعه‌بازار در برخی سالها تا سال ۱۹۴۲ بود. زمانی که روحانیت و رهبران



نمودار ۲ ب

تعداد روزهای بازار و فروشندگان



جدول ۲: برپایی بازار و تعداد فروشندگان حاضر در آن -

جلگه گیلان ۱۳۵۲

روز بازار	تعداد برپایی بازار	تعداد کل	درصد میانگین تعداد فروشندگان
یکشنبه	۶	۶۸۱	۱۰
دوشنبه	۹	۱۲۱۰	۱۹
سه‌شنبه	۲	۹۶۶	۱۵
چهارشنبه	۷	۷۵۵	۱۲
پنجشنبه	۸	۹۹۶	۱۶
جمعه	۳	۶۹۵	۱۱
شنبه	۶	۱۰۸۲	۱۷
کل	۲۲	۶۳۸۶	۱۰۰

+ میانگین تعداد فروشندگان هر بازار: در اینجا به طور نمونه میانگین ۱۷۷ فروشنده در یک هفته بوده است.

منبع: زمینه شمارش، مهرماه ۱۳۵۲

تطابق زمانی - مکانی بازارهای دورهای:

تاکنون لفظ به روزهای بازار محلی در گیلان توجه کردیم اما سازماندهی بازارها در فهرست هفتگی همچنین مستلزم بعد ویژه‌ای است. رقابت بین بازارهای دورهای هم مکانی و هم زمانی است. یک ارتباط زمانی - مکانی نسبتاً مناسبی در برپایی بازارها وجود خواهد داشت به شرطی که بازار در جذب نیاز ضروری جامعه موفق باشد. تحقیقات معاون کنسول بریتانیا در گیلان در اوایل سال ۱۹۵۰ اشاره‌ای بر عملکرد این اصل دارد. او به بازارهایی که گوراب نامیده شده جایی که بازارها، دورهای شکل می‌گیرند رجوع می‌کند. آنها فقط در گیلان و غرب مازندران شناخته شده‌اند در نتیجه باید از یکدیگر چهارمایل فاصله داشته باشند. در مورد دیگری او به بازارهای هفتگی اشاره می‌کند که سابقاً در شنبه و سه‌شنبه برپا می‌شده لکن روزهایش به دلیل رقابت با سه‌شنبه و پنجشنبه بازار آستانه که نه کیلومتر دور بود به یکشنبه و چهارشنبه تغییر یافت. این نظریه مبتنی بر مفاهیم مکان مرکزی تجارت و حداکثر حیطه یک کالا می‌باشد در یک سیستم اقتصادی که از خصایص آن سطوح کم تقاضا و فقدان تخصص می‌باشد، شرکتها جهت ادامه تجارت باید غالباً متحرک و پویا باشند. به واسطه تمرکز تقاضا در مکانهای معین و در روزهای مخصوص هفته و طبقه‌بندی بازارهای برگزیده در یک فهرست هماهنگ شده، شرکتهای تجاری می‌توانند تأمین‌کننده فروش کافی و مناسب در چند بازار دورهای جهت بقا خویش باشند در همان حال مصرف‌کننده از بعد مسافتی که برای تهیه کالا و خدمات مورد نیاز خویش باید بپیماید می‌کاهد. از نظر استین* مصرف‌کننده با نظم دادن به زمان خود می‌تواند از نظم مکانی آزاد شود، هر چند فروشنده اختیارات دیگری جهت جلوگیری از دورهای شدن بازار دارد، او

برجسته محلی متوجه تصادم و برخورد بین نماز جمعه و شلوفی زیاد روز بازار شدند تصمیم به تغییر آن به روز پنجشنبه با اعمال مذهبی کمتر، گرفتند. پدیده اخیر جمعه را برای تعداد زیادی فروشنده روز استراحت ساخت است. در این مورد دلایل اقتصادی به نسبت دلایل مذهبی وجود دارد و آن تراکم زیاد جمعیت و قدرت خرید گیلان در مقایسه با سایر نواحی روستایی ایران می‌باشد.

