

بررسی اثرات بازارهای هفتگی در توسعه اقتصادی - اجتماعی نواحی روستایی شهرستان صومعه سرا

انوش مهربان^۱، رفعت شهرداری^{۲*}، سیده صدیقه حسنی مهر^۳ و علیرضا پورشیخیان^۴
۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.
۲. استادیار گروه جغرافیا، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.
۳. دانشیار گروه جغرافیا، واحد واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.
* نویسنده مسئول، Email: Rafat_shahmari@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۱/ اردیبهشت ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۲۷ بهمن ۱۴۰۰

چکیده

مقدمه: بازارهای هفتگی از عمده‌ترین روش‌های تغییر در توسعه محسوب می‌گردد که می‌توانند تحولی بنیادین در کارکرد، کالبد، تولید، اشتغال و در نهایت تغییرات اقتصادی - اجتماعی مناطق ایجاد کنند. بازارهای هفتگی در گیلان از زمانهای قدیم تاکنون از اهمیت خاصی از دیدگاه مردم برخوردار بوده‌اند. در گذشته به دلیل مشکلات گوناگون، از جمله، عبور و مرور روستاییان که امروزه به کمک توسعه راه‌ها و تراکم وسایل نقلیه کمتر شده است و برای پاسخگویی به نیاز سکونتگاه‌های شهری و روستایی با هدف مبادله کالا اعم از تولیدات مازاد بر مصرف روستاییان و تأمین کالاها و خدمات مورد نیازشان صورت می‌گیرد. و موجب تقویت اقتصاد جامعه روستایی و بهبود روابط مناطق روستایی با شهر و مناطق می‌گردد.

هدف: مطالعه بازارهای هفتگی در روستاهای شهرستان صومعه‌سرا و اثرات آنها بر توسعه کالبدی نواحی روستایی است.

روش‌شناسی: از نظر هدف، کاربردی و مبنای روش انجام آن توصیفی - تحلیلی و شیوه کتابخانه‌ای و میدانی در جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است جامعه آماری شامل محصولات تولیدات کشاورزی و باغی و همچنین تعداد دست‌فروشان در محدوده تحقیق می‌باشد و حجم نمونه با روش استاندارد مورگان انجام گرفته و تعداد نمونه ۲۹۷ نفر بطور تصادفی انتخاب و از آنها پرسشنامه تکمیل گردیده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: قلمرو پژوهش شهرستان صومعه‌سرا و روستاهای موجود در این شهرستان است.

یافته‌ها و بحث: با توجه به رونق محصولات کشاورزی در نواحی روستایی، مازاد تولیدات محلی بدون واسطه و بطور مستقیم در بازارهای هفتگی عرضه می‌شود. و موجب رونق و منبع درآمدی برای ساکنین نواحی روستایی می‌شود.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که بازار نقش بسیار مهمی را در اشتغال برای روستائیان که در این بازارها بعنوان فروشنده مشغول هستند و درآمدزایی برای روستائیان بخصوص زنان بی‌سرپرست که درآمد و هزینه‌ای ندارند و تقویت تنوع تولید محصول به منظور عرضه به این بازارها می‌گردد از اثرات اجتماعی بازارهای هفتگی می‌توان به جلوگیری از مهاجرت روستائیان به حاشیه شهرها به منظور معیشت روز گذران، ارتباط و تبادل فرهنگی، افزایش آگاهی و اطلاعات روستائیان اشاره نمود.

کلیدواژه‌ها: بازار هفتگی، صومعه‌سرا، توسعه روستایی، رونق اقتصادی.

مقدمه

توسعه روستایی به عنوان یک راهکار عملی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و منطقه‌ای مطرح می‌باشد. در بعد اقتصادی، توسعه به دنبال افزایش اشتغال، کاهش مهاجرت، افزایش درآمد و بازاریابی محصولات تولیدی کشاورزان می‌باشد. در بعد اجتماعی نیز توسعه مشارکت مردمی و ارتقاء موقعیت اجتماعی مردم روستایی را سبب می‌گردد و در بعد فرهنگی هدفش گسترش فرهنگ محلی و بومی و گسترش تولیدات فرهنگی همچون صنایع دستی است. برای این منظور راهکارهای مختلفی از طرف برنامه‌ریزان مطرح شده است که دارای نقاط قوت و ضعف می‌باشند به باور بسیاری از متخصصان برنامه‌ریزی، توجه به ایده‌هایی که از دیرباز توسط خود روستائیان مورد استفاده قرار می‌گرفته، می‌تواند بسیار اثر بخش‌تر از نوآوری‌های جدید و غیر بومی باشد که گاه و بیگاه مطرح می‌شوند. از جمله این ایده‌ها، بازارهای هفتگی می‌باشند که قدمتی تاریخی دارند و نمونه بارز آن بازارهای دوره‌ای گیلان می‌باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲). یکی از ابزارهایی که از گذشته تا به امروز در توسعه روستایی نقش ایفا نموده است بازارهای هفتگی می‌باشد. که این توان را دارند که موجب تحول در توسعه روستایی گردند و در کارکرد، کالبد، تولید، اشتغال و در نهایت تغییر ساختار اقتصادی و کالبدی مناطق تغییرات ایجاد نمایند. به علت عرضه مستقیم محصولات روستایی در اینگونه بازارها تاثیر به سزایی بر درآمد خانوارها داشته است براین اساس، بازارهای هفتگی در گیلان از گذشته تاکنون از ارزش و اعتبار خاصی بهره‌مند بوده‌اند. در قدیم به دلیل مشکل عبور و مرور روستائیان که امروزه به مدد توسعه راهها و تراکم وسایل نقلیه حل شده است، بازارهای هفتگی در نواحی گوناگون گیلان دارای ارزش ویژه‌ای هستند، بازارهای هفتگی گیلان، عمدتاً در راستای پاسخگویی به نیازسکونتگاه‌های شهری و روستایی با هدف مبادله تولیدات روستائیان و تأمین کالاها و خدمات موردنیازشان دایر می‌شده است. این بازارها در روزهای مختلف و در مناطق مختلف تشکیل می‌شوند و نام آن روز را به خود می‌گیرند. در این بازارها محصولات کشاورزی و صنایع دستی و سایر فرآورده‌های روستایی به فروش می‌رسد و از این رو هنوز هم نقش مؤثری در اقتصاد منطقه دارند ضمن آنکه به دلیل بار فرهنگی و اجتماعی این پدیده، علاوه بر فعالیت‌های اقتصادی این بازارها می‌توانند به عنوان عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی در نظر گرفته شوند.

