

تحلیلی بر کارکرد بازارهای هفتگی در کیفیت زندگی نواحی روستایی شهرستان گنبد کاووس

زهرا ناصری^۱، بهمن صحنه^۲، علی اکبر نجفی کانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی و تبیین کارکرد بازارهای هفتگی در بهبود شاخص‌های کیفی زیستی و معیشتی خانوارهای روستایی است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی تحلیلی و پیمایشی بود. بر این اساس، سؤالات متعددی در مقیاس‌های مختلف اندازه‌گیری (اسمی، ترتیبی و نسبی) در قالب پرسشنامه تهیه و تنظیم شد. جامعه آماری تحقیق سرپرستان خانوارهای ساکن در روستاهای دارای بازار هفتگی در سه دهستان شهرستان گنبد کاووس بودند. برای تحلیل و سنجش داده‌ها، از آزمون‌های تحلیل همبستگی مثل کای اسکوئر و فای/کرامر و همچنین، از آزمون‌های مقایسه میانگین فریدمن و کروسکال والیس استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که ایجاد و استقرار بازارهای هفتگی در برخی از روستاها با بهبود شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی از قبیل ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، افزایش درآمد، تنوع شغلی، کاهش هزینه‌ها و افزایش انگیزه ماندگاری روستاییان و ... رابطه معنی‌دار دارد. همچنین، نتایج آزمون‌های فریدمن و کروسکال والیس برای مقایسه شاخص‌های توسعه کالبدی در روستاهای مختلف نشان داد که استقرار بازار هفتگی با بهبود و ارتقای برخی از مؤلفه‌های کالبدی رابطه معنی‌دار دارد. بر این اساس، بهبود اوضاع کالبدی روستا تا حد قابل قبول متأثر از ایجاد بازار در نواحی روستایی مورد مطالعه است.

کلیدواژه‌ها: بازار هفتگی، کیفیت زندگی، کارکرد، نواحی روستایی، گنبد کاووس (شهرستان).

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران.

۲- نویسنده مسئول و استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران
(b.sahneh@gu.ac.ir).

۳- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران.

مقدمه

روستا کوچک‌ترین واحد فضایی و سکونتگاهی با کارکردهای گوناگون است، به گونه‌ای که در تبلور مکانی-فضایی آن، نقش اقتصادی به همراه کارکردهای اجتماعی بسیار مؤثر است. بنابراین، هرچه کارکردهای روستا گسترده‌تر باشد، پایداری اجتماعی-اقتصادی آن نیز بیشتر تضمین می‌شود. از این‌رو، در یک فرآیند نظام‌مند، جریان مبادله و بازاررسانی تولیدات روستاها نقش چشمگیر در بالندگی اقتصاد روستایی خواهد داشت. مسئله اساسی فقدان دسترسی مستقیم و بدون واسطه نواحی روستایی به بازار فروش و نیز عدم شکل‌گیری کامل و سازمان‌یافته واحدهای تجاری در آنهاست. این دو مشکل باعث شده است که روستاییان مسافت زیادی را تا شهر طی کنند و علاوه بر تحمیل هزینه‌های حمل و نقل، منافع تولیدی آنها به‌سوی شهرها انتقال یابد. بازارهای هفتگی مکانی برای فروش محصولات تولیدی کشاورزان و روستاییان محسوب می‌شوند که نقش مهمی در توسعه اقتصادی روستایی دارند، زیرا هرگونه تغییر و تحول در این بازارها بر زندگی و به‌ویژه بهره‌وری‌های اقتصادی روستاییان و کشاورزان اثر می‌گذارد. از این‌رو، امروزه، مفهوم توسعه از رشد اقتصادی صرف فراتر رفته و با مفهوم توسعه انسانی، عدالت اجتماعی، بهبود توزیع امکانات و تعادل‌های فضایی پیوند خورده است. در این راستا، ارتقای سطح زندگی افراد هدف نهایی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه اقتصادی-اجتماعی است (UN Fund, 2002). بازارهای دوره‌ای محلی، که مکانی برای حضور روستاییان با فرهنگ‌های مختلف به‌شمار می‌روند، از جذابیت فرهنگی و گردشگری بالا نیز برخوردارند (Motiee Langroodi et al., 2013). بازار را می‌توان سازوکار یا مؤسسه‌ای تعریف کرد که تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را به هم مربوط می‌کند (Sultanabadi et al., 2017). شاید این ادعا درخور اعتماد باشد که بازارهای هفتگی برجامانده از شکل اولیه بازارهای ابتدایی بشرند که تاکنون نیز کارکردهای خود را حفظ کرده، در اقتصاد جوامع نقش بازی می‌کند (Aali, 2015). یکی از زمینه‌های نقش‌آفرینی که برای دهیاران در نظر گرفته شده، بسترسازی برای بهبود فضای کسب و کار و در نهایت، پیشرفت در اقتصاد نواحی روستایی است (Molaei Hashjin et al., 2018). مطالعات متعدد روی نهادهای سنتی نظیر بازارهای دوره‌ای نشانگر سهم ویژه بازارها در

فرآیند توسعه است (Park, 1981). در این ارتباط، اسکات (Scott, 1972) به نقش نوآورانه‌ای که بازارها در اقتصاد می‌توانند داشته باشند، اشاره کرده است. مردمی که در نواحی روستایی زندگی می‌کنند، با مجموعه‌ای از عواملی مواجه‌اند که چالش‌های اساسی برای توسعه به‌شمار می‌روند (Asghari Lafmejani and Ashineh, 2013). اقتصاددانان کشاورزی نیز به نقش بازار کشاورزی اذعان کرده‌اند. بسیاری از متخصصان بازار و بازاریابی تأکید داشته‌اند که بازار همچون منبعی برای رشد، مدرسه‌ای برای کارآفرینی و ابزاری برای توزیع اقتصادی به‌شمار می‌رود. این مسئله به‌ویژه با تقویت این دیدگاه که فرآیند توسعه از مناطق توسعه‌یافته شهری به نواحی روستایی توزیع نمی‌شود، تقویت شده است؛ در مقابل، مناطقی که از بازارهای دوره‌ای استفاده کرده‌اند، از سودهای اقتصادی و اجتماعی زیادی بهره‌برده‌اند (Park, 1981). ایجاد شبکه بازاری دوره‌ای این امکان را فراهم می‌آورد که تخصص‌گرایی و تقسیم کار در این نواحی رشد و توسعه یابد و در عین حال، ارتباطات بین مناطق و اشخاص درون یک جامعه نیز افزایش یابد. این اتفاقات نه از روی اجبار و ناچاری بلکه با انتخاب خود فروشندگان صورت می‌گیرد (Johnson, 1965). بازارهای روستایی با توجه به حوزه نفوذشان گسترش یافته و آنهایی که از موقعیت جغرافیایی و کارکرد کارآمدی برخوردار بودند، به بازارهای مهمی تبدیل شدند. در نتیجه، نظامی سلسله‌مراتبی از مکان‌های مرکز پدید آمد که شبکه سکونتگاهی و سازمان فضایی ناحیه را شکل بخشید. به همین علت، پیش از تحولات خودجوش، آینده‌هدایت و برنامه‌ریزی توسعه در مراکز بازاری و روستا-شهرهای ناحیه‌امروزی امری ضروری به نظر می‌آید. در برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی کشور دولت موظف است به‌منظور تحقق سیاست‌های کلی برنامه و اقتصاد مقاومتی، شناسایی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود در نواحی روستایی و ارتقای منزلت اجتماعی روستاییان و جایگاه روستاها در اقتصاد ملی و ایجاد بستر لازم برای شکوفایی و پیشرفت عدالت‌محور روستاها در پنج هزار روستا با توجه به استعدادها و ظرفیت‌های بومی و محیطی و قابلیت محلی-اقتصادی آن منطقه با مشارکت نیروهای محلی و با بهره‌گیری از تسهیلات بانکی-حمایت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی- برنامه توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی آن روستاها را توسط سازمان

مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهیه کند و به تصویب شورای توسعه و برنامه‌ریزی استان مربوط برساند. با عنایت به مطالب ارائه‌شده، شهرستان گنبد کاووس نمونه‌ای از این نواحی است که در سال‌های اخیر، تشکیل بازارهای هفتگی در نقاط روستایی آن رونق یافته است. بازارهای روستایی به‌مثابه یک پدیده اقتصادی، از کارکردهای گوناگون برخوردارند که ضمن رفع نیازهای افراد ساکن در نواحی روستایی (روستا و حوزه نفوذ آن)، با اتکا به تولیدات محلی و بومی و عرضه مستقیم و بی‌واسطه آنها در بازار که منجر به قیمت مناسب کالا می‌شود، به ایجاد انگیزه برای تولید بیشتر در بین روستاییان می‌انجامد. با ایجاد روابط و مناسبات بین سکونتگاه مرکز (محل بازار) و حوزه نفوذ آن در سطوح مختلف و ایجاد تعادل بین روابط سکونتگاه‌ها، پیوندهای روستایی و در پی آن، یکپارچگی فضایی ایجاد می‌شود. در نهایت، این عوامل و مناسبات سبب پویایی اقتصاد و گردش پول در ناحیه و توسعه اقتصادی آن می‌شود (Gharanjik, 2012). با عنایت به موضوع تحقیق، سؤال اصلی بدین صورت مطرح می‌شود: آیا بازارهای هفتگی با کیفیت زندگی ساکنان نواحی روستایی شهرستان گنبد کاووس رابطه دارد؟

نظر به اهمیتی که این بازارها در زندگی روستاییان دارد، درک تحولات و روابط بین آنها و نواحی روستایی، به عنوان یکی از عوامل مؤثر در بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستاها، دارای اهمیت بسیار است. در عصر کنونی، احیای بازارهای هفتگی می‌تواند یکی از راهکارهای اساسی برای توسعه اقتصاد روستایی گنبد کاووس قلمداد شود، راهکاری که نه بر اساس برنامه‌ریزی برنامه‌ریزان شهری بلکه از دل نیازهای بومی و محلی ساکنان روستاهای گنبد کاووس برخاسته است. بدون تردید، یکی از راه‌های اساسی توسعه اقتصاد روستایی گنبد کاووس رشد بازارها و بازاریابی برای محصولات روستایی اعم از تولیدات کشاورزی و صنایع دستی روستایی است و بازارهای هفتگی راهکاری خودجوش و درون‌زا و برخاسته از این ضرورت است. از این‌رو، لزوم احیا و سامان‌دهی این بازارها به عنوان یکی از عوامل مؤثر در رونق اقتصادی-اجتماعی و توسعه روستایی در گنبد کاووس انکارناپذیر است. بازارهای هفتگی جلوه‌گاه حیات اقتصادی و اجتماعی یک منطقه‌اند و همچنین، پیوستگی و تعامل سازنده در روابط اقتصادی روستا-شهر را توسعه

تحلیلی بر کارکرد بازارهای هفتگی.....

بخشیده و از شکاف روزافزون بین روستا و شهر جلوگیری کرده و به توسعه روابط و تبادلات پویا بین مناطق شهری و روستایی مدد می‌رسانند و در زمینه ارتباط متقابل شهر و روستا نقش سازنده ایفا می‌کنند. بدین ترتیب، برای پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، مفروضات زیر متصور است:

- ایجاد و استقرار بازارهای هفتگی با ارتقای شاخص‌های اقتصادی نواحی روستایی رابطه معنی‌دار دارد.

- ایجاد و استقرار بازارهای هفتگی با بهبود مؤلفه‌های اجتماعی و به تبع آن، با افزایش انگیزه ماندگاری روستاییان رابطه معنی‌دار دارد.

- ایجاد و استقرار بازارهای هفتگی با بهبود مؤلفه‌های کالبدی رابطه معنی‌دار دارد.

نتایج تحقیق عزمی (Azmi, 2011) حاکی از آن است که بازارهای دوره‌ای محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اثر مثبت بر توسعه روستایی منطقه مورد مطالعه داشته‌اند. سه مؤلفه در بعد اقتصادی و دو مؤلفه در بعد اجتماعی و فرهنگی در بازارهای دوره‌ای وجود دارند که بر توسعه روستایی اثر می‌گذارند و موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه می‌شوند. مهدوی و احمدی‌زاده هندخاله (Mahdavi and Ahmadizadeh Hendekhaleh, 2010) بر این باورند که عرضه محصولات به دلیل فاصله کم نقاط روستایی با یکدیگر و مراکز تشکیل بازارهای هفتگی و حمل و نقل و رفت و آمد آسان روستاییان و نیز به دلیل مازاد تولیدات اقتصادی، در مکان‌گزینی اولیه بازارها بسیار مؤثر است. فراهانی و همکاران (Farahani et al., 2013)، در مطالعه تأثیرات مختلف شبه‌بازار ملکان در اقتصاد روستایی محدوده مورد بررسی، بیان می‌کنند که بیشترین اثرات این بازار در ایجاد انگیزه خرید بین کشاورزان (به دلیل ارزان بودن کالاها و خدمات)، فروش مستقیم محصولات توسط کشاورزان به مصرف‌کنندگان، افزایش مشاغل مانند چوب‌داری، دست‌فروشی، مغازه‌های سر راهی و نیز افزایش تولید محصولات کشاورزی بوده است. سقر (Saghar, 2015)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، بیان می‌کند که بین استقرار بازارهای هفتگی و توزیع فضایی جریان کالا- سرمایه و پایداری شاخص‌های اقتصادی در منطقه آق‌قلا رابطه معنادار وجود دارد (به نقل از: Sahneh et al., 2018). از مهم‌ترین اثرات اقتصادی ایجاد بازارهای هفتگی در نواحی

