

برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی

فاطمه شرفیان - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

حسین غضنفرپور* - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

حجت‌اله شرفی - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۱

چکیده

مقدمه: یکی از مهمترین مشکلات موجود در شهرهای کشور به نحوه استقرار نامناسب فعالیت‌های مربوط به خدمات شهری در بستر شهر و به شهروندان، در مجاورت سایر کاربری‌های موجود مربوط می‌شود که حل این مشکل به برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب در زمینه مکان‌یابی و ساماندهی خدمات شهری نیاز دارد. بازارها از جمله مراکز مهم و حیاتی خدمات‌رسانی در شهرها هستند که نقش مهمی در تامین رفاه و آسایش شهروندان و توسعه اقتصادی شهرها ایفا می‌کنند. در شهر یاسوج بازار به عنوان قلب اقتصادی شهر محسوب می‌شود و افزایش ترافیک در این قسمت مشکلات عدیده کالبدی-کارکردی و دسترسی-ترافیکی برای شهروندان ایجاد کرده است. لذا این تحقیق سعی در برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی دارد.

روش‌شناسی تحقیق: روش انجام این پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده داده‌های تحقیق در محدوده مورد مطالعه با استفاده از پرسشنامه و منابع اسنادی و کتابخانه‌ای و آمار دستگاه‌های اجرایی به دست آمده، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم افزار آماری SPSS بهره‌گیری شده است، همچنین از نرم افزار ARC GIS در تهیه و تولید نقشه‌ها استفاده شد و جهت تحلیل اطلاعات از مدل‌های SWOT و QSPM بهره برده شده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: قلمرو پژوهش شهر یاسوج و محدوده بازار این شهر و مشکلات ترافیکی ناشی از حضور و مراجعه مردم به بازار می‌باشد.

نتیجه‌گیری: نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی، دسترسی و ترافیکی از نظر شهروندان وضعیتی قابل قبولی ندارند و دارای سطح مطلوبی در بازار یاسوج نمی‌باشند. ایجاد پارکینگ در محدوده بازار با توجه به وجود زمین‌های خالی در این محدوده می‌تواند در کاهش ترافیک محدوده بازار موثر باشد و همچنین انتقال دستفروشان به نقطه دیگر در ساماندهی محدوده بازار می‌تواند تأثیرگذار باشد. تأکید بر ایجاد سیستم حمل و نقل عمومی مناسب و کارآمد در محدوده بازار جهت کاهش استفاده از خودروهای تک سرنشین از مهمترین راهبردهای برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: ساماندهی، بازار یاسوج، مشارکت، حمل و نقل و ترافیک

نحوه استناد به مقاله:

شرفیان، فاطمه، غضنفرپور، حسین و شرفی، حجت‌اله. (۱۴۰۰). برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی. *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۶(۳)، ۵۶۷-۵۸۱.

[DOR: 20.1001.1.253385968.1400.16.3.10.7](https://doi.org/10.253385968.1400.16.3.10.7)

مقدمه

توسعه فیزیکی شهرها، فرآیندی پویا و مداوم است که طی آن محدوده‌های فیزیکی شهر و فضاهای کالبدی آن در جهات عمودی و افقی از حیث کمی و کیفی افزایش می‌یابد و اگر روند توسعه شهری، سریع و بی‌برنامه باشد در ادامه این روند با افزایش انواع مشکلات زیست‌محیطی، اجتماعی و کالبدی ناشی از استقرار بی‌برنامه روبرو خواهیم بود و در نتیجه سیستم‌های شهری با مشکلات عدیده‌ای مواجه خواهد شد. در حال حاضر یکی از مهم‌ترین مشکلات موجود در شهرهای کشور به نحوه استقرار نامناسب فعالیت‌های مربوط به خدمات شهری در بستر شهر و به شهروندان، در مجاورت سایر کاربری‌های موجود مربوط می‌شود که شهر یاسوج هم از این قاعده مستثنا نیست و حل این مشکل به برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب در زمینه مکان‌یابی و ساماندهی خدمات شهری نیاز دارد (زنگی آبادی، ۱۳۹۲: ۴).

از جمله تعارضات موجود در زمینه مکان‌یابی و ساماندهی کاربری‌های شاخص در یک شهر می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تعارض میان عملکرد خدماتی بازار با سایر کاربری‌ها و عوارض زیست‌محیطی آن

- تعارض میان اهداف اقتصادی بازار و توسعه و مسئله رفاه عمومی

- تعارض میان توسعه کالبدی بازار و کیفیت سیمای شهر.

بنابراین فرآیند ساماندهی مراکز خدمات شهری و از جمله بازارها، موضوعی صرفاً اقتصادی و یا زیست‌محیطی نیست، بلکه نوعی برنامه‌ریزی فضایی- فعالیتی محسوب می‌شود که با عوامل مختلف اقتصادی- اجتماعی، زیست‌محیطی، فضایی - فعالیتی و مدیریتی سروکار دارد؛ همچنین افزایش جمعیت شهری و بالا رفتن سطوح زندگی باعث به وجود آمدن رویکردی جدید در برآورده کرده نیازهای مردم در سطح جامعه و شهر شده است. به طوری که رفع نیازهای روزمره شهروندان به مباحث اصلی در میان مدیران، برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان تبدیل شده است (سرائی، ۱۳۸۹: ۸). بازارها از جمله مراکز مهم و حیاتی خدمات‌رسانی در شهرها هستند که نقش مهمی در تأمین رفاه و آسایش شهروندان و توسعه اقتصادی شهرها ایفا می‌کنند (حسینی نژاد، ۱۳۹۳: ۵). در حال حاضر استقرار نامناسب فعالیت‌های خدماتی، در میان سایر کاربری‌ها و عدم برنامه‌ریزی در انتخاب مکان مناسب در شهرهای ایران به‌خصوص شهر یاسوج یکی از مباحث عمده شهری به شمار می‌رود. این در حالی است که عدم پشتوانه علمی برنامه‌ریزی و مدیریت در زمینه مکان‌یابی و سامان‌دهی خدمات، تأسیسات و تجهیزات شهری در مورد بازار باعث تشدید مسائل و مشکلاتی شده است. تأمین مواد غذایی و وسایل مورد نیاز به‌عنوان مهم‌ترین بحث در برآورد نیاز اصلی ساکنین شهر محور فعالیتی در بستر ساختار اقتصادی هر شهر و نیاز مبرم شهروندان در راستای تداوم رفاه و آسایش شهر محسوب می‌شود که جانمایی نادرست مراکز تأمین این نیاز به‌عنوان بازار در گستره شهر و کارکرد نامناسب آن خسارات نسبتاً جدی را به شهر و شهروندان وارد خواهد کرد.

نبودن دسترسی مناسب به بازار و مکان‌یابی نادرست و غیر فنی این مراکز در سطح شهر یاسوج خود دلیلی بر ایجاد سفرهای غیرضروری در شهر شده است. به‌نحوی که شهروندان مجبورند جهت تهیه مایحتاج روزمره خود از مناطقی که فاقد این دسترسی تجاری هستند، به مناطقی که مراکز عمده‌فروشی، توزیع مواد غذایی و میدان‌ها میوه و تره‌بار وجود دارد سفر کنند که این امر از طرفی باعث ازدحام و از طرفی باعث شکل‌گیری سفرهای غیرضروری و در نتیجه افزایش بار ترافیکی مسیرهای ارتباطی در ساختار کالبدی شهر می‌شود. همچنین خیابان‌های با عرض کم اطراف بازار و نامتناسب بودن عرض خیابان‌ها و بازار، نبود جای پارک و کمبود شدید پارکینگ، عدم وجود زیرگذر و روگذر برای کاهش ترافیک، سد معبر تابلوهایی که برای تبلیغ اجناس است و محل نامناسب نصب برخی از تابلوهای راهنمایی و رانندگی، تمرکز دست‌فروشان و ماشین‌های سیار دست‌فروشان در خیابان‌های اصلی و پیاده‌روها، حمل‌ونقل عمومی ضعیف، عدم وجود فضاهای جاذب کودکان، کیفیت نامطلوب سنگفرش‌ها و پیاده‌روی، پیچ‌دریچ بودن راسته‌بازار که دید نسبت به مغازه‌ها را محدود کرده، کمبود مبلمان شهری و تسهیلات خدماتی بهداشتی از قبیل سطل زباله و... انجام عملیات عمرانی که بجای انجام در حداقل زمان به‌صورت بی‌رویه طولانی و بدون لحاظ ملزومات ترافیکی انجام می‌شود، عرض کم راسته‌های اصلی در تناسب با حجم استفاده‌کنندگان، نابسامانی و عدم جانمایی درست کاربری‌ها و بازار نامنظم و وجود کاربری‌های ناسازگار در کنار هم و عدم بررسی موضوع به‌عنوان یک فرآیند مستمر و نه مقطعی و یک‌باره از مهم‌ترین علل نابسامانی‌های بازار شهر یاسوج می‌باشند، در این راستا با توجه به شناخت بستر مطالعاتی که شهر یاسوج معرفی شده است و حجم

نیاز موجود در این شهر، سعی بر این شده است که با استفاده از شاخص‌ها و ضوابط موجود در این زمینه به ارائه برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار شهر یاسوج پرداخته شود.

