



Research Paper

Local Markets and Economic Developments of Rural Settlements Located in Mountainous Territories (Case Study: Sanandaj County)

Mohammad Saeid Hamidi^a , Hassan Afrakhteh^b

^a PhD, Geography and Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

^b Professor, Department of Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Received: 2025/03/16

Accepted: 2025/07/14

PP: 15-28

Use your device to scan and
read the article online



Keywords: Local Market,
Economic Developments,
Rural Settlements, Sanandaj
County.

Abstract

Achieving development is one of the fundamental goals of countries around the world, including developing countries. The expansion of local markets, which is effective in developing the labor market, is one of the factors affecting the level of development of rural areas. In this research, the main goal was to examine the effects of the market on the economic developments of rural settlements. The present study is descriptive-analytical in terms of methodology and uses both quantitative and qualitative methods. The statistical population is 19 villages located in the suburban district, with a population of 28,597 people. The sample size was estimated to be 337 using the Cochran formula with a 95% confidence interval. Field and library methods were used to collect data and develop a theoretical framework. In the quantitative method, the type of research was survey and a questionnaire was used to collect data. In the qualitative method, interview and observation methods were used to collect data, and data evaluation was done using a five-point Likert scale. In examining the validity of the questionnaire, face validity (subjective), expert opinion, and consistency with previous studies were used. For the reliability of the measurement tool, pre-testing and Cronbach's alpha calculation were used. A combination of quantitative (exploratory factor analysis) and qualitative (questionnaire analysis) methods was used to analyze the collected data. The results of factor analysis showed that the most important factors affecting economic developments in rural settlements were summarized in the form of three factors, which explained a total of 97.87 percent of the variance of the dependent variable. The identified factors and the percentage of explanation for each of them, in order of importance, are: marketing and production factor (47.2%), employment factor (32.67%), and income factor (18%).

Citation: Hamidi, M.S., & Afrakhteh, H. (2025). Local Markets and Economic Developments of Rural Settlements Located in Mountainous Territories (Case Study: Sanandaj County). *Journal of Environmental Research in Mountainous Regions*, 1(3), 15-28.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ermr.2024.63567>



© The Author(s).

Publisher: University of Kurdistan

Extended Abstract

Introduction

Flood risk in various rural areas, including tourist villages, is considered one of the most significant risks. The risk of flooding and its impact on tourist villages is a critical area of study that requires attention. Understanding the relationship between flood risk and tourism is crucial for developing post-disaster management policies and strategies. One of the key factors to consider regarding the impact of flood risk on tourist villages is its potential economic and social consequences. The disruption caused by floods can significantly damage the infrastructure and amenities that attract tourists to these villages, leading to reduced tourist numbers, loss of income for local businesses, and overall negative effects on the community. Moreover, understanding the specific vulnerabilities of tourist villages to flood risk is essential for implementing targeted mitigation and adaptation measures. By identifying the unique challenges facing these communities, policymakers and stakeholders can develop resilience strategies that address the specific needs of tourism-dependent regions. Undoubtedly, the relationship between flood risk and tourist villages is a multifaceted issue that requires a comprehensive approach. Through further research and integration of diverse perspectives, sustainable solutions can be developed to protect the livelihoods and well-being of tourism-dependent communities in flood-prone areas. Given this, identifying areas exposed to risks, including flood risk in tourism villages, is crucial for better development of these spaces. The tourism villages in Chaharmahal and Bakhtiari province can serve as a suitable case study for assessing flood risk. This region, characterized by its mountainous terrain and unique natural features, provides an ideal setting to study flood risk. Identifying challenges, including predicting flood risk and integrating crisis management into rural tourism development, can be a decisive step towards sustainable tourism development in this region. Therefore, the purpose of this research is to evaluate tourist villages in terms of flood risk vulnerability. Accordingly, the main research question is formulated as follows: What is the flood risk

vulnerability situation of tourism villages in Chaharmahal and Bakhtiari province?

Methodology

This research is descriptive-analytical in nature and practical in purpose. The data includes spatial data from the mapping organization as well as meteorological statistics. First, the effective criteria for evaluating tourist villages in terms of flood risk vulnerability were identified. Various criteria have been used in different studies. In this research, six criteria were used: elevation, slope, geology, land cover, waterways, and precipitation. Initially, the criteria were standardized to ensure all had the same unit. Based on the review of the literature and previous research, the standards and characteristics of flood risk were extracted and considered for each criterion. In this research, the Boolean method was used to weight the sub-criteria. In this method, flood-prone areas were assigned a code of zero, and areas without risk were assigned a weight and identified with a code of one. This process was applied to all six criteria, and the maps were generated with two layers: zero and one. Next, the obtained maps were overlapped using AND and OR algorithms, known as the pessimistic (AND) and optimistic (OR) scenarios. Through this process, the status of tourist villages was determined based on the calculated vulnerability to flood risk. The maps were prepared using ArcGIS software. Additionally, the IDW (Inverse Distance Weighting) algorithm was used to prepare the precipitation pattern, the Distance algorithm to prepare the distance map from waterways, and the Slope algorithm to prepare the slope map.

Results and Discussion

The findings of the research showed that in the optimistic scenario, 97.11 square kilometers of the area are at risk of flooding, including Rostam Abad village. However, in the pessimistic scenario, more than 16,001.98 square kilometers, equivalent to 98.62 percent of the region, are at risk of flooding. In this scenario, 14 out of 18 tourist villages, including Rostam Abad, Chalwan, Swadjan, Yase Chai, Pirghar, Rostam Bey, Birahgan, Dimeh, Sheikh Ali Khan, Niakan, Dezak, Dorak, Duplan, and Barez, are vulnerable to flood risk, placing them in unfavorable conditions. Based on the results, it can be concluded that in both scenarios,

Rostam Abad village is at risk of flooding. Other villages in the pessimistic scenario should also not be ignored. Therefore, planning and appropriate executive-operational measures should be emphasized in this field.

Conclusion

Natural hazards always threaten villages, arising from various conditions. One of the most significant risks in rural areas is flooding. Flood risk consistently causes irreparable damage to rural areas across social, economic, and physical aspects. In this context, tourist villages suffer greater losses due to their unique locations and developed infrastructure. Therefore, identifying villages at risk of flooding can be a positive step towards better

management and development, as well as mitigating potential future crises. Chaharmahal and Bakhtiari province, due to its geographical location and numerous tourist villages, is a suitable region for investigating this issue. This research examines the tourist villages of this province in terms of flood risk vulnerability. The results showed that all the investigated factors, including elevation, slope, geology, land cover, rainfall, and waterways, are effective in controlling and determining the degree of flood risk vulnerability. The distribution of the studied tourist villages on each of the maps confirms this well.

Financial sponsor

According to the responsible author, this article has no financial sponsor.

Contribution of the authors to the research

The first author: Developing the theoretical framework of the research, data collection and analysis, drafting the initial version of the manuscript.

Second author: Scientific supervision of the research process, final analysis of the findings, reviewing and editing the content of the article.

Conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest in writing or publishing this article.

Appreciation and thanks

The authors sincerely thank all the people who have cooperated with them in collecting field data.



مقاله پژوهشی

نقش بازارهای محلی در تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی در نواحی کوهستانی (مطالعه موردی: شهرستان سنندج)

محمد سعید حمیدی*  : دکتر، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

حسن افراخته: استاد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

چکیده	اطلاعات مقاله
دستیابی به توسعه، یکی از اهداف اساسی بسیاری از کشورهای جهان از جمله کشورهای در حال توسعه است. بر این اساس و با پذیرش دیدگاه استقرایی در توسعه، می‌توان اظهار کرد گسترش بازارهای محلی که در توسعه بازار کار مؤثر است، از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سطح توسعه نواحی روستایی به شمار می‌رود. در این پژوهش، هدف اصلی بررسی اثرات بازار بر تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی بوده است. پژوهش حاضر از لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی بوده و در آن به صورت توأمان از روش‌های کمی و کیفی استفاده شده است. جامعه آماری ۱۹ روستای واقع در دهستان حومه است که جمعیت آن‌ها ۲۸۵۹۷ نفر بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و با ضریب اطمینان ۹۵ درصد برابر ۳۳۷ برآورد گردید. برای گردآوری داده‌ها و تدوین چارچوب نظری، از روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. در روش کمی، نوع تحقیق پیمایشی بوده و از ابزار پرسشنامه جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. در روش کیفی از روش‌های مصاحبه و مشاهده برای گردآوری داده‌ها استفاده شده و ارزش‌گذاری داده‌ها با استفاده از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت صورت گرفته است. در بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری (ذهنی)، نظر کارشناسان و مطابقت با مطالعات قبلی استفاده شده است. برای پایایی ابزار سنجش نیز از شیوه پیش‌آزمون و محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از ترکیب روش‌های کمی (تحلیل عاملی اکتشافی) و کیفی (تحلیل پرسشنامه) استفاده شده است. نتایج تحلیل عاملی نشان داد مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تحولات اقتصادی در سکونتگاه‌های روستایی در قالب سه عامل خلاصه شده‌اند که در مجموع ۹۷/۸۷ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند. عامل‌های شناسایی شده و درصد تبیین هر یک از آن‌ها به ترتیب اهمیت عبارتند از: عامل بازاریابی و تولید (۴۷/۲ درصد)، عامل اشتغال (۳۲/۶۷ درصد) و عامل درآمد (۱۸ درصد).	تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۳ شماره صفحات: ۱۵-۲۸ از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید  واژه‌های کلیدی: بازار محلی، تحولات اقتصادی، سکونتگاه‌های روستایی، شهرستان سنندج.