روستایی شهرستان آق‌قلا افزایش رقابت بین فروشندگان، کاهش هزینه خانوار، افزایش درآمد و کاهش فقر، افزایش رضایت شغلی، افزایش درآمد فروشندگان، اختلاف قیمت در مقایسه با مغازه‌های روستایی و مراکز شهری، و بهبود رفاه و آسایش روستاییان بوده است (Nazari et al., 2016). عاشری و یادگاری (Asheree and Yadegari, 2015) به وجود رابطه معنی‌دار بین نقش بازارهای هفتگی و شاخص‌های اقتصادی نواحی روستایی پی برده و استنباط می‌کنند که مدیران باید به ابعاد و شاخص‌های بازارهای هفتگی به لحاظ تأثیر آنها در اقتصاد نواحی روستایی بیش از پیش توجه کنند. نتایج تحقیق سلطان‌آبادی و همکاران (Sultanabadi et al., 2017) نشان می‌دهند که مؤلفه‌های اثرگذار در امکان‌سنجی بازارچه‌های دوره‌ای عبارت‌اند از: بازاریابی سرمایه، نیروی انسانی، بازاریابی تولیدات، خدمات حمل و نقل، و توزیع نهاده‌ها؛ همچنین، مقایسه شعاعی قدرت کشش بازار دهستان سلطان‌آباد نسبت به شهرهای فرادستانی و تعیین میزان نفوذ بازار سلطان‌آباد در داخل دهستان نشان داد که روستاهای سوزنده و خوشاب از بیشترین مبادله با بازار شهر سلطان‌آباد برخوردارند. خواجه شاهکوهی و همکاران (Khajeh-Shahkoochi et al., 2016) بیان می‌کنند که فروشندگان به دنبال درآمد و خریداران خواستار تامین نیازهای اقتصادی هستند و مؤلفه‌های اقتصادی نظیر درآمد و اشتغال از اهمیت زیادی در بین فروشندگان برخوردارند؛ همچنین، خریداران و فروشندگان نقش وجود بازار در افزایش فرصت‌های شغلی و درآمد و به تبع آن، موفقیت در رفع نیازهای ساکنان روستا را مثبت ذکر کرده‌اند. به باور ایهینموو و ایبتویه (Ehinmowo and Ibitoye, 2010)، دامنه کالا و جمعیت آستانه دلیلی برای ایجاد بازارهای هفتگی است و در نتیجه، بازارهای هفتگی در اقتصاد مردم محلی اثرات مثبت دارند و انتظار می‌رود که در آینده نیز تعداد بیشتری از این گونه بازارها، با کالاهای متنوع و به اشکال جدید به وجود آیند. کالوترا (Kalotra, 2013) بیان می‌کند که سرعت فناوری‌های پیشرفته در عرصه‌های گوناگون (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ...) باعث افزایش تولید و کاهش هزینه‌ها و بهبود توزیع و سود بیشتر شده و در هند نیز به دلیل اشباع بازارهای شهری، بیشترین تمرکز بر بازارهای روستایی است؛ حدود هفتاد درصد از جمعیت هند در روستاها زندگی می‌کنند، که دو برابر کل مشتریان بازارهای ایالات متحده است.

تحلیلی بر کارکرد بازارهای هفتگی.....

نتایج بررسی پژوهش‌های پیشین بیانگر آن است که ایجاد بازارهای هفتگی روستایی نقش مثبت داشته و با رضایت نسبی روستاییان به دلیل نزدیکی بازار و عرضه محصولات متنوع همراه بوده است؛ و بیشترین تأثیر آن در بعد اقتصادی خانوارهای روستایی بوده و انگیزه ماندگاری روستاییان در فضای روستایی به گونه‌ای چشمگیر افزایش یافته است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را سرپرستان خانوارهای ساکن در ده روستای دارای بازار هفتگی شهرستان گنبد کاووس (۶۶۱۶ خانوار با ۲۶۸۰۹ نفر جمعیت) تشکیل می‌دهند (جدول ۱). حجم نمونه بر اساس رابطه کوکران ۳۶۵ تعیین شده که به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده بین سرپرستان خانوار توزیع شد. سپس، تحلیل و سنجش داده‌ها در محیط نرم‌افزاری SPSS و با استفاده از آزمون‌های (تحلیل‌های همبستگی مثل کای اسکوتر، فای کرامر و آزمون‌های مقایسه میانگین فریدمن، کروسکال والیس و همچنین، تحلیل واریانس و F مستقل یک‌طرفه) صورت گرفت.

جدول ۱- روستاهای دارای بازار هفتگی برای تکمیل پرسشنامه بر حسب تعداد خانوار

روستا	دهستان										
	عطار	ملک علی تپه	بزرگ تپه	کلی تپه	کلی تپه	آق آباد	تاری مخوم	قوچ آباد	قوچ تپه	ایمر ملاساری	سلطانعلی
خانوار	۲۷۸	۶۳۲	۷۵۵	۹۳۰	۱۲۹۵	۳۷۸	۲۹۵	۲۹۵	۹۳۸	۷۵۵	۳۶۰
نمونه	۱۷	۳۵	۴۲	۵۱	۷۱	۲۰	۱۸	۱۸	۵۱	۴۱	۱۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش

به منظور سنجش روایی پرسشنامه‌ها از نظرات استادان و متخصصان دانشگاهی و مدیران محلی استفاده شد. همچنین، برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ در محیط نرم‌افزاری SPSS استفاده شد، که مقدار به دست آمده برابر با ۰/۸۷ بود.