تعیین اهمیت دوشنبه به عنوان روز عمده بازار در سال ۱۹۷۳ هم از لحاظ کمی و هم حجم فعالیت مشکل است. دوشنبه بازار تقریباً وسط هفته اسلامی قرار داشته و در این معنا از دور و زشوع بازار یعنی پنجشنبه و شنبه متفاوت می‌گردد و با افزایش جمعیت تا سال ۱۹۱۵ وقتی بازار کوچکی بود نیز مورد توجه زیاد قرار داشت. حالاً سه بازار دو هفتگی در روز دوشنبه برپا می‌شود. روزهای شنبه و پنجشنبه هم از لحاظ تعداد بازار و هم تعداد فروشندگان حاضر در آن نسبتاً شلوغ هستند. پنجشنبه در ایران به عنوان یک روز مناسب جهت زیارت اماکن مقدسه مورد توجه قرار گرفته و حداقل پنجشنبه بازار (آستانه، سید شرفشاه) در منطقه مجاور اماکن مقدس برپا می‌شود. فرضیه قابل توجه دیگر روز بازار کم اهمیت است، این طرح در جایی صدق می‌کند که بازار بیش از یک مرتبه هر هفته در محل معینی برپا می‌شود در این صورت امکان تشخیص یک بازار عمده از یک بازار کوچک وجود دارد. شواهد در گیلان معدود هستند گرچه در حال حاضر ۲ بازار هفته دوبار وجود دارد. این حالت ویژه در دوشنبه و پنجشنبه بازار جایی که همواره دوشنبه بازار کم اهمیت است دیده می‌شود. در سایر ترکیب روزها یکشنبه، چهارشنبه و سه‌شنبه و شنبه تمایلی جهت به حداقل رساندن تلاقی محل برپایی بازارها وجود دارد. آزمایش این نظری که حداقل یکروز با کمترین حجم فعالیت

* سامی محققین در این زمینه.

می تواند در بازار نیمه وقت مشغول فعالیت شود تا از این طریق زمان صرف شده در تولید کالاها را به فروش رفته جبران شود.

مقالاتی از فاجر لاند و اسمیت^۳ این فرض را که یک ارتباط معکوس مکانی - زمانی وجود دارد مورد مطالعه و تحلیل قرار می دهند، اشاره به این است که متوسط فاصله بین بازارهایی که در یک هفته برپا می شوند از بازارهایی که توسط یک یا چند روز جدا شده اند بیشتر است. این تئوری اختصاص به بررسی و محاسبه فاصله هر بازار در یک مجموعه بازار دوره ای تا نزدیکترین بازار مجاور داشت که در همان روز، قبل و بعد روزهای مجاور و در یک روز کامل قبل یا بعد و دو روز کامل قبل یا بعد برپا می شود، سپس میانگین فاصله هر مجموعه اندازه گیری شده جهت ارائه ارزشهای فاصله مکانی در این تأخرهای زمانی متفاوت محاسبه می شود. اطلاعات به دست آمده در فرضیه یک تطابق زمانی مناسب را در سیستم ویژه بازارهای گیلان تأیید می کند.

به طور کلی بازارها در جلگه گیلان در سال ۱۲۹۴ مکان بسته و محدودتری نسبت به سال ۱۳۵۲ داشتند که این احتمالاً بازتاب نتیجه محدودیت وسایل حمل و نقل در دوره قبل، همچنین رشد روزافزون مراکز خدمات رسانی دائمی در حال حاضر، به ویژه نفوذی که رشت به عنوان بزرگترین شهر منطقه داشته است می باشد. در جدول ۴، اطلاعات راجع به میانگین فاصله مکانی روز بازار یکسان برای تمام هفته و برای روزهای ویژه نشان داده شده است اگر چه میانگین فواصل بازارها مموماً در ۶ سال اخیر افزایش یافته لکن تغییرات بسیار برجسته ای در توزیع بازار، روزهای متفاوت هفته را شامل می شود. برجسته ترین نوسانات در سه شنبه است جایی که ارزشهای فاصله دو برابر شده و تعداد برپایی ها به نصف رسیده است ارتباط مستقیمی بین تغییرات تلاقی بازارهای موقتی و فاصله مکانی آنها وجود ندارد. بین سالهای ۱۲۹۴ و ۱۳۵۲ تعداد برپایی های جمعه بازار از ۷ به ۳ کاهش یافته اما توزیع ویژه آنها به ندرت تغییر می کند. اکنون فواصل پراکندگی بازارهای سه شنبه دو برابر شده گرچه تعداد آنها به واسطه کاهش انتخاب برخی بازارها و تأسیس آنها در محلهای جدید، کمتر تغییر می یابد. با افزایش برپایی های جدید جدا از کاهش دوشنبه بازار، نوسانات فاصله مکانی بازارها کم اهمیت بوده است. درجه تحرک فروشندگان به طور وسیعی در نوسان است برخی کشاورزان نیمه وقت یا صنعتگران هستند که در هفته به یک یا دو بازار می روند و بعد از هر روز بازار به روستاهای خود مراجعت می کنند سایرین فروشندگان سیاری هستند که بازارها را در یک برنامه ویژه و منظم جهت به حداقل رساندن (کاهش) هزینه جابه جایی، ملاقات می کنند لکن تلاش زیادی برای حضور فعال مصرف کننده دارند. مصرف کنندگان معمولاً روستاییانی هستند که از بازارها عمدتاً جهت تأمین معاش مورد نیازشان دیدن می کنند و ممکن است آنها نیز به امر خرید و فروش مشغول شوند.

