

نقش شاخصهای تخصص منطقه‌ای در مکان‌یابی و کارکرد بازارچه‌های مرزی*

دکتر علی محمودی**

چکیده

تغییرات ساختاری در اقتصاد مناطق، طی یک فرایند نرمال، از اقتصاد زیستی تا اقتصاد تجاری و بالاخره به بازار منطقه‌ای تکامل می‌یابد. تجربیات موجود نشان می‌دهد که کارکرد بهینه چنین بازارهایی در ابعاد وسیعی به شاخص‌های مکانی و اساس صادراتی مناطقی که در آن فعالیت دارند، بستگی دارد. آگاهی به این عوامل می‌تواند در سطح وسیعی برای توسعه روابط میان منطقه‌ای مؤثر و کارا باشد. هدف این مقاله، آزمون شاخصهای تخصص منطقه‌ای به منظور رهیافت به مکان‌یابی بازارچه‌های مرزی در سطح مناطق مرزنشین شمال و شمالغرب ایران است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میان کارکرد اقتصادی بازارچه‌ها و موقعیت مکانی آنها رابطه معنی‌داری وجود دارد. رعایت شاخصهای تخصص منطقه‌ای می‌تواند در مکان‌یابی و فعال ساختن بازارچه‌های مرزی مؤثر و مفید بوده و مبادلات میان منطقه‌ای، را تسریع نماید.

* این مقاله برگرفته شده از طرح بررسی اقتصادی و مکان‌یابی بازارچه‌های مرزی است که در مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی و با همکاری آقای یوسف حسن‌پور پژوهشگر مؤسسه، انجام گرفته است.

** عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

مقدمه

هم نظریه موقعیت^۱ و هم نظریه رشد اقتصاد منطقه‌ای^۲، در فرایند توسعه مناطق، به نکات مشترکی توافق دارند. بنا به تزکارهای تجربی آیزارد (۱۹۶۰)^۳، ای، ام، هور^۴، جوزف فیشر^۵ و دیگران، رشد و توسعه مناطق، توالی نرمالی از تغییرات ساختاری در اقتصاد را از اقتصاد زیستی تا اقتصاد تجاری طی می‌کنند و در نهایت با تخصیص مناطق به فعالیت‌های بخش سوم یا تولید برای صادرات، تکامل می‌یابند. یک چنین منطقه‌ای بر اساس زیربنای صادراتی^۶ به سمت سوی بازار جهت‌گیری می‌شود^۷ و کالاها و خدمات تخصصی خود را به سایر مناطق پیشرفته صادر می‌نماید و در مقابل، اشتغال و درآمد پولی را به داخل سرازیر می‌کند. وقتی دو مرکز از این نوع بهم مرتبط می‌شوند از طریق توسعه مبادلات، تغییرات وسیعی را در افق اقتصادی و الگوی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان پدید می‌آورند. «مناطق بازاری» در هر ابعادی که باشند، دارای کارکردهای موقعیتی معینی می‌باشند. هر «منطقه بازاری» دارای قلمرو یا فضای کارکردی مشخص و معینی است. چنین قلمرویی عملاً از سطح تخصص یافتگی و حجم مبادلات کالایی متأثر می‌شود و حوزه نفوذ وسیع‌تری را به خود اختصاص می‌دهد. وسعت و عملکرد مناطق بازاری در نوع خود به عواملی مانند رفتار مصرف‌کنندگان، مزیت‌های نسبی منطقه‌ای، موقعیت، امکان دسترسی و الگوهای تصمیم‌گیری ناحیه‌ای بستگی دارد که بازارها در درون آن فعالیت دارند.^۸ آیزارد، چنین مناطقی را با تفاوت فزاینده میان مکانهای دارای منابع و مسیرهای تجاری برتر و پست تفکیک می‌کند.^۹ چانسی هریس (۱۹۷۳) که نقش بازارها را در مکان‌یابی مناطق صنعتی

1. Location Theory

2. Regional Economic Growth

3. Isard

4. E.M.Hover

5. V.G.Fisher

6. Export Base

7. Market Oriented

۸ محمودی، علی: اقتصاد حمل و نقل، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.

9. Isard, W.at (1960): Methods of Regional Analysis: an Introduction to Regional Science, NewYork: Press of M.I.T. and Johnwiley and Sons.

آمریکا مورد بررسی قرار داده، موقعیت مکانی و امکان دسترسی به بازارها را از جمله شاخص‌های مهم در کارایی منطقه‌ای و ملی بازارها تعریف کرده است.^{۱۰} به هر حال، «مکان‌یابی» بازارها یک فرایند برنامه‌ریزی منطقه‌ای است و از دیرباز به عنوان یک راهبرد^{۱۱} اقتصادی مورد توجه جغرافی دانان بوده است.^{۱۲} شناخت شاخص‌های منطقه‌ای «مقیاس ILS در وسیعی می‌تواند امکان آزمون ارتباط بین ضرایب تخصص منطقه‌ای در تولید و شاخص‌های مزیت نسبی در صادرات را فراهم آورد و زمینه را برای ایجاد همکاریهای میان منطقه‌ای ممکن سازد.^{۱۳}

۱. طرح مسأله و پیشینه تحقیق

پیوسته از قدیم مناطق مرز نشین به سبب ناتوانیهای بالقوه به ویژه در بخشهای کشاورزی و صنعت، جزء مناطق منزوی و محروم تلقی می‌شده‌اند. تأسیس و فعالیت بازارچه‌های مرزی، نتیجه و فرایند سیاستهای تمهیداتی دولت در جهت کمک کردن به اقتصاد این نواحی و توسعه همکاریهای اقتصادی و مبادلات بازرگانی میان کشورهای همسایه بوده است. عملاً طی مصوبه‌های سال ۱۳۷۶ و به دنبال آن در سال ۱۳۷۰، تأسیس بازارچه‌های مرزی نخست در آذربایجان غربی و سپس در آذربایجان شرقی، گیلان، خراسان و سایر مناطق مرزی کشور تجربه شده است.

اگرچه تأسیس بازارچه‌ها در مناطق مرز نشین کشور عملاً استراتژی نوینی در جهت ایجاد اشتغال، تثبیت جمعیت و بالاخره کسب درآمد از طریق عرضه خدمات و تجارت در مناطق

10. Choncy D.Harris (1973) The Market as a Factor in the localization of Industry in the United States, in Blunden, J. Brook C.Edgeg. Hay A.Regional Analysis and Development, open Univ. Press. by Harper Row, Publisher London.

