

# ۱- بررسی تأثیر شهر و روستا و شهرهای بزرگ بر شبکه توزیع کالا

شهر و روستا دو مرکز تجمع انسانی اند، که بصورت دو عضو یک مجموعه در کنار هم قرار گرفته و نقش اساسی خود را در اقتصاد کشور ایفا میکنند. وجه تمایز شهر و روستا، عمدتاً " همان ساختار اقتصادی آنها بوده که به هر یک ویژگی مخصوصی را می بخشد، و بر طبق همان ویژگی جایگاه خود را در اقتصاد کشور بازمی یابند. میان این دو، پیوندی است که بموجب آن، تحولات یکی برد دیگری اثر می گذارد. بخصوص، در کشورهای در حال توسعه ای نظیر ایران که شهرها هر روز گسترش یافته و مسایل ناشی از آن، بر شبکه شهری و ارتباط شهر و روستا آثار عدیده ای برجای می گذارد. توزیع شاغلان بخش های مختلف، ترکیب اقتصادی داخلی کشور، شبکه های حمل و نقل، تولید و توزیع همگی تحت تاثیر این پویا اقتصاد و تغییرات توسعه ای قرار می گیرند، منجمد شبکه توزیع کالا که وظیفه هدایت تولیدات را از محل تولید به مصرف برعهده دارد. برای بررسی علل آن بهتر است ابتدا نگاهی به ساختار اقتصادی هر یک از این دو در ایران بیاندازیم.

## ساختار اقتصادی روستا

oooooooooooooooooooooooooooo

روستا طبق تعریف " واحد میدانی تقسیمات کشوری است که از لحاظ محیط زیستی، اوضاع طبیعی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی همگن است و حوزه و قلمرو معین ثبوتی یا فرعی مستقل که حداقل تعداد

بیست و حداکثر صد خانوار در آن سکونت داشته باشند و ساکنان آن بطور مستقیم و یا غیر مستقیم به یک نوع فعالیت کشاورزی، دامداری و باغداری بطور اعم و صنایع روستایی، صید یا ترکیبی از آنها اشتغال داشته باشند و در عرف بعنوان دهکده و آب‌دینا می‌ده شوند.<sup>(۱)</sup> روستا، در واقع مکان اصلی تولید است، لذا، خود کفایت و قادر به تأمین نیازهای ساکنان خود می‌باشد و تنها در موارد کالای صنعتی با دوا و پوشاک به شهر وابسته است. همین خصیصه خودکفایی بودن باعث شده که در روستا، بازاری همگن و یکپارچه وجود نداشته باشد. سادگی طبیعت پیرامون و آرامش سالهای متمادی، روستا ثبات را علاقه مند به سکون و آرامش نموده و تغییرات را با گذشت زمان می‌پذیرند و بنا بر این مصرف‌زدگی و تجمل‌پرستی ندرتاً دیده می‌شود. البته مسئله دیگری که بر این امر صحنه می‌گذارد کمبود درآمد روستا است که با وجود رابطه مبادلاتی بضرر محصولات کشاورزی تشدید می‌گردد.

## ساختار شهرها

oooooooooooooooooooo

در سرشماری سال ۱۳۶۵ مرکز آمار ایران، نقاط دارای شهر -  
 داری، شهر محسوب گردیده‌اند. شهرها جمعیت بیشتر، اشتغال بیشتر،  
 تولید بالاتر و استفاذه بیشتر از زمین مشخص می‌شود. بسیاری از شهرها،  
 روستاهای توسعه یافته‌اند و بسیاری نیز بعنوان شهری ریزی گشته‌اند.

---

(۱): دادگستری جمهوری اسلامی ایران. "قانون تعاریف و ضوابط تقسیمات کشوری مصوبه تیرماه ۱۳۶۲ مجلس شورای اسلامی" ضمیمه روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران. شماره ۴۸۱ (۱۶)، صص ۱۹۱-۱۹۵.  
 (۲): مرکز آمار ایران. "نگاهی کلی به نتایج مقدماتی سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۶۵". گزیده مطالب آمار، شماره ۱۴، سال سوم (فروردین و اردیبهشت، ۱۳۶۶)، صص ۳.