۳. سامی محققین در این زمینه.

ارزشهای فاصله مکانی باید برای هر فرضیه محاسبه شود از نقطه نظر خریدار به دست آمدن میانگین فاصله بین بازارهای دوره ای که در همسایگی قرار دارند در زمانهای متفاوت موجب نزدیکتر شدن زمان برپایی آنها می شود. برای مثال: همان روز، قبل و بعد روز آینده و غیره (همان گونه که در جدول ۳ مشخص شده) با توجه به اصول فروشنده فقط فاصله تا نزدیکترین بازار بعدی گزارش شده با این فرض که یک فروشنده، برای کاهش فاصله، منتظر بازار فروش بعدی طبق برنامه است. جهت اثبات فرضیه، اطلاعاتی از جلگه گیلان در جدول ۵ بیان شده است. در سالهای ۱۲۹۴ و ۱۳۵۲ ارزش مکانی بازارها برای فروشندگان بیش از خریداران خصوصاً برای دوره بعدی بود، نکته ای که از تمام این موارد به دست می آید تأیید فرضیه خریدار است برپایی بازارها بیش از جابه جایی فروشندگان جهت رفع نیاز مصرف کنندگان می باشد. مبعداً نباید فروشندگان ثابت را از نظر دورداشت و حضور مصرف کننده به عنوان عامل کنترل حرکات فروشنده باید مورد توجه قرار گیرد. در سال ۱۲۹۴ مموماً جایی که فروشندگان بعد از اتمام کار فروش به خانه مراجعت می کنند جابه جایی فروشنده امری هادی است امروزه کاربرد وسایل نقلیه پیشرفت مراجعت فروشنده را به خانه تسهیل می کند. رابینو موردی از دورمگردان سیار را ارائه می دهد که تا این اواخر به وسیله قایق یا کرجی از بندر انزلی برای بازارهای سه شنبه، چهارشنبه و پنجشنبه دالاب تالش مسافرت می کردند - مراجعت به انزلی به منظور برپایی شنبه بازار در کبورچال - امروزه بازارهای تالش توسط یک جاده آسفالت به هم مربوطند.

جدول ۳: بازارهای دورانی و فاصله مکانی در جلگه گیلان

روزهای موقتی - فاصلاتی	۱۲۹۴	۱۳۵۲ +
همان روز	۱۷/۶	۲۱/۸
قبل یا بعد روز مجاور	۹/۸	۱۱/۲
قبل یا بعد یک روز کامل	۱۰/۶	۱۲/۲
قبل یا بعد دو روز کامل	۷/۲	۷/۲
نزدیکترین بازار (بی توجه به تلاقی روز)	۶/۲	۶/۷

+ اندازه گیریها مبتنی بر خط مستقیم فواصل بین بازارها می باشد.
منبع جدول: رابینو (۱۲۹۴) و زمینه بررسی (۱۳۵۲)

جدول ۴: میانگین فاصله مکانی بین نزدیکترین روزهای بازار یکسان، جلگه گیلان - ایران

روز هفته	۱۲۹۴	۱۳۵۲
یکشنبه	۱۹/۰	۱۷/۹
دوشنبه	۳۱/۵	۲۰/۰
سه شنبه	۱۸/۷	۲۳/۶
چهارشنبه	۱۵/۸	۱۵/۷
پنجشنبه	۸/۵	۲۰/۱
جمعه	۱۲/۷	۱۴/۵
شنبه	۱۶/۳	۲۰/۵
(میانگین فاصله مکانی روزهای بازار یکسان)	۱۷/۶	۲۱/۸

منبع جدول: حوزه نشر مرداری ۵۲ - ۱۳۵۱ و رابینو (۱۲۹۴)

جدول ۵: بازارهای دورهای و فاصله مکانی، جلگه گیلان ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲

فاصله مکانی روزهای بازار	۱۳۹۴		۱۳۵۲	
	فروشنده	خریدار	فروشنده	خریدار
همان روز	۱۷/۶	۱۷/۶	۲۱/۸	۲۱/۸
روز قبل مجاور	۲۱/۶		۱۷/۵	
روز قبل یا بعد مجاور		۹/۸		۱۱/۲
روز قبل مجاور به اضافه ۱	۱۲/۲		۱۶/۶	
قبل یا بعد مجاور به اضافه ۱		۱۰/۶		
روز قبل مجاور به اضافه ۲	۱۱/۷		۱۲/۲	
روزهای قبل یا بعد مجاور به اضافه ۲		۷/۲		۷/۲
قبل مجاور به اضافه ۳	۱۱/۲		۱۲/۶	
قبل مجاور به اضافه ۴	۱۲/۰		۱۸/۲	
قبل مجاور به اضافه ۵	۱۲/۸		۱۶/۲	

منبع جدول: محاسبات از روی نقشه انجام گرفته است.

رقابت ویژه و بافت مکانی بازارهای دورهای:

توزیع جغرافیایی بازارهای دورهای گیلان در نقشه مشخص شده است. توزیع مکانی بازار در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۵۲ یک حالت طولی زیادتری دارد و در ابتدا دوره با طرح زیگزاگی راههای حمل و نقل در مراکز ساحلی به هم مرتبط هستند، اما رشت به ویژه به لحاظ حجم عمده تولید برنج، ابریشم و چوب آنها را به روسیه صادر می‌کرد. در سال ۱۳۵۲ بازار هفتگی تا شعاع ۱۲ الی ۱۵ کیلومتری رشت وجود نداشت، کماکان در نواحی دیگر رشت بیشتر فاصله بی‌قاعده‌ای را نشان می‌دهد. از محاسبات میانگین فاصله در گیلان سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲ چنین برمی‌آید که تعداد ۴۶ بازار در مرحله اول آمارگیری و ۳۶ بازار در دومین مرحله در ناحیه‌ای با مساحت ۴۰۲۷۰ کیلومترمربع برپا می‌شود. جداول ۶a و 6b ارزش نزدیکترین بازار مجاور در سیستم بازار گیلان در سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲ را نشان می‌دهد از محاسبه فواصل بازارها چنین برمی‌آید که ۶ بازار بی‌توجه به روز برپایی به هم نزدیک هستند. در هر دو سال برای ۶ مکان نزدیک، ارزش Rn یک توزیع یکنواختی را نشان می‌دهد. در زمینه‌نشوری مکان مرکزی این امر موجبات رقابت ویژه‌ای بین نیروهای حاضر فراهم می‌آورد. ارزشهای Rn عموماً در توزیع جغرافیایی سال ۱۳۵۲ نسبت به ۱۳۹۴ بیشتر است. این افزایش را می‌توان ناشی از پیشرفت حمل و نقل و ازدیاد تراکم جمعیت که اثرات رقابت ویژه را تشدید کرد، دانست. در سال ۱۳۵۲ فلیرفرم بی‌ثباتی یک خمیر عمومی در این ارزشها وجود دارد در چند مورد تکنیک نزدیکترین بازار مجاور در تحلیل بافت بازار به کار رفته که معمولاً فقط اولین بازار مجاور انتخاب شده است. این انتخاب اختیاری و برای صرفه‌جویی در زمان است. انتخاب بازار مجاور دوم و سوم با بیشتر نیز عملی است. برخی از بازارهای محلی در سال ۱۳۹۴، در تفسیر ارزشهای Rn از یک توزیع اتفاقی برخوردارند و زمانی که عدد Z آنها محاسبه شود نظم خاصی را نشان می‌دهد. هر