11. Index of Local Specialization.

۱۲. محمودی، علی: نقش کرمان در بازار فلزات اساسی ایران، مجموعه مقالات همایش استانشناسی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، کرمان ۱۳۷۵.

13. Chouncy D.Harris (1973)

مرزنشین بوده است، ولی گزارش عملکرد بازارچه‌ها^{۱۴} و نتایج مطالعات میدانی^{۱۵} نشان می‌دهد که به رغم برخی تسهیلات تجاری^{۱۶} و وجود زیرساخت‌های نسبتاً قوی و استوار در تولیدات غیر نفتی این مناطق، عملکرد صادراتی بازارچه‌ها چندان موفق نبوده و بازتاب منطقه‌ای آن در ایجاد اشتغال و درآمد نیز به تفاوت مناطق متفاوت و کم‌رنگ بوده است. به ویژه آنکه روند فعالیت هیچ یک از بازارچه‌های مرزی، مداوم و پایدار نبوده و برخی از آنها با تعطیلات طولانی همراه بوده‌اند. گزارش عملکرد بازارچه‌های مرزی مورد مطالعه نیز تایید بر آن دارد که در غالب آنها ارزش کالاهای مبادله شده نسبت به سقف قانونی مصوب بازارچه‌ها پایین تر بوده است.^{۱۷}

جدول ۱- عملکرد صادرات و واردات بازارچه‌های مرزی (سال ۱۳۷۵)

(ارزش به دلار)

نام بازارچه	صادرات	واردات	عملکرد
بيله سوار	۷۱۶۰۰۰	۴۱۹۰۰۰	۱۱۳۵۰۰۰
باجگیران	۳۰۷۵۸۹۱۲	۳۰۷۵۸۹۱۲	۶۱۵۱۷۸۲۴
چلقا	۳۴۷۸۹۶۸	۲۹۰۵۳۸۲	۶۳۸۴۳۵۰
رازی	۲۲۶۷۱۶۲	۱۸۳۲۰۱	۲۴۵۰۳۶۳
ساری سو	۵۰۰۴۸۶۲	۴۲۲۲۷۹۱	۹۲۲۷۶۵۳
سرو	۳۴۳۶۶۵۷	۶۳۶۱۹۱۶	۹۷۹۸۵۷۳
صنم بلاغی	۴۷۶۶۵۳۲	۴۱۲۹۱۶	۸۸۹۵۸۵۷
نوردوز	۶۷۱۹۳۷۰	۱۲۹۹۱۷۹	۸۰۱۸۵۴۹

مأخذ: مستخرج از گزارش‌های رسمی ادارات کل بازرگانی استانهای مورد مطالعه

۱۴. گزارش عملکرد ادارات کل بازرگانی استان‌های مورد مطالعه طی سالهای ۷۷-۱۳۷۵.

۱۵. محمودی، علی: طرح بررسی اقتصادی بازارچه‌های مرزی و مکان‌یابی آنها، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران ۱۳۷۷.

۱۶. مطابق آیین‌نامه تأسیس بازارچه‌های مرزی، این مناطق می‌توانند از مزایای قانون واردات قبل از صادرات بهره‌مند باشند.

۱۷. مطابق مفاد آئین‌نامه تأسیس بازارچه‌های مرزی سقف مبادله سالانه برای هر یک از بازارچه‌های مشترک مرزی ده میلیون دلار (۵ میلیون دلار صادرات، ۵ میلیون دلار واردات) و سقف مجوز برای هر یک از عاملین پنجاه هزار دلار می‌باشد.

جدول (۱) نشان دهنده ارزش واردات و صادرات بازارچه‌های مورد مطالعه طی یک دوره تجاری در سال ۱۳۷۵ می‌باشد. طبق داده‌های جدول، بیشترین میزان صادرات از بازارچه نوردوز و کمترین مقدار آن از بازارچه پيله‌سوار واقع در استان اردبیل صورت گرفته و بازارچه باجیگیران حالت تعادل داشته است. از بررسی روند موقعیتی مبادلات چنین بر می‌آید که عملکرد مبادلاتی بازارچه‌ها نوعاً تحت تأثیر موقعیت جغرافیایی آنها بوده است. نگاهی به ترکیب کالاهای صادر شده و وارد شده از طریق این بازارچه‌ها نیز تأیید بر آن دارد که کالاهای صادر شده بیشتر با تخصص‌های استانی و کمتر با مزیت‌های نسبی مناطق مرزی همسو بوده‌اند. اگر چه به دلیل در دسترس نبودن منابع آماری مستند، بررسی روند ترکیب صادرات برای تمامی بازارچه‌های مرزی مشترک مرزی ممکن نیست ولی مدارک موجود^{۱۸} حداقل در مورد برخی از آنها، نشان می‌دهد که فرآورده‌های صنایع تبدیلی و محصولات غذایی، سهم بالایی در میان کالاهای صادر شده دارند.^{۱۹} حجم بالای این نوع فرآورده‌ها در جنع کالاهای صادراتی، انعکاسی از نقش بهره‌وری مناطق استانی در تولید و فرآوری و صدور اینگونه کالاها از مناطق مرزی است. زیرا تا آنجا که مدارک منطقه‌ای نشان می‌دهد، تولید و عمل‌آوری این اقلام اکثراً به مراکز استانی تعلق دارد که طبیعتاً از محل بازارچه‌ها بدورند. ولی به هر حال، جریان مبادلات در سطح مناطق عملاً دارای ارزش اقتصادی است و شناخت ماهیت جریانها و عناصر تشکیل دهنده آن از عمده الزامات سیاست توسعه مناطق به شمار می‌رود. به ویژه وقتی که بررسی این موارد متضمن تصویری جدی از جریان کلیه روابط متقابل بین مناطق باشد و حجم آن را برآورد نماید. در این راستا، هم بررسی داده‌های محلی که به ابعاد عمودی و هم داده‌های فضایی که به ابعاد افقی سازندهای اقتصاد منطقه‌ای مربوط می‌شود، حایز اهمیت‌اند.^{۲۰}

۱۸. گزارش صادرات و واردات کالا از بازارچه‌های مرزی مشترک آذربایجان غربی از ۷۶/۱/۱ لغایت

۷۶/۱۲/۲۹، اداره کل بازرگانی استان آذربایجان غربی، سال ۱۳۷۷.