استناد: حمیدی، محمدسعید و افراخته، حسن (۱۴۰۴). نقش بازارهای محلی در تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی در نواحی

کوهستانی (مطالعه موردی: شهرستان سنندج). نشریه علمی پژوهش‌های محیطی در قلمروهای کوهستانی، ۱(۳)، ۱۵-۲۸.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ermr.2024.63567>

ناشر: دانشگاه کردستان



نویسندگان ©

مقدمه

دستیابی به توسعه و توسعه پایدار، یکی از اهداف اساسی بسیاری از کشورهای جهان از جمله کشورهای در حال توسعه است. بر این اساس و با پذیرش دیدگاه استقرایی در توسعه، می‌توان اظهار کرد گسترش بازارهای محلی که در توسعه بازار کار مؤثر است، از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سطح توسعه و توسعه پایدار مناطق و نواحی به شمار می‌رود (شفیعی ثابت و اسماعیل‌زاده، ۱۳۹۳). در متون توسعه، نظریه‌های متفاوت در زمینه همگرایی مناطق و پیوندهای روستایی - شهری که حاصل تعامل دوسویه سکونتگاه‌های روستایی و کانون‌های شهری در عرصه منطقه‌ای است (داگلاس، ۱۹۹۸)، مشاهده می‌شود که به شکل‌پذیری و گسترش بازارهای محلی نیز قابل تعمیم است. ویژگی خاص بازارهای محلی، پیوند و ارتباط آن‌ها با کار کشاورزی و عوامل اقلیمی و جغرافیایی هر منطقه می‌باشد؛ به طوری که اکثر محصولاتی که در این بازارها عرضه می‌شوند، حاصل شرایط اقلیمی و کشاورزی آن منطقه خاص هستند.

بازارهای محلی که در سطح روستاها و شهرهای کوچک به وجود آمده‌اند، از دیرباز به هسته اصلی تجمع سکونت و فعالیت انسان تبدیل شده‌اند. تقویت این بازارها و یا نقاطی که دربرگیرنده این بازارها هستند، می‌تواند به عنوان نقطه شروع و هسته اصلی در تقویت نظام اقتصادی و نیز نظام اسکان جمعیت مطرح باشد؛ به شرط آن که بتوان با شناخت دقیق نقاط ضعف و تقویت این پیوندها، به تقویت شبکه‌ای متشکل از شهرها و روستاهای واقع در ارتباط متقابل با یکدیگر همت گماشت و موجبات گسترش، تعمق و توسعه فعالیت‌های تولیدی محلی را فراهم آورد. بازارهای محلی خود در چارچوب نظامی سلسله‌مراتبی عمل می‌کنند که تولیدکننده و مصرف‌کننده را از سطح کوچک خانوار به سطح وسیع‌تر محلی، ناحیه‌ای، منطقه‌ای، ملی و فراملی پیوند می‌دهد.

با توجه به شرایط جامعه روستایی ایران که علی‌رغم محدودیت‌ها، از توان و قابلیت‌هایی در زمینه تولید کشاورزی برخوردار است. سکونتگاه‌های روستایی می‌توانند در چارچوب تعاملی دوسویه و پایدار با شهرها در امر توسعه تأثیرگذار باشند و روابط سنتی خود را با شهرها متحول سازند (سعیدی و تقی‌زاده، ۱۳۸۴). یکی از زمینه‌های این گونه پیوندها، «فعالیت‌های اقتصادی (کشاورزی) نظیر زراعت و باغداری» در نواحی روستایی است که در صورت پیوند با صنایع شهری می‌توانند موجبات دگرگونی‌هایی در ابعاد محیطی، اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و کالبدی در سطح روستاها را فراهم آورند. این تعاملات و جریان‌ها (کالا، سرمایه)، در بسیاری از نواحی کشور مشاهده می‌شود که از آن جمله تعامل روستاهای بخش مرکزی شهرستان سنندج با شهر سنندج است. روستاهای این ناحیه به جهت نوع فعالیت‌های اقتصادی نظیر زراعت، باغداری و همچنین بعد کم‌مسافت از شهر سنندج همواره دارای حجم بالایی از روابط و مناسبات با این شهر بوده‌اند. با توجه به مزارع دیم تقریباً رها شده به دلیل اراضی شیبدار و دامنه‌های کوهستانی این ناحیه، وجود زمین‌های حاصلخیز حاشیه رودخانه و بارندگی مناسب، باغداری و کشت درختان مثمر اهمیت خاصی دارد. موکاری به صورت (دیم و آبی)، کشت توت‌فرنگی، درختان گردو و بادام، سیب، هلو و ... در اراضی مستعد این ناحیه از نظر اقتصادی بسیار مقرون به صرفه است.

روستاهای این ناحیه در گذشته با اقتصاد معیشتی با تکیه بر نظام بهره‌برداری سنتی و منابع تولید در دسترس اقدام به تولید نموده و بخشی از آن را با توجه به تقاضای بازار به شهر سنندج عرضه می‌کردند. اگرچه در این روابط نقاط روستایی به جهت دستیابی به درآمد حداقلی، تقاضای خود را برآورده می‌ساختند، ولی عملاً در این ارتباط یک‌سویه، هیچ جریان تحولی به جز کالا صورت نمی‌گرفت و تحول نقاط روستایی در ابعاد مختلف بسیار کند و منابع درآمد ناپایدار بود. اگرچه تحولات به وقوع پیوسته در فعالیت‌های کشاورزی (زراعت، دامداری)، به‌ویژه مداخله دولت (جهاد کشاورزی) در اعطای تسهیلات بانکی، ارائه اطلاعات در زمینه دانش فنی و ... سبب گردید سطح کمی و کیفی محصولات باغی و زراعی بهبود یابند تا زمینه برای دسترسی به درآمدهای مکمل در کنار سایر درآمدها فراهم شود، اما باید اشاره کرد که کاستی‌هایی همچون نبود سیستم بازار کارآمد، ضعف در قیمت‌گذاری محصولات کشاورزی، نبود سردخانه‌های اختصاصی جهت نگهداری و یا احیاناً صدور این محصولات به خارج از کشور، عدم وجود صنایع فرآوری تولیدات زراعی، صعب‌العبور بودن جاده‌های کوهستانی و مشکلات جابجایی و حمل‌ونقل محصولات، عدم تشکیل تعاونی‌های تولید محصولات باغی و زراعی موجب شده که جریان تولید و سرمایه در اغلب موارد به صورت یک‌سویه و نه در پیوند متقابل بین این نقاط (شهر و روستا) پدیدار شود.

بر این مبنا، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال مهم است که وجود میدان میوه و تره‌بار در شهر سنندج، به عنوان یک بازار محلی برای سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه، که با هدف ساماندهی وضعیت میوه و تره‌بار و فرآورده‌های کشاورزی و تسهیل در تهیه و توزیع محصولات مورد مصرف مردم با انگیزه حذف عوامل واسطه از طریق ایجاد ارتباط مستقیم بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ایجاد شده، چه اثراتی در تحولات اقتصادی روستاهای پیرامون شهر سنندج ایفا می‌کند؟

مرور ادبیات و سوابق پژوهش

بحث و بررسی در زمینه ماهیت رابطه میان روستا و شهر، جایگاه ویژه‌ای در نظریه و برنامه‌ریزی توسعه دارد. در دهه ۱۹۵۰، این‌گونه مباحث حول این محور مطرح می‌شد که آیا شهرها در روابطشان با مناطق روستایی تحت نفوذ خود، نقش انگلی داشته‌اند یا مولد. مدل توسعه اقتصادی لوئیس در این رابطه معتقد بود که رشد اقتصادی و صنعتی‌شدن، مستلزم انتقال مازاد تولید از بخش ظاهراً نحیف کشاورزی به بخش صنعتی شهر می‌باشد. بر طبق این دیدگاه، جذب منابع نیروهای سرمایه‌ای و کاری مناطق روستایی توسط شهرها، با نام و توجیه توسعه اقتصادی درازمدت صورت می‌گرفت (فان^۱ و همکاران، ۲۰۰۴).

از اواخر دهه ۱۹۵۰، دیدگاهی متفاوت در زمینه برنامه‌ریزی منطقه‌ای که تا حدودی بر مبنای مدل‌های مرکز-پیرامون و قطبش فضایی بود پدیدار شد. بر اساس این دیدگاه، در اکثر کشورهای در حال توسعه، مزایا و منافع رشد اقتصادی بیش از پیش در یک منطقه شهری انباشته می‌شدند. تأکید اصلی این مدل‌ها بر آن بود که این مزایای انباشته‌شده در مناطق مرکزی، به زیان مناطق جانبی روستایی است و شهرها به‌گونه‌ای مناطق روستایی را سازماندهی می‌کنند که در خدمت منافع شهری باشند. این امر، مشکلاتی چون خروج سرمایه، فرار مغزها و انتقال دیگر امکانات روستایی را به دنبال داشت که مانع بزرگی بر سر راه توسعه مناطق روستایی محسوب می‌گردید. به دیگر سخن، شهرها فعالانه مناطق روستایی را استثمار می‌کردند (مایک داگلاس^۲، ۱۹۹۰).