روزه در تجربه و تحلیل فاصله بازار متد نزدیکترین مکان مجاور کاربرد پیدا می‌کند. روز بازارهای یکسان بیشترین میانگین فاصله‌ای را داشته و فرآیندهای شدید رقابتی را طرح می‌کنند. نتایج جداول ۷a و 7b این نکته را روشن می‌سازند. در سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲ در اولین مکان مجاور توزیع یکنواخت بازار در چهارروز هفته وجود دارد هرچند این تعداد، زمانی که دومین مکان مجاور مطالعه می‌شود به ترتیب به ۵ و ۶ روز افزایش می‌یابد. جمعه تنها روز هفته که با تمام بازارهای مجاور در هر دوره تطابق ندارد. در این مورد توزیع غیر یکنواختی در سال ۱۳۹۴ دیده می‌شود اما در سال ۱۳۵۲ زمانی که فقط سه جمعه‌بازار باقی است به یکنواختی می‌گرایید. پنجشنبه در سال ۱۳۹۴ تنها روزی است که توزیع بی‌نظمی را نشان می‌دهد. به این ترتیب زمانی که اولین مکان نزدیک مطالعه و بیش ۲ الی ۳ روز در دومین و سومین مکان مجاور انتخاب شد، یک نظم دائمی مکانی بازار در سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۵۲ در اکثر روزهای هفته وجود دارد. این موضوع، فرضیه‌ای که اثرات رقابت مکانی را بیش از تفاوت‌های فضایی در بافت توزیع بازارها در گیلان مورد توجه قرار داده، تأیید می‌کند.

خاتمه:

بازارهای دورهای طرح عمومی مبادلات اقتصاد روستایی در کشورهای کم توسعه می‌باشد. خاورمیانه به واسطه سیستم‌های مبادله ناحیه‌ای بازارهای دورهای از دیگر نواحی مشخص شده است. هدف این مقاله معرفی ناحیه‌ای از بافت‌های متحول بازار در جلگه گیلان در سرزمین پست سواحل خزر در ایران، به منظور آزمایش و بررسی فرضیه‌های مربوط به رابطه زمانی مکانی بازارهای هفتگی بوده است. اولین فرضیه مطالعه شده تفاوت‌های موقتی برپایی بازارهای دورهای را که تحت عناوین حداکثر و حداقل و روزهای عمده و خرده بازار گروه‌بندی می‌شوند مورد توجه قرار می‌دهد. همچنین اطلاعات گردآوری شده نشان می‌دهد بازارهای دورهای محل رقابت هستند و عموماً فضای سیستم بازار به دلیل اهمیت روزهای بازار یکسان دارای انتظام خاصی است. این گرایش جوانب فاصله‌ای نشوری مکان مرکزی و وجود فرآیندهای رقابت را تأیید می‌کند.

علاوه بر آن گرایش سلسله مراتبی در گروه بندی فروشندگان حاضر در بازارهای متفاوت را مشخص می‌سازد. مطالعه مکانیسم‌های مکانی بازار به عنوان یک شاخص حساس مدرن راسیون توصیف شده است. بنابراین تحلیل روابط زمانی - مکانی بازارها در زمانها و مکانهای متفاوت می‌تواند به آزمون توسعه نقش یک سیستم بازار کمک نماید. محیط و فرهنگهای گوناگون خاورمیانه چشم‌انداز قابل توجهی برای مطالعات بیشتر در این زمینه است.

در پایان لازم می‌دانم از زحمات و تلاشهای دلسوزانه استاد گرامی دکتر رهنمایی که در ترجمه این مقاله بنده را یاری نمودند کمال تشکر و سپاسگزاری را نمایم.

جدول ۶a: بافت مکانی بازارهای دورهای، جلگه گیلان ۱۳۹۴

نحوه توزیع	عدد Z+	نزدیکترین مکان مجاور ثابت (RN)	متوسط فاصله تا نزدیکترین مکان مجاور بر حسب کیلومتر		مکان مجاور (k)
			مشاهده شده	پیش بینی شده	
			(\sqrt{E})	(\sqrt{O})	
یکواخت	۳۴۰۳۳۳	۱۲۰۶۲۰	۴/۹۳	۶/۲۳	۱
"	۲۸۰۶۹۴	۱۱۰۳۲۰	۷/۳۹	۸/۲۸	۲
"	۲۶۰۳۲۵	۱۱۰۰۸۰	۶/۲۴	۱۰/۲۴	۳
"	۴۲۰۶۰۹	۱۱۰۵۰۱	۱۰/۷۸	۱۲/۲۰	۴
"	۶۰۰۳۸۶	۱۱۰۸۸۸	۱۲/۱۳	۱۴/۲۲	۵
"	۶۲۰۹۵۹	۱۱۰۸۴۹	۱۳/۳۲	۱۵/۸۱	۶

+ محاسبه معمولی اهمیت RN ثابت که از طریق $(\sqrt{O} - \sqrt{E}) / \sqrt{E}$ به دست می آید.

جایی که $\sqrt{E} = \frac{0/26134}{\sqrt{n}(\frac{n}{a})}$ می باشد. $n =$ تعداد بازارها
 $a =$ قلمرو ناحیه مورد مطالعه

منبع جدول: بر اساس نقشه ارائه شده است.