شماره‌های نیز به علل موقعیت مذهبی خاص و یا استفاده از مزایای تمرکز وجود آمده‌اند. شهرها، واخذ خدمت‌دهنده به محیط پیرامون خود یعنی روستاها بوده و محصولات تولیدی روستاها را جمع‌آوری و تولیدات صنعتی را ارائه می‌دهند. بسته به موقعیت جغرافیایی و سایر علل، هر یک از شهرها به خصوصیتی و انجام کار خاصی معروف می‌شوند. با توجه به این تخصص‌ها و رابطه میان شهرها، نظام مبادله‌ای ایجاد می‌شود که به آن " شبکه شهری " گویند. عملکرد این شبکه، بصورتی است که تولیدات روستاها را دریافت نموده و به شهرهای بزرگتر منتقل می‌کنند و تولیدات شهری همان مسیر را بالعکس طی می‌کنند. نحوه استقرار مکان‌ها و اجزای داخل شهر بر اثر عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی، طبیعی و رابطه عناصر طبیعی دیگر تعیین می‌گردد. بخشهای مختلفی بمنظور تسهیل فعالیت‌های حیاتی شهردر زمینه‌های گوناگون و رساندن کالا، جریان پول، ارتباطات و اطلاعات تشکیل می‌شود. شبکه‌های توزیعی نیز که نقش رابط تولید و عرضه را در شهرها بر عهده داشته و پل میان تولید و مصرف و جریان پول و کالای باشند، از زمان‌های قدیم در حوالی یکی از پررفت و آمدترین دروازه‌های شهر تشکیل می‌شده‌اند. زیرا تعدد جمعیت و افراد و کالای موجب رونق این شبکه می‌باشد. گسترش این شبکه بطرف داخل شهر از سوی دروازه، در امتداد راه اصلی تا مرکز شهر بوده و گاهی اوقات، بازارها از یک دروازه تا دروازه دیگر امتداد داشته‌اند. شکل اجزای بازار و توسعه آن به تخصص اصلی شهرومیزان رشد اقتصادی و جمعیت آن وابسته بود. اگر شهری در قسمت ما در آن کالای فعالیت میکرد، اجزای مرتبط با آن در بازار، توسعه می‌یافت و در غیر این صورت بازار، وظیفه رساندن کالا و خدمات را به شهروندان بر عهده می‌گرفت و بیشتر به فعالیت خورده فروشی می‌پرداخت. تقسیم بندی فضایی داخل بازار بنحوی بود که

اصناف عرضه‌کننده یک کالادرکنا رهم‌قرامی گرفتند و هر یک رسته‌ای را بخود اختصاص می‌دادند. نظیر بازاریکفاشان، بزازان وغیره، البته، توسعه شهر از اطراف بازار، کم‌کم به قسمت‌های مرکزی شهر منتقل گردید. شکل کلی بازار نیز بنا بر ضروریات و نیازهای جدید در حال تغییر و گسترش بوده است.

شهرنشینی در ایران از زمان ساسانیان معمول بوده است. بنا به مقتضیات زمان، بعضی از شهرها رونق یافته و بعدرکود را تجربه کرده‌اند و گاه از میان رفته‌اند. اما شهرنشینی به آرامی رشد نموده، بطوری که در ابتدای قرن حاضر، طبق تخمین‌های موجود اکثر مردم ساکن روستا بوده‌اند. در ابتدای قرن حاضر، روند شهرنشینی برای مدت کوتاهی از رونق برخوردار می‌شود که می‌توان آن را ناشی از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش صنعت و بهبود وضع جاده‌ها و راه‌ها و توسعه دستگا‌ه‌های اداری دانست. اما با زردمقایسه با سالهای گذشته رشد چشمگیری پیدانمی‌کند. در دهه بعدی، بعلت بروز جنگ جهانی، این روند کند شده و مهاجرت به خارج از کشور آغاز می‌شود. اما، با بسط سرمایه‌داری وابسته در ایران، تغییرات زیادی بوجود آمده و شهرنشینی از رشد بسیار سریعی برخوردار می‌شود. تا قبل از این، شبکه شهری همگون بودن و هر منطقه، شهر اصلی خود را داشت که محصولات مناطق اطراف را جمع‌آوری و خدماتی را به محیط پیرامون خود ارائه میداد و مازاد محصولات را به شهرهای بزرگتر صادر می‌نمود. اما با محورشدن بخش نفت و درآمد حاصله در اقتصا دکشور و تزریق آن به شکل بودجه‌های عمرانی و یا حقوق کارمندان و بودجه ادارات در شهرها، دیگر تولیدات روستایی اهمیت خود را در تانمییان