به هر دلیل اگر این بازارها همان بازارهای ابتدایی جوامع انسانی باشند که تاکنون حفظ شده و به ما میراث رسیده و چه نهادهای اقتصادی باشند که با توجه به نیازهای امروزی در جوامع و مناطق گوناگون ایجاد شده و فعالیت می‌کنند، باید به این نکته اشاره کرد که این بازارها در جهت پاسخگویی به نیازهای جوامع و سکونتگاه‌های روستایی و شهری از جهت مبادله تولیدات مازاد بر مصرف روستائیان و تأمین کالاها و خدمات مورد نیازشان دایر شده‌اند. و تا به امروز این بازارها همچنان در توسعه روستاها نقش مهمی دارند شاید این سخن که بازارهای هفتگی برجای مانده از شکل اولیه بازارها در جوامع ابتدایی بشر هستند که تاکنون نیز کارکردهای خود را حفظ نموده و در اقتصاد جوامع نقش بازی می‌کنند در واقع حوزه نفوذ و اطراف شهرها به اضافه دیگر نقاط روستایی در منطقه، کالا و تولیدات خود را عرضه و از مصنوعات و کالاهای شهری استفاده می‌نمایند. از طرف دیگر فاصله کم نقاط روستایی بایکدیگر و در مجموع با شهر و روستا و مکان تشکیل بازارهای هفتگی آسان بودن و رفت و آمد روستائیان و مازاد تولیدات اقتصادی در مکان‌گزینی اولیه بازارها بسیار مؤثر و جزو عوامل اصلی به شمار می‌آید. که نیازمند تحقیق و بررسی بیشتر در این زمینه است و همین عامل خود مسبب شکل گرفتن موضوع فوق شده است یکی از مناطق مهمی که در سطح استان گیلان دارای بازارهای هفتگی می‌باشد و این بازارها در توسعه مناطق نقش داشته‌اند محدوده شهرستان صومعه‌سرا است که شامل یکشنبه بازار صومعه‌سرا یک بازار محلی است که در آن مردم روستاهای مختلف شهرستان و مردم شهر کالاهای خود را در این بازار به صورت مستقیم به مردم عرضه می‌کنند، یک شنبه بازار صومعه‌سرا یکی از قدیمی‌ترین بازارهای محلی استان گیلان می‌باشد که سابقه‌ای دیرینه دارد که محل عرضه مرغ و جوجه و غاز اردک بوقلمون و پرندگان محلی و مرغ روز زنده و ماهی و گوشت است که از سرتاسر استان گیلان برای خرید این اقلام به این بازار مراجعه می‌کنند و جزء کالاهای پرفرودار این بازار محسوب می‌شود. و پنجشنبه بازار مرجقل که در روز پنجشنبه در شهر مرجقل تشکیل می‌شود و دوشنبه بازار گوراب زرمیخ از جمله بازارهای هفتگی دام نیز هست، برخی روستائیان در این بازار عوایدی را

که از فروش پیله و دام به دست می‌آورند صرف خرید مقادیری برنج می‌کنند در این بازار از کل استان گیلان افراد مختلف شرکت می‌کنند. و فروشندگان نیز در این بازارها از افراد روستایی تا فروشندگان دیگر هستند که محصولات را به فروشندگان عرضه می‌کنند در واقع می‌توان گفت که بازارها نقش و اثرات مهمی در زندگی خانوارهای روستایی و توسعه اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی دارند که نیازمند بررسی است و نیازمند بررسی این سوال است:

بازارهای هفتگی در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی شهرستان صومعه‌سرا تا چه اندازه نقش داشته‌اند؟ توسعه، فرایندی با ابعاد مختلف و مجموعه اهداف گوناگون اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و فرهنگی و حاوی مفاهیم و اشاراتی روشن در خصوص پیشرفت و گسترش دامنه فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی جامعه است (شهبازی، ۱۳۷۵: ۴). توسعه هم واقعیتهای مادی و هم حالتی ذهنی است که بر اساس آن جامعه انسانی با انجام تغییرات و تحولات اجتماعی و اقتصادی و نهادی ابزار لازم برای تامین سطح زندگی بالاتر را به دست می‌آورد (تودارو، ۱۳۷۶: ۱۳۸).

مفهوم توسعه علاوه بر بهبود وضع درآمدها و تولید، آشکارا متضمن تغییرات بنیادی در ساختارهای نهادی، اجتماعی، اداری و نیز طرز تلقی عامه و در بیشتر موارد حتی آداب و رسوم و اعتقادات است (تودارو، ۱۳۷۶: ۱۱۵). توسعه فرایندی چند بعدی است که مستلزم وقوع تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی و طرز تلقی عامه مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع جریان رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه کن کردن فقر مطلق می‌باشد. توسعه در اصل نشان می‌دهد که مجموعه نظام اجتماعی، هماهنگ با نیازهای متنوع اساسی و خواسته‌های افراد و گروه‌های اجتماعی در داخل نظام، از حالت نامطلوب زندگی گذشته خارج می‌شود و به سوی وضع یا حالتی در زندگی که از نظر مادی و معنوی بهتر است، تغییر می‌یابد (تودارو، ۱۳۷۶: ۱۳۶).

توسعه فرایندی است که در آن باورهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی و اقتصادی و سیاسی جامعه به صورت بنیادی متحول می‌شود تا متناسب با ظرفیت‌های شناخته شده نوسازی و جدید گردد. طی این فرایند، سطح رفاه جامعه نیز ارتقا می‌یابد (عظیمی، ۱۳۷۸: ۴۲).

در واقع توسعه فرایند بهبود بخشیدن به کیفیت زندگی تمام مردم از راه ارتقای سطح زندگی آنان در اثر جریان مناسب رشد اقتصادی است. به گونه‌ای که با استقرار نظام‌ها و نهادهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی مشوق و موجدشان و احترام انسان دامنه انتخاب‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بشر افزایش یابد (تودارو، ۱۳۷۶: ۸۴۷).

مسئله توسعه اقتصادی کشورهای فقیر و توسعه نیافته به دلیل طبیعت و ماهیت و علل فقر در اینگونه کشورها بسیار پیچیده و حائز اهمیت فراوان و یکی از مهمترین موضوعات بحث انگیز در عصر حاضر بوده و به دلیل تاثیر آن در بهبود کیفیت زندگی مردم به عنوان اصلی‌ترین مسئله فرا روی بشر طی دوران کنونی به شمار آمده است (طاهری، ۱۳۷۶: ۹).

مارسل بازن از محققان دیگری است که در این زمینه باید از وی نام برد. تحقیق وی با عنوان قم شهر زیارتی و مرکز منطقه تا دهه ۱۹۶۰ صورت گرفت الگوی قابل توجهی در مطالعات ناحیه‌ای و روابط شهر و روستا به شمار می‌رود. نامبرده ضمن تحقیق مفصلی پیرامون شهر قم و نقش زیارتی و اقتصادی و خدماتی آن به کیفیت رابطه این شهر با ناحیه پیرامون خود پرداخته است.

عبدالحمید قرنچیک در سال ۱۳۸۸ در مقاله با عنوان نقش بازارهای هفتگی در توسعه اقتصادی نواحی روستایی ایران بیان می‌دارد که بازارهای هفتگی نقش بسیار پر اهمیتی برای اقتصاد نواحی روستایی و در طرف مقابل آن نواحی شهری داشته بازارهای محلی، مکانی برای رفع نیازهای اقتصادی اقشار مختلف مردم به ویژه روستاییان است. اغلب روستاییان سعی می‌کنند محصولات خود را در زمان بازار به فروش برسانند و مایحتاج خود را نیز در همین محدوده زمانی بخرند فروش محصولات در این بازارها از جهات بسیاری می‌تواند به سود روستاییان و سایر شرکت‌کنندگان در آن باشد.

احمدی و همکاران، ۱۳۸۵، بررسی بازارهای محلی روستاهای استان مازندران از دیدگاه خریداران و فروشندگان، نتایج تحقیق نشان داد که بیش از پانزده نوع کالا و جنس در بازارهای محلی روستایی عرضه می‌شود و میانگین تقریبی

درآمد ماهیانه فروشندگان از محل فروش کالا و جنس در این بازارها حدود ۲۳۰ هزار تومان است. فصول و ماه‌های مناسب فروش کالا و اجناس به ترتیب پاییز (مهر و آبان)، تابستان (شهریور)، زمستان (اسفند) و بهار (خرداد) است. تنها ۲۱ درصد از روستاییان، محصولات تولیدی خود را به کاسب‌های بازار محلی فروخته یا خود شخصا آنها را می‌فروشند.