۱۹. عملکرد بازارچه مشترک پيله سوار از ۷۸/۱/۳۱، اداره کل بازرگانی استان اردبیل، سال ۱۳۷۷.

۲۰. محمودی، علی: یادداشتهای درس جغرافیای اقتصادی ایران. دانشگاه تهران چاپ نشده، سال ۱۳۷۷.

۲. آزمون فرضیه و معرفی مدل

نتایج به دست آمده از مطالعات میدانی و پرسشنامه‌های تکمیل شده در سطح مناطق مورد مطالعه^{۲۱} که به روش کای اسکور^۲ (X^2) و نرم افزار SPSS آزمون شده است، نشان می‌دهد که بین عملکرد اقتصادی بازارچه‌های مرزی مشترک و موفقیت مکانی آنها رابطه معنی داری در سطح احتمال ۹۹ درصد وجود دارد.^{۲۲} میزان قوت این رابطه عبارت از ۵۷ درصد و ضریب همبستگی آن دو حدود ۷۰ درصد برآورد شده است. ولی در عین حال، این فرض وجود دارد که شاخصهای تخصص منطقه‌ای در همه مناطق مرزنشین یکسان نیست، به علاوه روند مبادلات نیز متناسب با خصوصیات و سازندهای منطقه‌ای نبوده‌اند. از اینرو، به منظور منطقه‌بندی موضوعات و برای مکان‌یابی بازارچه‌های جدید و بالاخره ارزیابی عملکرد بازارچه‌های فعال، از روش تاکسونومی عددی استفاده شده است. برای این منظور ۲۱ شاخص عمده فضا - مکانی^{۲۳} با تاکید بر دوره فعالیت آنها به عنوان متغیرهای مهم توضیحی و الگوی رفتاری قابل تعمیم، انتخاب شده‌اند. شاخص‌های انتخاب شده به لحاظ کارکرد با هم همسو بوده و از نظر قرابت‌های جغرافیایی مناطق تقریباً همسانی داشته‌اند. (مشخصات مناطق در جدول (۲) که سطرهای آن نشان دهنده نام مناطق و ستونهای آن مشتمل بر شاخص‌های انتخاب شده می‌باشد آورده شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

۲۱. نمونه‌گیری از جامعه آماری مورد مطالعه به روش تنظیم پرسشنامه و به طریق مصاحبه حضوری میان پیلهوران و سایر دست‌اندرکاران بازارچه‌های مرزی صورت گرفته است. حجم نمونه‌ها در هر یک از مناطق تا حدودی متناسب با تعداد پیلهوران و دست‌اندرکاران فعال بازارچه‌های مرزی انتخاب شده و کلاً مشتمل بر ۱۳۰ پرسشنامه آماری ۶۲ سؤال موضوعی بوده است که ۵۰ درصد آن به صورت تشریحی و مابقی به صورت چهارگزینه‌ای طراحی شده بود.

۲۲. مراجعه شود به جدول پیوست (۱) مستخرج از محاسبات طرح، بررسی اقتصادی و مکان‌یابی بازارچه‌های مرزی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.

۲۳. مراجعه شود به جدول پیوست (۲) جدول شاخصها، مستخرج از محاسبات طرح بررسی اقتصادی و مکان‌یابی بازارچه‌های مرزی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.

جدول ۲- ماتریس متغیرهای توضیحی مناطق بازاری و شاخصهای منطقه‌ای

مناطق استانی	X_{11}	X_{12}	X_{1m}
	X_{21}	X_{22}	X_{2m}

	X_{n1}	X_{n2}	X_{nm}
	$n \times m$			

در گام نخست، به منظور رفع ناهمسانی واحدها و مستقل کردن فاکتورها از واحدهای آنها، انحراف معیار هر ستونی محاسبه و سپس با استفاده از فرمول زیر نرمالیزه و استاندارد شده‌اند.

$$\bar{X}_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ij}}{n}$$

$$S_j = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_{ij})^2}$$

$$i = 1 \dots \dots \dots n$$

$$j = 1 \dots \dots \dots n$$

$$z = \frac{X_{ij} - \bar{X}_{ij}}{SX}$$

(X_{ij}) = میانگین هر فاکتور در هر ستون

(S_j) = انحراف معیار هر فاکتور در هر ستون

(Z) = استاندارد هر فاکتور

(i) = سطرها

(j) = ستونها

در گام بعدی، با استفاده از رابطه زیر، فاکتورهای استاندارد شده برآورد گردیده و فواصل مرکب (D) بین بازارچه‌های مفروض و شاخص‌های تعیین شده آنها مشخص گردیده‌اند و بدینوسیله،

کوتاهترین فاصله ممکن بین دو استان شناسایی شده است (جدول ۳).

جدول ۳- ماتریس فاصله میان بازارچه‌های مفروض

شاخص‌های منتخب

مناطق بازاری	D ₁₁	D ₁₂	D ₁₃	D _{1n}	n×n
	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	
	D _{n1}	D _{n2}	D _{nn}		

در گام سوم، با همگن کردن استانهای مورد مطالعه به روش $[D(-1)=d-2sd]$ ، $[D(+1)=d+2sd]$ و حذف بازارچه‌های مرزی که پیوندهایی با طول بیش از $[C+2sc]$ داشته‌اند، ماتریس داده‌ها استاندارد شده و سپس بزرگترین مقدار ممکن (یا مقدار ایده آل) برآورد شده و با استفاده از رابطه زیر، سرمشق توسعه بدست آمده است.

$$C_{io} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (Z_{ij} - Z_j)^2}$$

O = بازارچه ایده آل

C_{io} = سرمشق توسعه

Z_{ij} = حداکثر مقادیر ستونهای استاندارد

بنابراین حد بالای سرمشق توسعه عبارت است از: $CD = C_{io} + 2S_{io}$ که در آن

(S_{io}) انحراف معیار مشتق توسعه فرض شده است. با تقسیم سرمشق توسعه (C_{io}) بر حد بالای

آن یعنی (C_o)، درجه توانمندی هر یک از بازارچه‌ها هم به صورت بالقوه و هم بالفعل به دست

آمده است. (پیوست ۳)

تفسیر نتایج و یافته‌ها

نتایج اولیه برآورد مدل و بررسی‌های کارشناسی در مناطق مورد مطالعه، نشان می‌دهد که هر

یک از استانهای مرزی مورد نظر با توجه به شاخصهای انتخاب شده در سطح کلان، نسبت به همدیگر همگن بوده و تناقض‌های ساختاری چندانی ندارند. ولی نتایج بررسی نشان می‌دهد که با تمایل نسبت (Fi) به صفر، اهمیت مناطق برای تأسیس بازارچه‌های مرزی بیشتر می‌شود و فعالیت بازارچه‌ها در نقاطی که برتری نسبی دارند، مورد تأیید قرار می‌گیرد (جدول ۴).