هدف اصلی در این مقاله، برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی به‌عنوان هدف کلی مطرح‌شده و اهداف جزئی‌تر شامل مطالعه وضعیت کالبدی و کارکردی بازار، شناسایی شاخص‌های مؤثر بر برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج، تحلیل میزان تأثیرگذاری هر یک از این شاخص‌ها بر بازار یاسوج، رتبه‌بندی تأثیرگذاری هر یک از شاخص‌ها، برنامه‌ریزی راهبردی برای ساماندهی بازار یاسوج، سوالات و فرضیات تحقیق را به شرح زیر می‌توان صورت‌بندی کرد

- مهم‌ترین شاخص‌های مؤثر بر بازار شهر یاسوج کدامند؟

- کدامیک از شاخص‌ها بیشترین تأثیر را در ساماندهی بازار یاسوج دارد؟

- به نظر می‌رسد شاخص‌های کالبدی، اقتصادی و اجتماعی بیشترین تأثیر را بر بازار شهر یاسوج دارند.

- به نظر می‌رسد با شاخص‌های کالبدی و کارکردی می‌توان ساماندهی بازار شهر یاسوج را انجام داد.

واژه بازار در زبان فارسی میانه، بازار، با ترکیب‌هایی چون و ازارگ (بازاری)، وازارگان (بازرگانان)، وازارگانه (بازرگانی)، وازاربد (رییس بازار) و نیز رستگ-ب-وازار (راسته یا راسته بازار، در پارتی واژار، در پازند وازارو در ارمنی واکار به کار می‌رود واژه بازار به لحاظ واژه‌شناسی می‌تواند تأکید بیشتری بر ایرانی بودن این عنصر شهری باشد (مومنی، ۱۳۸۳: ۲۱۰).

از واژه بازار به‌صورت مفهومی تا به حال تعاریفی چند از سوی صاحب‌نظران ارائه گردیده است. فضایی که در آن کالاهایی برای فروش یا تولید عرضه می‌شود و محل تجمع و مسیر ارتباطی نیز باشد، به‌عنوان بازار خوانده می‌شود. بازار در ایران فضایی است برای خرید و فروش و عرضه کالاهای گوناگون که با مسیری ارتباطی پیوستگی پیدا کرده است (سعیدنیا، ۱۳۸۸: ۸).

عده‌ای از محققان بازار را چنین تعریف می‌کنند: بازار محلی است که در آن نوعی وابستگی ویژه اجتماعی و فرهنگی دیده می‌شود و عوامل اصلی آن را فروشنده و خریدار تشکیل می‌دهند (شکویی، ۱۳۸۴: ۱۷۱).

بازار در شهرهای قدیمی ایران، هسته مرکزی شهر را تشکیل می‌داد. امروز نیز بازارها کانون مبادله کالا، تولید کالا و تجمع فعالیت‌های اجتماعی هستند و از نظر جایگاه، قلب شهرهای ایرانی به شمار می‌روند. به‌طور کلی بازارها با عملکردهای گوناگون اقتصادی، اجتماعی و مذهبی، مظهر کاملی از بنیان‌های مدنی محسوب می‌شوند که طی قرون شکل‌گرفته‌اند (سعی دنیا، ۱۳۸۸: ۱۷۱). بازار به مفهوم حقیقی‌اش مجموعه‌ای از دکان‌هایی است که با فضایی سرپوشیده به یکدیگر وصل می‌شوند و به مفهوم مجازی، گستره‌ای گوناگون از معانی را در برمی‌گیرد: از اعتبار تا قدرت، از شایستگی تا رونق، از آراستن تا زدو خورد کردن و خود جلوه دادن (فلامکی، ۱۳۹۱: ۷۱).

بازارها معمولاً در مرکز شهر و در محل ثقل فعالیت‌های اقتصادی شکل می‌گیرد و به دلیل جابجایی جمعیت در این محدوده شهری، حمل‌ونقل و ارتباطات در بیشترین سطح ممکن وجود دارد، که باعث افزایش ترافیک می‌شود.

حمل‌ونقل شهری به‌عنوان بخشی از کل سیستم حمل‌ونقل یکی از اجزای سیستم ارتباطات شهری است، که باهدف دسترسی بین کاربری‌های مختلف در محدوده یک شهر، کار عبور و مرور و جابه‌جایی انسان و کالا را بین فضاهای انطباق یافته بر عهده دارد (عطائیان، ۱۳۹۱: ۴).

مشارکت به معنی به‌کار گرفتن منابع شخصی به‌منظور سهیم شدن در یک اقدام جمعی است (محسنی، ۱۳۹۲: ۱۲). مشارکت عملی جمعی، آگاهانه و داوطلبانه است که دربردارنده دخالت شهروندان در امور عمومی و در سطوح مختلف تصمیم‌گیری‌های اداری و سیاسی و انداختن رأی به صندوق تا مساعدت مستقیم به ارضای نیازهای اجتماعی و همچنین دخالت مردم در کارکرد سازمان‌هایی است که حیات کاریشان به آن بستگی دارد (جباری، ۱۳۸۹: ۸). بنیادی‌ترین اندیشه زیرساز مشارکت پذیرش اصل برابری مردم است و هدف از آن، همفکری، همکاری و تشریک‌مساعی افراد در جهت بهبود کمیت و کیفیت زندگی در تمامی زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. مشارکت فراگردی است که از راه آن مردم به دگرگونی دست می‌یابند و دگرگونی را در خود پدید می‌آورند (نیازی، ۱۳۹۳: ۱۱۲). گرفت و بیراسفورد تحولاتی چون ظهور جنبش‌های اجتماعی جدید، تأمل و بازنگری در مورد نیاز انسان، ظهور مجدد ایده شهروندی و پست‌مدرن را موجب توجه به ایده مشارکت دانسته‌اند.

نظریه الگوی وونرف یا آرام‌سازی ترافیک، گرچه به لحاظ نظری در اواخر ۱۹۶۰ تبیین گردید اما از اوایل ۱۹۸۰ جنبه عمومی و اجرایی به خود گرفت. وونرف‌هاکه درواقع خیابان‌های واحد همسایگی طراحی‌شده جهت محدود کردن سرعت خودرو و

اولویت‌بخشی به حرکت پیاده‌روزی روزانه ساکنان هستند به‌ویژه در دو کشور آلمان و هلند از گسترش زیادی برخوردار بوده‌اند. وونرف در آلمان یا فنلاند به خیابان یا مجموعه‌ای از خیابان‌ها در یک شهرک یا شهر اطلاق می‌شود که عابران پیاده و دوچرخه‌سواران اولویت قانونی بر راکبان وسایل نقلیه موتوری دارند. تا سال ۱۹۹۹ کشور هلند بیش از ۶۰۰۰ طرح وونرف را به اجرا گذاشته بود. توسعه وابسته به حمل‌ونقل همگانی بنا بر تعریف "اصطلاحی است که به‌وسیله برخی ادارات برنامه‌ریزی برای توصیف توسعه (بالقوه مترامی) که به‌صورت کالبدی در نزدیکی یک گره حمل‌ونقل عمومی (یک ایستگاه اتوبوس، مترو یا قطار) به وجود می‌آید، استفاده می‌گردد (دخت نجیبی، ۱۳۹۱: ۳).

- رضایی و همکاران (۱۳۹۳) در پایان‌نامه‌ای که با عنوان «بررسی راهکارهای مؤثر در ایجاد محله پایدار با رویکرد مشارکتی در شهر یاسوج» موردپژوهش قرار داده‌اند به شیوه توصیفی-تحلیلی با رویکرد غالب اسنادی-پیمایشی در سطح محله راهنمایی در ناحیه یک شهری در یاسوج در سال ۱۳۹۳ انجام شده است به دنبال آسیب‌شناسی تنگناها و پتانسیل‌های برنامه‌ریزی محله محور پایدار در سطح محله مورد مطالعه بوده است.

- حسینی نژاد و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان ساماندهی و برنامه‌ریزی گذر تاریخی بازار فرش مشهد به بررسی مفهوم بازار و سیر تحول آن در دوره‌های مختلف تاریخی، عناصر و کارکردهای بازار از یک‌سو و مطالعه تاریخی بازار فرش مشهد از سوی دیگر می‌باشد و در بخش مطالعات میدانی با برداشت‌های میدانی و آسیب‌شناسی محل سعی بر شناخت عوامل تأثیرگذار در برنامه‌ریزی طراحی و احیای مجدد بازار شده است و درنهایت با تحلیل اطلاعات حوزه شناخت راهکارهایی جهت ساماندهی این محور ارائه شده است.