شفیعی ثابت، ۱۳۸۸، در مقاله‌ای با عنوان نقش بازارچه‌های هفتگی روستایی در تحولات اقتصادی روستاهای استان تهران، این تحقیق، با هدف تبیین اثرات اقتصادی بازارچه‌های هفتگی روستایی در فاصله زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۵، به عدم دسترسی مستقیم و بدون واسطه نواحی روستایی به بازار فروش و نیز عدم شکل‌گیری کامل و سازمان‌یافته واحدهای تجاری در آنها می‌پردازد؛

جوان، ۱۳۹۰، نقش متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی در توسعه پایدار روستایی مطالعه موردی شهرستان سمیرم، نتایج به دست آمده در این تحقیق نشان‌دهنده آن است که عدم تنوع در فعالیت‌های اقتصادی خانوارهای مورد بررسی در منطقه مورد مطالعه شرایط نامساعدی را برای خانوارهای دارای چنین ویژگی سبب شده است در حالی که خانوارهای دارای تنوع درآمدی در بخش‌های کشاورزی و غیر کشاورزی وضعیت به نسبت مطلوبتری را در شاخص‌های چون آموزش، ثبات درآمدی، کیفیت زندگی، آسیب‌پذیر بوده‌اند.

مهدوی و احمدزاده، ۱۳۹۰، نقش بازارهای هفتگی استان گیلان در توسعه روستایی و زایش شهرهای جدید در استان (مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا)، نوشته است، اقتصاد و ساختارهای اقتصادی در ساخت، شکل‌دهی و توسعه فضای زندگی انسان‌ها عاملی تأثیرگذار و مهم به شمار می‌آید.

میرلطفی، ۱۳۹۴، تحلیل رابطه بازارهای جاده‌ای با پایداری اقتصادی-اجتماعی روستاهای منطقه سیستان، یافته‌ها حاکی از آن است که بین میزان پایداری اقتصادی روستاهای نزدیک و دور از بازارهای جاده‌ای تفاوت معنادار و میزان پایداری اجتماعی عدم تفاوت معنادار وجود دارد.

طیب‌نیا، ۱۳۹۴، نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه اجتماعی و اقتصادی نواحی روستایی مورد: روستاهای بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان، نتایج تحقیق از دید مسئولین حاکی از این است که بازارچه توانسته است تأثیرگذاری مطلوبی بر افزایش امنیت، کاهش قاچاق و درآمدهای آن و امنیت شغلی روستاییان داشته باشد.

افتخاری در سال ۱۳۹۴ در مقاله‌ای با عنوان تبیین الگوی فضایی سرمایه اجتماعی در توسعه پایدار روستایی مورد روستاهای استان خراسان رضوی، اهمیت توسعه پایدار روستایی و نقش حیاتی آن در توسعه بیشتر کشورهای درحال رشد، بر کسی پوشیده نیست و به باور کارشناسان و دست‌اندرکاران امر تحقیق، این مهم بیش از هر چیز در گرو برخورداری از سرمایه مناسب- به ویژه سرمایه اجتماعی- از طریق مشارکت و اعتماد اجتماعی امکان‌پذیر است.

خواججه‌شاهکویی، ۱۳۹۵، بررسی نقش بازارهای هفتگی در توسعه اقتصادی روستا (مطالعه موردی شهرستان گرگان)، با توجه به این که بازارهای هفتگی از عمده‌ترین روش‌های متحول‌کننده‌های توسعه روستایی محسوب می‌شوند. این بازارها از گذشته‌ها تاکنون به عنوان مراکزی برای انجام مبادلات مورد توجه بوده‌اند.

نظری، ۱۳۹۵، تحلیل مکانی- فضایی بازارهای هفتگی روستایی بر مبنای نظام سلسله‌مراتب روستایی در شهرستان آق‌قلا، بازارهای ادواری هفتگی از قدیم در شهرهای مختلف رواج داشته و یکی از مشخصه‌های اصلی شهرها شناخته می‌شده است. در چند دهه اخیر این بازارها که یکی از پدیده‌های نوظهور در جغرافیای اقتصادی و اجتماعی است، به سرعت در نقاط روستایی نیز برپا می‌شوند. با توجه به جایگاه مهم این بازارها در زندگی روستاییان، شناخت تحولات و روابط بین آن‌ها و نواحی روستایی پیرامونی، همچنین میزان انطباق آن با طرح‌های فرادست بسیار ضروری است.

مرادپور، ۱۳۹۸، بررسی مولفه‌های توسعه پایدار روستایی، چالش‌ها و راهکارها، توسعه پایدار روستایی پدیده‌ای پیچیده و دارای ابعاد متعدد است نتایج بررسی نشان‌دهنده آن است که جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی می‌بایست مولفه‌هایی نظیر فرهنگ، محیط‌زیست، امنیت، آموزش، مشارکت و انسان را در نظر گرفت.

یکی از سیاست‌های اساسی دولت در توسعه روستایی تنوع بخشیدن به اقتصاد روستا، جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه از مناطق روستایی به مناطق شهری، کاهش نابرابری‌های فضایی بین مناطق شهری و روستایی است که این اهداف کلی در قالب برنامه‌ها و طرح‌هایی تدوین شده و به صورت هدایت‌شده در بخش‌های مختلف کشور به ویژه در نواحی روستایی در حال اجرا است (از کیا، ۱۳۹۵: ۶۷).

نقش تولیدی روستا جهت حصول به امنیت غذایی، مساعدت به بخش صنعت و نیز نقش صادرات غیر نفتی روستا در تولید ناخالص کشور و ایجاد فرصت‌های شغلی در ابعاد مکانی از جمله آثار مناطق روستایی در توسعه ملی کشور است نظر به جایگاهی که روستا و روستانشین در پویایی اقتصاد کشور، از قبیل کمک به رشد اقتصادی، کنترل نرخ تورم، افزایش نرخ اشتغال و فعالیت دارد. به طور ویژه در تولید کالاهای اساسی و استراتژیک نیز موثر است می‌تواند بستر مناسبی برای تولیدات کشاورزی، دامی، صنعتی و خدماتی، حفظ محیط‌زیست و امنیت، هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، حراست و نگهداری مرزها را فراهم نماید. از طرفی ظرفیت جمعیت ۲۱ میلیون نفر ساکن در این مناطق با اتخاذ تدابیر صحیح و مدبرانه زمینه شکوفایی و توسعه پایدار مناطق روستایی و به تبع آن کشور را به همراه خواهد داشت.

شناخت دقیق مسایل مربوط به روستاهای ایران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. زیرا ریشه تمامی مشکلات و مسائل عقب ماندگی مثل فقر گسترده، نابرابری در حال رشد، رشد سریع جمعیت و بیکاری فزاینده، در مناطق روستایی قرار دارد یکی از اهداف کلان توسعه در اغلب کشورها و از جمله کشور ما، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت‌های شغلی است. توسعه و عمران روستایی در چند دهه اخیر همواره یکی از دغدغه‌های اصلی توسعه در ایران و اکثر کشورهای در حال توسعه بوده است. در بسیاری از کشورها، توسعه روستایی به مثابه راهبردی با اهمیت برای تامین نیازهای اساسی و توزیع بهینه منافع ناشی از توسعه ملی تلقی شده و بدین منظور با شیوه‌های متعدد، الگوهای متنوعی برای توسعه روستایی تجربه شده که عمدتاً دستاوردهای مطلوبی نداشته و هنوز سهم جوامع روستایی جهان سوم از توسعه و پیشرفت بسیار اندک است و اکثر فقرای این کشورها یا در روستاها بسر می‌برند و یا شهرنشینی عمدتاً حاشیه نشین با منشاء روستایی بوده‌اند (امیرانی، ۱۳۸۸، ۱۰۲).