گرچه این اندیشه که شهرها (انباشتگاه‌هایی) هستند که مانع از توسعه روستایی می‌شوند (آرمسترانگ و مک‌گی^۳، ۱۹۸۵) هنوز هم طرفدارانی دارد، اما اندیشه دیگری که حامیان بسیار بیشتری یافته است، این است که تبعات منفی رشد شهرنشینی برای مناطق روستایی، گذرا و کوتاه‌مدت هستند؛ به این معنا که این تبعات منفی تنها در مراحل آغازین فرایند توسعه پدیدار می‌شوند (ویلیامسون^۴، ۱۹۶۵). هم‌زمان با تکامل نظام‌های فضایی، انتظار می‌رود که انگیزه‌های توسعه در سراسر مناطق کشور پدیدار شده و فرایندهای قطبش را که در گذشته وجود داشت، معکوس نمایند. گرچه این نظریات موجبات تحقیقات بسیاری در این زمینه را فراهم آوردند، اما نتوانستند کاهش روند قطبش را به‌طور مستمر در هیچ‌یک از کشورهای در حال توسعه نشان دهند (راین‌دلی^۵، ۱۹۷۸).

بر اساس آنچه تاکنون گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت که برای کاهش فرایند قطبش، بهترین راه، مداخله دولت است؛ آن هم با تشویق شهرنشینی در نواحی پیرامونی، که در علم توسعه منطقه‌ای به رویکرد مرکز رشد یا قطب رشد معروف است (راین‌دلی، ۱۹۸۵). بر اساس این رویکرد، تنها پیدایش شهرها در نواحی پیرامونی می‌تواند رشد مراکز شهری بزرگ را به چالش بکشد. از نقاط ضعف عمده این رویکرد در رابطه با توسعه روستایی، آن است که هیچ‌گونه راهکار روستایی مشخصی ندارد و معتقد است که نواحی روستایی تحت تأثیر شهرها توسعه می‌یابند و نیازی به تحقیقات جامع و مانع در زمینه خود روستاها نمی‌بیند. باید گفت فقدان عنصر توسعه روستایی در این رویکرد کاملاً مشهود است. اما علیرغم این ضعف و بسیاری از انتقادات دیگر که بر رویکرد قطب رشد وارد است، خصوصاً این انتقاد که در یک دوره گذار، احتمال آنکه پیوستگی اثربخش در یک ناحیه تحقق یابد، بسیار اندک است؛ این استراتژی همچنان به‌عنوان نظریه غالب توسعه فضایی در سراسر دنیا، خصوصاً آسیا مطرح است. ارائه چارچوبی جامع در زمینه توسعه روستایی-شهری که به‌روشنی مشوق و محرک توسعه روستایی باشد، در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ اذهان را به خود معطوف ساخت. برخی از تلاش‌های صورت‌گرفته از قبیل رویکرد «کارکردهای شهری در توسعه روستایی» و «توسعه یکپارچه روستایی» مطرح شدند. باید اشاره کرد که مهم‌ترین اشکال این برنامه‌ها، این بود که کمتر توجهی به نقش شهرها در توسعه روستایی شده بود.

رویکرد توسعه یکپارچه روستایی، اگرچه بر نقش توسعه روستایی به‌عنوان فرایندی چندوجهی تأکید داشت و فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی را در بر می‌گرفت، اما هدف اصلی و اولیه آن، بهبود هماهنگی در برنامه‌ریزی از طریق برنامه‌ریزی بخشی یکپارچه در مناطق خاص بود (بیرگارد^۶؛ کوهن، ۱۹۸۰). مایک داگلاس (۱۹۹۸) عقیده دارد پیوندهای روستایی-شهری در چارچوب شبکه‌ای منطقه‌ای، توسعه توأمان نقاط روستایی و شهری را به دنبال خواهد داشت. توجه به فعالیت‌های کشاورزی در کنار فعالیت‌های صنعتی متکی بر منابع محلی، یکپارچگی بین‌بخشی را در چارچوب پیوستگی و اتصال شهر و روستا در محدوده مرزهای واقعی مناطق تعمیم می‌بخشد و سکونتگاه‌ها در پیوندی تعاملی، بر اساس تقسیم کار، نقش و عملکردی خاص را می‌پذیرند.

1. Fan et al
2. Mike Douglas
3. Armstrong & McGee
4. Williamson
5. Rondinelli
6. Birgegard

بدین‌صورت که روستاها وظیفه تولید محصولات کشاورزی و شهرها وظیفه فرآوری آن را بر عهده خواهند گرفت و این خود شکل‌گیری جریان‌هایی نظیر اطلاعات، نوآوری، پول و... بین شهر و روستا را سبب می‌گردد (عزیزپور، ۱۳۸۷).

در نگاه برنامه‌ریزی توسعه و توسعه منطقه‌ای، عدم توجه مثبت و کارا به بعد عدالت فضایی در برنامه‌ریزی مشهود بوده و نقاط شهر و روستا به‌عنوان واقعیت‌های فضایی-مکانی همواره به‌صورت مجزا و منفک در فرایند برنامه‌ریزی جهت دستیابی به توسعه مورد توجه بوده‌اند.

این در حالی است که نقاط شهری می‌توانند از طرق گوناگون با روستاها در چارچوب شبکه منطقه‌ای در ارتباط و پیوند قرار گیرند و با جریان افراد، کالاها، اطلاعات، نوآوری و مانند آن، موجد پیوندی پایدار به‌جای رقابت با عرصه روستایی گردند. در چنین شرایطی، این‌گونه پیوندها در چارچوبه‌ای تعاملی، شکلی دوسویه خواهند داشت و مکمل روابط متقابل روستایی-شهری به شمار خواهند رفت (سعیدی، ۱۳۸۴).

در زمینه تعامل اقتصاد شهرها با روستاها و گسترش شبکه‌های بازار در سطح نواحی، مطالعات متعددی انجام گرفته است. از میان مطالعاتی که توسعه بازار و جریان کالا و سرمایه میان کانون‌های شهری و روستایی را بررسی کرده‌اند، شاید بتوان «کلاوس» و «دتمان» را از نخستین مطالعات دانست. آن‌ها در مطالعات خود نشان دادند بازارهای محلی، نقشی عمده در مقیاس‌های محلی، ناحیه‌ای و حتی منطقه‌ای از نظر مبادله شهرها و روستاها ایفا می‌کنند (بازن^۱، ۱۳۶۷). مارشال^۲ (۱۹۹۱) بیان می‌دارد که بازار، عبارت است از سراسر هر منطقه‌ای که در آن خریداران و فروشندگان، در یک داد و ستد آزاد، در برابر یکدیگر قرار می‌گیرند و قیمت کالا و خدمات ارائه‌شده — که عمدتاً همگن است — به‌سهولت و با حداکثر سرعت به نقطه مورد توافق بین خریداران و فروشندگان می‌رسد.

هادسون^۳ (۱۹۹۸) تأکید ویژه‌ای بر پایه‌های نظری بازار دارد. وی می‌گوید: برای درک ماهیت بازار در یک زمان معین، ابتدا باید پایه‌های نظری آن را بررسی کرد. واقعیت آن است که بازار در خلأ عمل نمی‌کند و به‌خودی‌خود معنا پیدا نمی‌کند. بازارها به اعمال قرارداد، هماهنگی و اطلاعات نیاز دارند. بنابراین گستره بازارها، چگونگی عملکرد و پیامدهای آنان، و همچنین میزان کارایی و توزیع آن‌ها در سطح کشور، به چگونگی عملکرد نهادهای زیربنایی شکل‌دهنده بازارها بستگی دارد. از یک‌سو می‌توان گفت که بازار خود یک نهاد است؛ نهادی که شامل هنجارهای اجتماعی، آداب و رسوم، سنت‌ها، روابط و شبکه‌های اطلاعاتی خاص خود می‌باشد. در مجموع، با شناخت این مؤلفه‌ها می‌توان داوری دقیقی درباره یک بازار معین ارائه نمود (هادسون، ۱۹۹۸). تاکولی^۴ (۲۰۰۴) نتیجه می‌گیرد که دامنه تعاملات روستایی-شهری در سطح ناحیه‌ای و محلی، تحت تأثیر چند عامل مانند خصوصیات جغرافیایی، جمعیتی، نظام کشاورزی و شبکه حمل‌ونقل است که موجب تمرکز بازارها و خدمات در کانون‌های خاص می‌شود (تاکولی، ۲۰۰۴). از نظر تاکولی، پیوندهای روستایی-شهری موجب انتقال محصولات کشاورزی و تولیدات دیگر روستایی از نواحی روستایی به مراکز شهری، و در جهت متفاوت، جریان انتقال کالاهای صنعتی و کارخانه‌ای از مراکز شهری به سکونت‌گاه‌های روستایی می‌شود (تاکولی، ۲۰۱۰).