- زنگی آبادی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی، برای سامان‌دهی بازارهای سنتی ایران، مطالعه موردی: بازار سنتی تبریز پرداخته‌اند. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که بازار سنتی تبریز ظرفیت بالایی را برای توسعه و بهتر شدن دارد. نقاط قوت و فرصت‌های این بازار بر نقاط ضعف و تهدیدهای آن برتری نسبی دارد.

- یعقوبی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان شناسایی راه‌های تعیین الگوی بهینه ترافیک شهری، دریافت که مسائل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اجرایی شهروندان و موقعیت جغرافیایی محیط مورد مطالعه به‌عنوان عوامل دخیل در ایجاد معضل ترافیکی نقش به‌سزایی را ایفا می‌کنند. نتایج نشان‌دهنده تمایل شدید مردم به داشتن وسیله نقلیه شخصی است که این مسئله می‌تواند بر اقتصاد کلی جامعه در زمینه‌های مختلف اشتغال، گردش درآمدی، مسائل جمعیتی و ... اثری قابل‌ملاحظه داشته باشد.

- صالحی و همکاران در مطالعه خود با عنوان بررسی نقش شهرداری‌ها در کنترل ترافیک شهری، اذعان داشت که بهترین شیوه مدیریت ترافیک، تقسیم‌کار مراکز اداری، آموزشی و اصناف است و مسلماً با این نگاه می‌توان به ترافیک سامانی بهتر داد، زیرا اجرای طرح‌های ضربتی و آنی نیز در یک‌زمان طولانی هیچ تأثیری جز ناآرامی در ترافیک نخواهد داشت.

- افشارکهن و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان بررسی ابعاد مسئله کنترل ترافیک شهری مشهد به این نتیجه رسیده‌اند که از میان اجزای سه‌گانه انسان، تکنولوژی و طبیعت در مسئله ترافیک مهم‌ترین مشکل در بعد انسانی (رفتار رانندگان و عابران) و اجزای محیط و تکنولوژی را در مراتب بعدی می‌دانند.

- روحی عیسی لو (۱۳۸۹) نیز در پژوهشی با عنوان «بررسی و تجزیه‌وتحلیل کارایی سازمانی میدان‌ها میوه و تره‌بار و فرآورده‌های کشاورزی» وابسته به شهرداری تهران پرداخته است. چون یکی از دشواری‌های وضعیت کنونی در کشور هرز رفتن منابع یا به زبان اقتصادی و مدیریت، عدم کارایی است. زیرا انسان به‌عنوان مؤثرترین و راهبردی‌ترین منبع تولید در هر سازمان در سطحی بسیار پایین‌تر از ظرفیت‌های ذهنی خود به کار گرفته می‌شود و میزان بهره‌گیری از آن سخت پایین است.

- حکمت نیا و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «سنجش میزان و عوامل مؤثر بر رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در شهر یزد» به این نتیجه رسیدند که میزان رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری در سطح متوسط به پایین قرار دارد و عواملی همچون رضایت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، مشارکت شهروندی، سن، وضعیت اجتماعی و اقتصادی بر میزان رضایتمندی شهروندان تأثیرگذار بوده‌اند.

- Erik et all, 2012، در پژوهشی با عنوان «استفاده از ICT و میزان به‌کارگیری فن‌آوری ارتباطی و اطلاعاتی و بهره‌مند شدن از کنترل حمل‌ونقل و اطلاعات ترافیک» بیان می‌دارد که تبعات فن‌آوری اطلاعات و هوشمند سازی نظیر اینترنت، تلفن عمومی،

کامپیوتر به سرعت در بخش حمل‌ونقل و ترافیک برای اموری چون نظارت، کنترل، اطلاعات و نیز پرداخت در مناطق مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- Vencel et al, 2008، در مطالعه خود پیرامون هزینه‌یابی تراکم ترافیک به مقدار زمان تلف‌شده افراد در ترافیک اشاره کرده و بیان می‌دارد مدل حمل‌ونقل را علیرغم ماهیت دینامیکی آن قابل پیش‌بینی می‌دانند.

- Chen, 2006، در مطالعه‌ای با عنوان تعیین سیستم تصمیم‌گیری مدیریت ترافیک برای یک بزرگراه باهدف ایجاد یک سیستم ارزیابی برای حمایت از فرایند طراحی بزرگراه و انتخاب استراتژی‌های کنترل ترافیک برای افزایش سلامت و بهینه‌سازی عملیات ترافیکی برای طراحان بود.

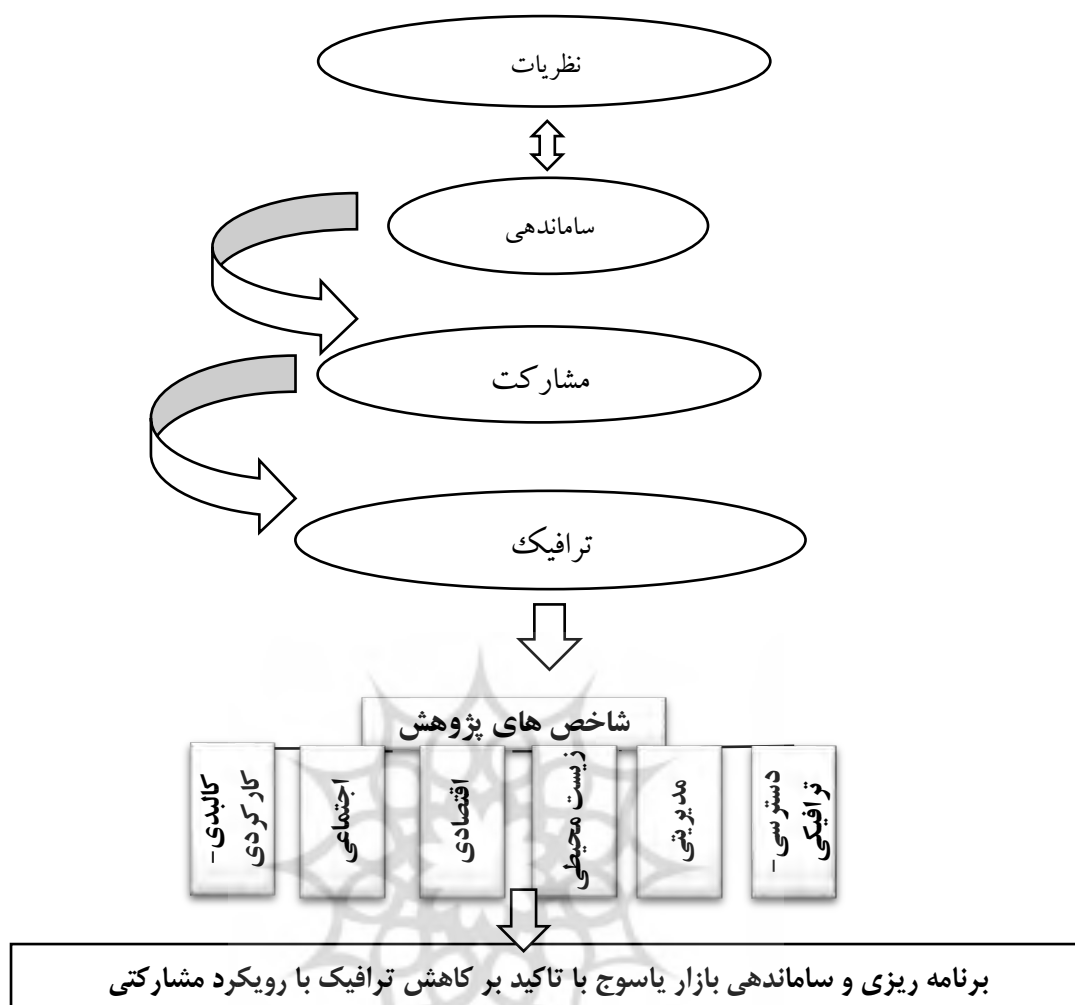
در جمع‌بندی از مبانی نظری و پیشینه تحقیق می‌توان به این موارد اشاره کرد که در تحقیقات انجام‌شده داخلی و خارجی بازار به‌عنوان قطب اقتصادی شهر مرکز تمامی فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی شهروندان است و نقطه هم‌پیوندی اجتماعی، اداری، فرهنگی و حتی سیاسی محسوب می‌شود. لذا بازار نقطه جاذبی است که شهروندان را از نقاط مختلف شهر و شهرهای مجاور به سوی خود جذب می‌کند و این جذب جمعیت تراکم و ترافیک ایجاد می‌کند و مشکلات متعددی را در بازار ایجاد می‌کند و برای کاهش مشکلات ترافیک محدوده بازار باید تعدیل شود اما از جاذبه آن کاسته نشود مطالعات داخلی و خارجی بازار را به‌عنوان عنصر مهم شهری تلقی کرده سعی دارد آن را به‌عنوان قلب اقتصادی شهر معرفی کند.