در ایران اگر چه از ابتدای قرن حاضر تلاش‌های پراکنده‌ای برای توسعه روستایی آغاز شده و در تدوین برنامه‌های عمرانی کشور نیز تا حدودی مورد توجه قرار گرفته اما تغییر و تحول در جامعه روستایی ایران با انقلاب اسلامی ابعاد گسترده و عمیقی یافته است. هر چند به تناسب دگرگونی‌ها بر مسائل و چالش‌های توسعه روستایی نیز افزوده شده، بطوری که امروزه علاوه بر آن که بسیاری از مسائل دیرینه کماکان بجای مانده، چالش‌های نوینی نیز سر بر آورده‌اند (قره‌نژاد، ۱۳۸۵: ۹۵).

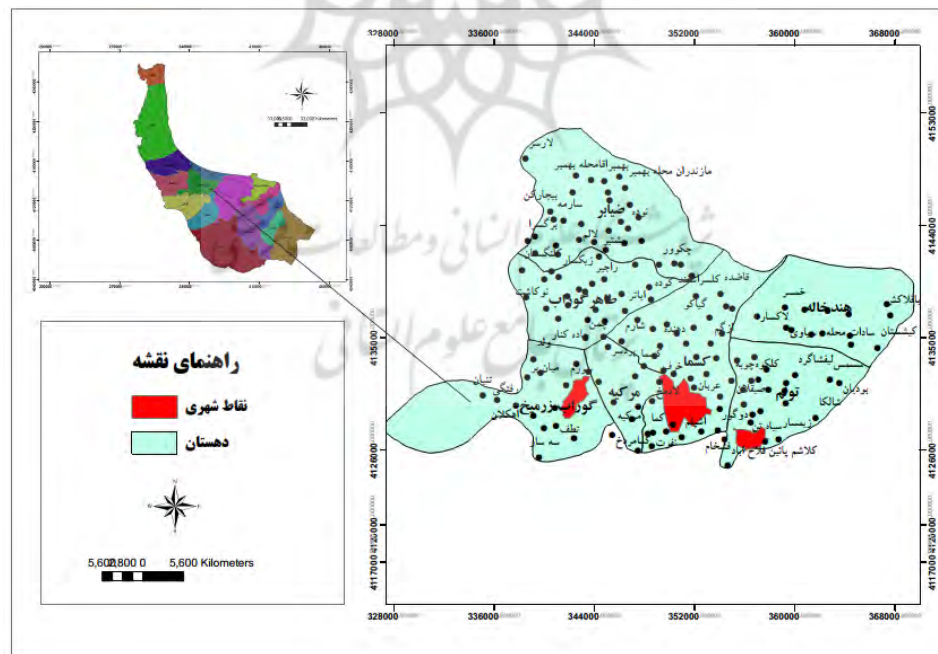
نواحی روستایی بویژه از طریق تولیدات کشاورزی و صنایع دستی نقش مهمی در اقتصاد ملی دارند. بر طبق آخرین داده‌ها، بخش کشاورزی حدود ۲۰ درصد تولید ناخالص داخلی، ۲۵ درصد صادرات غیر نفتی، ۲۵ درصد کل اشتغال، ۷۵ تا ۸۰ درصد نیازهای غذایی و صنایع کشور را فراهم می‌کند و به طور غیر مستقیم نیز بین ۲۵ تا ۳۰ درصد ارزش کالاهای صنعتی و بین ۲۰ تا ۲۵ درصد ارزش بخش خدمات از طریق بخش کشاورزی ایجاد می‌شود. همچنین ارزش افزوده بخش کشاورزی در دوره ۱۳۸۱-۱۳۷۹ به طور متوسط ۵/۷ درصد رشد داشته و در سال ۱۳۸۱ با نرخ رشد ۱۰/۱ درصد به ۱۰۲۸۹/۱ میلیارد ریال افزایش یافته است که نسبت به هدف برنامه (۴/۹ درصد) بیش از دو برابر است. نقش مهم نواحی روستایی در اقتصاد ملی به و یژه از طریق تولیدات کشاورزی ایجاب می‌نماید که برای مداوم و افزایش این نقش، مخصوصاً در زمینه امنیت غذایی پایدار، نواحی روستایی به عنوان عرصه مهم این فعالیت مورد توجه قرار گیرند (رضوانی، ۱۳۸۸: ۲).

روش شناسی

روش شناسی تحقیق در این پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده که در آن ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی استفاده شده است. در روش کمی نوع تحقیق پیمایشی بوده است که از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده و در روش کیفی از روش‌های مصاحبه، مشاهده و عکس‌برداری استفاده شده و ابزار تحقیق پرسشنامه می‌باشد. و گویه‌های (شاخص‌های) پژوهش نیز در محیط نرم‌افزاری SPSS و تعیین درصد فراوانی بدست آمده است که در ادامه به صورت مبسوط به آن پرداخته می‌شود داده‌های جمع‌آوری شده به شیوه پیمایشی مبتنی بر تکمیل پرسشنامه انجام شده است. اطلاعات نظری از روش کتابخانه‌ای و اطلاعات و داده‌های مربوط به منطقه مورد مطالعه از طریق پرسشنامه (محقق ساخته)، مصاحبه و مشاهده گردآوری شده است تعداد نمونه بر اساس جدول استاندارد مورگان ۲۹۷ نفر از فروشندگان بازارهای هفتگی شهرستان صومعه‌سرا می‌باشند و روش تجزیه و تحلیل بصورت توصیفی و تحلیلی و از آزمون‌های استنباطی نیز بهره برده شده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان صومعه‌سرا در طول جغرافیایی ۴۹ درجه و ۱۸ دقیقه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۷ درجه و ۱۸ دقیقه شمالی و قرار دارد. این شهرستان در ناحیه غربی استان گیلان واقع شده و از شمال به شهرستان‌های انزلی و رضوانشهر از جنوب به فومن، از شرق به شهرستان‌های رشت و شفت و از غرب به ماسال و فومن محدود است. مساحت این شهرستان معادل ۶۳۲/۶ کیلومتر و جلگه‌ای است. صومعه‌سرا ۴/۳ درصد از مساحت استان گیلان را به خود اختصاص داده است که بر اساس آخرین تقسیمات کشوری دارای ۳ بخش، ۷ دهستان و ۱۵۰ روستا دارای سکنه و سه نقطه شهری است (سازمان برنامه و بودجه گیلان، ۱۳۹۵: ۱۷). تراکم نسبی جمعیت در این شهرستان ۲۱۹ نفر در هر کیلومتر مربع است.



شکل ۱. تقسیمات سیاسی شهرستان صومعه‌سرا

یافته‌ها و بحث

بازارهای هفتگی روستایی

بازار هفتگی به طور معمول در ناحیه ویژه ای از روستا یا شهر برگزار می‌گردند. از نظر ساختار گاه مانند بازار هفتگی تولم شهر محدوده وسیعی است که راهروها و کوچه‌های رو باز آن را به چند قسمت تقسیم می‌کنند. و بصورت خطی همانند سایر بازارهای استان گیلان تشکیل می‌گردد. گاهی چون بازارهای انزلی و قائمشهر و بابل بازارهای هفتگی روستایی از تمام امکانات بازارهای ثابت شهری استفاده می‌کنند و در آنها ادغام می‌شوند، و فروشندگان تمام محوطه-های خالی بین دکان‌ها و میدان‌ها را با برافراشتن چادرها پر می‌کنند و به بازار ثابت شکل تازه‌ای می‌دهند، در مکان-هایی که بازار در کنار جاده‌های اصلی برگزار می‌شود. جمعیت انبوه، ترافیک سنگین، اضافه شدن مجموعه‌ای از کسب سیار به کسب ثابت، افراشته شدن چادرها، وضع خاصی تزئین و ترتیب بساط بازار، دود غلیظ کبابی‌ها، فریاد فروشندگان، همه‌همه عابرین، توقف بسیار ماشین‌ها که در روزهای عادی دیده نمی‌شود و وجود افراد پیاده بسیار با مقداری از تولیدات دستی و زراعی در جاده‌ها شکل آن محدوده را به کلی تغییر می‌دهد.