نیاکان لاهیجی و همکاران (۱۳۸۳) در کتاب راهنمای مطالعه بازار و بازاریابی در امکان‌سنجی طرح‌های صنعتی اشاره می‌کنند که عنصر ساختار بازار نشان‌دهنده ویژگی‌های بازار از بُعد سازماندهی می‌باشد که با شناختن آن می‌توان ماهیت قیمت‌گذاری و رقابت در بازار را مشخص نمود. از برجسته‌ترین جنبه‌های سازمانی بازار که مبین ارتباط اجزای بازار می‌باشد، می‌توان به درجه تمرکز فروشندگان، درجه تمرکز خریداران، تفاوت کالا و شرایط ورود اشاره کرد. عنصر رفتار در بازار نشان‌دهنده آن است که این بنگاه‌ها برای تطبیق خود با شرایط بازار از کدامیک از الگوها پیروی می‌کنند. بر این اساس، به مجموعه نتایجی که از فعالیت‌های اقتصادی بازار حاصل می‌شود، عملکرد اقتصادی بازار گفته می‌شود. تقی‌زاده (۱۳۸۴) در پایان‌نامه خود با عنوان نقش بازارهای محلی در پیوندهای روستایی-شهری با تأکید بر تعادل‌های منطقه‌ای (مورد: ناحیه اردکان و باغلمک) معتقد است که چنانچه بین مراکز شهری و روستایی واقع در نواحی مختلف، پیوندی که متضمن دسترسی عادلانه به زمین و سایر انواع دارایی‌هاست شکل گرفته باشد؛ فرصت‌های شغلی مناسب در بخش غیرکشاورزی رشد و توسعه پیدا کرده و منابع درآمدی خانوارها از تنوع بیشتری برخوردار شده باشد؛ زمینه لازم برای رشد و توسعه متعادل منطقه‌ای فراهم می‌شود. در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی، ضمن افزایش تولید و در نتیجه درآمد منطقه، در چرخه تولید و سازندگی مناطق محلی به گردش درمی‌آید و فرار ارزش افزوده از نواحی مرکزی کاهش می‌یابد. زیرا در قالب این مدل، نوعی تمرکز غیرمتمرکز، اما به‌صورت افقی و هم‌سطح شکل می‌گیرد که در ارتباط تنگاتنگ و دوجانبه با مراکز محلی، ناحیه‌ای، منطقه‌ای، ملی و جهانی است. مومنی معتقد است که بازار در اقتصاد مرسوم به‌معنای مبادله کالاها و خدمات بوده و ناظر بر شرایطی است که عرضه‌کنندگان یا تقاضاکنندگان یک یا چند کالای همگن را بر حسب شرایط بازار به فروش می‌رسانند. قیمت، عنصر کلیدی در این زمینه محسوب می‌شود و فرایند دستیابی به این قیمت نیز با حداقل کنترل دولتی صورت

1. bozen

2. Marshal

3. Hudson

4. Tacoli

می‌گیرد. این تعریف، نگاهی نئوکلاسیکی به مقوله بازار دارد (مومنی، ۱۳۸۵). مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۰) نیز معتقدند که بازارهای محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، اثر مثبتی بر توسعه روستاهای استان مازندران داشته‌اند.

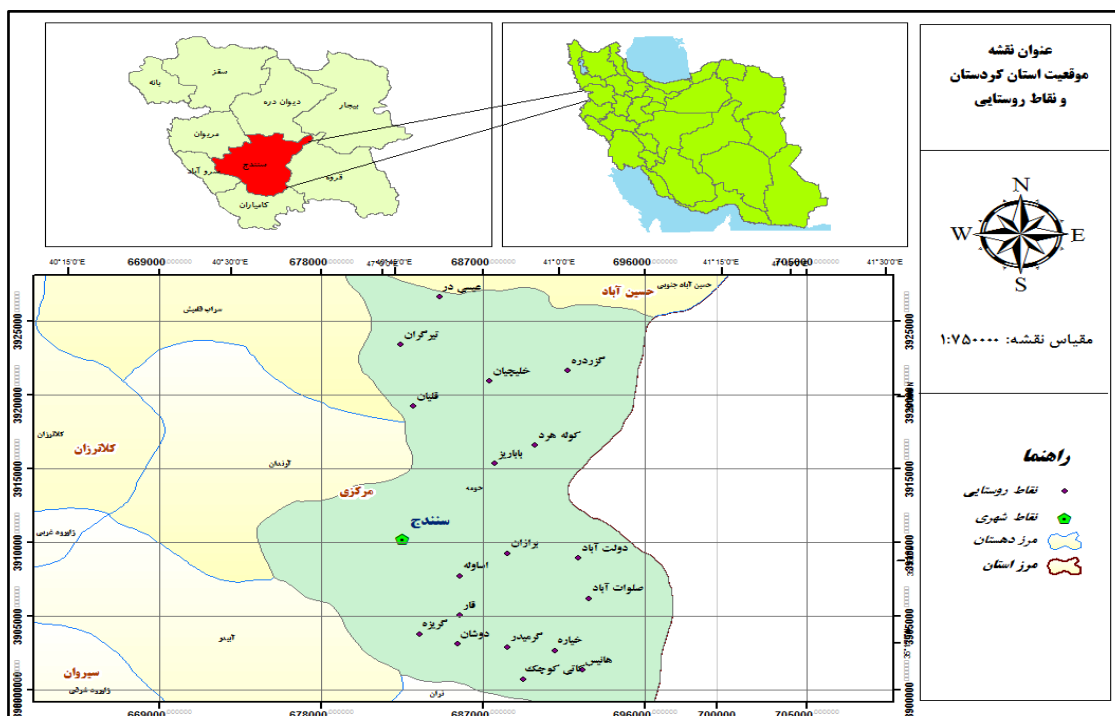
دیدگاه حاکم بر این تحقیق، رویکرد شبکه منطقه‌ای بر اساس پیوندهای روستایی-شهری است. در این دیدگاه، جریانانی بین اجزای شبکه سکونتگاهی (شهر و روستا) وجود دارد. زمانی که این جریانات توسعه یابند و تبدیل به جریاناتی دوسویه شوند، منافع مشترکی میان اجزای شبکه (شهر و روستا) ایجاد می‌کنند که منجر به پیوند میان آن‌ها می‌شود. این پیوند، منافی دوطرفه در پی دارد و با گسترش این منافع، پیوندها در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، ارتباطی و... تقویت می‌شود و در نهایت، توسعه روستایی رخ می‌دهد (داگلاس، ۱۹۹۸). راهبرد شبکه منطقه‌ای بر محدوده‌های بازار برای برقراری پیوندی پویا و مستتر میان نقاط جمعیتی متمرکز می‌شود. بدین ترتیب، تنها فعالیت‌های کلیدی موجود در نقاط هم‌سطح، مبنای مطالعه قرار نمی‌گیرند، بلکه واحد مطالعه، نواحی بازار محلی است. پیوندهای روستایی-شهری در چارچوب جریان‌های مختلفی همچون جمعیت، تولید، کالا، ارتباطات، تکنولوژی، سرمایه، بازاریابی محصولات و... قابل بررسی هستند. برآیند مجموع این پیوندها و چگونگی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مثبت و منفی آن‌ها در مبدأ و مقصد، «دور حیات‌بخش توسعه» یا در نقطه مقابل، «چرخه توسعه‌نیافتگی» را پدید می‌آورد (سعیدی و تقی‌زاده، ۱۳۸۴). هیچ‌یک از این جریان‌ها به‌تنهایی نمی‌توانند مثبت یا منفی تلقی شوند؛ بلکه در درجه اول، برآیند جریان‌های یادشده، نمایانگر جهت حرکت به‌سوی توسعه یا عقب‌ماندگی است و در درجه دوم، سطح توسعه‌یافتگی نسبی مناطق (اعم از منطقه مورد مطالعه یا کشور) تعیین‌کننده نقش این جریان‌ها در توسعه خواهد بود. بنابراین، شناخت پیوندهای شهری-روستایی و نحوه عملکرد آن‌ها در ساختار اقتصادی-اجتماعی منطقه، برای ارائه رویکردی مناسب در توسعه منطقه‌ای ضروری است. برای شناخت کافی در این زمینه، بررسی دقیق و پویای پیوندهای شهری-روستایی در حوزه‌های مختلفی نظیر بازارهای خرید، بازار سرمایه، بازار کالا و خدمات (داخلی و خارجی) ضرورت دارد. مجموع این جریان‌ها می‌توانند به قطبی‌شدن هرچه بیشتر فعالیت‌ها و در نهایت به تمرکز جمعیت در مراکز مشخصی منجر شوند. انتظار می‌رود که شناخت این پیوندها و به‌کارگیری آن در فرایند برنامه‌ریزی توسعه، به تدوین استراتژی مناسبی برای برون‌رفت از دور باطل عقب‌ماندگی منتهی شود. پیشنهاد مشخص این مدل آن است که فعال‌سازی اقتصادهای محلی از طریق تقویت، تجهیز و هدایت بازارهای محلی و نیز برقراری و تثبیت پیوندهای پیشین و پسین آن‌ها با بازارهای دیگر در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و فراملی، به رشد و توسعه شهر و روستا منجر می‌شود. این فرایند، در نهایت موجب تقویت فعالیت‌های اقتصادی کلیدی در منطقه و فراهم‌سازی زمینه لازم برای استقرار الگوی متعادل توزیع فعالیت و جمعیت خواهد شد.