(۱): ج. باری‌یر، اقتصاد ایران (۱۳۴۹-۱۲۷۹)، (تهران، انتشارات

پرچم، ۱۳۶۳)، صص ۳۷-۴۱

اصلی نیاز شهری از دست داده و این امر موجب از میان رفتن رابطه فعال میان شهر و روستا گردید. با بکارگیری الگوی صنایع جایگزین واردات در کشور، صنعت مونتاژ و سایر صنایع مصرفی دیگر در کشور پی ریزی شد. بخش با زار داخلی نیز، با گسترش خود و افزایش تقاضا بعد از دنیا زبسه محصولات غذایی را رشد داد. اما، روستا و بخش کشاورزی بعلمت عدم توسعه عقب ماندگی قادر به همپایی و برآوردن این تقاضا نبودند. لذا، باب واردات یا زشد و کشور در ارتباط با بازار جهانی کا لاقرار گرفت و چون برای پرداخت، چیزی جز ارزهای نفتی وجود نداشت، در تقسیم کار بین المللی، نقش ارائه دهنده ماده اولیه نفت و دریافت کننده کالا و خدمات را بر عهده گرفت. با تغییر الگوی مصرف، رشد شهرها در اثر عوامل رکودی و بعضاً "تغییر دهنده سیستم توزیع و مبادله، دگرگونی زیادی یافت. اجزای جدیدی نیز در داخل اقتصاد کشور نظیر: بسته بندیهای متنوع، کالاهای جدید، محصولات صنعتی با دوام بوجود آمد. اما، همانند سایر کشورهای توسعه نیافته، که سرمایه دریک یا چند شهر اصلی متمرکز شده و سایر مناطق تقریباً "متروک باقی میمانند، در ایران نیز چند شهر عمده نظیر اصفهان و تهران از این مزیت بهره مند شده و سایر شهرها از آن سودی نبردند. از طرف دیگر، بعلمت این تمرکز سرمایه و زیرساختهای اصلی، امکانات لازم نیز در همان چند شهر مجتمع شده و نقش شهرهای کوچک و متوسط کمتر گردید. شبکه شهری ایران، در این حالت از شکل خود خارج و شبکه جدیدی که به شبکه زنجیره ای خطی<sup>(۱)</sup> موسوم است بوجود آمد، و بر اساس آن، هر شهر و روستا مستقیماً با

---

(۱): شبکه زنجیره ای خطی، اصطلاحاً "شبکه شهری است که هر شهر کوچک و بزرگ در ارتباط مستقیم با شهر اصلی قرار می گیرند.

بزرگترین شهرکه اصطلاحاً "مادرشهر" (متروپل) خوانده میشود ارتبط یافت .

مادرشهر (متروپل) تمام فعالیت های سایر مراکز شهری را در خود متمرکزی کند ، منجمله : تجارت ، شعبات مرکزی بانکی ، بیمه و صنایع کوچک و بزرگ که در تولید داخل نقش دارند . لذا ، فعالیت بازار ، در این شهر عمدتاً " در سطح عمده فروشی صورت میگیرد و فعالیت های دیگر ، نظیر صادرات نیز بعلمت آنکه شهرهای دیگر قدرت مالی انجام آن را ندارند ، تماماً "به مادرشهر (متروپل) واگذار می شود . هم اکنون ، در شبکه شهری کشور ، تهران با جمعیتی بیش از  $5/7$  میلیون نفر حدود  $11/95$  درصد جمعیت و مقدار زیادی از منابع اقتصادی کشور را بखسود جلب نموده است .

تمرکز فعالیت ها در یک نقطه ، موجب تغییراتی در کارآیی تولید ، توزیع کالاها و خدمات می گردد . از یک سو بعلمت تمرکز تمامی امکانات لازمه بخش های اقتصاد در مراکز شهری ، شبکه های توزیعی در شهرها شکل گرفته و امکانات لازمه آن نظیر : انبارها ، وسایل حمل و نقل و جاده نیز در شهرها متمرکزی گردند .

### علل گرایش بازرگانی به شهرها

.....

بررسی های تاریخی نشان میدهد که هر جا مسیر عبور کاروانیان و تجار بوده است ، شهرهای پر رونق ایجاد گردیده که با تغییر مسیر ،

(۱): Metropole

(۲): مرکز آما را ایران ، " نگاه بی یافته های مقدماتی سرشماری عمومی

نفوس و مسکن سال ۱۳۶۵" ، گزیده مطالب آماری ، شماره ۱۲ ، سال

دوم ( تهران : آذرماه ۱۳۶۵ ) ص ۵ .