جدول ۷a: تجزیه و تحلیل نزدیکترین مکان مجاور در روزهای هفته، جلگه گیلان ۱۳۹۴

نحوه توزیع	عدد Z	نزدیکترین مکان ثابت (RN)	متوسط فاصله تا نزدیکترین مکان مجاور بر حسب Km		روز هفته مجاور (K)
			مشاهده شده	پیش بینی شده	
			(\sqrt{E})	(\sqrt{O})	
یکواخت	۴۰۰۳۱۳	۱۷۰۰۲۴	۱۱/۷۲	۱۸/۹۷	۱ یکشنبه
"	۲۵۰۶۶۲	۱۵۰۳۰۴	۱۶/۷۲	۲۵/۵۸	۲ دوشنبه
"	۳۷۰۳۷۱	۲۱۰۰۹۷+	۱۴/۲۳	۳۱/۵۴	۱ دوشنبه
"	۵۵۰۸۴۰	۱۸۰۷۰۲	۲۲/۸۲	۲۱/۹۲	۲ سه شنبه
"	۲۶۰۱۹۲	۱۴۰۸۳۱	۱۱/۷۲	۱۷/۵۲	۱ سه شنبه
"	۳۷۰۸۶۹	۱۴۰۶۶۶	۱۷/۸۲	۲۶/۰۰	۲ چهارشنبه
انتقایی	۱۸۰۳۶۳	۱۳۰۳۹۴	۱۱/۷۲	۱۵/۸۳	۱ چهارشنبه
یکواخت++	۲۰۵۰۵	۱۳۰۰۸۶	۱۷/۱۳	۲۳/۲۰	۲ پنجشنبه
متمرکز	۱۵۰۳۶۱	۰۷۰۳۲۱	۱۱/۷۲	۸/۱۸	۱ پنجشنبه
انتقایی	۱۱۰۶۶۸	۱۱۰۳۵۵	۱۶/۶۲	۱۸/۹۸	۲ جمعه
"	۰۴۰۲۲۸	۱۰۰۸۳۵	۱۲/۹۵	۱۳/۶۹	۱ جمعه
"	۱۰۰۷۲۶	۱۱۰۴۱۳	۱۸/۹۵	۲۱/۶۳	۲ شنبه
"	۲۷۰۸۸۶	۱۵۰۱۵۶	۱۱/۸۲	۱۷/۹۱	۱ شنبه
"	۲۵۰۱۶۸	۱۳۰۳۳۳	۱۷/۷۲	۲۵/۲۱	۲ شنبه

+ ارزش زیاد ساختگی \sqrt{E} که بایستی به مسائل مرزی داده شود.

++ سطح ۵% اهمیت. سایر اشکال توزیع یکواخت در سطوح ۱% اهمیت قرار دارند.

منبع: محاسبات بر اساس نقشه.

جدول ۶۵: بافت مکانی بازارهای دورهای، جلگه گیلان ۱۳۵۲

نحوه توزیع	عدد Z	مکان مجاور (K)		متوسط فاصله تا نزدیکترین مکان مجاور برحسب کیلومتر	
		مکان مجاور ثابت	مکان نزدیکترین	پیش بینی شده (\sqrt{E})	مشاهده شده (\sqrt{O})
یکواخت	۲۵۰۹۵۸	۱۲۰۳۳۹	۵/۵۷	۶/۸۸	۱
"	۲۹۰۰۸۸	۱۲۰۸۵۱	۸/۳۶	۱۰/۷۲	۲
"	۲۲۰۵۷۰	۱۲۰۰۷۱	۱۰/۲۵	۱۲/۶۱	۳
"	۵۲۰۸۶۱	۱۲۰۱۸۵	۱۲/۱۹	۱۲/۸۵	۴
"	۷۱۰۲۵۸	۱۲۰۵۳۰	۱۳/۷۱	۱۷/۱۸	۵
"	۷۱۰۲۵۸	۱۳۰۰۸۲	۱۵/۰۸	۱۹/۷۳	۶

+ محاسبه معمولی اهمیت Rn ثابت که از طریق $\frac{(\sqrt{O} - \sqrt{E})}{\sqrt{E}}$ به دست می آید.

جایی که $\sqrt{E} = \frac{0/26136}{\sqrt{n(\frac{R}{8})}}$ می باشد. $n =$ تعداد بازار
 $z =$ فلورو ناحیه مورد مطالعه
 منبع: بر اساس نقشه ارائه شده است.