تحقیقات انجام‌شده که مورد استناد این مقاله قرار گرفته شامل برنامه‌ریزی و ساماندهی فضاهای شهری از جمله بازار، ترافیک و حمل‌ونقل و مشارکت‌پذیری شهروندان در حل مسائل تنگناهای شهری است که ارتباط موضوعی و محتوایی با این مقاله دارند. در تعیین شاخص‌های تحقیق از مطالعه حکمت‌نیا در شهر یزد و از مطالعه یعقوبی و صالحی و اریک استفاده شده است. اما مطالعاتی که در پیشینه تحقیق از آن‌ها استفاده شده شاخص‌های مطالعه را با دقت و شفافیت که در این مقاله استفاده شده، بکار نگرفته‌اند و مزیت این تحقیق در این است که شاخص‌های کالبدی و کارکردی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی و ترافیکی را با زیرشاخص‌های دقیق در شهر یاسوج مورد بررسی قرار داده و میزان تأثیرگذاری هر یک از این شاخص‌ها را بتوان در ساماندهی بازار یاسوج تحلیل کرده و با نگاه برنامه‌ریزی استراتژیک، راهبرد مناسب را تعیین نموده تا بر اساس آن بتوان بازار یاسوج را ساماندهی کرد.

روش پژوهش

با توجه به طرح تحقیق و اهداف تحقیق، از روش تحقیق توصیفی و تحلیلی استفاده شده است، با استفاده از منابع علمی مرتبط با ضوابط ساماندهی بازار و همچنین از روش موردی و زمینه‌ای برای بررسی و شناسایی وضع موجود استفاده گردیده شیوه جمع‌آوری داده‌ها به شیوه اسنادی (مراجعه به سازمان‌ها، ادارات و ارگان‌های مربوطه جهت استفاده از آمار، اطلاعات، نقشه و...) و کتابخانه‌ای (جهت مطالعه الگوهای نظری در راستای برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار با تأکید بر کاهش ترافیک) در سال ۱۳۶۹ و میدانی (از طریق مشاهده وضع موجود در محدوده مورد مطالعه و تکمیل پرسشنامه) در سال ۱۳۹۷ جمع‌آوری اطلاعات صورت گرفته است و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS بهره‌گیری شده است، همچنین از نرم‌افزار ARC GIS در تهیه و تولید نقشه‌ها استفاده شده است و در نهایت برای تجزیه و تحلیل و دسته‌بندی اطلاعات و یافته‌ها از مدل‌های SWOT و QSPM برای برنامه‌ریزی استفاده گردید.

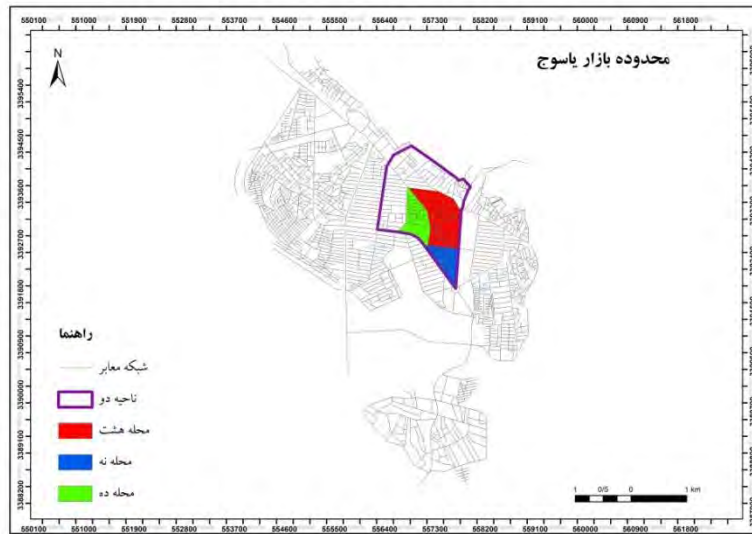
پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق از نوع محقق ساخته می‌باشد. با توجه به هدف تحقیق و فرضیات تحقیق و شاخص‌های مدنظر، سؤالات پرسشنامه در دو سطح کارشناسان و شهروندان تهیه گردید، برای این منظور تعداد ۳۸۴ پرسشنامه تهیه و با نظرخواهی از شهروندان و تکمیل پرسشنامه داده‌های آن استخراج گردید. برای تعیین روایی و پایایی پرسشنامه‌ها ۱۰ درصد از پرسشنامه‌ها پیش‌آزمون گردید. روایی پرسشنامه‌ها توسط کارشناسان تأیید گردید و از ضریب آلفای گرونباخ برای این منظور استفاده شد، ضریب به دست آمده ۰/۸۹ بود با توجه به اینکه ۰/۷ بیشتر بود لذا پایایی پرسشنامه تأیید گردید.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

قلمرو جغرافیایی پژوهش

بازار یاسوج در ناحیه دو شهری یاسوج قرار گرفته است که شامل محلات هشت، نه و ده می‌باشد، که از شمال به خیابان سردار جنگل شمالی، از شرق به خیابان جمهوری اسلامی، از غرب به بلوار شهید مطهری و از جنوب به بلوار امام خمینی منتهی می‌شود. شکل شماره (۱) محدوده بازار یاسوج را نشان می‌دهد. محدوده با دقت بیشتری نشان داده می‌شود.



شکل ۲. محدوده بازار شهر یاسوج

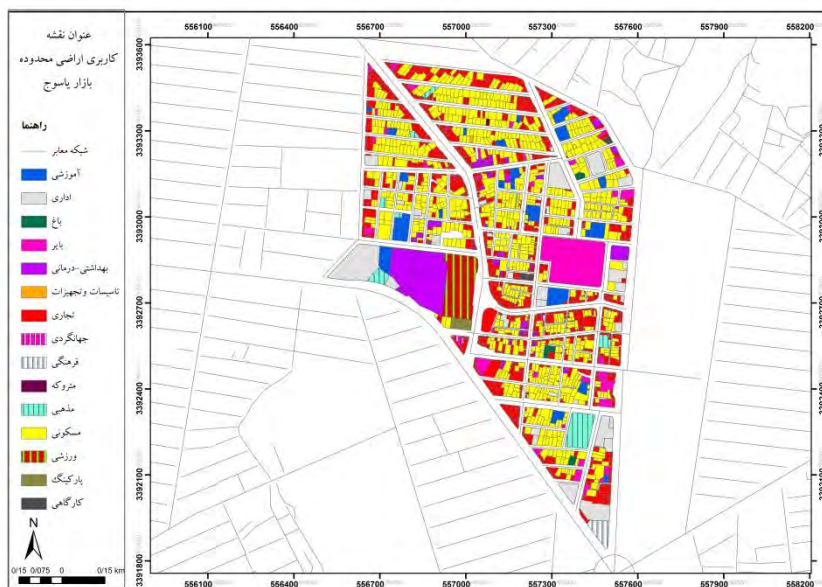
- بررسی کاربری اراضی محدوده بازار

کاربری مسکونی با مساحت ۲۹۲۷۲۹ مترمربع و ۴۱/۸۱ درصد بیشترین مساحت را اشغال کرده و کاربری تجاری با ۲۲/۶۰ درصد در رتبه دوم قرار گرفته است، همچنین ۷/۶۵ درصد از مساحت محدوده را زمین‌های بایر به خود اختصاص داده‌اند که در جدول ۱ کاربری‌های محدوده بازار نشان داده شده است.

جدول ۱. وضعیت کاربری اراضی محدوده بازار یاسوج

کاربری	تعداد	مساحت (مترمربع)	درصد
اداری	۴۰	۶۱۶۳۰/۵۶	۸/۸۰
آموزشی	۲۵	۳۲۵۸۵/۵۶	۴/۶۵
باغ	۴	۲۷۳۰/۵۸	۰/۳۹
بایر	۵۰	۵۳۵۷۷/۶۵	۷/۶۵
بهداشتی-درمانی	۵۹	۴۸۱۶۵/۹۷	۶/۸۸
پارکینگ	۱	۲۷۲۴/۵۶	۰/۳۹
تاسیسات و تجهیزات	۲	۳۳۰/۶۴	۰/۰۵
تجاری	۱۱۸۰	۱۵۸۲۴۷/۴۰	۲۲/۶۰
جهانگردی	۲	۱۰۸۲/۴۷	۰/۱۵
فرهنگی	۱	۴۵۶۰/۵۹	۰/۶۵
کارگاهی	۳	۱۷۱۹/۶۵	۰/۲۵
متروکه	۱	۳۰۲/۷۴	۰/۰۴
مذهبی	۷	۱۶۷۰۳/۰۴	۲/۳۹
مسکونی	۹۰۹	۲۹۲۷۲۹/۸۸	۴۱/۸۱
ورزشی	۱	۲۳۰۰۳/۷۰	۳/۲۹

منبع: مسکن و شهرسازی، ۱۳۹۵



شکل ۳. کاربری اراضی محدوده بازار یاسوج

منبع: مسکن و شهرسازی یاسوج، ۱۳۹۵

بحث و یافته‌ها

در این قسمت از تحقیق به بررسی و تحلیل شاخص‌های برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی پرداخته خواهد شد.