این شهرها رونق خود را از دست داده‌اند، این امر نشان دهنده آن است که در مناطقی که امکانات مبادله و سودهای ناشی از آن وجود دارد، رشد اقتصادی نیز حاصل می‌گردد. درحقیقت، همانگونه که تجارت خارجی و منافع ناشی از آن میتواند منشا رشد اقتصادی باشد، تجارت داخلی نیز دارای این امکان بالقوه است. تاملی در بازارهای ایران نشان میدهد که در مناطق روستایی از این نوع بازارها کمتر تشکیل شده که این امر ناشی از مسایل عدیده‌ای، نظیر: عدم مسافت، فقدان راه‌ها و وسایل حمل و نقل بین روستاها و امکانات مبادلاتی می‌باشد. زیرا، روستاها اکثراً "محصولات مشابهی تولید می‌نمایند. در بعضی مناطق، بازارهایی بصورت هفتگی نظیر شنبه بازار و یا بصورت ماهانه معمول می‌باشد. البته در میان روستاهایی که دارای امکانات مبادلاتی بیشتری با هم هستند، فواصل بازارها کوتاه‌تر شده، چه همواره توسعه بازارها در گرو تعدد نفرات و فزونی درآمدها و قدرت اقتصادی بوده و شبکه‌های توزیع نیز از منافع ناشی از تجارت رشد میکنند.

شهرنشینی برای سرمایه‌گذاران مزایای زیادی دارد که امکان استفاده از صرفه‌جویی‌های مقیاس و کاهش ریسک تولیدات از آن جمله‌اند. امکان نوآوری و ابداع در شهرهای بزرگ، بعلافت افزایش امکانات مالی بنگاه‌ها و روحیه مصرفی شهرنشینان وجود دارد. لذا، فعالیت‌های تجاری و بازرگانی میل به تمرکز در شهرهای بزرگ را دارند. تقسیم کار و تخصصی شدن اقتصاد کشور، احتیاج به مرکزی برای تجمع محصولات را بوجود آورده که به امکاناتی نظیر حمل و نقل، بندر، نزدیکی بجاده و راه‌آهن نیازی باشد و این امکانات نیز، در شهرها و مراکز تجاری گرد آمده‌اند.

اختلاف درآمد میان شهر و روستا نیز از عوامل دیگری است که

شهر را برای فعالیت های تجاری مناسب تر می نماید ( جدول شماره ۱ ) .  
 همانگونه که ملاحظه می گردد، این اختلاف درآمد در سال ۵۴ به حد اکثر  
 خود رسیده ، سپس کاهش یافته و مجدداً " در حال افزایش است .

جدول ۱- درآمد سالانه خانوار شهری و روستایی طی برخی از سالهای ۱۳۵۳ الی ۱۳۶۳  
 واحد: ریال

| ۱۳۶۳   | ۱۳۶۱   | ۱۳۵۸   | ۱۳۵۶   | ۱۳۵۳   | ۱۳۵۲   |                         |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------------|
| ۷۵۶۹۰۶ | ۷۰۹۶۰۰ | ۵۱۴۴۲۶ | ۳۴۸۷۲۹ | ۳۲۶۰۵۷ | ۱۸۶۶۹۸ | ۱- درآمد خانوار شهری    |
| ۳۷۷۵۹۲ | ۳۹۱۸۲۵ | ۲۲۷۳۰۱ | ۱۶۶۳۰۸ | ۱۱۱۹۱۶ | ۸۸۴۳۶  | ۲- درآمد خانوار روستایی |
| ۲/۰۰   | ۱/۸۱   | ۲/۲۶   | ۲/۶۹   | ۲/۹۱   | ۲/۱۱   | نسبت ۱ به ۲             |

ماخذ: مرکز آمار ایران، سالنامه آماری، سالهای مختلف .