جدول ۴- رتبه‌بندی مناطق استانی بر اساس شاخص (Fi)

رتبه	شاخص (Fi)	منطقه استانی
۱	۰/۴۱۲	خراسان
۲	۰/۴۹۹	آذربایجان شرقی
۳	۰/۶۴۲	گیلان
۴	۰/۷۲۹	آذربایجان غربی
۵	۰/۷۳۹	مازندران
۶	۰/۸۹۰	اردبیل

مأخذ: محاسبات انجام شده در طرح بررسی اقتصادی و مکان‌یابی بازارچه‌های مرزی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.

بر اساس نتایج جدول (۴) استانهای خراسان، آذربایجان شرقی، گیلان، آذربایجان غربی، مازندران، و اردبیل به ترتیب از اولویت‌های تخصصی ویژه‌ای برای فعالیت بازارچه‌های مرزی برخوردارند. در میان شاخص‌های مقایسه شده، شاخص‌های صادرات و واردات (X17, X15)، سهم اراضی کشاورزی و به تبع آن توانمندیهای استان در تولید محصولات زراعی (X11, X10)، همچنین امکانات ترانزیتی و وجود تأسیسات گمرکی (X6, X21)، طول مسافت مرزی و موقعیت ارتباطی نقاط (X2, X5)، از عمده عوامل تأثیرگذار در رده‌بندی بازارچه‌های استانی بوده‌اند.

ارزیابی عملکرد بازارچه‌های فعال در سطح منطقه نیز نتایج قابل انتظاری را به دست داده است. مطابق نتایج بررسی و یافته‌های مدل، از میان ۸ بازارچه مرزی فعال، بازارچه رازی در سطح عملکرد بسیار بالایی قرار داشته و رتبه اول را به دست آورده است. متقابلاً بازارچه‌های صنم‌بلاغی، جلفا، نوردوز، پیرانشهر، سرو، ساری سو، پيله‌سوار به ترتیب، رتبه‌های ۲ الی ۸ را دارا می‌باشند (جدول ۵).

جدول ۵- رتبه‌بندی بازارچه‌های فعال بر حسب شاخص (Fi)

رتبه	شاخص (Fi)	منطقه بازاری
۱	۰/۳۲۴	رازی
۲	۰/۳۶۹	صنم بلاغی
۳	۰/۵۴۱	جلفا
۴	۰/۵۵۰	نوردوز
۵	۰/۶۰۸	پیرانشهر
۶	۰/۶۳۷	سرو
۷	۰/۶۵۰	ساری سو
۸	۱/۰۰۳	بیله‌سوار

مأخذ: محاسبات انجام شده در طرح بررسی اقتصادی و مکان‌یابی بازارچه‌های مرزی، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.

تا آنجا که نتایج مطالعات میدانی نشان می‌دهد. اقتصاد مناطق مرزنشین یعنی جایی که بازارچه‌ها در آن فعالیت دارند، عمدتاً بسیار ضعیف و فقیر است و توان مبادلاتی این نواحی جز در کادر مناطق استانی مطرح نمی‌شود. این مسأله از چشم‌انداز توسعه مناطق مرزنشین که هدف اصلی آیین‌نامه تأسیس بازارچه‌های مشترک مرزی است.^{۲۴} مکانیزم اجرایی و اهداف انتظاری این برنامه را مورد سؤال قرار می‌دهد.

در مورد مناطق بازاری همین قدر می‌توان گفت که هم تقاضا برای کالاهای وارداتی و هم محموله‌های صادراتی و هزینه‌های عمل‌آوری آنها برای این مناطق از عوامل برون‌زا تلقی می‌شوند و مناطق مرزنشین در این میان عمدتاً نقش واسطه‌ای مبادلات و تجارت خدمات صادراتی را به عهده دارند. در حالیکه، هزینه‌های انتقال و جابجایی کالاها برای اینگونه مناطق یک پدیده برون‌زا تلقی می‌شود زیرا به مقدار زیادی تحت تأثیر مستقیم تسهیلات حمل و نقل

۲۴. آیین‌نامه بازارچه‌های مرزی، مصوب ۱۳۷۱/۵/۱۱ هیأت محترم وزیران.

قرار دارد.

نرخهای کاهش یافته حمل و نقل، هم از دید نظریه پردازان موقعیت و هم از دید صاحبانظران توسعه، از عمده عوامل تأثیرگذار در تاریخ توسعه مناطق بوده و تحولاتی بنیانی در اقتصاد مناطق و رونق صادرات را در پی داشته است. دسترسی به شبکه راههای ارتباطی و تسهیلات ارزان حمل و نقل عملاً موجب می‌شود که الگوی متفرق فراگیر عرضه در طول زمان به الگوی بیش از پیش متمرکز بدل شود و با کاهش هزینه‌های انتقال و افزایش صرفه‌های خارجی، موقعیت رقابتی کالاها و خدمات قابل صدور، بهبود پذیرد و سازمان بازاریابی تخصصی توسعه یابد.