پژوهش حاضر از این منظر که به‌طور مشخص بر اثرات توسعه‌ای بازار محلی بر تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی پیرامون شهر سنندج متمرکز شده است، حائز نوآوری است؛ چراکه در محدوده مورد مطالعه، تاکنون هم از نظر موضوعی و هم از نظر مکانی، مطالعات اندکی انجام شده است. همچنین، در این پژوهش به‌منظور شناسایی روابط و مناسبات بازار محلی، از روش کیفی بهره گرفته شده است که در تحقیقات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته بود. بنابراین، پژوهش حاضر می‌تواند فتح‌بابی برای مطالعات آتی در راستای شناسایی اثرات و پیامدهای دوسویه بازار و سکونتگاه‌های روستایی باشد و در جهت ارائه راهکارها و الگوهای توسعه‌ای متناسب با ویژگی‌های این نواحی مؤثر واقع شود.

روش‌شناسی پژوهش

محدوده مورد مطالعه

دهستان حومه بین ۳۵ درجه و ۱ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۳۲ دقیقه و ۵۰ ثانیه عرض شمالی و ۴۶ درجه و ۱۸ دقیقه و ۱۲ ثانیه تا ۴۷ درجه و ۱۶ دقیقه و ۳۰ ثانیه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده و از شمال به دهستان حسن‌آباد، از جنوب به دهستان نران و آیدر، از شرق به دهستان آرن‌دان و سراب‌قامیش و از غرب به شهرستان سروآباد محدود می‌گردد. براساس آخرین تقسیمات کشوری، این دهستان دارای ۲۲ آبادی و یک شهر (سنندج) است که از این تعداد آبادی، ۱۹ روستا دارای سکنه و ۳ روستا خالی از سکنه می‌باشد. همچنین این دهستان در سال ۱۳۹۵ دارای جمعیتی برابر با ۲۸۵۹۷ نفر بدون احتساب شهر سنندج بوده است. مساحت دهستان حومه با احتساب آخرین تقسیمات کشوری، در حدود ۳۴۳۶ کیلومتر مربع می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).



شکل ۱. تقسیمات اداری-سیاسی محدوده مورد مطالعه

منبع: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان، ۱۴۰۳

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر روش، توصیفی-تحلیلی بوده و در آن به‌طور ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی استفاده شده است. برای گردآوری داده‌ها و تدوین چارچوب نظری، از روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای (اسنادی) بهره گرفته شده است. در بخش کمی، نوع تحقیق پیمایشی بوده و از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. در بخش کیفی نیز از روش‌های مصاحبه و مشاهده بهره گرفته شده و ارزش‌گذاری داده‌ها با استفاده از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت انجام شده است. برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری (ذهنی)، نظرات کارشناسان و مقایسه با مطالعات پیشین استفاده شده و برای سنجش پایایی ابزار، روش پیش‌آزمون و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ به کار رفته است. محدوده مورد مطالعه شامل ۱۹ روستای واقع در دهستان حومه شهرستان سنندج با جمعیتی معادل ۲۸,۵۹۷ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و با سطح اطمینان ۹۵ درصد، برابر با ۳۳۷ نفر برآورد شده است. در این راستا، برای نمونه‌گیری از جامعه آماری از روش نمونه‌گیری ساده احتمالی استفاده شده است.

جدول ۱. وضعیت پراکندگی تعداد واحدهای بهره‌بردار مورد بررسی و خانوارهای بهره‌بردار نمونه

نام روستا	تعداد بهره‌بردار زراعی و باغی	تعداد بهره‌بردار نمونه	درصد
اساوله	۳۶	۴	۱۳
باباریز	۴۰۶	۴۹	۱۴۶
برازان	۱۴۸	۱۸	۵۳
تیرگران	۲۶	۳	۹
خلیجیان	۳۲۰	۳۹	۱۱۵
خیاره	۱۴۸	۱۸	۵۳
دوشان	۱۵۳	۱۹	۵۵
دولت‌آباد	۲۶۶	۳۲	۹۶
صلوات‌آباد	۵۳۵	۶۵	۱۹۳
عیسی‌در	۴۱	۵	۱۵

نام روستا	تعداد بهره بردار زراعی و باغی	تعداد بهره بردار نمونه	درصد
قار	۳۸	۵	۱۴
قلیان	۲۳۸	۲۹	۸۶
کانی کوچک	۸۹	۱۱	۳۲
کوله هرد	۴۰	۵	۱۴
گرمیدر	۳۶	۴	۱۳
گریزه	۳۰	۴	۱۱
گزرده	۵۷	۷	۲۱
برازان	۱۷	۲	۶
هانپس	۱۵۲	۱۸	۵۵
جمع کل	۲۷۷۶	۳۳۷	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

برای سنجش و ارزیابی متغیرها، به منظور دستیابی به هدف تحقیق، متغیرها به دو دسته متغیرهای مستقل و وابسته تقسیم شدند. بنابراین تحولات اقتصادی جامعه محلی به عنوان متغیر وابسته، تحت تأثیرات متغیر مستقل یعنی (بازار محلی)، به شرح زیر عملیاتی شد.

جدول ۲. مفاهیم، معیارها و شاخص‌های متغیر وابسته

شاخص	معیار	متغیر وابسته
تحولات اقتصادی جامعه محلی	سطح پس‌انداز و قدرت خرید	خرید مغازه داخل روستا، خرید مغازه داخل شهر، خرید زمین (کشاورزی)، خرید زمین (تجاری)، خرید زمین مسکونی، خرید واحد مسکونی، خرید ماشین‌آلات کشاورزی، خرید اتومبیل، نرخ پس‌انداز پول در بانک
	میزان بهره‌مندی خانوارهای روستایی از درآمد	میزان درآمد حاصله از تولیدات باغی، میزان درآمد حاصله از تولیدات زراعی، میزان درآمد حاصله از سایر فعالیت‌ها (جانبی)
	اشتغالزایی	افزایش تعداد شاغلان، ایجاد تنوع شغلی، سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید محصول، ایجاد انگیزه به تولید بیشتر، بازاریابی محصولات، حذف واسطه‌ها

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از آمارهای توصیفی و استنباطی نظیر تحلیل عاملی اکتشافی در نرم افزار SPSS استفاده شده است. پس از تأیید داده‌ها با استفاده از ضریب K.M.O و آزمون بارتلت، از تحلیل عاملی استفاده شده است.

یافته‌ها و بحث

مکانیزم و ویژگی‌های بازار محلی

در حال حاضر تعداد ۹۰ واحد صنفی در رسته عمده فروش، بعنوان بار فروش در میدان بار سنج فعالیت می‌کنند که از این تعداد، فقط ۷۳ واحد دارای پروانه کسب می‌باشند. با بررسی‌هایی که از بنگاه‌های خرید و فروش مستقر در میدان میوه و تره‌بار شهر سنج به عمل آمده است، نحوه خرید و فروش میوه و تره‌بار (فعالیت بار فروشان) به شرح زیر است:

الف- خرید محصول از مبادی خرید و فروش معتبر و رسمی: برخی از انواع میوه و سبزیجات که محل تولید آن در سایر استانهاست به طرق مختلف که معمولاً از عوامل رسمی، نظیر بنگاه‌های بارفروش که دارای اسناد خرید و فروش رسمی هستند خریداری می‌گردد. بررسی‌های بعمل آمده بر اساس نظرات پاسخگویان در محدوده مورد مطالعه نشان می‌دهد که ۲۴ درصد از کل محصولات مورد معامله در بازار محلی از این راه تأمین می‌شود.

ب- خرید و بصورت غیر رسمی: این روش خرید خود به چند روش عمده ذیل اعمال می‌گردد:

روش اول: خرید بصورت مستقیم در مراحل قبل از برداشت محصول (سلف‌خری): در این روش خریدار قبل از مرحله برداشت محصول و در هنگام کاشت یا داشت محصول به مزرعه دار یا باغدار مراجعه و اقدام به پیش خرید محصولات باغی یا جالیزی می‌نماید. این روش مستلزم خواب سرمایه خریدار بوده و از طرفی محصول خریداری شده به قیمت پائین‌تر از قیمت واقعی از کشاورز خریداری می‌شود. توضیحاً اینکه این نوع روش در میدان بار فروشان میوه و تره بار سندج بندرت صورت می‌گیرد و تنها ۱/۳ درصد از پاسخگویان معتقدند که روش سلف‌خری در جامعه مورد بررسی وجود دارد.

روش دوم: خرید بصورت مستقیم در زمان برداشت محصول: مراجعه بنگاه بارفروشی به مزارع و باغات تولید کننده محصولات به منظور خرید مستقیم محصول مورد نظر و تأمین میوه و تره بار مورد نیاز. هر چند مزرعه و یا باغ بعنوان محل تولید دارای مکان مشخص می‌باشد، لیکن از لحاظ قانونی و شرایطی که بعنوان واحد رسمی عرضه کننده مطابق ضوابط قانونی تعریف شده باشد، تلقی نمی‌گردد، لذا مزرعه یا باغ صرفاً بعنوان تولید کننده جزء مبادی تهیه غیر رسمی محسوب می‌شوند و فاقد اسناد و مدارک معتبر فروش می‌باشند. ۵ درصد از پاسخگویان معتقد بودند که روش‌های خرید محصولات زراعی و باغی ایشان به صورت مستقیم و در زمان برداشت محصول انجام می‌گیرد.