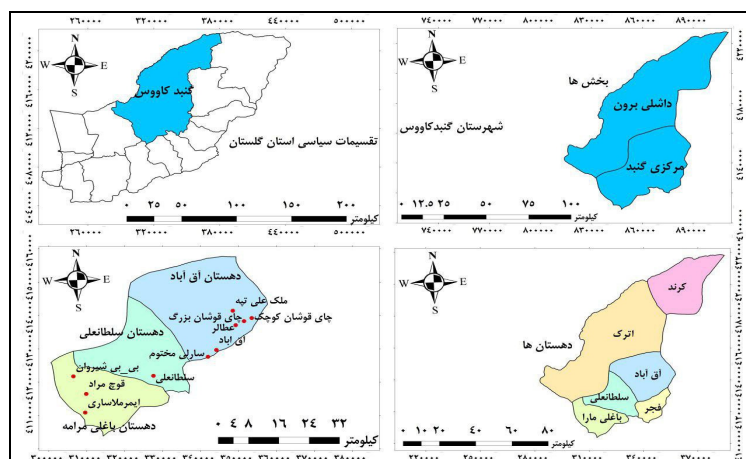
محدوده مورد مطالعه

شهرستان گنبد کاووس با مساحت ۵۰۷۱ کیلومتر مربع در بخش شرقی استان گلستان واقع شده و از شمال به جمهوری ترکمنستان، از غرب به شهرستان‌های علی‌آباد، آق‌قلا و گرگان، از شرق به شهرستان‌های کلالة و مینودشت و از جنوب به شهرستان‌های آزادشهر و رامیان محدود است (شکل ۱). بدون شک، رونق بخشی به اقتصاد روستا مستلزم شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از قابلیت‌های اقتصادی نواحی یادشده است. از دیرباز، برپایی بازارها و بازارچه‌های موقت نقشی مؤثر در بهبود معیشت و اقتصاد خانوارهای روستایی داشته است. دوری از مراکز خرید و بازارهای مشابه و دشواری تردد روستاییان، برخورداری از آستانه جمعیتی مناسب، وجود ظرفیت‌های تولیدی در محدوده مورد مطالعه و فراهم بودن زمینه مشارکت روستاییان برای ایجاد بازارچه باعث شده است در این ناحیه در پنج روز هفته، بازارهایی به شرح جدول ۲ تشکیل شود.

جدول ۲- توزیع بازارهای هفتگی روستایی شهرستان گنبد کاووس

روز برپایی بازار در هفته	مکان برپایی بازار هفتگی	روز برپایی بازار در هفته	مکان برپایی بازار هفتگی
سه شنبه بازار	ملک علی تپه، بی بی شیروان، سلطانهلی	شنبه بازار	فوج مراد، حاجی قوشان
چهارشنبه بازار	عطالر	یکشنبه بازار	ایمر ملاساری، سارلی مختوم
پنجشنبه بازار	حاجی قوشان بزرگ	دوشنبه بازار	آق آباد

مأخذ: یافته‌های پژوهش



شکل ۱- نقشه محدوده مورد مطالعه

نتایج و بحث

بررسی نقش بازارهای هفتگی در بهبود اوضاع اقتصادی

با توجه به نقش تاریخی بازارهای هفتگی در برقراری ارتباط بین مردم ساکن در نقاط مختلف و با عنایت به اهمیت جنبه‌های اقتصادی و غیراقتصادی معاملات انجام شده بین مراکز جمعیتی محلی، آشکار است که تقویت و تجهیز و سامان‌دهی بازارهای محلی می‌تواند موجب تسهیل توسعه این مراکز شود (Saeedi and Taghizadeh, 2011). اقتصاد و ساختارهای اقتصادی در ساخت، شکل‌دهی و توسعه فضای زندگی انسان‌ها عاملی تأثیرگذار و مهم به‌شمار می‌آید (Kalotra, 2013). بازارهای هفتگی و محلی روستایی محل داد و ستد فرآورده‌های زراعی، باغی، دامی و صنایع دستی روستایی است. برپایی این بازارها باعث ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای اهالی منطقه، کاهش بیکاری فصلی و رشد اقتصادی روستاها خواهد شد و در نتیجه، این ثبات اقتصادی مانع از مهاجرت روستاییان به شهر و مناطق دیگر می‌شود. به‌منظور تبیین رابطه استقرار بازارهای هفتگی با بهبود مؤلفه‌های اقتصادی روستاییان، از آزمون‌های تحلیل همبستگی و مقایسه میانگین استفاده شد. همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، نتایج تحلیل همبستگی کای اسکوتر نشان می‌دهد که ایجاد بازار در نواحی روستایی با بهبود شاخص‌های اقتصادی در روستا رابطه معنی‌دار تا سطح اطمینان ۹۹ درصد دارد.

جدول ۳- بررسی رابطه ایجاد بازارهای هفتگی با بهبود مؤلفه‌های اقتصادی از طریق آزمون کای اسکوتر

گویه‌ها	کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
رضایت از شغل	۹۳/۰۲۷	۳	۰/۰۰۳
پس‌انداز روستاییان	۱۴۵/۶۰۰	۲	۰/۰۰۸
درآمد روستاییان	۷۱/۵۷۸	۲	۰/۰۰۰
رضایت از درآمد	۷۱/۵۰۴	۳	۰/۰۰۰
اشتغال روستاییان	۷/۱۲۶	۱	۰/۰۰۰
امید به آینده شغلی	۲۲۹/۳۸۶	۲	۰/۰۱۱
امنیت شغلی	۳۲/۷۵۱	۲	۰/۰۰۰
تنوع شغلی	۹۵/۱۱۰	۳	۰/۰۰۴
کاهش مراجعه به شهر	۲۵/۷۷۸	۱	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همچنین، برای مقایسه میزان تأثیر گذاری بازار در بهبود مؤلفه‌ها و اوضاع اقتصادی، از آزمون فریدمن استفاده شد، که نتایج آن از تفاوت معنی دار و ۹۹ درصدی بین مقادیر به دست آمده و مؤلفه‌های اقتصادی حکایت دارد، به گونه‌ای که بالاترین گویه‌ها به ترتیب مربوط به کاهش مراجعه به شهر با میانگین رتبه‌ای ۳۵/۶۹ و تنوع شغلی با میانگین رتبه‌ای ۵/۹۸ بوده است. بر این اساس، می‌توان اذعان داشت که وجود بازار هفتگی روستایی توانسته است میزان مراجعه به شهر را در بین روستاییان به گونه‌ای معنی دار کاهش دهد و روستاییان مایحتاج خود را از همین بازارهای هفتگی تهیه می‌کنند. اما در مقابل، گویه ایجاد اشتغال با میانگین رتبه‌ای ۳/۸۱ پایین‌ترین امتیاز را داراست. بنابراین، بازار نتوانسته به گونه‌ای شایسته رضایت روستاییان را در ایجاد مشاغل جدید جلب کند (جدول ۴).