چارچوبهای نظری پیش گفته به مقدار زیادی به خصوصیت بازارچه‌های مرزی و اهداف تعریف شده برای آنها مصداق دارد. اساساً تا زمانیکه یک ترمینال صادراتی به طور ساختاری فاقد شرایط لازم برای توسعه است، لزوماً باید جهت‌گیری مقدماتی توسعه خود را بر پایه تقویت شرایط موقعیتی و عرضه متناسب خدمات صادراتی تنظیم و استوار نماید. صادرکنندگان سایر مناطق نیز طبیعتاً در گرایش به سرمایه‌گذاری برای صادرات، تمایل به نقاطی دارند که دارای مزیت‌های موقعیتی است. مزیت‌هایی که بتواند منافع آنان را در کوتاه مدت تضمین نماید. «مزیت‌های موقعیتی»، در واقع نقطه عطف مهمی در سیاستهای توسعه مناطق و بسط و گسترش صادرات به شمار می‌روند. از دید نظریه‌های موقعیت، موقعیت بهینه در افزایش تقاضا برای صادرات عبارت از موقعیتی است که در آن سطح بالایی از مزیت‌های موقعیتی و تخصص‌های منطقه‌ای فراهم آید. محاسبه و شناخت شاخص‌ها در سطح مناطق، این امکان را می‌دهد که ارتباط متناسب و کارا میان عوامل تخصص منطقه‌ای تولید و مزیت‌های موقعیتی صادرات، برقرار گردد و زمینه برای رشد و توسعه ادواری مناطق بازاری ممکن شود.

مطالعات موردی بر روی مناطق استانی نشان می‌دهد که هر یک از مناطق مورد مطالعه در نوع خود دارای پتانسیل‌های بالقوه‌ای برای تولید و صادرات هستند و در عین حال به مزیت‌های موقعیتی مهمی تکیه دارند.

در آذربایجان شرقی صنایع غذایی، پوشاک، منسوجات، فرش و فرآورده‌های صنایع فلزی^{۲۵} تره‌بار و خشکبار،^{۲۶} در استان اردبیل سنگهای تزئینی^{۲۷} و در آذربایجان غربی

۲۵. کازرونی، علیرضا: مزیت‌های نسبی و رقابتی آذربایجان شرقی در ارتباط با منابع و ظرفیتهای اقتصادی،

فرآورده‌های باغی^{۲۸} از مزیت‌های نسبی و رقابتی بالایی برخوردارند. در این منطقه به رغم شرایط سخت کوهستانی و ناپذیرا بودن محیط طبیعی، شبکه ارتباطی مهمی جریان دارد که دارای اهمیت و سوابق باستانی است و در عین حال رشد مبادلات منطقه‌ای را تضمین می‌کند. هم‌اکنون، گسترش همکاری‌های اقتصادی در محور مرزهای آذربایجان، ارمنستان، نخجوان و ترکیه از طریق بازارچه‌های صنم‌بلاغی، سرو، رازی، جلفا، نوردوز، ساری‌سو و پيله‌سوار انجام می‌گیرد. همچنین، تأسیس رقابت‌گونه بازارچه‌های جدید در مرزهای آذربایجان (نمین و گرمی)، از جمله نکات مثبتی است که در چشم‌انداز توسعه مناسبات تجاری - اقتصادی این مناطق دیده می‌شود.

در استانهای خزری نیز زمینه‌های مساعدتری برای توسعه مناسبات تجاری وجود دارد. در سراسر این منطقه به سبب تقارن و تشابهات جغرافیایی، تولید مرکبات، چای، برنج و استحصال رقم بالایی از فرآورده‌های دریایی، از مزیت نسبی برخوردار است.^{۲۹} تسلط این منطقه به آبراهه خزر و برخورداري آن از تأسیسات بندری و گمرکی در بنادر آستارا، نوشهر و بندر ترکمن، امتیاز موقعیتی بزرگی به آن بخشیده است. فعال شدن بازارچه آستارا^{۳۰} و اقدامات جدی برای فعال

مجموعه مقالات همایش شناخت استعدادهای بازرگانی - اقتصادی آذربایجان، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی - سال ۱۳۷۵.

۲۶. آیتی، حمان و حسینی، شمس‌الدین: محصولات باغی آذربایجان شرقی، مجموعه مقالات همایش آذربایجان، همان اثر، سال ۱۳۷۵.

۲۷. فهیمی فر، جمشید: پتانسیل صادراتی استانهای آذربایجان شرقی، غربی و اردبیل در خصوص سنگهای تزئینی، مجموعه مقالات همایش آذربایجان، همان اثر، سال ۱۳۷۵.

۲۸. الف - الماسی، علاءالدین و خوفی، منوچهر: تحلیل و بررسی اقتصادی - بازرگانی و زراعی انگور، مجموعه مقالات همایش آذربایجان همان اثر، سال ۱۳۷۵.

ب - صفری، داور: تولید و نگهداری سیب در آذربایجان، مجموعه مقالات همایش آذربایجان، همان اثر، سال ۱۳۷۵.

۲۹. کاراندیش، مجید: تحلیل وضعیت تولید، مصرف و توان صادراتی محصولات کشاورزی در گیلان و مازندران، مجموعه مقالات گیلان، سال ۱۳۷۴.

۳۰. روزنامه ابرار اقتصادی، شماره ۳۶۴، ۱۵ شهریور ۱۳۷۸.

کردن بازارچه مرز پل (اینچه برون) در استان گلستان، گامهای جدیدی در توسعه مبادلات مرزی این منطقه به شمار می‌روند. استان خراسان نیز در ادامه مرزهای شمالی کشور دارای مزیت نسبی و رقابتی ویژه‌ای است. وجود منابع عظیم معدنی و اهمیت آن از لحاظ کمیت و کیفیت در سطح منطقه^{۳۱}، همچنین وجود استعدادهای بالقوه کشاورزی به ویژه در نیمه شمالی این استان^{۳۲} و بالاخره امتیاز موقعیتی آن در ارتباط بلافصل با کشورهای درون قاره‌ای^{۳۳} ترکمنستان و افغانستان، زمینه‌های مساعدی را برای رونق و توسعه مبادلات فرا منطقه‌ای فراهم می‌آورد.

به هر حال، نتایج مطالعات منطقه‌ای و تفسیر ضرایب مدل تاکنونی نشان می‌دهد که، مرزهای شمال و شمال‌غرب ایران هم به لحاظ موقعیت استراتژیکی و هم به لحاظ رشد و توسعه اقتصادهای منطقه‌ای، از ویژگیهای برجسته‌ای برخوردار است و در بسط و توسعه مبادلات فرامنطقه‌ای می‌تواند نقش عمده‌ای ایفا نماید.