رخنه فرهنگ مصرفی و ارزش شدن مصرف در شهرها و عادت به  
 مصرف کالاها قبل از تولید آن در داخل ، با زار شهری را گسترده تر  
 میکند . بررسی جمعیت شهری و روستایی کشور نشان دهنده افزایش جمعیت  
 ساکن شهرها و کاهش جمعیت روستایی می باشد ، بطوری که طی ۳۰ سال  
 (۱۳۳۵ الی ۱۳۶۵) جمعیت شهری از ۳۱/۴۲ درصد به ۵۴/۲ درصد در جمعیت  
 کل کشور افزایش یافته در حالیکه جمعیت روستایی از ۶۸/۵۸ درصد  
 به ۴۵/۳ درصد کاهش داشته است . (۱) بررسی شاغلین بخش بازرگانی در  
 سال های ۱۳۴۵ و ۱۳۵۵ مبین آن است که از کل شاغلین بخش بازرگانی

(۱): مرکز آمار ایران، سالنامه آماری، سال های مختلف .



در سال ۱۳۴۵ ، ۷۶ درصد در مناطق شهری و ۲۳ درصد در مناطق روستایی بوده اند. این ارقام در سال ۱۳۵۵ به ترتیب به ۸۱ و ۱۹ درصد می رسد ، یعنی بارشد مناطق شهری ، تمرکز فعالیت های بازرگانی نیز افزایش یافته است . بررسی دیگری ، در مورد هزینه خانوار شهری (۱) و روستایی بر حسب شغل رئیس خانوار نشان می دهد که در مناطق شهری در سال ۱۳۵۶ ، ۱۳/۲ درصد از روسای خانوارهای نمونه در امور فروش اشتغال داشته اند که به ۱۴/۶ درصد در سال ۱۳۶۳ بالغ گردیده است . این ارقام برای خانوارهای روستایی به ترتیب برابر با ۳/۸۴ و ۳/۵۵ درصد می باشد . (۲)

در سرشماری سال ۱۳۵۵ که از کارگاه های شهری و روستایی بعمل آمد ، مشخص گردید که ۸۵ درصد از کارگاه های عمده فروشی و ۷۱ درصد از کارگاه های خرده فروشی در سال مذکور ، در نقاط شهری قرار داشته اند . در حالیکه در مناطق روستایی ، این ارقام به ترتیب برابر با ۱۵ و ۲۹ درصد بوده است . گرایش فعالیت های بازرگانی به نقاط شهری ، با رشد درآمد نفت و واردات کالاها چشمگیر بوده ، زیرا بخش تولید ، فعال نبوده و واردات منبع تامین کالاها گردید که بر همان اساس ، زیر -

(۱) : همان ماخذ .

(۲) : مرکز آمار ایران ، بررسی درآمد و هزینه خانوار شهری ۱۳۵۶ و

۱۳۶۳ (تهران : مرکز آمار ایران ، ۱۳۵۹ و ۱۳۶۴) ص ص

۷ و ۲۷ .

(۳) : مرکز آمار ایران ، بررسی درآمد و هزینه خانوار روستایی

۱۳۵۶ و ۱۳۶۳ (تهران : مرکز آمار ایران ، ۱۳۵۹ و ۱۳۶۴)

ص ص ۲۶ و ۵ .

(۴) : مرکز آمار ایران ، سالنامه آماری کشور سال ۱۳۵۸ (تهران :

مرکز آمار ایران ، ۱۳۶۵) ، ص ۹۷۴ .

ساخت‌های مربوط به آن رشدیافته و بخش غالب اقتصاد شهری گردیده‌اند. اما نشان می‌دهد که در سال ۱۳۵۲، ۳۸/۹۰ درصد از کارگاه‌های مناطق شهری در بخش بازرگانی فعالیت داشتند که در سال ۱۳۶۴ این رقم به ۴۴/۳ درصد بالغ گردیده است. البته باید توجه داشت که در سال ۱۳۶۴، ۹۱/۶ درصد از کارگاه‌های بخش بازرگانی در قسمت عمده فروشی و خرده فروشی فعالیت داشته‌اند.

جدول ۲- اماژ کارگاه‌های خرده‌فروشی و عمده فروشی در نقاط شهری کشور در سالانه آنها

|            | ۱۳۶۴   | ۱۳۵۵   | ۱۳۴۴  | رشد سالانه (۴۴-۵۵) | رشد سالانه (۵۵-۶۴) |
|------------|--------|--------|-------|--------------------|--------------------|
| عمده‌فروشی | ۲۷۵۷۶  | ۱۷۹۷۸  | ۴۷۴۴  | ۱۲/۸۷              | ۴/۸۶               |
| خرده‌فروشی | ۵۰۳۰۱۹ | ۲۶۲۶۹۷ | ۶۷۳۷۱ | ۱۳/۱۶              | ۷/۲۶               |

منبع: ۱) وزارت اقتصاد، گزارش نتایج آمارگیری کارگاه‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی ایران در

سال ۱۳۴۴، (تهران: وزارت اقتصاد، ۱۳۴۷) ص ۳.