بازارهای هفتگی روستاییان موجب بی‌نیازی به شهر می‌گردد و افراد تمایل کمتری به مسافرت به مراکز شهری برای فروش تولیدات و خرید مایحتاجشان می‌باشد. از طرف دیگر بازار ارتباط دهنده روستاهای اطراف خود است و کارکردهایی مانند انتقال نیروی انسانی از یک روستا به روستای دیگر را هم انجام می‌دهد. بعلاوه مرکز روابط اقتصادی و مالی است و هم مرکز مبادلات اجتماعی، سفر هفتگی روستاییان به بازارهای هفتگی با فاصله روستاها به بازار و زمان و روز تشکیل آن رابطه مستقیم دارد. به همین دلیل بازارها در مکانی مناسب برای همه و در روز و زمان معین تشکیل می‌شوند.

بنابراین برگزاری بازارها از نظر مکانی و از نظر زمانی با احتیاجات روستاها تناسب دارد. انتخاب محل بازارها معمولاً بر مبنای تجربه از گذشته و زمان تشکیل آن است. ولی دسترسی روستاییان به آن به آسانی صورت می‌گیرد بطوری که در مرکز دهستان مانند گوراب زرمیخ و یا شهرهای نزدیک مانند مرجقل تشکیل می‌گردد اما اکثر روستاییان سعی می‌کنند محصولات خود را در زمان بازار به فروش برسانند و احتیاج روزمره خود را از بازار بخرند. در کل بازارهای هفتگی روستایی با روستاهای اطراف خود ارتباط متقابل اقتصادی و اجتماعی دارند.

در حال حاضر بازارهای هفتگی در روستاها و شهرهای استان گیلان در ایام هفته تشکیل می‌گردد. در شهرستان صومعه‌سرا نیز مانند سایر نقاط استان گیلان بازارهای هفتگی در ایام گوناگون هفته برگزار می‌باشد. در شهر صومعه‌سرا روزهای یکشنبه بازار برگزار می‌شود که روستائیان از اطراف محصولات خود را به بازار عرضه می‌نمایند و کالاهای شهری مورد نیاز خود را خریداری می‌کنند (جدول ۱).

جدول ۱. مشخصات بازارهای هفتگی شهرستان صومعه‌سرا

قلمرو بازار	محل برگزاری	روز تشکیل بازار هفتگی
-	شهر صومعه‌سرا	یکشنبه
گوراب زرمیخ	گوراب زرمیخ	دوشنبه
ضیابر	ضیابر	دوشنبه
طاهر گوراب	اباتر	سه‌شنبه
کسما	کسما	چهارشنبه
هندخاله	شیخ محله	چهارشنبه
طاهر گوراب	طاهر گوراب	پنجشنبه
هندخاله	تولم شهر	پنجشنبه

در بازارهای شهرستان صومعه سرا مردم از شهرهای رشت، فومن و صومعه سرا و ساکنین خانه‌های دوم سایر استان‌ها برای خرید انواع مواد غذایی و برنج، چای، سبزی‌های تابستانی، مرغ، تخم‌مرغ، گوشت و ماهی به این بازار مراجعه می‌کنند یکی از این بازارهای شلوغ جمعه بازار در ۵ کیلومتری صومعه سرا و ۱۷ کیلومتری رشت واقع است که قبلاً در این محل روزهای جمعه، بازار تشکیل می‌شد. اما بعد از انقلاب روز تشکیل به پنجشنبه تغییر یافته است و یکشنبه بازار صومعه سرا است که این شهر با تولید محصولات متنوع مانند انواع سبزی‌ها، میوه‌ها، برنج، چای، دام، طیور، نیشکر و ابریشم و فروش آن‌ها به ساکنان مناطق مختلف دارای یک بازار هفتگی پررونق است. در این بازار زنان روستایی به فروش نیشکر، دوشاب (شیره انگور)، انواع سبزی و مرغ و تخم مرغ و فرآورده‌های دامی مشغول هستند (تصویر ۱).



تصویر ۱. نمای از شلوغی پنجشنبه بازار در تولم شهر (جمعه بازار) شهرستان صومعه سرا

تعداد افراد شاغل در بازارهای هفتگی شهرستان صومعه سرا را می‌توان به صورت زیر بیان نمود. فروشندگان موجود در بازارچه‌های هفتگی به چهار گروه عمده پوشاک (۴ / ۱۵ درصد)، میوه و سایر خوراکی‌ها (۴ / ۶۰ درصد)، لوازم خانگی و آشپزخانه (۱۲ درصد)، و لوازم آرایشی (۲ درصد) تقسیم می‌شوند. بر پایه این آمار، بیشترین فراوانی فروشندگان به گروه مواد غذایی مربوط می‌شود که عرضه مستقیم آنها از نقاط روستایی استان به بازارچه‌ها امکان‌پذیر است (جدول ۲).

جدول ۲. صنوف عمده در بازارچه‌های هفتگی روستایی شهرستان صومعه سرا (۱۳۹۸)

صنوف	تعداد فروشندگان	درصد
پوشاک و الیسه و پارچه	۱۹۲	۱۵/۴
میوه و سایر خوراکیها	۷۵۳	۶۰/۴
لوازم خانگی و آشپزخانه	۱۵۲	۱۲
آرایشی بهداشتی	۲۲	۲
سایر	۱۲۸	۱۰
مجموع	۱۲۴۷	۱۰۰

افراد فروشنده در بازارهای هفتگی روستایی شهرستان به دو گروه عمده تقسیم می‌شوند: گروه اول عبارت‌اند از فروشندگان روستایی، شامل روستاییان تولیدکننده کشاورزی که محصولاتی مانند انواع سبزی و میوه، انواع لوازم دستی تزئینی، سفال، و کالاهایی از این دست را عرضه می‌کنند؛ البته در بازارهایی که قدمت بیشتری دارند، تولید کنندگان کشاورزی و غیر کشاورزی روستایی تا حدود ۴۰ درصد فروشندگان را دربر می‌گیرند. گروه دوم عبارت از فروشندگان کالاهای شهری، که فروشندگان شهری و روستایی را شامل می‌شوند؛ و در بازارهای هفتگی، بیش از ۶۰ درصد فروشندگان از این گروه به شمار می‌روند که به عرضه تولیدات شهری مانند پوشاک و کفش، میوه و لباس در بازارهای هفتگی می‌پردازند و در مقابل، کالاهای مورد نیاز خود را نیز از همین بازارها خریداری می‌کنند. به گفته

فروشنندگان، محل سکونت فعلی ۶۶ درصد آنها مناطق شهری و ۳۴ درصد آنها مناطق روستایی و همچنین، محل تولد ۴۵ درصد نقاط شهری و ۵۵ درصد نقاط روستایی بوده است (جدول ۳).