جدول ۴- مقایسه میانگین تأثیر بازارهای هفتگی در بهبود اوضاع اقتصادی با استفاده از آزمون فریدمن

گویه	میانگین رتبه‌ای	کای اسکور	درجه آزادی	سطح معنی داری
رضایت از شغل	۴/۳۹			
پس‌انداز روستاییان	۵/۴۰			
درآمد روستاییان	۵/۴۹			
رضایت از درآمد	۶/۰۵			
اشتغال روستاییان	۳/۸۱	۳۶۵/۰۶۳	۸	۰/۰۰۰
امید به آینده شغلی	۵/۴۳			
امنیت شغلی	۴/۷۵			
تنوع شغلی	۵/۹۸			
کاهش مراجعه به شهر	۳۵/۶۹			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که مؤلفه‌های سنجش سطح اقتصادی روستاییان بین گروه‌های مختلف شغلی حاکی از تفاوت معنادار ۹۹ درصدی گروه‌های شغلی با یکدیگر است. برای نمونه، در گویه رضایت از شغل، راننده‌ها با ۲۵۲/۶۶ بالاترین میانگین رتبه‌ای و گروه شغلی دامدار و کاسب با ۶۱/۰۰ کمترین میانگین رتبه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، در زمینه درآمد روستاییان، گروه شغلی دامدار و کاسب

تحلیلی بر کارکرد بازارهای هفتگی

بالاترین میانگین رتبه‌ای (۱۹۷/۵۰) و گروه شغلی کارگر با میانگین ۱۳۹/۷۸ کمترین مقادیر را به خود اختصاص داده‌اند (جدول ۵).

جدول ۵- مقایسه میانگین گویه‌های اقتصادی با گروه‌های شغلی مختلف روستایی با بهره‌گیری از آزمون کروסקال والیس

گویه‌ها	شغل بر اساس میانگین رتبه‌ای						ضریب کروسکال والیس	رتبه آزادی	سطح معنی‌داری
	کشاورز	دامدار	کارمند	کاسب	کارگر	راننده			
رضایت از شغل	۱۸۷/۹۸	۶۱/۰۰	۱۲۵/۹۵	۶۱/۰۰	۱۵۵/۷۰	۲۵۲/۶۶	۲۱۲/۰۷	۶	۷۸/۰۳۱
پس‌انداز روستاییان	۲۱۳/۷۱	۲۵۰/۴۶	۲۰۳/۷۹	۲۶۴/۰۰	۲۶۴/۰۰	۸۸/۰۰	۱۵۶/۳۴	۶	۸۸/۴۱۹
درآمد روستاییان	۱۸۴/۵۸	۱۹۷/۵۰	۱۹۵/۴۲	۱۹۷/۵۰	۱۳۹/۷۸	۱۷۱/۹۹	۱۸۲/۸۴	۶	۶/۹
رضایت از درآمد	۱۲۱/۲۹	۲۶۸/۴۶	۲۲۲/۹۶	۱۶۶/۵۰	۱۲۰/۱۳	۲۵۴/۳۹	۱۸۰/۷۰	۶	۸۲/۰۶۳
اشتغال روستاییان	۲۱۵/۶۹	۱۰۴/۵۰	۱۱۱/۵۲	۱۰۴/۵۰	۱۷۵/۹۱	۲۴۸/۵۸	۱۹۲/۹۰	۶	۹۴/۶۳۹
امید به آینده شغلی	۱۶۷/۰۸	۲۱۴/۶۵	۲۳۴/۸۴	۲۰۳/۵۰	۱۳۸/۷۴	۲۰۳/۵۰	۱۶۰/۳۵	۶	۵۱/۶۳۳
امنیت شغلی	۱۷۷/۷۰	۸۷/۰۰	۱۷۸/۱۷	۸۷/۰۰	۱۴۰/۴۱	۲۱۵/۴۹	۱۹۷/۹۳	۶	۲۵/۵۳
تنوع شغلی	۱۵۶/۴۰	۲۷۶/۶۹	۱۵۴/۹۹	۲۹۵/۵۰	۲۶۸/۵۰	۱۶۰/۳۸	۱۹۸/۴۸	۶	۴۶/۰۶۹
کاهش مراجعه به شهر	۱۵۷/۲۸	۲۸۴/۴۶	۲۲۱/۲۹	۲۹۸/۵۰	۲۲۷/۰۹	۱۱۶/۰۰	۱۷۷/۳۱	۶	۶۹/۱۴۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

شایان ذکر است که برای سنجش میزان درآمد در گروه‌های مختلف شغلی، از تحلیل واریانس یک‌طرفه و همچنین، برای طبقه‌بندی گروه‌ها از آزمون دانکن استفاده شده و نتایج آزمون بیانگر آن است که تفاوت معنی‌دار بین گروه‌های شغلی تا سطح ۹۹ درصد وجود دارد؛ نتایج آزمون دانکن نیز نشان می‌دهد که مشاغل مختلف به لحاظ سطح درآمدی در گروه‌های مختلف قرار گرفتند، به گونه‌ای که مشاغل آزاد و خانه‌دارها در پایین‌ترین و کارمندان در بالاترین طبقه درآمدی قرار گرفتند. از این‌رو، اختلاف معنی‌دار و ۹۹ درصدی کاملاً مشهود است (جدول ۶ و ۷).

جدول ۶- مقایسه میانگین درآمد با گروه‌های شغلی با استفاده از آزمون F مستقل یک‌طرفه

مقدار عامل مورد بررسی	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
میزان درآمد با شغل	۱/۵۸۶	۴	۳/۹۶۴	۳۸۸/۰۵	۰/۰۰۰
روستاهای مورد مطالعه	۵/۹۸۸	۳۶۰	۱/۶۶۳	۳۸۸/۰۵	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۷- مقایسه درآمد با گروه‌های شغلی با استفاده از آزمون گروه F مستقل یک طرفه (آزمون دانکن) (واحد: تومان)

شغل	تعداد	گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
خانه‌دار	۱۲۸	۹۸۵۹۳۷			
آزاد	۷۶	۹۸۱۱۵۷			
کشاورز	۸۳		۱۰۸۵۵۴۲		
دبیر	۲۶۰			۱۳۸۴۶۱۵	
کارمند	۵۲				۱۵۶۵۳۸۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بررسی نقش بازارهای هفتگی در بهبود اوضاع اجتماعی

ایجاد جاذبه گردشگری و تأثیر آن در فعال‌سازی صنعت گردشگری روستایی و نیز ایجاد وفاق و همبستگی اجتماعی و مشارکت به دلیل کارکردهای بالای اجتماعی بازارهای هفتگی در مناطق روستایی گنبد کاووس از ویژگی‌های اجتماعی مرتبط با بازار هفتگی است. این بازارها به نوعی جلوه گاه اقتصاد و فرهنگ مردم منطقه‌ای هستند که در آن بر پا می‌شوند و صرفاً مکانی برای خرید و فروش کالاها نیستند، بلکه در پشت همین کارکرد مهم، بسیاری از عوامل فرهنگی مؤثر وجود دارد. از جمله ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی بازارهای روستایی عبارت‌اند از: امکان ملاقات با خویشان و آشنایان، حل و فصل اختلافات، تبادل اطلاعات، گذران اوقات فراغت و تفریح، اجرای مسابقات، یافتن همسر، یا صرف لذت بردن از فضای زنده و پرجنب‌وجوش بازار؛ و به دیگر سخن، شادابی و سرزندگی که امروزه، از شاخص‌های مهم سنجش کیفیت زندگی انسان به‌شمار می‌رود، از این طریق قابل حصول بوده است (Shafiee Sabet, 2009).