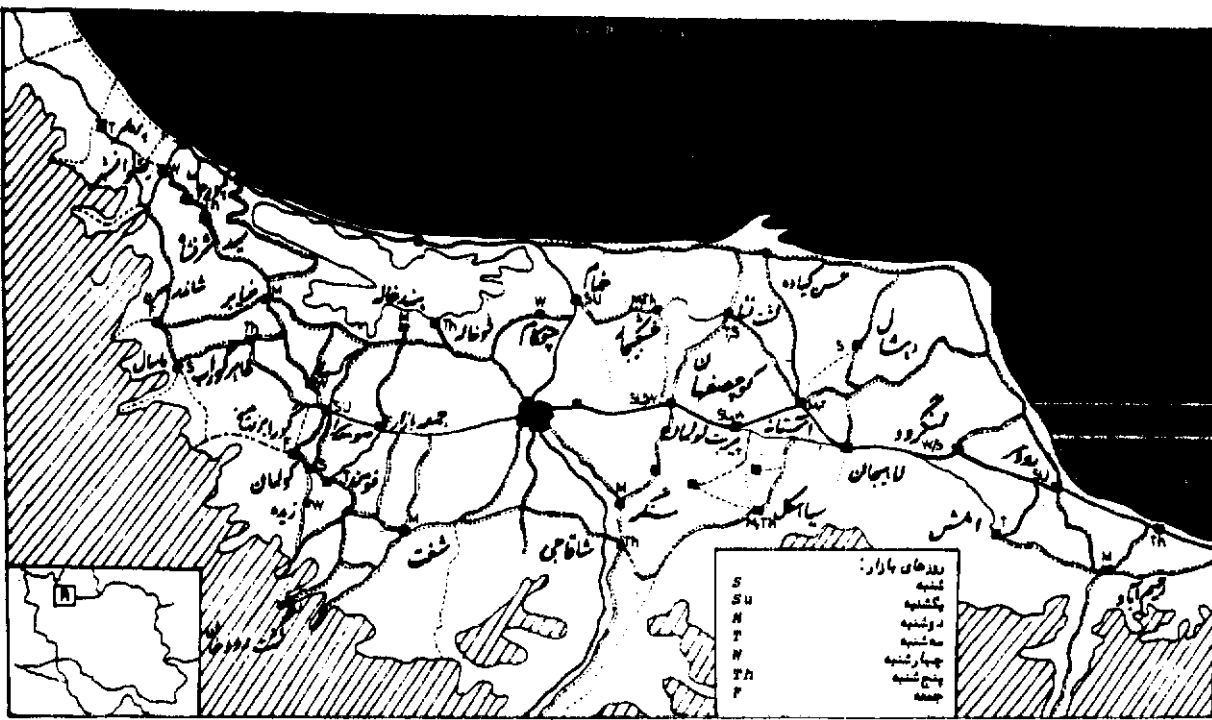
جدول ۷۵: تجزیه و تحلیل نزدیکترین مکان مجاور در روزهای هفته، جلگه گیلان ۱۳۵۲

نحوه توزیع	عدد Z	مکان نزدیکترین ثابت (Rn)	فاصله متوسط تا نزدیکترین مکان مجاور برحسب Km		روز هفته مجاور (K)
			پیش بینی شده (\sqrt{E})	مشاهده شده (\sqrt{O})	
یکشنبه	۱۲۰۶۰۲	۱۳۰۱۱۶	۱۳/۶۵	۱۷/۶۰	۱
دوشنبه	۳۳۰۷۵۰	۱۴۰۸۰۱	۲۰/۲۷	۲۰/۳۰	۲
سه شنبه	۲۵۰۶۷۰	۱۷۰۹۵۸	۱۱/۱۲	۲۰/۰۱	۱
چهارشنبه	۲۲۰۱۰۸	۱۴۰۸۹۱	۱۶/۷۲	۲۲/۸۹	۲
پنجشنبه	۶۱۰۲۲۹	۲۶۰۰۶۱+	۱۶/۷۲	۲۳/۵۵	۱
جمعه	۶۶۰۰۵۹	۲۱۰۵۱۰	۲۵/۰۷	۵۳/۹۲	۲
شنبه	۱۲۰۳۹۸	۱۲۰۲۵۰	۱۲/۶۲	۱۵/۷۳	۱
یکشنبه	۳۶۰۱۲۲	۱۴۰۷۵۸	۱۸/۹۵	۲۷/۹۷	۲
دوشنبه	۲۱۰۰۰۷	۱۸۰۰۳۸	۱۱/۱۲	۲۰/۱۰	۱
سه شنبه	۲۰۰۶۱۶	۱۵۰۰۰۲	۱۷/۷۳	۲۶/۶۰	۲
چهارشنبه	-۰۸۰۲۲۱	۰۷۰۵۱۳	۱۶/۳۰	۱۲/۵۰	۱
پنجشنبه	۱۰۰۰۹۶	۰۷۰۹۶۹	۲۸/۹۵	۲۳/۰۷	۲
جمعه	۲۳۰۸۷۳	۱۵۰۰۹۵	۱۳/۶۵	۲۰/۶۰	۱
شنبه	۲۲۰۲۹۷	۱۶۰۳۳۰	۲۰/۲۷	۲۰/۲۷	۲