جدول ۲. شاخص‌های برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی

شاخص	زیرشاخص
کالبدی-کارکردی	۱- وضعیت مرزبندی فعالیت‌ها و چیدمان مناسب برای فعالیت‌ها بخصوص دست‌فروش‌های پیاده‌رو بازار
	۲- وضعیت کیفیت کالبدی ابنیه در بازار از نظر دوام سازه، نما و قدمت بنا
	۳- وجود مسیر پیاده بدون مانع و کف‌پوش مناسب و اتصال پیوسته و مشخص بودن حریم پیاده‌رو
	۴- وضعیت دسترسی به فضاهای سبز در محدوده بازار
	۵- وضعیت جذابیت و تنوع و گوناگونی فعالیت‌ها در کارکرد و عملکرد محدوده بازار از جمله تفریحی و فرهنگی-مذهبی
	۶- وضعیت وجود تناسبات بصری در محدوده بازار و عدم اغتشاشات بصری
	۷- وضعیت تعریف ورودی اصلی بازار و زیباسازی آن
	۸- میزان تعامل و هماهنگی فعالیت‌ها با یکدیگر
	۹- وجود مبلمان شهری مانند نیمکت، سطل زباله و تجهیزات مناسب کیوسک اطلاعات، باجه تلفن و آبخوری
	۱۰- وضعیت روشنایی معابر در هنگام شب
	۱۱- مسدود شدن حرکت‌های عابران توسط پاساژهای تازه تأسیس یا برخی مغازه‌ها و دست‌فروشان
اجتماعی	۱- میزان پویایی وجود سرزندگی خاطره‌انگیزی فضا از نظر حضور فعال شهروندان
	۲- روحیه و تمایل شهروندان به پیاده محوری در محدوده بازار
	۳- وجود فضاهای مناسب و جاذب برای ملاقات، پاتوق و گردهمایی و کسالت‌آور نبودن فضا
	۴- وضعیت احساس امنیت در محدوده بازار
	۵- میزان مشارکت اجتماعی و تمایل کاسبان به مشارکت در ساماندهی وضعیت بازار
	۶- وضعیت ازدحام در معابر و تنش‌های روحی و روانی شهروندان
اقتصادی	۱- تأثیر نابسامانی وضعیت بازار بر کاهش رونق اقتصادی و وضعیت درآمد مطلوب بازاریان این مکان
	۲- وضعیت جایگاه اقتصادی بازار در شهر
	۳- میزان تمایل مردم به سرمایه‌گذاری هزینه کردن در این فضا

زیست محیطی	۴- رضایت از میزان هزینه رفت‌وآمد
	۵- وضعیت قیمت‌گذاری محصولات را متناسب با کیفیت آن
	۱- وضعیت مدیریت زباله و پسماند در محدوده بازار
ترافیک	۲- وضعیت آلودگی‌های هوا، صوتی و بصری
	۳- تنوع پوشش گیاهی و فضای سبز
	۱- سرعت و جدیت مسئولین در رسیدگی به مشکلات و انتقادات شهروندان نسبت به عملکرد بازار
دسترسی و عبور	۲- وضعیت ارتباط و هماهنگی مناسب بین مراکز و سازمان‌های مسئول در امور حمل‌ونقل و ترافیک درون‌شهری جهت کاهش بار مشکلات ترافیکی در محدوده بازار
	۳- وجود نیروهای متخصص و ایده پرداز در زمینه حل مشکلات ترافیکی و ساماندهی محدوده بازار
	۱- وضعیت سیستم حمل‌ونقل عمومی مناسب در محدوده بازار
	۲- وضعیت تجهیزات کنترل ترافیک مانند تابلوها و علائم هادی، خطکشی‌ها و چراغ‌های راهنمایی و... در محدوده بازار
	۳- وضعیت فضای مناسب برای پارکینگ خودروها در محدوده بازار
	۴- وضعیت احداث ایستگاه‌های مناسب تاکسی در جهت کاهش توقف غیرمجاز تاکسی‌ها و عدم ایجاد گره‌های ترافیکی شدید
	۵- وجود شبکه معابر مناسب در محدوده بازار از نظر عرض معابر و نفوذپذیری و تناسب عرض سواره‌رو نسبت به حجم ترافیک عبوری
	۶- وضعیت زیرساخت‌های مناسب و کافی محدوده جهت داشتن ظرفیت حجم زیادی از خودروها
	۷- وضعیت جمعیت انبوه عابران پیاده و تداخل با وسیله نقلیه در محدوده بازار
۸- وضعیت تأثیر فرهنگ و مهارت رانندگی و افزایش توجه به مقررات رانندگی و عدم استفاده از خودروهای تک‌سرنشین و... در محدوده بازار	
۹- وضعیت امنیت در معابر برای عابران پیاده در محدوده بازار	

- آزمون میانگین یک جامعه (One-Sample Test)

برای تحلیل و بررسی وضعیت بازار یاسوج از آزمون میانگین یک جامعه (on sample t-test) استفاده شده‌است و تساوی این متغیرها با عدد ۳ (متوسط) مورد بررسی قرار گرفته‌اند، که در ادامه به بررسی و تحلیل شاخص‌های مورد مطالعه تحقیق (کالبدی- کارکردی، اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی، مدیریتی، دسترسی و ترافیکی) پرداخته خواهد شد.

- تحلیل وضعیت بازار یاسوج با استفاده از آزمون میانگین یک جامعه (One-Sample Test) از دیدگاه کارشناسان

جدول ۳ مقادیر آزمون میانگین یک جامعه (One-Sample Test) جهت بررسی وضعیت بازار یاسوج از دیدگاه کارشناسان نشان می‌دهد.

مطابق جدول ۳ سطح معنی‌داری، شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی و دسترسی-ترافیکی از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده‌است. این بدان معنی است که میانگین شاخص‌های ذکر شده اختلاف معنی‌داری با عدد ۳ دارند، با توجه به مقادیر دو ستون حد بالا و حد پایین جدول که هر دو منفی هستند و میانگین این شاخص‌ها کمتر از مقدار متوسط ۳ هست، در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی و دسترسی-ترافیکی از نظر جامعه آماری وضعیتی قابل قبولی ندارند و دارای سطح مطلوبی در بازار یاسوج نمی‌باشند.

مطابق جدول ۳ سطح معنی‌داری، در شاخص اقتصادی از مقدار ۰/۰۵ بیشتر شده‌است و با توجه به اینکه میانگین این شاخص بیشتر از مقدار متوسط ۳ هست و در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت شاخص اقتصادی از نظر جامعه آماری دارای وضعیتی قابل قبول و سطح مطلوبی در بازار یاسوج می‌باشد.

جدول ۳. آزمون میانگین (One-Sample Test) وضعیت بازار یاسوج از دیدگاه کارشناسان

میانگین	مقدار متوسط = ۳					شاخص	
	میزان اختلاف در سطح اطمینان ۹۵ درصد		اختلاف از میانگین	سطح معنی داری (Sig)	مقدار آماره		انحراف معیار
	حد بالا	حد پایین					
۲/۶۲	-۰/۲۵۴	-۰/۴۹۹	-۰/۳۶۰	۰/۰۰۰	-۶/۹۸۰	۰/۲۸۲	کالبدی- کارکردی
۲/۵۸	-۰/۲۰۷	-۰/۶۲۵	-۰/۴۱۶	۰/۰۰۰	-۴/۰۷۵	۰/۵۶۰	اجتماعی
۳/۰۵	-۰/۱۹۵	-۰/۰۹۵	-۰/۰۵۰	۰/۴۸۹	۰/۷۰۱	۰/۳۹۰	اقتصادی
۲/۷۰	-۰/۱۱۴	-۰/۴۸۵	-۰/۳۰۰	۰/۰۰۳	-۳/۳۰۰	۰/۴۹۷	زیست‌محیطی
۲/۴۵	-۰/۲۲۶	-۰/۸۶۲	-۰/۵۴۴	۰/۰۰۲	-۳/۵۰۵	۰/۵۸۰	مدیریتی
۲/۶۲	-۰/۲۲۰	-۰/۵۳۴	-۰/۳۷۷	۰/۰۰۰	-۴/۹۲۲	۰/۴۲۰	دسترسی- ترافیکی

- تحلیل وضعیت بازار یاسوج با استفاده از آزمون میانگین یک جامعه (One-Sample Test) از دیدگاه شهروندان

جدول ۴ مقادیر آزمون میانگین یک جامعه (One-Sample Test) جهت بررسی وضعیت بازار یاسوج از دیدگاه کارشناسان نشان می‌دهد. سطح معنی‌داری، شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی، دسترسی و ترافیکی از مقدار ۰/۰۵ کمتر شده است. این بدان معنی است که میانگین شاخص‌های ذکر شده اختلاف معنی‌داری با عدد ۳ دارند، با توجه به مقادیر دو ستون حد بالا و حد پایین جدول که هر دو منفی هستند و میانگین این شاخص‌ها کمتر از مقدار متوسط ۳ هست. در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی، دسترسی و ترافیکی از نظر جامعه آماری وضعیتی قابل قبولی ندارند و دارای سطح مطلوبی در بازار یاسوج نمی‌باشند.