روش سوم: خرید بصورت غیر مستقیم: خرید محصول بدین روش خود به طرق مختلف و به شرح زیر انجام می‌گیرد:

- خرید از طریق نمایندگان بنگاه‌ها: این روش ممکن است بر حسب ضرورت و یا اقدام عاجل در تأمین کالای مورد نیاز با مراجعه نماینده بنگاه به محل خرید صورت گیرد، بدین صورت که نماینده با مراجعه به محل تولید و یا محل مستقیم فروش، مبادرت به خرید میوه و یا سایر محصولات زراعی از جمله صیفی‌جات می‌نماید. این روش معمولاً در مقاطع زمانی خاص بازار و افزایش تقاضا انجام می‌گردد و ۳/۸ درصد از پاسخگویان نیز این روش را انتخاب کرده‌اند.

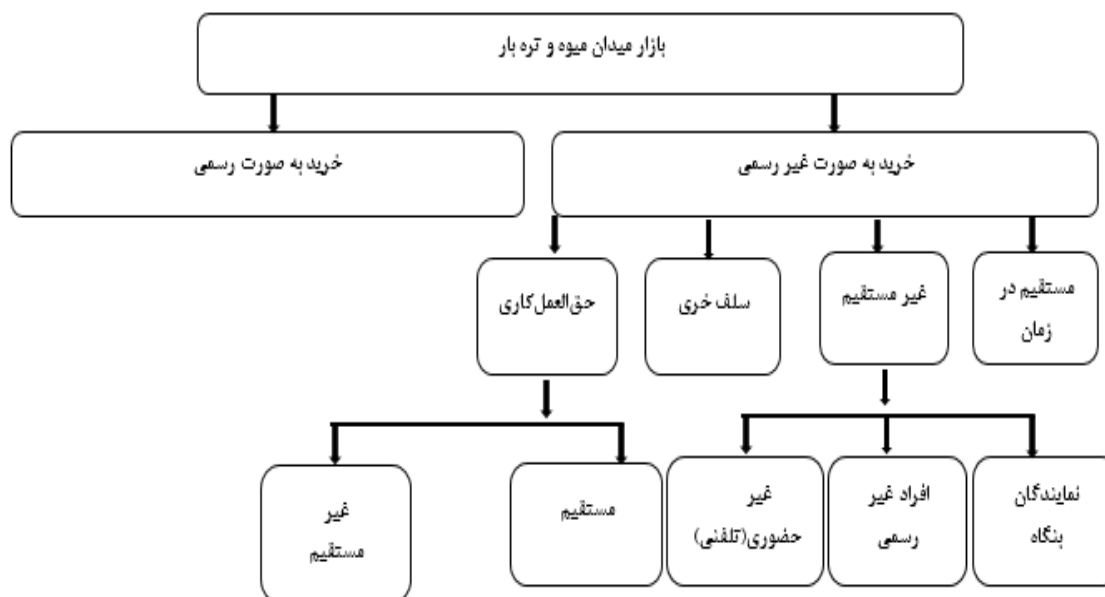
- خرید بصورت غیر حضوری: در این روش که نه خود بنگاه‌دار و نه نماینده او به منظور خرید، در محل تولید و یا محل فروش مستقیم، شخصاً حاضر نمی‌باشند. لذا از طریق ارتباطات تلفنی مبادرت به خرید می‌نمایند.

- خرید از طریق افراد غیرمسئول: این روش خرید معمولاً بصورت مراجعه افراد غیر مسئول و شناخته شده و عرضه کالای از پیش خریداری شده به بنگاه بارفروشی انجام می‌گردد. این افراد غالباً سیار و دارای وسیله حمل و نقل بوده و با خرید کالا اعم از صیفی جات و یا سایر محصولات باغی از محل تولید و یا محل فروش مستقیم، به بنگاه بارفروشی تحویل می‌نمایند. با این توضیح، ۴/۳ درصد از پاسخگویان معتقدند که در جامعه این نوع خرید محصول رایج است.

روش چهارم: خرید بصورت حق‌العمل کاری: در این نوع فعالیت که می‌توان به آن را امانت فروشی نیز نامید، صاحب محصول با به امانت گذاشتن محصول خود نزد بنگاه بارفروشی، و ابلاغ قیمت فروش محصول تحویلی به بنگاه، در واقع بنگاه و عوامل فروش را به‌منظور فروش محصول یا محصولات بعنوان نماینده خود تعیین می‌نماید. که در ازای فروش مبلغ و یا احتساب درصدی از فروش (که معمولاً بین پنج تا هشت درصد می‌باشد) بعنوان حق‌الزحمه یا حق‌العمل به ایشان (بنگاه)، پرداخت می‌نماید. توضیحاً اینکه اعتماد و اطمینان لازمه انجام این نوع فعالیت می‌باشد و باید اذعان داشت که بیشترین نوع خرید و فروش محصولات کشاورزی بدین صورت انجام می‌گیرد. فعالیت بنگاه بارفروشی به روش حق‌العمل کاری خود به دو روش انجام می‌گیرد، که بشرح ذیل است:

الف. خرید محصول بصورت مستقیم: در این روش با مراجعه مستقیم تولید کننده و یا فروشنده محصول که به نوعی نماینده تولید کننده است، و یا اینکه خود مستقیماً از تولید کننده محصول را خریداری، و مستقیماً و بدون واسطه با مراجعه به بنگاه مبادرت به انجام معامله به بشرح ذیل می‌نماید. با توجه به مفاد گفته شده در بالا بنگاه و تولید کننده و یا نماینده فروش اقدام به جذب محصول مورد نظر نموده و با توافق طرفین در خصوص میزان قیمت و نیز زمان و چگونگی پرداخت (که عمدتاً دارای فاصله زمانی و مدت دار می‌باشد)، معمول می‌گردد. ۴۵/۲ درصد از پاسخگویان معتقدند که محصولات تولیدی خود را بدین صورت به فروش می‌رسانند که می‌تواند قابل توجه باشد.

ب. خرید محصول بصورت غیر مستقیم: در این روش محصولات کشاورزی، توسط عوامل غیر رسمی و غیر مسئول به طرق مختلف تهیه و به بنگاه و بازار، به منظور فروش تحویل می‌گردد. ۱۱/۲ درصد از پاسخگویان در جامعه مورد بررسی معتقد بودند که خرید و فروش محصولات کشاورزی بدین طریق صورت می‌گیرد.



شکل ۲. روند خرید و جمع‌آوری محصولات کشاورزی توسط بنکداران بازار محلی (مرکز میوه و تره‌بار سنندج)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۳. میزان و نحوه خرید محصولات تولیدی کشاورزان توسط بازار محلی

خرید به صورت رسمی		خرید به صورت غیر رسمی					
۲۴ درصد	حق‌العمل کاری		سلف خری	به صورت غیر مستقیم			مستقیم در زمان برداشت
	به صورت غیر مستقیم	به صورت مستقیم		۱/۳ درصد	از طریق افراد غیر رسمی	از طریق نمایندگان پنگاه	
	۱۱/۲ درصد	۴۵/۲ درصد			۴/۳ درصد	۵/۲ درصد	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

نقش بازار در تحولات اقتصادی

تحولات اقتصادی جامعه مورد مطالعه بر اساس طیف نظرسنجی لیکرت در جدول ۴، نشان می‌دهد که بازار محلی اثرات اقتصادی معنی‌داری را در زندگی جوامع روستایی داشته است. این اثرات شامل افزایش درآمد جوامع روستایی، افزایش سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه در تولید محصولات کشاورزی، خرید واحد مسکونی به‌ویژه در مناطق شهری که پاسخ‌دهندگان از این مورد به عنوان سرمایه‌گذاری در بخش مسکن و تامین مسکن فرزندان یاد می‌کردند. پاسخ‌دهندگان تأکید داشتند که وجود بازار به دلیل فاصله کم با جوامع روستایی و کاهش هزینه‌های حمل و نقل به ویژه برای کشاورزان کم درآمد راه مناسبی برای بهبود وضعیت معیشتی آنان می‌باشد. درعین حال وجود بازار یا میدان میوه و تره‌بار از طریق حذف واسطه‌ها و دلالتان که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان از مشکلات عمده تولید کنندگان در گذشته بوده، شرایط درآمدی مناسبی را برای کشاورزان فراهم کرده است. مجموعه این شرایط بعلاوه بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی نوین کشاورزی و همچنین شکل‌گیری مراکز ارائه خدمات فعالیت کشاورزی پیرامون این بازارها، به نوبه خود اثرات اقتصادی مثبت در نواحی روستایی مورد مطالعه را به دنبال داشته است.