همان‌گونه که نتیجه آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد، برای نمونه، در گویه صرفه‌جویی در وقت و هزینه، گروه شغلی کاسب با میانگین ۲۷۹/۵۰ بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده و وجود بازارهای هفتگی به‌طور مطلوب توانسته است باعث صرفه‌جویی در وقت و هزینه‌ها شود، اما در گروه شغلی دامدار با ۱۱۱/۴ کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است، زیرا بنا به ماهیت شغل دامداری، حضور در بازارهای هفتگی باعث اتلاف وقت و هزینه این گروه شغلی شده است. در گویه مصرف مواد

تحلیلی بر کارکرد بازارهای هفتگی

پروتئینی، گروه شغلی دامدار با ۳۰۶/۵۴ بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده، چون دامداران مواد پروتئینی را خودشان تولید می کنند و مستقیم به بازار هفتگی می برند و محصولات خود را به مراجعه کنندگان به بازار می فروشند، بدون اینکه واسطه‌ای وجود داشته باشد؛ و گروه شغلی راننده با ۱۲۶/۶۱ کمترین میانگین را داراست، چون این افراد در جاده‌ها به‌طور شبانه روزی مشغول به کار هستند و کمتر می توانند از مواد غذایی مناسب عرضه شده در این گونه بازارها استفاده کنند (جدول ۸).

جدول ۸- مقایسه گویه‌های اجتماعی با گروه‌های مختلف شغلی با استفاده از آزمون کروسکال والیس

گویه‌ها	شغل بر اساس میانگین رتبه‌ای							ضریب کروسکال والیس	رتبه داری	معنی داری	سطح
	کشاورز	دامدار	کارمند	کاسب	کارگر	راننده	خانه‌دار				
صرفه‌جویی در وقت و هزینه	۱۹۰/۴۲	۱۱۱/۰۴	۱۳۴/۴۴	۲۷۹/۵۰	۲۵۵/۷۰	۱۹۷/۸۶	۱۹۶/۸۰	۳۵/۵۴۸	۶	۰/۰۰۰	
مصرف مواد پروتئینی	۱۷۵/۱۳	۳۰۶/۵۴	۱۹۰/۵۶	۲۶۱/۰۰	۲۱۸/۹۳	۱۲۶/۶۱	۱۸۰/۶۹	۱۸/۳۱۵	۶	۰/۰۰۰	
مصرف سبزیجات و میوه	۲۰۱/۶۴	۷۵/۱۲	۱۸۳/۹۴	۱۲۹/۰۰	۱۶۲/۲۶	۱۸۳/۱۱	۱۸۵/۲۷	۴۱/۴۹۴	۶	۰/۰۰۰	
اتحاد و انسجام ساکنین روستا	۲۰۱/۸۳	۸۷/۰۰	۱۱۰/۳۳	۸۷/۰۰	۱۵۸/۲۲	۲۶۹/۰۰	۲۰۴/۳۴	۱۹/۶۶۵	۶	۰/۰۰۰	
روشنایی معابر روستا	۱۸۲/۴۱	۲۳۹/۷۷	۱۵۰/۵۸	۲۳۶/۰۰	۲۲۹/۹۳	۱۵۸/۹۱	۱۹۵/۶۸	۲۹/۵۰۴	۶	۰/۰۰۰	
گذران اوقات فراغت	۲۱۲/۷۵	۱۲۱/۵۰	۱۲۶/۱۸	۱۲۱/۵۰	۱۲۱/۹۱	۲۲۲/۳۶	۱۹۱/۳۶	۵۰/۴۱۵	۶	۰/۰۰۰	
امنیت در روستا	۱۶۶/۵۴	۱۸۷/۱۵	۲۱۹/۵۸	۶۱/۵۰	۱۰۴/۵۴	۱۹۷/۰۹	۱۸۲/۰۲	۶۰/۱۹۸	۶	۰/۰۰۰	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج جدول ۹ نشان می دهد که تمام گویه‌های ارائه شده با ایجاد بازارهای هفتگی در نواحی روستایی مورد مطالعه رابطه معنی دار در سطح اطمینان ۹۹ درصد دارند. همان طور که نتیجه آزمون فریدمن نشان می دهد، سطح معناداری گویه‌ها نشان دهنده وجود تفاوت معنی دار در بین مؤلفه‌های اجتماعی در سطح اطمینان ۹۹ درصد است. به نحوی که بیشترین مقادیر مربوط به رضایت از گذران اوقات فراغت با میانگین رتبه‌ای ۷/۷۶ است و کمترین مقادیر به وضعیت امنیت در روستاها تعلق گرفته است (جدول ۱۰).

جدول ۹- بررسی رابطه بین مؤلفه اجتماعی با استقرار بازار هفتگی با استفاده از تحلیل همبستگی کای اسکوتر

گویه‌ها	فراوانی	درصد	کای اسکوتر	آماره F	سطح معنی‌داری
صرفه جویی در هزینه، وقت	۱۹۳	۸۰	۱/۲۰۸	۱	۰/۰۰۰
مصرف مواد پروتئینی	۶۰	۹۰	۲۶/۳۷۵	۳	۰/۰۰۰
مصرف میوه و سبزیجات	۶۸	۷۳	۲۷/۷۵۳	۴	۰/۰۰۰
رضایت از مرکز بهداشت و درمان	۷۸	۹۰	۶۷/۰۵۵	۴	۰/۰۰۰
وضعیت سلامت	۱۴	۱۲/۳	۱۷۱/۲۲۷	۲	۰/۰۰۸
اتحاد و انسجام روستاییان	۱۹۱	۶۹	۱۸۰/۸۴۴	۲	۰/۰۰۹
امنیت و آرامش	۱۷۰	۵۱	۳۲/۷۵۱	۱	۰/۰۰۰
روشنایی معابر	۵۶	۳۵	۱۰۶/۹۸۹	۳	۰/۰۰۸
امنیت در روستا	۱۲۳	۵۸	۳۸/۷۹۷	۱	۰/۰۰۰
گذران اوقات فراغت	۱۱۳	۴۵	۲۷/۶۸۸	۲	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۱۰- مقایسه میانگین تأثیر بازارهای هفتگی در بهبود مؤلفه‌های اجتماعی با استفاده از آزمون فریدمن