جدول ۳. توزیع فراوانی محل تولد و محل سکونت فعلی فروشنندگان کالا در بازارهای هفتگی شهرستان

متغیر	محل تولد فروشنندگان		محل سکونت فعلی در استان	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
نقاط شهری	۱۳۳	۴۵	۱۹۵	۶۶
نقاط روستایی	۱۶۴	۵۵	۱۰۲	۳۴
جمع کل	۲۹۷	۱۰۰	۲۹۷	۱۰۰

بر اساس نتایج آزمون کی دو بین فروشنندگان ساکن روستا و محل تأمین اجناس تفاوت آماری معنی‌دار وجود دارد ($p < 0/05$)؛ یعنی، هر چه تعداد بازارهای هفتگی بیشتر باشد بوده، اجناس بیشتری از مناطق روستایی عرضه می‌گردد.

بر طبق نتایج جدول زیر ۴۷ درصد از فروشنندگان کالاهای فروشی خود را به طور مستقیم از روستا تأمین می‌کردند، و ۵۳ درصد از آنها کالاهای خود از میدان شهری شهر برای فروش عرضه می‌کنند (جدول ۴). آزمون کی دو نشان می‌دهد که بین تعداد فروشنندگان ساکن روستا و تأمین اجناس از روستا تفاوت آماری معنی‌دار وجود ندارد ($p < 0/05$). فروشنندگان ساکن روستا اجناس مورد نیاز خود را بیشتر از روستاها تأمین می‌کنند.

جدول ۴. تعداد فروشنندگان ساکن روستا برحسب محل تأمین جنس در بازارهای هفتگی

محل تأمین اجناس	شهر	روستا
تعداد	۱۵۸	۱۳۹
درصد	۵۳	۴۷

رونق فروش کسبه در بازارها افزایش درآمد فروشنندگان را در پی دارد، به طوری که بر اساس مقدار ضریب محاسبه شده ($r = 0/09$)، بین سرمایه اولیه و میزان درآمد فروشنندگان ساکن شهر و روستا رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد ($p = 0/000$)؛ یعنی، هر چه سرمایه اولیه فروشنندگان بیشتر باشد، میزان درآمد و تداوم فعالیت فروشنندگان بیشتر است (جدول ۵).

جدول ۵. ارتباط بین سرمایه اولیه و میزان درآمد فروشنندگان در بازارهای هفتگی

میزان درآمد فروشنندگان شهری و روستایی در بازارچه های هفتگی		
سرمایه اولیه فروشنندگان برای حضور در بازار	Pearson	0/09
	Sig	0/000
	N	297

بعد اقتصادی بازارهای دوره‌ای محلی

بازارهای دوره ای محلی دارای اثرات اقتصادی گسترده ای برای توسعه روستایی می‌باشد. این اثرات شامل: بازاریابی مناسب محصول، اشتغال، درآمد، فروش محصول، افزایش امکان سرمایه‌گذاری در محصولات کشاورزی، امکان عرضه محصولات کشاورزی فرآوری شده، معاوضه محصولات به شکل پایاپای و در نهایت حذف واسطه ها و انتقال سود ناشی

از آن به خود کشاورزان و روستائیان می‌باشد. همچنین امکان پس‌انداز برای کشاورزان و بهبود وضع اقتصادی فروشندگان از دیگر موارد ذکر شده توسط آنان است. فروشندگان بیان داشتند که بازارهای مزبور به ویژه برای کشاورزان کم درآمد راه مناسبی برای بهبود وضعیت معیشتی آنان است. در حالی که این بازارها از طریق حذف واسطه‌ها و امکان عرضه محصولات تولیدی در روستا، شرایط در آمدی مناسبی برای کشاورزان پدید می‌آورد تا آنها بتوانند شرایط بهتری را برای تولید بیشتر فراهم نمایند (جدول ۶).

جدول ۶. اثرات اقتصادی بازارهای هفتگی شهرستان صومعه‌سرا

ردیف	گویه	درصد پاسخگویان				میانگین
		کاملاً مخالف	مخالف	متوسط	موافق	
۱	بازار باعث افزایش درآمد خانوار شده است	۳/۴	۷/۴	۱۳/۵	۲۰/۲	۵۵/۶
۲	بازار باعث بهبود وضع اقتصادی خانوار شده است	۱۱/۱	۷/۷	۱۵/۸	۱۷/۵	۴۷/۸
۳	بازار باعث افزایش پس‌انداز خانوار شده است	۴	۳/۴	۴۵/۸	۲۳/۶	۲۳/۲
۴	بازار باعث سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید محصول شده است	۴	۳/۴	۱۸/۲	۳۶/۷	۳۷/۷
۶	بازار برای افراد کم درآمد، درآمد خوبی ایجاد کرده است	۲	۱	۱۴/۱	۴۴/۴	۳۸/۴
۷	بازار باعث ایجاد اشتغال شده است	۳	۱۴/۱	۱۳/۱	۳۱/۶	۳۸
۸	بازار باعث کاهش بیکاری شده است	۵/۴	۳/۴	۲۱/۹	۳۲/۳	۳۷
۹	بازار باعث افزایش انگیزه تولید شده است	۶/۷	۳/۴	۲۳/۶	۳۲	۳۴/۳
۱۰	بازار باعث حذف واسطه‌ها شده است	۴	۶/۷	۱۸/۲	۴۲/۴	۲۸/۶
۱۱	بازار باعث افزایش ارزش افزوده تولید شده است	.	۰	۴۲/۱	۲۶/۳	۳۱/۶
۱۲	بازار باعث افزایش سود دریافتی از فروش محصول	۲/۴	۳/۴	۵۰/۲	۲۶/۶	۱۷/۵
۱۳	بازار به بازاریابی محصولات کمک کرده است	۱	۱/۷	۳۸/۴	۳۸	۲۰/۹
۱۴	بازار امکان معاوضه کالا با دیگر محصولات را فراهم کرده است	۱/۳	۱۴/۱	۳۱/۶	۲۴/۶	۲۸/۳
کل				۳/۵		موافق

شرایط محیطی محدوده تحقیق به ویژه پس از برداشت برنج اکثر زمین‌های منطقه به علت فراوانی آب و زمین‌های حاصلخیز زمینه فعالیت‌های مولد از قبیل: پرورش طیور (غاز و بوقلمون، اردک) و محصولات باغی و سیفی‌جات و همچنین پرورش دام خانگی را فراهم می‌آورد. قرار گیری تولم شهر در مسیر تردد شهرستان‌های غرب (آستارا-تالش-رضوانشهر) و جنوب (ماسال و فومن) موقعیت ممتازی را برای و اکثر فروشندگانی بازارهای هفتگی فراهم آورده تا بتوانند بدون واسطه و مستقیم محصولات خود را به فروش می‌رسانند (تصویر ۲).



تصویر ۲. عرضه مستقیم محصولات محلی ارگانیک در بازار هفتگی تولم شهر (صومعه‌سرا)

با توجه به کثرت و پراکندگی بازارهای هفتگی در شهرستان صومعه‌سرا بطوریکه در تمام ایام هفته در اکثر شهرهای آن بازار هفتگی برگزار می‌شود. و تاثیر بسزایی بر مولفه‌های اثرگذار بر خانوارها می‌گذارد. بطوریکه در بررسی‌های به عمل آمده حدود ۵۴/۲۹ درصد این بازارهای هفتگی بر درآمد خانوارها تاثیر مستقیم می‌گذارد و حدود ۶۱/۰۲ درصد بر مولفه اشتغال اثرگذار می‌باشد بطوریکه اکثر جوانان با کم‌ترین سرمایه مبادرت به فروش محصولات بومی و محلی محدوده تحقیق می‌کنند (جدول ۷).