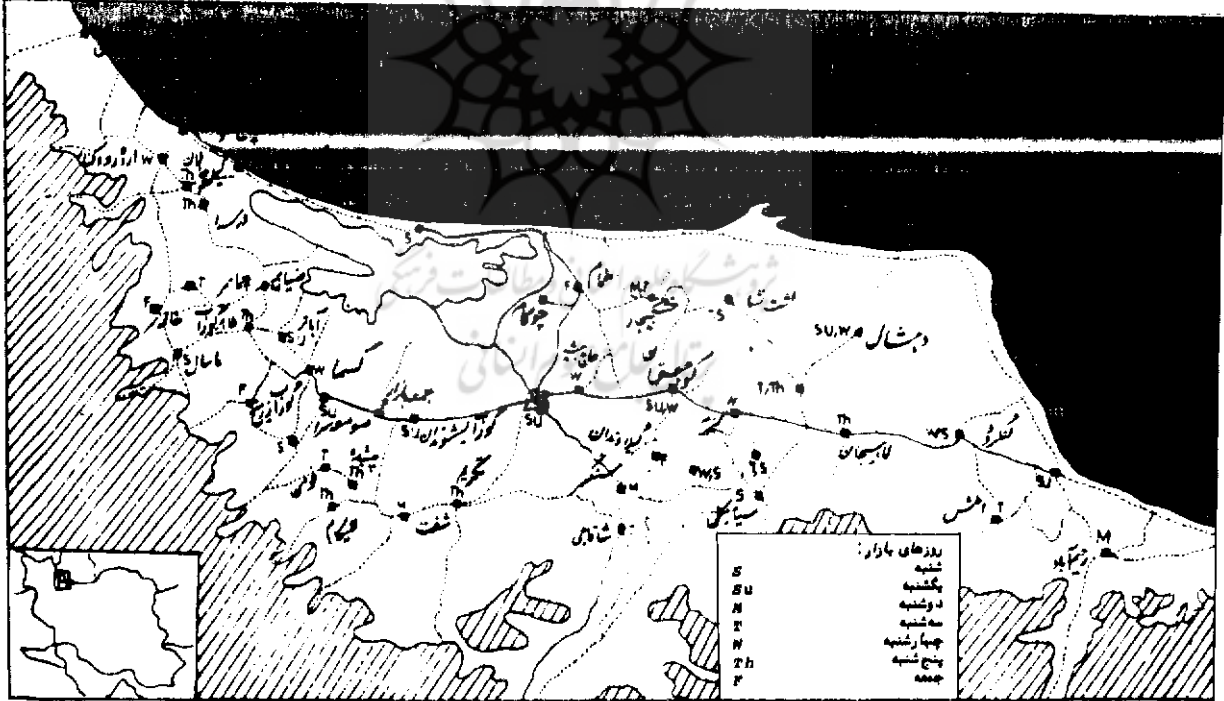
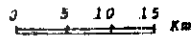
+ ارزش زیاد ساختگی (RE) که بایستی به مسافت مرزی داده شود.

++ سطح ۵٪ اهمیت. سایر تیبهای توزیع یکواخت در سطح ۱٪ قرار دارند.

منبع: محاسبات بر اساس نقشه می باشد.



- محل بازار دورهای
- راههای اصلی
- راههای فرعی
- راههای خاکی
- زمین بیشتر از ۵۰۰ متر



- راههای اصلی
- راههای مالرو و آراسته رو
- زمین بیشتر از ۵۰۰ متر
- محل بازار دورهای