گویه	میانگین رتبه‌ای	کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
صرفه جویی در وقت و هزینه	۴/۰۲			
مصرف مواد پروتئینی	۱۸/۶			
مصرف میوه و سبزیجات	۷/۰۰			
رضایت از مرکز بهداشت	۷/۵۰			
رضایت از وضعیت سلامت	۳/۸۹	۱۳۲۶/۹۲۸	۹	۰/۰۰۰
اتحاد و انسجام میان روستا	۴/۱۲			
امنیت و آرامش	۴/۰۰			
روشنایی معابر	۷/۰۳			
وضعیت امنیت در روستا	۳/۴۹			
رضایت از گذران اوقات فراغت	۷/۷۶			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بررسی نقش بازارهای هفتگی در بهبود اوضاع کالبدی

بازار نه تنها اوضاع اقتصادی روستاییان را بهبود می‌بخشد، بلکه باعث افزایش درآمد دهیاری‌ها از محل کسب عوارض فروشندگان کالا در بازار شده و بدیهی است که مدیران روستایی به تبع افزایش درآمد دهیاری‌ها در راستای بهبود کالبدی روستاها به‌ویژه در مکانی که بازارهای محلی در آنجا برپا می‌شوند، گام برمی‌دارند. چه بسا این اقدام عمرانی ضمن عمران و آبادانی روستا به رونق بیشتر بازار هفتگی در ناحیه مورد مطالعه نیز بینجامد. نتایج آزمون کای اسکوتر برای بررسی رابطه بین ایجاد بازار هفتگی و بهبود اوضاع کالبدی بیانگر آن است که بین مؤلفه‌های یادشده رابطه معنی‌دار در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد.

جدول ۱۱- مقایسه میانگین تأثیر بازار در بهبود اوضاع کالبدی روستا با استفاده از آزمون

فریدمن

گوپه	میانگین رتبه‌ای	کای اسکوئر	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
کیفیت ساخت و ساز مساکن روستا	۶/۳۶			
حفظ آثار باستانی	۶/۴۶			
مقاوم سازی مساکن	۶/۹۷			
احداث بوستان و فضای سبز	۷/۹۳			
خانه بهداشت، مرکز بهداشت	۲/۸۹	۳۴۹۰/۷۵۸	۱۳	۰/۰۰۰
گرمايه عمومی	۶/۰۴			
کشتارگاه دام	۷/۴۹			
غسالخانه	۲/۸۹			
گورستان	۲/۸۹			

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج جدول ۱۱، می‌توان گفت که بیشترین میانگین رتبه‌ای مربوط به احداث بوستان و فضای سبز و کمترین میانگین به ایجاد غسالخانه و سامان‌دهی گورستان‌ها تعلق گرفته است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بازارهای هفتگی در روستاها از گذشته‌های دور تاکنون، به عنوان مرکز اصلی انجام مبادلات ضروری و مورد نیاز روستاییان و مردم شهرهای کوچک، به حیات خود ادامه داده‌اند. بی‌تردید، بازارهای هفتگی نه تنها باعث رونق اقتصادی و بهبود فضای کسب و کار در روستاها بلکه به تبع آن، موجب افزایش انگیزه ماندگاری و تثبیت جمعیت روستاییان در نواحی روستایی و در نتیجه، سامان‌دهی اوضاع کالبدی- فضایی در روستاها می‌شوند. شایان ذکر است که برپایی بازار و گسترش آن در محیط روستا نقشی چشمگیر و تعیین کننده در کلیت نظام ساختاری بافت‌ها و کالبد روستاها خواهد داشت. از این رو، بر پایه نتایج پژوهش حاضر، برپایی و گسترش بازارهای هفتگی در راستای توسعه یافتگی روستاها و ارتقای کیفی زندگی روستاییان ضروری و اجتناب‌ناپذیر است، که با یافته‌های شفيعی ثابت (Shafiee Sabet, 2009)، مهدوی و احمدی‌زاده هندخاله (Mahdavi and Ahmadizadeh Hendekhaleh, 2010)، مطيعی لنگرودی و همکاران (Motiee Langroodi et al., 2013)، سقر (Saghar, 2015) و نظری و همکاران

(Nazari et al., 2016) هماهنگی دارد. خریداران این بازارها از اقشار متوسط و پایین جامعه هستند که به دنبال قیمت پایین بوده و لذا این بازارها موجب بهبود معیشت مردم متوسط و پایین می‌شود. از طرفی، اقتصاد روستایی نیازمند متنوع‌سازی است، چراکه روستاهای محدوده مورد مطالعه عمدتاً تنوع اندکی در مشاغل و در نتیجه، در منابع درآمدی خود دارند. از این رو، ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جنبی و تلفیقی در بهبود وضعیت روستاها مؤثر افتاده و بازارهای هفتگی روستایی توانسته پاسخی بدین نیاز روستاها باشد. آنها ضمن رفع نیازهای افراد ساکن در نواحی روستایی و حوزه نفوذ، با اتکا به تولیدات محلی و بومی و عرضه مستقیم و بی‌واسطه این تولیدات در بازار که منجر به قیمت مناسب کالا می‌شود، به ایجاد انگیزه برای تولید بیشتر در بین روستاییان می‌انجامد. طبعاً تولید بیشتر، افزایش بهره‌وری اقتصادی را برای روستاییان در پی خواهد داشت. در این بین، با ایجاد روابط و مناسبات بین سکونتگاه مرکز (محل بازار) و حوزه نفوذ آن در سطوح مختلف و ایجاد تعادل بین روابط سکونتگاه‌ها، پیوندهای روستایی و در پی آن، یکپارچگی فضایی ایجاد می‌شود. بر این اساس، در راستای گسترش بازار و ترویج فضای کسب و کار در نواحی روستایی، می‌توان پیشنهادهایی را بدین شرح ارائه کرد:

- مکان‌یابی صحیح و مناسب بازارهای هفتگی در نواحی روستایی مورد مطالعه با ملاحظه شاخص‌های دسترسی، حوزه نفوذ و شعاع عملکردی این بازارها؛
- بهبود فضای کسب و کار و ایجاد رونق اقتصادی در فضای روستا؛
- مدیریت پسماندها و آلودگی زیست‌محیطی ناشی از برپایی بازارهای هفتگی در سریع‌ترین زمان ممکن و جمع‌آوری زباله و دفن آن در مکان مناسب در راستای تقویت نظارت و مدیریت روستایی؛
- تنوع‌بخشی به مشاغل روستایی و افزایش درآمد جانبی برای روستاییان؛
- طراحی فضاهای استراحت، پارکینگ، بازی کودکان، سرویس‌های بهداشتی و ... در ناحیه مورد مطالعه و بسترسازی برای ایجاد شرایط گردشگری - تفریحی در بازارچه‌های روستایی؛
- اعطای تسهیلات برای ایجاد مشاغل در واحدهای خدماتی، تجاری، خانگی و تولیدی از طریق صندوق‌های کار و رفاه اجتماعی و صدور مدارک فنی و حرفه‌ای پس از طی

تحلیلی بر کارکرد بازارهای هفتگی

- دوره‌های آموزشی مبتنی بر دانش بومی در راستای حمایت از تولیدکنندگان و فروشندگان خرد روستایی؛
- نظارت دولت و یا دهیاری‌ها بر نحوه قیمت‌گذاری کالاهای عرضه‌شده در بازارها و تعدیل قیمت‌ها و کوتاه کردن دست واسطه‌ها؛
- برپایی نمایشگاه‌های ادواری تولیدات روستاها در بازارهای روستایی و انعکاس آن از طریق رسانه‌ها؛ و
- همکاری نهادهای دیگر شامل فرمانداری، شهرداری با دهیاران روستاهای دارای بازار هفتگی و تعامل همه این‌گونه نهادها برای آبادانی و عمران روستاها.

منابع

1. Aali, R. (2015). Investigating the role of weekly markets in rural development, case study: villages of Sahand city. Second National Tourism Conference, Geography and Sustainable Environment, Hamedan: Hegmataneh Environmental Assessors Association, Mofateh. (Persian)
2. Asghari Lafmejani, S. and Ashineh, H. (2013). Social challenges of rural development in the viewpoint of rural people in Kahnouj case study: Chah Haji village. The Fourth Regional Conference on Challenges and Development Strategies in the Confined Areas, Kahnouj: Islamic Azad University, March 13. (Persian)
3. Asheree, E.A. and Yadegari, Z. (2015). The effect of weekly markets on the sustainability of rural economies (case study of Naghadeh weekly markets). First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources and Sustainable Development, Tehran: Iranian Institute of Science, Tehran University of Science and Technology, Sustainable Tourism Development and Sustainability. (Persian)
4. Azmi, A. (2011). Explanation of function the local periodic markets and its effects on rural development, case study: Guilan province. PhD Thesis of Geography, Faculty of Geography, University of Tehran. (Persian)
5. Ehinmowo, A.A. and Ibitoye, A.O. (2010). Periodic market, a common marketing feature in Akoko. *Journal of Geography and Regional Planning*, 3(12): 361-364.

6. Farahani, H., Valaei, M. and Rasoulinia, Z. (2013). Evaluating the effects of Malekan weekly market on the economic sustainability in rural areas (case study: northern Marhamatabad sub-district, Miyandoab County). *Journal of Research and Rural Planning*, 2(2): 211-232. (Persian)
7. Gharanjik, A.M. (2012). The role of local markets in the economic development of rural areas. *Dehyariha Monthly*, 7(34): 18-22. (Persian)
8. Johnson, E.A.J. (1965). Market towns and spatial development in India. New Delhi: National Council of Applied Economic Research, 388-389.
9. Kalotra, A. (2013). Rural marketing potential in India: an analytical study. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 3(1): 1-10.
10. Khajeh-Shahkoochi, A.R., Dahmardeh, R., Jafari, S. and Zeraati, F. (2016). Investigating the role of weekly markets in rural economic development (case study of Gorgan). The 2nd International Conference on Geosciences, Institute of Supporters of Biological Knowledge of Armani Environment, Ardabil, pp. 112-120. (Persian)
11. Mahdavi, M. and Ahmadizadeh Hendekhaleh, T. (2010). The role of Guilan's weekly markets in the rural development and the birth of new cities in the province, case study: city of Soumehsara. *Territory Journal*, 8(1): 37-53. (Persian)
12. Molaie Hashjin, N., Amar, T. and Bagheri, A. (2018). The role of local management in economic development of rural areas of Behshahr County. *Quarterly Journal of Space Economy and Rural Development*, 6(4): 165-176. (Persian)
13. Motiee Langroodi, S.H., Ghadiri-Masoom, M., Rezvani, M.R. and Azmi, A. (2013). Role of local periodic market on tourism development (case study: Guilan province). *Geographic Space*, 13(43): 115-133. (Persian)
14. Nazari, A.H., Sahneh, B. and Saghar, A. (2016). Local-spatial analysis of rural weekly markets, based on rural hierarchical system in Aq-Qala County. *Journal of Spatial Planning*, 6(1): 103-124. (Persian)
15. Park, S. (1981). Rural development in Korea: the role of periodic markets. *Economic Geography*, 57(2): 113-126.

16. Saeedi, A. and Taghizadeh, F. (2011). Rural-urban links and regional development: a comparative study of Bagh-Malek and Ardakan Counties. *Geography (Scientific and International Journal of Iranian Geographical Association)*, 3(6-7): 33-47. (Persian)
17. Saghar, A. (2015). Spatial Analysis of role of weekly rural markets in rural economic sustainability in Aq-Qala County. Master's Dissertation of Payame Noor University, Gonbad-e Kavous. (Persian)
18. Sahneh, B., Sadin, H., Neshat, A. and Talkhabi, H.R. (2018). The effects of city-village relationships on the economy of villages in Azad-Shahr County. *Space Economy & Rural Development*, 6(21): 121-138. (Persian).
19. Scott, E.P. (1972). The spatial structure of rural northern Nigeria: farmers, periodic markets, and villages. *Economic Geography*, 48: 316-322.
20. Shafiee Sabet, N.A. (2009). The role of weekly rural markets in economic development of villages in Tehran province of Iran. *Village and Development*, 12(1): 29-52. (Persian)
21. Sultanabadi, M., Jalalian, H. and Momeni, H. (2017). Feasibility study of agricultural exchange centers in rural areas (case: Sultanabad village, Khooshab). *Economic Researches of the Village*, 3(6): 15-32. (Persian)
22. UN Fund (2002). Indicators for population and reproductive health programmed technical and policy division. USA: UN.