۲) مرکز آمار ایران سالنامه آماری سال ۱۳۵۸، (تهران: مرکز آمار ایران، ۱۳۶۰) ص ۹۷۳.

۳) وزارت کار و امور اجتماعی، معاونت طرح و برنامه، نتایج آماری طرح تهیه مشخصات پایه ای کارگاه‌های شهری کشور در سال ۱۳۶۴، (تهران: وزارت کار و امور اجتماعی، ۱۳۶۲) ص ۴.

پژوهش‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

اما تعداد کارگاه‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در مناطق شهری، نیز

نشانگر رشد است. بطوریکه ملاحظه می‌گردد، تعداد کارگاه‌های عمده‌فروشی مناطق شهری کشور از ۴۷۴۴ کارگاه در سال ۱۳۴۴ به ۱۷۹۷۸ کارگاه در سال ۱۳۵۵ و ۲۷۵۷۶ کارگاه در سال ۱۳۶۴ رسیده است. متوسط رشد سالانه کارگاه‌های عمده‌فروشی طی سال‌های ۵۵-۱۳۴۴ برابر با ۱۲/۸۷ درصد و در دوره بعد ۴/۸۶ درصد می‌باشد که رشدی روبه‌گرایش داشته و در واقع مراکز

اصلی توزیع در شهرها، پاک گرفته بوده است.

در مورد خرده فروشی ها نیز این دو دوره رشد دیده میشود، اما همانطور که ملاحظه می گردد، همواره درصد رشد بیشتری از عمده فروشی ها داشته اند. بخصوص در دوره ۶۴-۵۵، این اختلاف بیشتر می گردد و نشان میدهد که تعداد خرده فروشی ها در مقابل عمده فروشی ها افزایش یافته است. بطوری که در سال ۱۳۵۵ بطور متوسط در برابر هر عمده فروشی در مناطق شهری ۱۴ خرده فروش وجود داشته که در سال ۱۳۶۴ این نسبت یک به ۱۸ شده است. بعلاوه قابل ذکر است که در سال مذکور، تعداد واحدهای حمل و نقل و انبارداری و ارتباطات نیز که در شهرها در خدمت بخش بازرگانی اند رشد قابل ملاحظه ای نموده و به سه برابر تعداد خود در سال ۱۳۵۲ رسیده است. در واقع، با گسترش شهرها و ایجاد محلات جدید، هر محله خود، دارای مغازه و واحدهای تولید مورد لزوم می گردد و از نظر زمان و هزینه حمل و نقل نیز، برای افراد رفتن به مرکز شهر به منظور خرید ما یحتاج روزانه مقرون ب صرفه نمی باشد.

تمرکز جمعیت که با تقاضای زیاد همراه است، منجر به افزایش حلقه های متصل به شبکه توزیع می گردد. وجود شهرهای بزرگ، در واقع، باعث جذب محصولات و تمرکز آنها می گردد، لذا شبکه های توزیع نیز که وظیفه هدایت محصولات را از نقطه تولید تا مصرف برعهده دارند، در این مراکز رشد بیشتری مویابند. البته مقداری از محصولات نیز، از طریق شبکه های موجود به سایر نقاط فرستاده میشود، اما بعلمت آنکه شبکه راه ها و وسایل حمل و نقل در روستاها و شهرهای دور افتاده معمولاً "توسعه زیادی نیافته اند، باعث افزایش هزینه های توزیع میگردد و اکثر عمده فروشان تمایلی به این کار ندارند. در مواردی حتی کالاهای لوازم مورد احتیاج شهرهای کوچک و روستاها اکثراً " بدست آنها نرسیده

یا به قیمت گزاف قا در به تا مین آن می گردند. در شهرهای نزدیک بسه نقاط مرزی کشور، اکثراً " کالاهای خارجی، جایگزین تولیدات داخلی گشته است. زیرا، به قیمتی ارزانتر از تولیدات داخلی بدست مصرف کننده می رسد.