جمع‌بندی و ملاحظات

بررسی و شناخت توانمندیهای اقتصادی مناطق و به محک کشیدن کارکرد فضا- مکانی آنها بخش مسلمی از برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای و مکان‌یابی واحدهای اقتصادی است. نتایج این تحقیق به ترتیب زیر نشان می‌دهد که هر یک از استانهای مورد مطالعه نوعاً می‌توانند به تناسب مزیت‌های نسبی خود نتایج کارآمدی در فرایند مبادلات از طریق بازارچه‌های مرزی داشته باشند. الف: از آنجاکه نواحی مرزنشین به طور ساختاری فاقد شرایط لازم برای توسعه صادرات در شرایط کنونی هستند و توان صادراتی آنها عمدتاً در کادر قابلیت‌های استانی ارزیابی می‌گردد، توصیه می‌شود در راستای رعایت آیین‌نامه اجرایی بازارچه‌های مشترک مرزی و با در نظر گرفتن نتایج این تحقیق، استراتژی ایجاد و توسعه بازارچه‌های مشترک در مناطق مرزی کشور و

۳۱. عابدی، علیرضا: خراسان کانسار ناشناخته، مجموعه مقالات همایش خراسان، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۳.

۳۲. مطیعی لنگرودی، سید حسن: عملکرد عوامل تولید در بخش کشاورزی خراسان، همایش خراسان، همان اثر، سال ۱۳۷۳.

ترکیب کالاهای صادراتی آنها لزوماً بر مدار مزیت نسبی و تخصص‌های مناطق استانی مشرف بر این نواحی، طراحی شود. طبیعی است که لحاظ نمودن جدی اینگونه سیاستها در مکان‌گزینی و فعالیت بازارچه‌های مرزی، تبعات اقتصادی مفیدی را می‌تواند برای بخشهای فعال مناطق فراهم آورد و موجبات گسترش تولید و توسعه صادرات را بیش از پیش ممکن سازد.

ب: با توجه به اینکه، کارکرد کنونی بازارچه‌های مشترک مرزی صرفاً به اعتبار مزیت موقعیتی و امکان دسترسی این مناطق در ارتباط و انتقال کالاها به کانونهای اقتصادی طرف مقابل منحصر و محدود شده است، توصیه می‌شود با هدف گسترش تدریجی در محیط بازار و افزون‌سازی مکانی تقسیم کار و بخصوص با منظور ایجاد گروههای کاری دوم در فرایند مبادلات مرزی، تجهیزات و تأسیسات زیربنایی و موقعیتی این مناطق در راستای توسعه خدمات صادراتی از قبیل بسته‌بندی، دسته‌بندی (سورتینگ)، انبارداری، همچنین تأسیس برخی بانکهای تخصص و ایجاد سایر خدمات بازرگانی، سیاست‌گذاری شود. اقدام کارشناسانه در مورد این مهم، سبب خواهد شد که بخش عمده‌ای از معضلات موجود مناطق مرزنشین در تأمین سطح مطلوب درآمد و اشتغال ترمیم یابد و جریانهای پولی و مالی به نفع توسعه مناطق مرزنشین تثبیت شود.

ج: به منظور توسعه و گسترش حوزه جذب بازارچه‌های مشترک مرزی و استفاده بهینه از نرخهای کاهش یافته حمل و نقل، پیشنهاد می‌شود در تأسیس بازارچه‌های جدید مرزی از محورهای ارتباطی اصلی که از مزیت‌های موقعیتی بالایی برخوردارند، استفاده شود.

د: در راستای تحقق بخشیدن به عمران مناطق مرزی‌نشین و فعال نمودن بازارچه‌های مرزی توصیه می‌شود با لحاظ نمودن کلیه موارد پیشنهادی این تحقیق، ترتیب اولویتهای برآورد شده برای انتخاب مکان بازارچه‌های مرزی (جداول ۴ و ۵) جدأ رعایت شود.

پیوست ۱.

ضرایب همبستگی میان عوامل تعریف شده

Correlations	T1	T12	T13	T11	T2	T21
T1	1.0000	0.7717	0.5923	-0.4194	0.7878	0.6515
T12	0.7717	1.0000	0.5783	-0.3638	0.7373	0.6677
T13	0.5923	0.5783	1.0000	-0.1587	0.4340	0.4239
T11	-0.4194	-0.3638	-0.1857	1.0000	-0.4580	-0.3519
T2	0.7878	0.7373	0.4340	-0.4580	1.0000	0.6925
T21	0.6515	0.6677	0.4239	-0.3519	0.6925	1.0000
T22	0.0036	0.0184	0.0238	-0.1820	0.2717	-0.0591
T23	-0.1317	-0.1569	-0.0012	0.1083	0.0669	-0.1357
T24	-0.2591	-0.2660	-0.1007	0.1628	-0.488	-0.2521
T31	0.6261	0.8535	0.5505	-0.3956	0.6605	0.7330
T32	0.5844	0.6349	0.3760	-0.3148	0.4839	0.5859
T33	0.2350	0.0872	0.0675	-0.2544	0.2752	0.1884

Correlations	T22	T23	T24	T31	T32	T33
T1	-0.0036	-0.1317	-0.2591	0.7271	0.5844	0.2350
T12	-0.0184	-0.1569	-0.2560	0.8535	0.6349	0.0872
T13	0.0238	-0.0012	-0.1007	0.5503	0.03760	0.0675
T11	-0.1820	0.1083	0.01628	-0.03956	-0.3148	-0.2544
T2	0.2717	0.0669	-0.0488	0.6605	0.4839	0.2752
T21	-0.0591	-0.1357	-0.2521	0.7330	0.05859	0.1884
T22	1.0000	0.06801	0.6665	-0.0211	-0.0279	-0.0201
T23	0.6801	1.0000	0.8391	-0.1641	-0.0562	-0.0645
T24	0.6665	0.8391	1.0000	-0.2147	-0.1662	-0.1047
T31	-0.0211	-0.1641	-0.2147	1.0000	0.6863	0.1026
T32	-0.0279	-0.0562	-0.1662	0.6863	1.0000	0.2404
T33	-0.0201	-0.0645	-0.1047	0.1026	0.02404	1.0000

پیوست ۲.