جدول ۴. میزان تأثیر بازار محلی در تحولات اقتصادی محدوده مورد مطالعه از دیدگاه روستاییان

ردیف	گویه ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف از میانگین
۱	میزان تأثیر بازار محلی در خرید مغازه داخل روستا	۳۰	۲۰	۴۰	۰	۱۰	۲/۴۰	۱/۲۰
۲	میزان تأثیر بازار محلی در خرید مغازه داخل شهر	۲۰	۴۰	۱۰	۱۰	۲۰	۲/۷۰	۱/۴۲
۳	میزان تأثیر بازار محلی در خرید زمین (کشاورزی)	۳۰	۵۰	۱۰	۱۰	۰	۲	۰/۹۰
۴	میزان تأثیر بازار محلی در خرید زمین	۳۰	۲۰	۴۰	۱۰	۰	۲/۳۰	۱/۰۱
۵	میزان تأثیر بازار محلی در افزایش خرید واحد مسکونی	۰	۱۴	۷۰	۴	۰	۳/۷۰	۱/۱۰
۶	میزان تأثیر بازار محلی در خرید خرید ماشین آلات کشاورزی	۰	۱۰	۵۰	۰	۴۰	۱/۹۰	۱/۰۵
۷	میزان تأثیر بازار محلی در سرمایه گذاری بیشتر در تولید محصول	۰	۲۰	۰	۳۰	۵۰	۳/۵۰	۱/۰۳
۸	میزان تأثیر بازار محلی در خرید در پس انداز پول در بانک	۱۰	۰	۳۰	۵۰	۱۰	۲۰۱۳	۱/۱۷
۹	میزان تأثیر بازار محلی در درآمد حاصله از تولیدات باغی	۱۰	۱۰	۵۰	۱۰	۲۰	۴	۱/۱۰
۱۰	درآمد حاصله از تولیدات زراعی	۰	۲۰	۰	۴۰	۴۰	۳/۹۰	۱/۳۰
۱۱	میزان تأثیر بازار محلی در افزایش تعداد شاغلان	۲۰	۰	۶۰	۱۰	۱۰	۱/۸۰	۰/۷۵
۱۲	میزان تأثیر بازار محلی در ایجاد تنوع شغلی	۴۰	۴۰	۲۰	۰	۰	۱/۹۰	۰/۹۵
۱۳	میزان تأثیر بازار محلی در بازار یابی محصولات	۴۰	۴۰	۱۰	۱۰	۰	۲/۹۰	۱/۵۸
۱۴	میزان تأثیر بازار محلی در حذف واسطه ها	۰	۰	۱۰	۴۰	۵۰	۴/۴۰	۰/۶۷
۱۵	میزان تأثیر بازار محلی در افزایش میل به تولید بیشتر	۱۰	۴۰	۴۰	۱۰	۰	۲/۵۰	۰/۸۱

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

مولفه های اثرگذار بازار محلی بر تحولات اقتصادی

در این مرحله برای تعیین مؤلفه‌های اثرگذار بر تحولات اقتصادی در نواحی روستایی از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. روش مورد استفاده در تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی می‌باشد. نوع چرخش مؤلفه‌ها واریماکس بوده است. در این روش ابتدا بایستی مشخص شود که آیا متغیرهای موجود برای تحلیل عامل مناسب هستند یا خیر. برای این کار از ضریب K.M.O و آزمون بارتلت استفاده شده است. یافته‌های آزمون KMO و بارتلت نشان می‌دهد مقادیر آنها به ترتیب ۰/۸۷ و ۷۶۱/۱۳۴۸ بوده و در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنادار بوده‌اند. این نتایج به معنی مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی است. در ادامه به منظور دستیابی به مهمترین عوامل اثرگذار بر تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی تحت تأثیر بازار، مؤلفه‌های مورد نظر نامگذاری شدند. جدول ۵ عامل‌های نامگذاری شده را همراه با میزان واریانس تبیین شده آنها برای بعد اقتصادی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر بر اساس داده‌ها و اطلاعات به دست آمده از جامعه محلی وجود بازار و اثرات آن بر سه مؤلفه اصلی یعنی بازاریابی و افزایش تولید، افزایش درآمد و ایجاد اشتغال سکونتگاه‌های روستایی اثرگذار بوده است.

جدول ۵. مولفه های اثرگذار بازار محلی بر تحولات اقتصادی

نام مؤلفه	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
بازاریابی و تولید	۵/۰۸	۴۷/۲	۴۷/۲
اشتغال	۳/۹۶	۳۲/۶۷	۷۹/۸۷
درآمد	۲/۲	۱۸	۹۷/۸۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

نام‌گذاری سه عامل شناسایی شده بر اساس مفهوم درونی متغیرهای قرار گرفته در هر عامل انجام گرفته است. در این پژوهش برای چرخش عامل‌ها، از روش وریماکس استفاده شده است و متغیرهایی که بار عاملی آن‌ها بزرگ‌تر از ۰/۵۰ بوده است، معنی‌دار فرض شده‌اند.

عامل اول: نتایج نشان می‌دهد چهار متغیر سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید محصول، بازاریابی محصولات کشاورزی، حذف واسطه‌ها و افزایش میل به تولید بیشتر در عامل اول بارگذاری شده‌اند و در مجموع این متغیرها ۴۷/۲ درصد از واریانس عوامل موثر بر تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان سنندج را تبیین کرده‌اند. با توجه به مفهومی کلی متغیرهای فوق، عامل اول، بازاریابی و تولید نام‌گذاری گردید.

عامل دوم: نتایج نشان می‌دهد دو متغیر ایجاد تنوع شغلی و افزایش تعداد شاغلان در عامل سوم بارگذاری شده‌اند و در مجموع این متغیرها ۳۲/۶۷ درصد از واریانس عوامل موثر بر تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان سنندج را تبیین کرده‌اند. با توجه به مفهومی کلی متغیرهای فوق، عامل سوم، اشتغال نام‌گذاری گردید.

عامل سوم: نتایج نشان می‌دهد نه متغیر خرید مغازه داخل روستا، خرید مغازه داخل شهر، خرید زمین (کشاورزی)، خرید زمین مسکونی، خرید خرید ماشین آلات کشاورزی، پس انداز پول در بانک، درآمد حاصله از تولیدات باغی و درآمد حاصله از تولیدات زراعی در عامل دوم بارگذاری شده‌اند و در مجموع این متغیرها ۱۸ درصد از واریانس عوامل موثر بر تحولات اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان سنندج را تبیین کرده‌اند. با توجه به مفهومی کلی متغیرهای فوق، عامل دوم، درآمد نام‌گذاری گردید.

در ادامه موقعیت قرارگیری هر یک از متغیرها در زیر عامل مختص خود نشان داده شده که برای بعد اقتصادی سه عامل استخراج شده است (جدول ۶).

جدول ۶. ماتریس دوران یافته برای بعد اقتصادی تأثیرات بازار محلی

عامل	متغیر	بار عاملی
بازاریابی و تولید	سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید محصول	۰/۵۶
	بازاریابی محصولات	۰/۰۴۸
	حذف واسطه‌ها	۰/۳۵
	افزایش میل به تولید بیشتر	۰/۵۱۲
اشتغال	افزایش تعداد شاغلان	۰/۷۸
	ایجاد تنوع شغلی	۰/۷۴
درآمد	خرید مغازه داخل روستا	۰/۷۲
	خرید مغازه داخل شهر	۰/۷۲
	خرید زمین (کشاورزی)	۰/۵۷
	خرید زمین مسکونی	۰/۵۷
	خرید واحد مسکونی	۰/۵۸
	خرید خرید ماشین آلات کشاورزی	۰/۸۵
	پس انداز پول در بانک	۰/۸۱
	درآمد حاصله از تولیدات باغی	۰/۸۸
	درآمد حاصله از تولیدات زراعی	۰/۸۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

نتیجه‌گیری

ویژگی خاص بازارهای محلی پیوند و ارتباط آن‌ها با کار کشاورزی و عوامل اقلیمی و جغرافیایی هر منطقه می‌باشد؛ به طوری که اکثر محصولات که در این بازارها عرضه می‌شوند حاصل شرایط اقلیمی و کشاورزی آن منطقه خاص هستند. این بازارها جلوه‌گاه اقتصاد و فرهنگ منطقه‌ای هستند که در آن برپا می‌شوند. بازارهای محلی دارای اثرات اقتصادی و اجتماعی متعددی بر جوامع روستایی هستند که در بعد اقتصادی می‌توان به اشتغال، درآمد، افزایش پس‌انداز خانوار، افزایش ارزش افزوده محصولات اشاره کرد. در تحقیق حاضر مؤلفه‌های اقتصادی اصلی بازارهای محلی که می‌توانند بر جوامع روستایی تأثیرگذار باشند، مؤلفه‌های بازاریابی و تولید، اشتغال و درآمد معرفی شدند. نتیجه آنکه،