اثر مادر شهر ( متروپول) بر شبکه توزیع نیز ایجا دگیستگی در آن بنفع خود و بضرر سایر مناطق می باشد. اگر تا قبل از پیدایش مادر شهر، دادوستد میان شهرها و روستاها و شهرهای کوچک و بزرگ وجود داشت، پس از آن اکثر شهرها در ارتباط مستقیم با مادر شهر قرار می گیرند و در مواردی، کالاهایی را که دوشهر با هزینه کمتری توانند مبادله کنند، ابتدا به مادر شهر صادر، سپس بین سایر شهرها و مناطق، توزیع میگردد. در نتیجه قیمت کالا افزایش می یابد. زیرا ابتدا کالا به انبارهای مرکزی حمل، سپس به انبارهای محلی و از آنجا بین فروشگاههای مختلف توزیع می گردد، که مستلزم افزایش هزینه انبارداری، هزینه سفارش، زمان توزیع و نهایتاً " افزایش هزینه حمل می باشد. در مواردی نیز که صنایعی طبق سیاست دولت در شهرهای کوچکتر ایجا می شوند، به علت آنکه محصولات تولیدی، با بازار کافی ندارند، اجباراً " به شهرهای بزرگ صادر و از آنجا به نقاط دارای تقاضی فرستاده میشود.

در شبکه شهری کشورمان، شهر تهران با جمعیتی حدود ۱۲ درصد جمعیت کشور با اختلاف زیاد از دومین شهر پر جمعیت ( مشهد ) قرار دارد و همین امر موجب گردیده که قسمت اعظم سرمایه گذاریهای بخشهای تولید و توزیع در این شهر صورت گیرد. معمولاً " در شبکه شهرها، بزرگترین شهر در مقیاس دوبرابر جمعیت شهرهای بزرگ دیگر قرار می گیرد، در حالیکه هم اکنون این فاصله به چندین برابر رسیده است. از نظر کل کارگاههای دایر سرشماری شده در مناطق شهری کشور در سال ۱۳۶۴، ۲۴/۲ درصد آن

(۱)  
 در تهران مستقر است، که ۴۴/۶ درصد از این کارگاه‌ها در بخش بازرگانی  
 (۲)  
 فعالیت می‌نمایند. در حالیکه در مشهد، دومین شهر ایران، ۵/۳۷ درصد از  
 کل کارگاه‌های شهری کشور که ۴۶/۱ درصد آن در بخش بازرگانی است و  
 در شهر اصفهان ۵/۴۸ درصد و در شیراز ۲/۳۹ درصد از کل کارگاه‌های شهری  
 کشور قرار دارند که به ترتیب ۳۵/۷ و ۴۴/۸ درصد آنها در بخش بازرگانی  
 فعالیت می‌نمایند. بعلاوه، اکثر مراکز اصلی مدیریت این بخش، نظیر:  
 مراکز تهیه و توزیع کالا، شرکت‌های صادراتی و وارداتی، در شهر تهران  
 واقع شده‌اند. فعالیت‌های بازرگانی نیاز به اطلاعات گسترده و وسیعی  
 دارند، لذا، اکثر بازرگانان تمایل دارند که در تهران مستقر گردند.  
 گسترش شبکه‌های ارتباطی و مخابراتی در سطح کشور تا اندازه‌ای از شدت  
 این مورد کاسته است. اما اکنون نیز شبکه اصلی توزیع بازرگانی تهران بر  
 کل شبکه توزیع در کشور، مسلط می‌باشد. در مواردی، حتی کالاهای  
 وارداتی ابتدا به تهران حمل و سپس به مراکز استان‌ها فرستاده می‌شود.

### خلاصه و نتیجه‌گیری

oooooooooooooooooooo

شهر و روستا بعنوان دو عنصر مکمل یکدیگر خالص متغای و تسی  
 دارند، که بر اساس آن نقش خاصی را در اقتصاد کشور بعهده می‌گیرند. اما

(۱): وزارت کار و امور اجتماعی، معاونت طرح و برنامه، نتایج  
 آماری طرح تهیه مشخصات پایه‌ای کارگاه‌های شهری کشور در  
 سال ۱۳۶۴، (تهران: وزارت کار و امور اجتماعی، آبان‌ماه  
 ۱۳۶۵)، ص ۳۶.

(۲): وزارت کار و امور اجتماعی، معاونت طرح و برنامه، نتایج  
 آماری طرح تهیه مشخصات پایه‌ای کارگاه‌های شهری کشور در  
 سال ۱۳۶۴، استان تهران. (تهران: وزارت کار و امور اجتماعی،  
 مهرماه ۱۳۶۵)، ص ۴.