جدول ۴. آزمون میانگین (One-Sample Test) وضعیت بازار یاسوج از دیدگاه شهروندان

میانگین	مقدار متوسط = ۳					شاخص	
	میزان اختلاف در سطح اطمینان ۹۵ درصد		اختلاف از میانگین	سطح معنی داری (Sig)	مقدار آماره		انحراف معیار
	حد بالا	حد پایین					
۲/۳۶	-۰/۵۸۸	-۰/۶۸۷	-۰/۶۳۷	۰/۰۰۰	-۲۵/۴۷۱	۰/۴۹۰	کالبدی- کارکردی
۲/۵۹	-۰/۳۴۱	-۰/۴۶۰	-۰/۴۰۱	۰/۰۰۰	-۱۳/۱۸۷	۰/۵۹۵	اجتماعی
۲/۷۲	-۰/۲۳۱	-۰/۳۲۸	-۰/۲۷۹	۰/۰۰۰	-۱۱/۳۷۸	۰/۴۸۲	اقتصادی
۲/۵۹	-۰/۳۴۸	-۰/۴۵۲	-۰/۴۰۰	۰/۰۰۰	-۱۵/۱۳۱	۰/۵۱۸	زیست‌محیطی
۱/۷۸	-۱/۱۳۲	-۱/۲۹۰	-۱/۲۱۱	۰/۰۰۰	-۳۰/۱۱۷	۰/۷۸۸	مدیریتی
۲/۳۵	-۰/۵۸۶	-۰/۶۹۹	-۰/۶۴۲	۰/۰۰۰	-۲۲/۳۴۶	۰/۵۶۳	دسترسی- ترافیکی

- آزمون رتبه‌بندی فریدمن

آزمون فریدمن یک آزمون آماری است که از آن برای مقایسه میانگین رتبه‌ها در بین K گروه استفاده می‌کنیم. آزمون فریدمن برای تجزیه واریانس دوطرفه از طریق رتبه‌بندی به کار می‌رود و نیز برای مقایسه میانگین رتبه‌بندی گروه‌های مختلف استفاده می‌شود. در اینجا برای رتبه‌بندی شاخص‌های بررسی وضعیت بازار یاسوج جهت تحلیل هر کدام از آن‌ها و مشخص نمودن شاخص‌هایی که بسیار ضعیف در این رابطه کار شده است از آزمون فریدمن استفاده شده است که نتایج به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۵. آزمون معنی‌داری فریدمن برای بررسی وضعیت شاخص‌های مورد مطالعه جهت بررسی بازار یاسوج

N	۴۱۴
Chi-Square	۴۹۷/۱۱۱
df	۵
Asymp. Sig.	۰,۰۰۰

نتیجه این آزمون با مقدار $\text{Chi-Square} = 497/111$ و ۵ درجه آزادی، در سطح ۹۹ درصد اطمینان یعنی در سطح خطای ۱ درصد (Asymp. Sig.=۰,۰۰۰) معنی‌دار است و نتایج به دست آمده قابل قبول می‌باشند.

با توجه به جدول ۶ نتایج رتبه‌بندی برای بررسی وضعیت شاخص‌های مورد مطالعه جهت بررسی بازار یاسوج، شاخص مدیریتی با ضریب ۱/۹۱، شاخص کالبدی-کارکردی با ضریب ۳/۱۸ و شاخص دسترسی-ترافیکی با ضریب ۳/۳۶ رتبه‌های آخر را به خود اختصاص داده‌اند و در وضعیت ضعیفی قرار دارند که نیاز به توجه جدی مدیریت شهری و مسئولین ذی‌ربط در این زمینه‌ها می‌باشد.

جدول ۶. رتبه‌بندی وضعیت شاخص‌های مؤثر بر بازار یاسوج

رتبه	Mean Rank	مؤلفه
۵	۳/۱۸	۱- کالبدی-کارکردی
۲	۴/۱۱	۲- اجتماعی
۱	۴/۴۱	۳- اقتصادی
۳	۴/۰۳	۴- زیست محیطی
۶	۱/۹۱	۵- مدیریتی
۴	۳/۳۶	۶- دسترسی-ترافیکی

تحلیل وضعیت بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی با استفاده از مدل

SWOT

مدل SWOT ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای کنترل نتیجه مستقیم آن سیستم است. جهت سنجش و تحلیل وضعیت برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی، تعداد ۱۴ نقطه قوت در برابر ۱۸ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۲ فرصت خارجی در برابر تعداد ۱۰ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. در جداول (۷) رتبه و نمره نهایی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید جهت اولویت‌بندی و تعیین ضریب اهمیت نشان داده شده است.

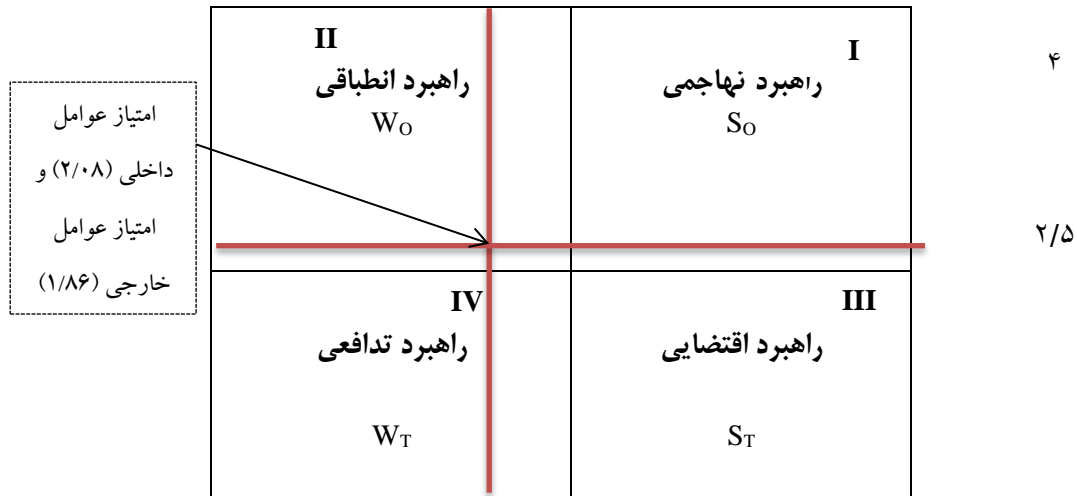
جدول ۷. راهبردهای برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی

تهدیدها	فرصت‌ها	SWOT
<p>ST: راهبردهای اقتضایی</p> <p>ST۱: تأکید بر کاهش ازدحام در معابر محدوده بازار و کاهش تنش‌های روحی و روانی زیادی برای شهروندان با توجه به پویایی محدوده بازار از نظر اقتصادی و وجود مراجعه‌کنندگان زیاد</p> <p>ST۲: تأکید بر ساماندهی وضعیت بازار و افزایش رونق اقتصادی آن با توجه به مرکزیت و موقعیت مناسب بازار از نظر دسترسی</p> <p>ST۳: تأکید بر ایجاد فضاهای مناسب و جذاب برای ملاقات، پاتوق و گردهمایی و کسالت‌آور نبودن فضا با توجه به وجود کاربری‌های فعال و جذاب تجاری متنوع در محدوده بازار</p> <p>ST۴: تأکید بر ساماندهی محدوده بازار و کاهش ترافیک با تدابیری چون سیاست‌های تشویقی و تنبیهی از طرف شهرداری یاسوج جهت انتقال برخی از کاربری‌ها مانند دست‌فروشان به جای مناسب دیگر جهت کاهش بی‌نظمی و ازدحام در محدوده بازار</p> <p>ST۵: تأکید بر احداث ایستگاه‌های مناسب تاکسی و کاهش توقف غیرمجاز تاکسی‌ها و کاهش گره‌های ترافیکی شدید با توجه به وضعیت نسبتاً مناسب تجهیزات کنترل ترافیک مانند تابلوها و علائم هادی، خط‌کشی‌ها و چراغ‌های راهنمایی و... در محدوده بازار</p>	<p>SO: راهبردهای تهاجمی</p> <p>SO۱: تأکید بر هویت بخشی به بازار با توجه به جایگاه اقتصادی بسیار بالای بازار در شهر یاسوج</p> <p>SO۲: اتخاذ تدابیری جهت افزایش تمایل مردم به مشارکت و سرمایه‌گذاری هزینه کردن در محدوده بازار با توجه به وجود نگرش ساماندهی بازار و مطرح شدن این مسئله مهم در بین مسئولین</p> <p>SO۳: توسعه فضاهای تفریحی و تنوع عملکردها در محدوده بازار جهت ایجاد سرزندگی با توجه به وجود امنیت در محدوده بازار</p> <p>SO۴: تأکید بر ایجاد مسیرهای پیاده مناسب منتهی به بازار جهت افزایش تمایل شهروندان به پیاده‌روی و کاهش استفاده از وسایل نقلیه با توجه به مشخص بودن پیاده‌رو و سواره در محدوده بازار و عرض نسبتاً مناسب پیاده‌رو</p> <p>SO۵: تأکید بر ایجاد میلمان شهری مناسب مانند نیمکت، سطل زباله و تجهیزات مناسب کیوسک اطلاعات، باجه تلفن و آب‌خوری با توجه به وجود سرزندگی و خاطره‌انگیزی فضا از نظر حضور فعال شهروندان</p>	<p>قوتها</p>
<p>WT: راهبردهای تدافعی</p> <p>WT۱: تأکید بر استانداردسازی پل ارتباطی بین پیاده‌رو و سواره‌رو با توجه به جمعیت انبوه عابران پیاده و تداخل با وسیله نقلیه در محدوده بازار و احتمال بروز تصادفات</p> <p>WT۲: تأکید بر ایجاد تناسب بصری در محدوده بازار جهت کاهش اغتشاشات بصری و کسالت‌آور نبودن فضا</p> <p>WT۳: تأکید بر جذابیت و تنوع و گوناگونی فعالیت‌ها در کارکرد و عملکرد محدوده بازار از جمله تفریحی و فرهنگی- مذهبی با توجه به عدم وجود فضاهای مناسب و جذاب برای ملاقات، پاتوق و گردهمایی</p> <p>WT۴: تأکید بر برنامه‌های مشارکت‌طلبانه با مشارکت بخش دولتی، شهروندان، بخش خصوصی و کسبه در ساماندهی بازار با توجه به مشارکت نکردن شهروندان و کسبه در فعالیت‌های مرتبط با ساماندهی بازار و همچنین عدم ارتباط و هماهنگی مناسب بین مراکز و سازمان‌های مسئول در امور حمل‌ونقل و ترافیک درون شهری جهت کاهش بار مشکلات ترافیکی در محدوده بازار</p> <p>WT۵: تأکید بر وجود نیروهای متخصص و ایده پرداز در زمینه حل مشکلات ترافیکی و ساماندهی محدوده بازار با توجه به ترافیک بسیار زیاد محدوده و اوضاع نابسامان و پراکندگی استقرار وسایل نقلیه در فضا مجاور بازار</p>	<p>WO: راهبردهای انطباقی</p> <p>WO۱: تأکید بر مرزبندی مناسب فعالیت‌ها و جانمایی و چیدمان مناسب برای فعالیت‌ها و همچنین جایجایی بخشی از کاربری‌های تجاری مانند دست‌فروش‌های پیاده‌رو بازار از محدوده بازار فعلی به نقطه مناسب دیگری جهت حل بسیاری از مشکلات ترافیکی و نابسامانی‌های بازار شهر یاسوج</p> <p>WO۲: تأکید بر ایجاد پارکینگ کافی و مناسب برای خودروها در محدوده بازار با توجه به پتانسیل زمین‌های خالی در محلات مجاور بازار جهت ایجاد پارکینگ</p> <p>WO۳: تأکید بر ایجاد سیستم حمل‌ونقل عمومی مناسب و کارآمد در محدوده بازار جهت کاهش استفاده از خودروهای تک‌سرنشین در محدوده بازار</p> <p>WO۴: تأکید بر ایجاد فضاهای سبز و تنوع پوشش گیاهی در محدوده بازار جهت افزایش سرزندگی و کاهش آلودگی‌های هوا، صوتی و بصری زیاد در محدوده بازار</p> <p>WO۵: تأکید بر ایجاد زیرساخت‌های مناسب و کافی در محدوده مانند شبکه معابر مناسب در محدوده بازار از نظر عرض معابر و نفوذپذیری و تناسب عرض سواره‌رو نسبت به حجم ترافیک عبوری جهت داشتن ظرفیت حجم زیادی از خودروها</p>	<p>ضعفها</p>

– ماتریس چهار نقطه‌ای داخلی و خارجی

در ماتریس چهارخانه‌ای این نمرات در یک طیف دوبخشی ضعیف (۱الی ۲/۵) و قوی (۲/۵ الی ۴) تعیین می‌شود. با توجه به ماتریس داخلی و خارجی جایگاه وضعیت برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی در خانه شماره II قرار دارد. بنابراین باید راهبرد انطباقی جهت برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی استفاده شود. تحلیل همزمان ماتریس عوامل داخلی و خارجی (IE) لزوم راهبرد انطباقی (WO) را برای برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی پیشنهاد نمود.

۲/۵



شکل ۴. جایگاه وضعیت برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی

– برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت بین استراتژی‌هایی که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی است. این تکنیک مشخص می‌نماید که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر است و در واقع این استراتژی‌ها را اولویت‌بندی می‌نماید (اعرابی، ۱۳۸۹: ۶۳).

جدول ۸. ماتریس اولویت‌بندی برنامه‌ریزی استراتژیک QSPM

استراتژی	نمره جذابیت عوامل داخلی	نمره جذابیت عوامل خارجی	میانگین نمرات	رتبه
WO _۱	۳/۶۳	۳/۵۸	۳/۶۰	۲
WO _۲	۴/۱۶	۳/۸۵	۴	۱
WO _۳	۳/۴۵	۳/۶۲	۳/۵۳	۳
WO _۴	۳/۳۳	۳/۴	۳/۳۶	۴
WO _۵	۳/۳۰	۳/۳۷	۳۳/۳۰	۵

با توجه به جدول ۸ استراتژی یا راهبرد تأکید بر ایجاد پارکینگ کافی و مناسب برای خودروها در محدوده بازار با توجه به پتانسیل زمین‌های خالی در محلات مجاور بازار جهت ایجاد پارکینگ با کسب امتیاز ۴ در رتبه و اولویت اول، تأکید بر مرزبندی مناسب فعالیت‌ها و جانمایی و چیدمان مناسب برای فعالیت‌ها و همچنین جابجایی بخشی از کاربری‌های تجاری مانند دست‌فروش‌های پیاپی در بازار از محدوده بازار فعلی به نقطه مناسب دیگری جهت حل بسیاری از مشکلات ترافیکی و نابسامانی‌های بازار شهر یاسوج با کسب امتیاز ۳/۶۰ در اولویت دوم، تأکید بر ایجاد سیستم حمل‌ونقل عمومی مناسب و کارآمد در محدوده بازار جهت کاهش استفاده از خودروهای تک‌سرنشین در محدوده بازار با کسب امتیاز ۳/۵۳ در اولویت سوم، تأکید ایجاد فضاهای سبز و تنوع پوشش گیاهی در محدوده بازار جهت افزایش سرزندگی و کاهش آلودگی‌های هوا، صوتی و بصری زیاد در محدوده بازار با کسب امتیاز ۳/۳۶ در اولویت چهارم و تأکید بر ایجاد زیرساخت‌های مناسب و کافی در محدوده مانند شبکه معابر مناسب در محدوده بازار از نظر عرض معابر و نفوذپذیری و تناسب عرض سواره‌رو نسبت به حجم ترافیک عبوری جهت داشتن ظرفیت حجم زیادی از خودروها بازار با کسب امتیاز ۳/۳۰ در اولویت پنجم قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

فرآیند ساماندهی مراکز خدمات شهری و از جمله بازارها، موضوعی صرفاً اقتصادی و یا زیست‌محیطی نیست، بلکه نوعی برنامه‌ریزی فضایی-فعالیتی محسوب می‌شود که با عوامل مختلف اقتصادی-اجتماعی، زیست‌محیطی، فضایی-فعالیتی و مدیریتی سروکار دارد و همچنین افزایش جمعیت شهری و بالا رفتن سطوح زندگی باعث به وجود آمدن رویکردی جدید در برآورده کرده نیازهای مردم در سطح جامعه و شهر شده است. به طوری که رفع نیازهای روزمره شهروندان به مباحث اصلی در میان مدیران، برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان تبدیل شده است. بازارها از جمله مراکز مهم و حیاتی خدمات‌رسانی در شهرها هستند که نقش مهمی در تأمین رفاه و آسایش شهروندان و توسعه‌ی اقتصادی شهرها ایفا می‌کنند، با توجه به موضوع مورد مطالعه و هدف پژوهش که همانا برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی، بوده است. پس از مشاهدات میدانی و بررسی وضعیت شاخص‌های مورد مطالعه جهت بررسی بازار شهر یاسوج و همچنین استفاده از جداول، نمودارها، نقشه‌ها، نرم‌افزار (GIS و SPSS) و مدل‌های SWOT، QSPM نتایج زیر به دست آمد:

با توجه به نتایج آزمون T تک نمونه‌ای از دیدگاه کارشناسان شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی و دسترسی-ترافیکی وضعیتی قابل قبولی ندارند و دارای سطح مطلوبی در بازار یاسوج نمی‌باشند و همچنین شاخص اقتصادی دارای وضعیتی قابل قبول و سطح مطلوبی در بازار یاسوج می‌باشد.