بازارهای محلی به واسطه دارا بودن خصلت‌های محلی و به جهت این که نوعی مکان ارتباطی بین شهر و روستا به شمار می‌روند، امکان بازاریابی محصولات کشاورزان را به منظور افزایش درآمد آنان مهیا می‌سازند. درآمد یکی از مهمترین متغیرهای اثرگذار در دستیابی روستاییان به رفاه است. درآمد روستاییان (واحدهای بهره‌بردار) روستاهای پیرامون شهر سهند از منابع اقتصادی متعددی از جمله زراعت، باغداری و دامداری و اشتغال در بخش خدمات تأمین می‌گردد. در این بین، تغییر در میزان درآمد حاصله از فعالیت‌های باغداری چشمگیرتر بوده است. این فعالیت در گذشته مبتنی بر اقتصاد معیشتی، از نقش درآمدزایی کمتری برخوردار بوده است. محدود بودن بازار تقاضا، نوع کشت سنتی، انگیزه خودمصرفی فعالیت زراعت و باغداری از مهمترین عوامل اثرگذار در این شرایط بوده است. در چندین سال اخیر به دلایلی از جمله تقویت روابط تولیدی و مصرف، بهره‌گیری از الگوهای نوین زراعت و باغداری و اصلاح نژاد نهال و البته وجود بازار محلی ... درآمدهای حاصله از فعالیت‌های زراعی از رشد مناسبی برخوردار گردیده است. از دیگر اثرات مهم بازار محلی در تحولات اقتصادی جامعه مورد مطالعه ایجاد اشتغال بوده است. ایجاد اشتغال یکی از مهمترین اثرات مثبت تحولات اقتصادی و توسعه یک منطقه می‌باشد. گسترش فعالیت‌های بهره‌برداری باغی و زراعی و صنعتی و تجاری شدن آن و همچنین وجود بازار فروش و تقاضای محلی مهمترین عوامل اثرگذار در اشتغال محدوده مورد مطالعه هستند.

بنابر نتایج بدست آمده در این پژوهش و به منظور توسعه جامعه محلی مورد مطالعه پیشنهادات زیر ارائه خواهد شد: ۱- بدون شک یکی از مولفه‌های اصلی توسعه مناطق، زیرساخت‌های مناسب است. مناطق کوهستانی به دلیل شرایط جغرافیایی، در این زمینه با مشکل مواجه هستند، محدوده مورد مطالعه نیز از نظر امکانات زیرساختی شرایط مطلوبی نداشته و پیشنهاد می‌شود دولت در این زمینه سرمایه‌گذاری لازم را انجام دهد. ۲- یکی از مهمترین مسائل موجود در نواحی کوهستانی در ارتباط با تولید، کمبود سرمایه یا نبود سرمایه است. بنابراین پیشنهاد می‌شود دولت و بخش خصوصی در این زمینه کمک‌های لازم را به عمل آورند. ۳- پیشنهاد می‌شود که به منظور دستیابی تولیدکنندگان به درآمد بیشتر، سازوکار قیمت‌گذاری محصولات کشاورزی از طرف دولت و یا بخش خصوصی انجام شود. ۴- پیشنهاد می‌شود مطالعات دیگری در زمینه محدودیت‌ها و موانع مناطق کوهستانی در دیگر نقاط کشور در ارتباط با توسعه بازارها و اثرات آن، انجام گیرد. ۵- پیشنهاد می‌شود مطالعاتی با تکیه بر روش‌های کیفی و برداشت‌های میدانی حول محور اثرات توسعه‌ای بازارهای محلی در نواحی کوهستانی انجام شود.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهام نویسندگان در پژوهش

نویسنده اول: تدوین چارچوب نظری پژوهش، گردآوری و تحلیل داده‌ها، نگارش پیش‌نویس اولیه مقاله
نویسنده دوم: نظارت علمی بر فرایند پژوهش، تحلیل نهایی یافته‌ها، بازبینی و ویرایش محتوای مقاله

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از تمامی افرادی که در گردآوری داده‌های میدانی با آن‌ها همکاری کرده‌اند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

۱. بازن، مارسل (۱۳۶۷). *طالش، منطقه‌ای قومی در شمال ایران*. ترجمه مظفر امین فرشچیان، جلد دوم، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد.
۲. تقی‌زاده، فاطمه (۱۳۸۳). *نقش بازارهای محلی در پیوندهای روستایی-شهری با تأکید بر تعادل‌های منطقه‌ای (مطالعه موردی: شهرستان‌های اردکان و باغملک)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۳. سعیدی، عباس (۱۳۸۴). *روابط شهر و روستا و پیوندهای روستایی-شهری: یک بررسی ادراکی*. *جغرافیا (انجمن جغرافیایی ایران)*، ۲(۱)، ۷۱-۹۱.

۴. سعیدی، عباس (۱۳۸۴). ناکارآمدی ساختاری و عملکردی نظام‌های فضایی-ناحیه‌ای؛ مورد: ناحیه باغملک (شرق خوزستان). *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۵(۲)، ۴۱-۶۰. <https://doi.org/10.22067/geography.v3i5.3052>
۵. سعیدی، عباس و تقی‌زاده، فاطمه (۱۳۸۴). پیوندهای روستایی-شهری و توسعه منطقه‌ای؛ بررسی تطبیقی شهرستان‌های باغملک و اردکان. *جغرافیا (انجمن جغرافیایی ایران)*، ۳(۶ و ۷)، ۳۳-۴۷. <https://sid.ir/paper/476118/fa>
۶. شفیع‌ثابت، ناصر و اسماعیل‌زاده، حسن (۱۳۹۳). پیوندهای روستایی-شهری، شبکه بازارهای دوره‌ای و توسعه ناحیه‌ای (مورد مطالعه: سکونت‌گاه‌های پیرامونی کلان‌شهر تهران). *آمایش سرزمین*، ۶(۲)، ۳۰۷-۲۸۳. <https://doi.org/10.22059/jtcp.2014.53202>
۷. عزیزپور، فرهاد (۱۳۸۷). نقش پیوندهای روستایی-شهری در توسعه روستایی با تأکید بر شبکه‌های تولید شیر (مطالعه موردی: ناحیه لیتکوه، آمل). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۸. لطیفی، غلامرضا (۱۳۸۹). استراتژی ایجاد «شبکه منطقه‌ای» به منظور تقویت پیوندهای میان شهر و روستا؛ دستورکاری برای پژوهش‌های سیاست‌گذاری با اشاره به کشور اندونزی (قسمت دوم). *اطلاعات جغرافیایی سپهر*، ۱۹(۷۵)، ۶۷-۷۷. <https://civilica.com/doc/1200748/>
۹. مطیعی‌لنگرودی، سید حسن؛ قدیری‌معصوم، مجتبی؛ رضوانی، محمدرضا و عزمی، آئیش (۱۳۹۰). نقش بازارهای دوره‌ای محلی در توسعه اقتصادی-اجتماعی (مطالعه موردی: روستاهای استان گیلان). *چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)*، ۱۵(۶)، ۱۵۴-۳۸. <https://sanad.iau.ir/Journal/jshsp/Article/1032779>
۱۰. مومنی، فرشاد (۱۳۸۵). ارزیابی نهادگرا از جایگاه دولت و بازار در فرآیند توسعه ملی. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، ۶(۲)، ۱۳۳-۱۵۹. <https://sid.ir/paper/86499/fa>
۱۱. نیاکان لاهیجی، علی؛ فخرآبادی، محمدرضا و محمدجانی، اسماعیل (۱۳۸۳). *راهنمای مطالعه بازار و بازاریابی در امکان‌سنجی طرح‌های صنعتی*. تهران، انتشارات پژوهاک کیوان.
12. Douglass, M. (1998). A regional network strategy for reciprocal rural-urban linkage: An agenda for policy research with reference to Indonesia. *Third World Planning Review*, 20(1), 1-33. <http://dx.doi.org/10.3828/twpr.20.1.f2827602h503k5j6>
13. Hodgson, G. M. (1998). The approach of institutional economics. *Journal of Economic Literature*, 34(1), 166-192. <https://www.researchgate.net/publication/4901933>
14. Marshal, A. (1991). On markets. In G. Thompson, J. Frances, R. Levacic, & J. Mitchell (Eds.), *Markets, hierarchies & networks: The coordination of social life* (pp. 24-34). London: Sage Publications.
15. Rondinelli, D. (1985). *Applied methods of regional analysis: The spatial dimensions of development policy*. Boulder, CO: Westview Press.
16. Rondinelli, D., & Ruddle, K. (1978). *Urbanization and rural development: A spatial policy for equitable growth*. New York: Praeger.
17. Tacoli, C. (1998). Bridging the divide: Rural-urban interactions and livelihood strategies (Gatekeeper Series No. 77). London: Sustainable Agriculture and Rural Livelihoods Programme, International Institute for Environment and Development (IIED). <https://pubs.iied.org/pdfs/6144IIED.pdf>
18. Tacoli, C. (2002). *Changing rural-urban interactions in Sub-Saharan Africa and their impact on livelihoods: A summary*. <https://www.iied.org/9153iied>
19. Tacoli, C. (2004) Rural-Urban Linkages and Pro-Poor Agricultural Growth—An Overview. Oecd Dac Povnet Agriculture and Pro-Poor Growth Task Team, Helsinki, 17-18 June 2004, 17-18. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2550674>
20. Tacoli, C., & Mabala, R. (2010). Exploring mobility and migration in the context of rural-urban linkages: Why gender and generation matter. *Environment and Urbanization*, 22(2), 389-395. <https://doi.org/10.1177/0956247810379935>