اجرای برنامه‌های رشد و توسعه با اختصاص سرمایه‌های عمرانی به شهرها ، این رابطه منطقی را برهم می‌زند و شهرها جهت توسعه خود ، روستا را واپس زده و پیشتر حرکت‌های اجتماعی می‌گردند ، توسعه شهرها ، منجر به جذب فعالیت‌های مختلف به آنها شده ، بطوریکه اکثر کارگاه‌های تولیدی و خدماتی در شهرها تاسیس می‌شوند . این مسئله موجبات تمرکز تولیدات را فراهم نموده ، لذا شبکه‌های توزیع نیز در شهرها تشکل می‌یابند . البته از زمانهای گذشته تولیدات روستایی به شهرها حمل و بفروش می‌رسید و شهرها عامل خدمت‌رسانی به محیط اطراف خود بودند . اما با افزایش واردات و تامین نیازهای کشور با ارزهای نفتی ، این رابطه تضعیف گردید و اکثر شهرها در ارتباط با بازار جهانی کالای خود گرفتند و روستا و تولیدات آن نقش حاشیه‌ای پیدا کردند . پدیده دیگری که دیده می‌شود آن است که در شبکه شهری کشورهای در حال رشد نظیر ایران ، سرمایه و امکانات در یک شهر متمرکز شده و حالت قلب سیستم اقتصاد را می‌یابد . تهران هم اکنون ، چنین موقعیتی دارد . تمرکز امکانات و اطلاعات ، گسترش شبکه راه‌ها و حمل و نقل و سرمایه‌گذاری‌ها این موضوع را تشدید کرده و از اهمیت سایر شهرها کاسته می‌شود . گرد آمدن تمامی امکانات در یک نقطه ، امکان ایجاد اختلال در شبکه را افزایش داده و از طرف دیگر ، قدرت انحصاری نظارت بر سایر نقاط را بوجود می‌آورد . برای حل این مشکل ، اجرای طرح‌های توسعه منطقه‌ای خودکفا و تقویت شهر اصلی هر منطقه ضروری است . البته وجود شبکه حمل و نقل ، وسایل توزیع و انبارهای لازم برای برنامه ریزی یک سیستم توزیع کارآمد لازم بنظر می‌رسد . ایجاد شبکه‌های توزیع خودمحور در مناطق مختلف ، مشوق ایجاد واحدهای لازم تولیدی می‌گردد و از طرف دیگر ، عدم کارآیی ناشی از " پراکندگی موقت " و " پراکندگی منطقه‌ای " را به

حداقل خودمی رساند و علاوه بر آن امکان ایجاد احتکار و اختلال در شبکه ناشی از انحصاری و متمرکز بودن آن را از میان می برد. در صورت وجود شبکه های منطقه ای خودمحور، هنگام وقوع کمبود در یک منطقه، می توان از امکانات سایر مناطق جهت تامین آن سود جست. برای این کار، مراکز وزارت بازرگانی و سازمانهای متبوع در حوزه های مشخص، می بایند امکانات انبارداری و حمل و نقل و نظارت لازم را ایجاد نمایند

## مجموعه اسرائیلی با تعاریف اصطلاحات بازرگانی اقتصادی اجلاول

مشهد  
مهرسند

شناخت تعاریف اصطلاحات متداول بازرگانی با توجه به یاناسنی که در کتاب اسرائیلی با آن نامی تواند در پی داشته باشد، برای دست اندرکاران این رشته علمی ضروری است علاوه بر آن آثار و اطلاعات بین دست اندرکاران نیز ارتباط می نماید که از تعاریف اصطلاحات مورد نظر مفهوم در دسترس می یابند حتی الامکان یکسان بکار گرفته شود.

اولین جلد این مجموعه در ۱۹۰۷ هجری شمسی ۷۷ اصطلاح می باشد که به ترتیب الفبایی تنظیم گردیده است. در مورد هر اصطلاح ابتدا تعریفی از آن آورده شده و سپس به تناسب توضیحاتی جهت روشن تر شدن تعریف ارائه گردیده است. هر کدام در هر مورد تمام تعاریف و مطالبی که مورد بررسی قرار گرفته اند به تکلیف در دو بخش لاتین (به برادر ترجمه) و فارسی می آید که شده است.

علاقمندان جهت تیزبینی محسوسه می توانند از طریق مراجع به روشی دیگر یا کتابخانه های

پستی تهران - ۱۵۷۴۵۰۲۶۵ آن را به دستمای نمایند.

مجلس نشریات پژوهشی و تحقیقاتی