جدول ۷. مؤلفه‌های مؤثر در بعد اقتصادی بر توسعه روستایی

ردیف	نام مؤلفه	درصد واریانس	درصد واریانس جمعی
۱	مولفه‌های تولید	۳۲/۰۲	۳۲/۰۲
۲	مؤلفه‌های درآمدی	۵۴/۲۹	۵۴/۲۶
۳	مؤلفه‌های شغلی	۶۱/۰۲	۶۱/۰۲

بعد اجتماعی و فرهنگی بازارهای هفتگی

بر طبق نتایج مطالعات بازارهای هفتگی بر معرفی آداب و رسوم محلی نقش به‌سزایی داشته است. همچنین به عرضه محصولات فرهنگی در بازار کمک کرده است و مکانی برای عرضه صنایع دستی به شمار می‌رود. از طرفی این بازارها جلوی مهاجرت روستایی را گرفته و توانسته ارتباط مناسبی را بین شهر و روستا ایجاد نماید. همچنین این بازارها توانسته اند روابط اجتماعی درون خود را گسترش دهند (جدول ۸).

جدول ۸. بعد اجتماعی و فرهنگی بازارهای محلی صومعه‌سرا

ردیف	گویه	درصد پاسخگویان				میانگین	
		کاملاً موافق	موافق	متوسط	مخالف		
۱	بازار موجب خوداتکایی افراد فروشنده شده است	۵۱/۲	۲۷/۹	۱۰/۴	۷/۱	۳/۴	۴/۱
۲	بازار موجب بالا رفتن موقعیت اجتماعی شده است	۴۵/۸	۲۹/۳	۱۵/۵	۳/۷	۵/۷	۴
۳	بازار به عنوان محل دید و بازدید محسوب می‌شود	۵۲/۵	۲۷/۹	۱۲/۵	۳	۴	۴/۲
۴	بازار محل کسب خبر از دیگر دوستان می‌باشد	۵۲/۵	۲۷/۹	۱۲/۵	۳	۴	۴/۲
۵	موجب افزایش مهاجرت از روستا به شهر شده است	۳۰	۱۷/۲	۲۰/۹	۹/۴	۲۲/۶	۳/۲
۶	بازار موجب آشنایی با مردم و فرهنگ بومی شده است	۴۴/۸	۱۴/۱	۲۵/۳	۱۴/۱	۱/۷	۳/۹
۷	بازار باعث افزایش ارتباط با شهر شده است	۱۴/۸	۶۰	۵/۱	۱۱/۱	۸/۸	۳/۶
۸	علاقه مندی به زندگی در شهر محل بازار زیاد است	۴۱/۸	۴۰/۱	۱۷/۵	۰	۰/۷	۴/۲

۲/۸	۵/۱	۴۱/۸	۲۶/۶	۱۲/۸	۱۳/۸	عرضه محصولات فرهنگی در بازار موجب ارتقای فرهنگ بومی شده است	۹
۳	۶/۴	۳۹/۱	۱۲/۵	۲۸/۳	۱۳/۸	فروش صنایع دستی در تبلیغ فرهنگ بومی نقش است	۱۰
۳/۵	۰	۷/۷	۴۵/۱	۲۷/۳	۱۹/۹	بازار امکان نشان دادن آداب و رسوم محلی را مهیا نموده	۱۱
۳/۷							کل

نتیجه گیری

بازارهای هفتگی روستایی برای عرضه مازاد تولیدات روستایی مکان بسیار مناسبی هستند، بطوریکه وجود مازاد تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی قابل عرضه به بازارهای هفتگی، در شکل گیری و توسعه آنها موثر است و در جهت-گیری تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی نقشی اساسی ایفا می‌کند. بازارهای هفتگی دارای اثرات اقتصادی و اجتماعی متعددی بر توسعه نواحی روستایی هستند. که در بعد اقتصادی شامل: افزایش تولیدات کشاورزی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهر، تقویت بنیان خانواده در مناطق روستایی و ارزش افزوده محصولات کشاورزی می‌باشد. این امر در درازمدت اثرات اقتصادی زیادی بر فعالیت‌ها نواحی روستایی بر بعد اجتماعی و فرهنگی نیز می‌گذارد.

قرارگیری جمعه بازار (تولم شهر) در مسیر تردد مسافران غرب (آستارا-تالش-رضوانشهر-ماسال) و جنوب غرب (فومن-شفت-ماسوله) گیلان به شدت وابسته به مسافران گذری از این مکان می‌باشند که درصد خریداران را در بعد از ظهرهای بازارهای هفتگی دوچندان می‌سازد.

با توجه به کثرت و پراکندگی بازارهای هفتگی در شهرستان صومعه‌سرا بطوریکه در تمام ایام هفته در اکثر شهرهای آن بازار هفتگی برگزار می‌شود. و تاثیر بسزایی بر مولفه‌های اثر گزار بر خانوارها می‌گذارد. بطوریکه در بررسی‌های به عمل آمده حدود ۵۴/۲۹ درصد این بازارهای هفتگی بر درآمد خانوارها تاثیر مستقیم می‌گذارد و حدود ۶۱/۰۲ درصد بر مولفه اشتغال اثر گزار می‌باشد بطوریکه اکثر جوانان با کم‌ترین سرمایه مبادرت به فروش محصولات بومی و محلی محدوده تحقیق می‌کنند.

ضرورت دارد بازارهای هفتگی، هفته‌ای یک یا دو روز در روستاها یا حاشیه روستاها در محل برخورد راه‌های اصلی تشکیل می‌شوند. عمده محصولات آنها کشاورزی است، هرچند محصولات کارخانه‌ای نیز در این گونه بازارها مشاهده می‌شوند.

بازار هفتگی شهر مرجقل از ویژگی‌های خاص برخوردار است چون وسعت بازار آن زیاد در تمام نقطه مرکزیت شهر فروشندگان وسایل خود را می‌گذارند و حتی تا شعاع ۵۰۰ متری مشغول فعالیت اقتصادی خودشان از جمله خرید و فروش هستند. در بازار، دام و مرغ و ماهی، حبوبات و سبزیجات و میوه و تره‌بار و پوشاک و صنایع دستی محلی و انواع تولیدات کشاورزی از جمله کره، تخم مرغ، گوشت و ماهی و و غیره وجود دارد. با توجه به بزرگی بازار و شعاع نفوذ آن تاثیر زیادی بر شهر داشته است که می‌توان به مواردی مانند بعد اقتصادی اشاره کرد. بازار بیشترین میزان تأثیرگذاری را در رونق اقتصادی شهر داشته است. تنوع تولیدات روستایی و محلی منطقه از یکسو و تقاضای نسبتاً بالا از سوی دیگر، موجب شده این بازارها نقش جمع‌آوری، تمرکز و توزیع و پخش کالا را ایفا کنند. با توجه به اینکه رونق اینگونه بازارها در مقیاس محدود، بستگی به میزان تحرک و جابجایی فروشندگان و کالا دارد، عاملان فروش علاوه بر اینکه احتیاجات محلی را در بازار تامین می‌کنند بلکه به سایر نواحی نیز انتقال می‌دهند. بنابر این حوزه نفوذ این بازار فراتر از مرزهای شهر می‌رسد و مهمترین عملکرد آنها اثرات اقتصادی و اجتماعی متعددی است که بر توسعه مناطق روستایی دارند که در بعد اقتصادی شامل: اشتغال، درآمد، افزایش پس‌انداز خانوار، افزایش ارزش افزوده محصولات می‌باشد. همچنین در بعد اجتماعی بازارهای مزبور بر روابط مردم شهر و روستا و نیز تبلیغ آداب و رسوم محلی کمک کرده و در