شاخصهای تعریف شده برای دو مدل تاکسونومی عددی

X1	تراکم نسبی جمعیت در سطح استان
X2	فاصله بازارچه تا مرکز استان به کیلومتر
X3	فاصله بازارچه تا مرکز استان به کیلومتر
X4	فاصله بازارچه تا مرکز بزرگترین مرکز جمعیتی آنسوی مرز به کیلومتر
X5	طول مسافت منطقه مرزی استان به کیلومتر
X6	وجود تأسیسات گمرکی در محل بازارچه مرزی
X7	امکان رفت و آمد مسافر از نوار مرزی واقع در محل بازارچه
X8	درصد شاغلان نسبت به کل جمعیت استان
X9	تعداد مسافرینی که قصد سفرهای برون استانی داشته‌اند
X10	سهم اراضی کشاورزی استان نسبت به کل کشور به درصد
X11	مقدار گندم و جود تولیدی در سطح استان
X12	سهم سرانه ارزش افزوده صنعتی استان به ریال
X13	سهم سرانه تولید صنایع دستی استان به ریال
X14	سهم سرانه ارزش افزوده به دلار
X15	حجم صادرات استان به ارزش دلار
X16	حجم صادرات بازارچه و یا بازارچه‌های واقع در استان به ارزش دلار
X17	حجم واردات استان به ارزش دلار
X18	حجم واردات از طریق بازارچه و یا بازارچه‌های استان به ارزش دلار
X19	تعداد کارتهای پیلهوری صادره در بازارچه‌های استان
X20	تعداد کارتهای پیلهوری تمدید شده در بازارچه‌های استان
X21	حجم امکانات ترانزیتی استان (طول راههای ارتباطی) به کیلومتر

مأخذ: مستخرج از محاسبات طرح بررسی اقتصادی و مکان یابی بازارچه‌های مرزی، مؤسسه مطالعات و

پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.

پیوست ۳

ماتریس اولویت‌بازارچه‌های آموزشی بر حسب شاخصهای منتخب

X18	X16	X8	X4	X3	X2	نام بازارچه
۲۰۷۵۸۹۱۲	۲۰۷۵۸۹۱۲	۲۱/۷	۲۵	۱۱۱	۸۲	باهیگیران
۱۲۴۶۱۷۲	۲۴۵۷۱۰۵	۱۸/۹	۷۰	۱۶۷	۵۶	بيله سوار
۲۹۰۵۲۸۲	۵۰۰۰۰۰۰	۲۲	۴۰	۱۳۷	۴۰	جلغا
۱۲۸۵۶۹۹	۵۰۰۰۰۰۰	۲۲	۳۰	۱۹۷	۱۲۰	نورنوروز
۲۱۲۰۲۲۶	۴۴۰۰۲۸۲	۲۶/۲	۴۰	۲۰۰	۶۰	صنم پلاغی
۲۹۹۶۷۶۶	۳۹۹۱۲۵۸	۲۲/۵	۴۰	۳۲۹	۲۶	ساری سو
۵۲۰۰۰۰۰	۵۵۰۰۰۰۰	۲۵/۶	۲۵	۲۲۵	۹۵	رازی
۴۶۱۶۲۲۶	۵۹۸۹۹۰۰	۲۲/۵	۳۰	۵۶	۵۶	سرزو
۵۵-۵۹-۶	۵۵۸۲۹۲۰	۲۰/۱	۱۲۵	۱۲۹	۱۲	پوزان شهر
Sum						

ادامه پیوست ۳

X18	X16	X8	X4	X3	X2	نام بازارچه
۲۱۶۲۹۶	۲۱۶۲۹۶	--۰۵۲۹۱	--۰۶۲۲۶	--۰۱۸۱۷۸	۰۰۵۷۵۱۶	
--۰۱۵۵۳۹	--۰۱۵۵۳۹	--۰۱۶۶۶۵	--۰۱۶۷۲۱۱	--۰۱۶۵۵۴	--۰۱۲۲۲۱	
--۰۱۴۱۵۵	--۰۱۴۱۵۵	۰۱۷۰۰۹۲	--۰۱۶۶۲۵	--۰۱۵۲۹۹	--۰۱۸۸۷۶	
--۰۱۵۱۱۲	--۰۱۵۱۱۲	۰۱۷۰۰۹۲	--۰۱۵۱۵۷	۰۱۲۴۶۱	۱/۷۲۹۶۲	
--۰۱۳۸۵۹	--۰۱۳۸۵۹	--۰۱۲۱۱۶	--۰۱۶۶۲۵	۱/۶۵۵۵۲	--۰۱۰۹۸۷	
--۰۱۳۸۵۹	--۰۱۳۸۵۹	--۰۱۲۱۱۶	--۰۱۶۶۲۵	۱/۶۰۸۸۲	--۰۱/۱۶۰۶۱	
--۰۱۳۵۳۹	--۰۱۳۵۳۹	۱/۱۲۱۷۸	--۰۱۶۰۱۸	۰/۵۲۱۶۵	۰/۸۷۲۷۷	
--۰۱۱۳۰۸	--۰۱۱۳۰۸	--۰۱۳۲۹۹	۲/۲۲۲۰۵	--۰۰۰۰۲۱۷۹	--۰۱/۵۰۸۲۲	
۲۱۶۲۹۶	۲۱۶۲۹۶	۱۹۰۲۹۹۶	۲۲۰۰۰۱۵	۲۵/۲۴۵۱۷	۲۷/۲۴۴۲۲	۱۸۰۲۹۹۶
۱۸۰۲۹۹۶	۱۸۰۲۹۹۶	۵۰۲۲۱۷۱	۹/۸۱۶۵۲	۱۲/۲۰۹۸۵	۷/۱۵۲۹۱	۸۰۲۹۹۶
۲۱۰۰۰۱۵	۲۱۰۰۰۱۵	۰	۲/۹۵۸۶۲	۶/۲۴۲۲۹	۶/۲۴۲۲۹	۲۱۰۰۰۱۵
۲۵۰۰۰۱۵	۲۵۰۰۰۱۵	۶۰۳۸۶۵۲	۵/۸۱۵۰۶۱	۵/۸۱۵۰۶۱	۱۰/۹۶۶۶۶	۲۵۰۰۰۱۵
۲۷۰۰۰۱۵	۲۷۰۰۰۱۵	۶۰۳۴۲۲۹	۱۰۰۹۲۴۶	۲۰۲۵۶۶۶	۲۰۲۵۶۶۶	۲۷۰۰۰۱۵
۲۰۰۰۰۱۵	۲۰۰۰۰۱۵	۲۰۰۰۰۱۵	۲۰۰۰۰۱۵	۲۰۰۰۰۱۵	۲۰۰۰۰۱۵	۲۰۰۰۰۱۵
۱۸۰۲۹۹۶	۱۸۰۲۹۹۶	۱۰۰۱۷۵۳	۶۰۳۴۲۲۹	۸/۱۱۰۰۲	۱۰/۹۱۲۶۷	۱۸۰۲۹۹۶
۲۸۰۰۰۱۵	۲۸۰۰۰۱۵	۱۱۰۷۹۹۶	۲۲۰۰۰۱۵	۱۹۰۲۱۷۵۹	۱۲۰۰۰۱۵	۲۸۰۰۰۱۵