با توجه به نتایج آزمون T تک نمونه‌ای از دیدگاه شهروندان، شاخص‌های کالبدی-کارکردی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، مدیریتی، دسترسی و ترافیکی وضعیتی قابل قبولی ندارند و دارای سطح مطلوبی در بازار یاسوج نمی‌باشند. با توجه به نتایج رتبه‌بندی حاصل از آزمون فریدمن، برای بررسی وضعیت شاخص‌های مورد مطالعه جهت بررسی بازار یاسوج، شاخص مدیریتی با ضریب ۱/۹۱، شاخص کالبدی-کارکردی با ضریب ۳/۱۸ و شاخص دسترسی-ترافیکی با ضریب ۳/۳۶ رتبه‌های آخر را به خود اختصاص داده‌اند و در وضعیت ضعیفی قرار دارند که نیاز به توجه جدی مدیریت شهری و مسئولین ذی‌ربط در این زمینه‌ها می‌باشد.

با توجه به ماتریس داخلی و خارجی SWOT، جایگاه وضعیت برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی در خانه شماره II قرار دارد. بنابراین باید راهبرد انطباقی جهت برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی استفاده شود. تحلیل همزمان ماتریس عوامل داخلی و خارجی (IE) لزوم راهبرد انطباقی (WO) را برای برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی پیشنهاد نمود.

پیشنهادها

در نهایت با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها و مشاهدات میدانی پیشنهادها زیر در زمینه برنامه‌ریزی و ساماندهی بازار یاسوج با تأکید بر کاهش ترافیک با رویکرد مشارکتی ارائه می‌شود.

- تأکید بر هویت بخشی به بازار با توجه به جایگاه اقتصادی بسیار بالای بازار در شهر یاسوج با توجه به مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی تحقیق

- اتخاذ تدابیری جهت افزایش تمایل مردم به مشارکت و سرمایه‌گذاری با توجه به مؤلفه‌های اقتصادی تحقیق

- تأکید بر ایجاد مبلمان شهری مناسب مانند نیمکت، سطل زباله و تجهیزات مناسب کیوسک اطلاعات، باجه تلفن و آبخوری در محدوده بازار شهر یاسوج با توجه به مؤلفه‌های کالبدی تحقیق

- تأکید بر افزایش رونق اقتصادی بازار با توجه به مرکزیت و موقعیت مناسب بازار از نظر دسترسی و با توجه به مؤلفه‌های اقتصادی

- تأکید بر ایجاد فضاهای مناسب و جاذب برای ملاقات، کسالت‌آور نبودن فضا در محدوده بازار یاسوج با توجه به مؤلفه‌های اجتماعی تحقیق

- تأکید بر ساماندهی محدوده بازار یاسوج و کاهش ترافیک با تدابیری چون سیاست‌های تشویقی و تنبیهی جهت انتقال برخی از کاربری‌ها مانند دست‌فروشان به جای مناسب دیگر جهت کاهش بی‌نظمی و ازدحام در محدوده بازار یاسوج

- تأکید بر احداث ایستگاه‌های مناسب تاکسی و کاهش توقف غیرمجاز تاکسی‌ها و کاهش گره‌های ترافیکی شدید

- تأکید بر مرزبندی مناسب فعالیت‌ها و جانمایی و چیدمان مناسب برای فعالیت‌ها و همچنین جابجایی بخشی از کاربری‌های تجاری مانند دست‌فروش‌های پیاده‌رو بازار از محدوده بازار فعلی به نقطه مناسب دیگری جهت حل بسیاری از مشکلات ترافیکی و نابسامانی‌های بازار شهر یاسوج
- تأکید بر ایجاد پارکینگ کافی و مناسب برای خودروها با توجه به وضعیت کالبدی محدوده بازار
- تأکید بر استانداردسازی پل ارتباطی بین پیاده‌رو و سواره‌رو با توجه به جمعیت انبوه عابران پیاده و تداخل با وسیله نقلیه در محدوده بازار یاسوج با توجه به وضعیت ارتباطی محدوده بازار
- اجرای برنامه‌های مشارکت‌طلبانه با مشارکت بخش دولتی، شهروندان، بخش خصوصی و کسبه در ساماندهی بازار یاسوج.

منابع

- اداره کل مسکن و شهرسازی استان کهگیلویه و بویراحمد. (۱۳۸۰). *آمار کاربری اراضی شهر یاسوج*. اداره کل مسکن و شهرسازی. یاسوج.
- افشارکهن، جواد، بلالی، اسماعیل و قدسی، علی محمد (۱۳۹۱). بررسی ابعاد مسئله کنترل ترافیک شهری مشهد، نشریه مطالعات جامعه شناختی شهری. *فصلنامه مطالعات شهری*، ۲(۴)، ۵۹-۹۰.
- جباری، حبیب. (۱۳۸۹). *مشارکت و توسعه اجتماعی*. مجموعه مقالات همایش توسعه اجتماعی وزارت کشور.
- حسینی نژاد، سارا و صحاف، خسرو. (۱۳۹۳). *ساماندهی و برنامه‌ریزی گذر تاریخی با ارائه گزینه‌های طراحی: نمونه موردی: بازار فرش مشهد*. مجموعه مقالات دومین کنگره بین‌المللی افق‌های جدید در معماری و شهرسازی، تهران.
- دخت نجیبی، نسرين. (۱۳۹۱). *طراحی مکان ایستگاه اتوبوس در شبکه حمل و نقل. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی شیراز*. دانشکده علوم.
- رضایی، محمدرضا و نگین ناجی، سوده. (۱۳۹۳). *بررسی راهکارهای موثر در ایجاد محله پایدار با رویکرد مشارکتی در شهر یاسوج*. نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۶(۲۰)، ۶۹-۸۲.
- روحی عیسی‌لو، محمد. (۱۳۸۹). *تجزیه و تحلیل کارایی سازمان میادین میوه و تره‌بار و فرآورده‌های کشاورزی وابسته به شهرداری تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- زنگی آبادی، علی، علی زاده، جابر و رنجبرنیا، بهزاد. (۱۳۹۲). *برنامه‌ریزی راهبردی، برای سامان دهی بازارهای سنتی ایران؛ مطالعه موردی: بازار سنتی تبریز*. *فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی*، ۷(۱)، ۱-۱۳.
- سرائی، محمد حسین. (۱۳۸۹). *تحولات بازارهای ایرانی-اسلامی؛ مطالعه موردی: بازار یزد*. *فصلنامه مطالعات شهر ایرانی-اسلامی*، شماره اول، ۴۰-۲۵.
- سعیدنیا، احمد. (۱۳۸۸). *کتاب سبز شهرداری‌ها*. جلد دوم: کاربری زمین شهری، انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، تهران.
- شکویی، حسین. (۱۳۸۴). *دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری*. انتشارات سمت. چاپ هفتم. تهران.
- صالحی، علیرضا، منافی، سمیه و حیدری، خدیجه (۱۳۹۱). *بررسی نقش شهرداری‌ها در کنترل ترافیک شهری*. *فصلنامه دانش انتظامی زنجان*، ۱(۳)، ۱-۲۴.
- عطائیان، پریسا. (۱۳۹۱). *پیاده‌سازی الگوریتم کنترل هوشمند ترافیک شهری*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مصطفی یارقلی، دانشگاه زنجان.
- فلامکی، محمدمنصور. (۱۳۹۱). *شکل‌گیری معماری در تجارب ایران و غرب*. انتشارات نشر فضا.
- محسنی، منوچهر و جاراللهی، عذرا. (۱۳۹۲). *مشارکت اجتماعی در ایران*. تهران، آرون.
- مومنی، مصطفی. (۱۳۸۳). *جایگاه والای بازار تبریز در میان بازارهای جهان اسلامی*. خلاصه مقالات نهمین کنگره جغرافیدانان ایران، تبریز.
- نیازی، محسن. (۱۳۹۳). *تاملی در مورد رابطه بین ساختار قدرت در خانواده و مشارکت اجتماعی در شهر کاشان*. *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۳، ۱۱۷-۱۴۵.
- یعقوبی، نورمحمد، کیهانیان، ابوذر، سمیع پورگیری، ابراهیم و لطیفی، سمیه. (۱۳۹۱). *شناسایی راه‌های تعیین الگوی بهینه ترافیک شهری*. *فصلنامه علمی-ترویجی راهور*، ۹(۱۷)، ۹۱-۱۰۸.