عین حال می تواند محلی برای فروش صنایع دستی به عنوان عاملی جهت تبلیغ فرهنگ بومی باشد. با این دیدگاه بازارهای هفتگی شهرستان صومعه سرا می توانند به واسطه دارا بودن خصلت های محلی و به جهت این که نوعی مکان ارتباطی بین شهر و روستا به شمار می روند، امکان بازاریابی محصولات کشاورزان را به منظور افزایش درآمد فراهم ساخته و نیز در جهت اشتغال زایی نیز مفید هستند و نیازهای شغلی روستائیان را فراهم می کنند و در یک جمع بندی می توان گفت بازار نقش بسیار مهمی را در اشتغال برای روستائیان که در این بازارها بعنوان فروشنده مشغول هستند داشته و از طرفی درآمدزایی برای روستائیان بخصوص زنان بی سرپرست که درآمد و هزینه ای ندارند می باشد و همچنین موجب تقویت تنوع تولید محصول به منظور عرضه به این بازارها می گردد از اثرات اجتماعی بازارهای هفتگی می توان به جلوگیری از مهاجرت روستائیان به حاشیه شهرها به منظور معیشت روز گذران، ارتباط و تبادل فرهنگی، افزایش آگاهی و اطلاعات روستائیان اشاره نمود. بنابر این در صورتی که بر روی این بازارها مدیریت و برنامه ریزی گردد بعنوان یکی از عامل های موثر در توسعه روستایی محسوب می گردد.

بازارهای هفتگی در فضای جغرافیای در توسعه مناطق روستایی از گذشته تا کنون نقش با اهمیتی را ایفا نموده اند در جامعه امروز نیاز است تا این فضاها را با توجه به نیازهای امروز هدایت و بتوان با برندسازی برای هر یک از بازارها روابط خوب و پایداری را برای فضاهای روستایی به همراه خواهد داشت بنابر این در برنامه ریزی اقتصادی و اجتماعی فضاهای روستایی توجه به این مناطق بسیار مهم می باشد.

سپاسگزاری

مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی بوده که در گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا از آن دفاع شده است.

منابع

- احمدی، غلامرضا محمد علی شریفی نیا، شعبانعلی نوروزی، ۱۳۸۵، بررسی بازارهای محلی روستاهای استان مازندران از دیدگاه خریداران و فروشندگان، فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۳۵، صفحات ۱۰۵-۱۲۵.
- ازکیا، مصطفی، ۱۳۹۵، مقدمه ای بر توسعه روستایی با تأکید بر ایران، انتشارات اطلاعات.
- افتخاری رکن الدین، ۱۳۹۴، تبیین الگوی فضایی سرمایه اجتماعی در توسعه پایدار روستایی مورد روستاهای استان خراسان رضوی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۱، صفحات ۸۷-۱۰۷.
- امیرانی، محمدهادی، ۱۳۸۸، استقرار صنعت در روستا در بهره وری بخش کشاورزی، ماهنامه جهاد، شماره مسلسل ۲۱۶-۲۷۱، سال ۱۸، صفحات ۴۲-۳۲.
- تودارو، مایکل، ۱۳۷۶، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران سازمان مدیریت و برنامه ریزی.
- جوان، جعفر، ۱۳۹۰، نقش متنوع سازی فعالیت های اقتصادی در توسعه پایدار روستایی مطالعه موردی شهرستان سمیرم، فصلنامه جغرافیا، سال نهم شماره ۲۹، صفحات ۴۳-۱۷.
- حسینی، سید محمود، بهروز دری، فرج قوچانی، اکرم هادیزاده، صدیقه صائمیان، ۱۳۹۳: تبیین الگوی توسعه شایستگیهای برند شخصی، مطالعات مدیریت راهبردی بهار ۱۳۹۳ شماره ۱۷ صفحات ۱۲۲-۹۳.
- خواجه شاهکوهی، علیرضا، راضیه ده مرده، صدیقه جعفری تیتکانلو، فاطمه زراعتی باغخیراتی، ۱۳۹۵، بررسی نقش بازارهای هفتگی در توسعه اقتصادی روستا، مطالعه موردی شهرستان گرگان، دومین کنفرانس بین المللی علوم جغرافیا، صفحات ۵۵-۴۲.
- رضوانی، علی اصغر، ۱۳۸۸، روابط متقابل شهر و روستا با تأکید بر ایران، انتشارات پیام نور.
- سازمان برنامه و بودجه گیلان، ۱۳۹۵، فرهنگ آبادی های شهرستان صومعه سرا.
- شفیعی ثابت، ۱۳۸۸، نقش بازارچه های هفتگی روستایی در تحولات اقتصادی روستاهای استان تهران، همایش توسعه کشاورزی دانشگاه فردوسی صفحات ۵۹-۱۴۲

- شهبازی، اسماعیل، ۱۳۷۵، توسعه روستایی با تاکید بر جامعه روستایی ایران، انتشارات نشر نی .
- طاهری، شهنام، ۱۳۷۶، توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی، تهران، نشر هستان.
- طیب نیا، ۱۳۹۴، نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه اجتماعی و اقتصادی نواحی روستایی مورد: روستاهای بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان، اقتصاد فضا و توسعه روستایی سال پنجم، شماره ۱، صفحات ۱۷۲-۱۴۷.
- عظیمی، حمید، ۱۳۷۸، ایران ن امروز در آینه مباحث توسعه (برای حل بحرانهای کوتاه و بلندمدت چه می‌توان کرد؟)، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ دوم
- قرنجیک، عبدالحمید، ۱۳۸۸، نقش بازارهای هفتگی در توسعه اقتصادی نواحی روستایی ایران، فصلنامه مازندران شماره ۲۰ صفحات ۵۳-۳۷.
- قره نژاد، حسن، ۱۳۸۵، مقدمه‌ای بر جغرافیای صنعتی، اصفهان، هشت بهشت، دوم.
- مرادپور محمد خدا و مریم زنگنه، ۱۳۹۸، بررسی مولفه‌های توسعه پایدار روستایی چالش‌ها و راهکارها، جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۲ شماره ۲، صفحات ۱۹۵-۱۸۸.
- مطیعی‌لنگرودی، سید حسن، ۱۳۹۰، نقش بازارهای دوره‌ای محلی در توسعه اقتصادی- اجتماعی روستاهای استان گیلان، چشم-انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، سال ششم، شماره ۱۵، صفحات ۱۵۴-۱۳۸.
- مهدوی، مسعود، تقی احمدی‌زاده هندخاله، ۱۳۹۰، نقش بازارهای هفتگی استان گیلان در توسعه روستایی و زایش شهرهای جدید مطالعه موردی شهرستان صومعه‌سرا، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، علمی - پژوهشی، سال هشتم، شماره ۲۹ صفحات ۵۴-۳۷.
- میرلطفی محمودرضا، معصومه کمان باز، ۱۳۹۵ تحلیل رابطه بازارهای جاده‌ای با پایداری اقتصادی- اجتماعی روستاهای منطقه سیستان، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال هفدهم، شماره ۴۶، پاییز، صفحات ۲۱-۱.
- نظری عبدالحمید، بهمن صحنه علی سقر، ۱۳۹۵، تحلیل مکانی - فضایی بازارهای هفتگی روستایی بر مبنای نظام سلسله‌مراتب روستایی در شهرستان آق‌قلا، برنامه ریزی فضایی سال ششم، شماره ۱، صفحات ۱۲۴-۱۰۳.