منابع

۱. الماسی، علاء‌الدین و خوفی. تحلیل و بررسی اقتصادی - بازرگانی و زراعی انگور. مجموعه مقالات همایش آذربایجان، سال ۱۳۷۵.
۲. آیتی، رحمان و حسینی، شمس‌الدین. محصولات باغی آذربایجان شرقی. مجموعه مقالات همایش آذربایجان، سال ۱۳۷۵.
۳. روزنامه ابرار اقتصادی، شماره ۳۶۴، ۱۵ شهریور، ۱۳۷۸.
۴. صفری، داور. تولید و نگهداری سیب در آذربایجان، مجموعه مقالات همایش آذربایجان، سال ۱۳۷۵.
۵. عابدی، علیرضا. خراسان کانسار ناشناخته، مجموعه مقالات همایش خراسان، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۳.
۶. فهیمی فر، جمشید. پتانسیل صادراتی استانهای آذربایجان شرقی، غربی و اردبیل در خصوص سنگهای تزئینی، مجموعه مقالات همایش آذربایجان، سال ۱۳۷۵.
۷. کاراندیش، مجید. تحلیل وضعیت تولید، مصرف و توان صادراتی محصولات کشاورزی در گیلان و مازندران، مجموعه مقالات همایش گیلان، سال ۱۳۷۴.
۸. کازرونی، علیرضا. مزیت‌های نسبی و رقابتی آذربایجان شرقی در ارتباط با منابع و ظرفیتهای اقتصادی، مجموعه مقالات همایش شناخت استعدادهای بازرگانی - اقتصادی آذربایجان، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی - سال ۱۳۷۵.
۹. محمودی، علی. اقتصاد حمل و نقل، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۶.
۱۰. محمودی، علی. طرح بررسی اقتصادی بازارچه‌های مرزی و مکان‌یابی آنها، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، سال ۱۳۷۷.
۱۱. محمودی، علی. یادداشت‌های درس جغرافیای اقتصادی ایران، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، چاپ نشده، سال ۱۳۷۷.
۱۲. محمودی، علی. موانع و مشکلات بازارچه‌های مرزی در توسعه منطقه‌ای، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۰، سال ۱۳۷۸.
۱۳. مطیعی لنگرودی، سید حسن. عملکرد عوامل تولید در بخش کشاورزی خراسان، همایش خراسان، سال ۱۳۷۳.
۱۴. گزارش اوضاع اقتصادی و اجتماعی استانهای کشور، سازمان برنامه و بودجه، سال ۱۳۷۵.

۱۵. آمارنامه کشاورزی سال زراعی ۷۵-۱۳۷۴، وزارت کشاورزی، سال ۱۳۷۶.
۱۶. سالنامه آماری کشور، مرکز آمار ایران، سال ۱۳۷۵.
۱۷. گزارش بازارچه‌های مشترک مرزی، اداره کل بازرگانی آذربایجان شرقی، هسته مطالعات و تحقیقات، سال ۱۳۷۷.
۱۸. گزارش اداره کل بازرگانی استان مازندران، نامه‌های شماره ۱۴۵۶ مورخ ۱۳۷۵/۱۰/۲۶ و ۱۳۱۲۴ مورخ ۷۷/۴/۲۴.
۱۹. آمار فعالیت گمرکات استان گیلان، اداره کل بازرگانی استان گیلان، سال ۱۳۷۷.
۲۰. گزارش عملکرد واحد بازرگانی خارجی استان اردبیل در سال‌های ۱۳۷۵ و ۱۳۷۶.
۲۱. سیمای اقتصادی - بازرگانی استان آذربایجان شرقی، اداره کل بازرگانی آذربایجان شرقی، آبان ۱۳۷۷.
۲۲. خبرنامه بازرگانی دیماه ۱۳۷۷، اداره کل بازرگانی استان آذربایجان شرقی، سال ۱۳۷۷.
۲۳. گزارش اداره کل بازرگانی استان آذربایجان شرقی، نامه شماره ۱۱۱/۳/۱۲۵۴۷ مورخ ۱۳/۵/۴.
۲۴. گزارش اداره کل بازرگانی استان آذربایجان شرقی، نامه شماره ۶۰۶۸ مورخ ۱۳۷۵/۱۰/۲۹.
۲۵. گزارش اداره کل بازرگانی استان خراسان، نامه شماره ۱۱۸۲۶ مورخ ۱۳۷۶/۱۱/۲۷.
۲۶. گزارش اداره کل بازرگانی استان آذربایجان غربی، نامه شماره ۱۱۲/۳/۱۶۵۴۰ مورخ ۱۳۷۷/۱۰/۱۰.
۲۷. گزارش عملکرد بازارچه‌های مشترک مرزی پيله سوار از ۷۶/۱/۱۶ لغایت ۷۶/۵/۲۳، اداره کل بازرگانی استان اردبیل، سال ۱۳۷۶.
28. Gary L. Gaile Cort J. Willmott: **Spatial Statistics and Models**, D. Reidel Publishing Company, Boston, 1984.
29. John Blunden, Christopher Brook, Geoffrey Edge and Alan Hary: **Regional Analysis and Development**, harper & Row, Pubblishers, 1973.
30. Murat Albegore, Akee Andersson and folke Smickars: **Regional Development Modeling: Theory Practice**, North - Holland Publishing Company, 1982.