

بررسی عملکرد بازار روستایی در توسعه شهری و روستایی

ونقش آن در حذف دلال ها (نمونه موردی : روستای سارمساقلو زنجان)

1-سروش نظریان*

2-لنا صفائیان²

3-مهدی اله ورن³

4-فرزاد محمدی⁴

1- دانشجوی کارشناسی ناپیوسته معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، Na.sorosh@yahoo.com

2- استاد گروه معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، LenaSafaiyan@yahoo.com

3- دانشجوی کارشناسی ناپیوسته معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، Mahdi12arc@gmail.com

4- دانشجوی کارشناسی ناپیوسته معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، Farzad.arc87@gmail.com

چکیده

شهر و روستا از گذشته تا امروز با یکدیگر تعامل های بسیار نزدیکی داشته اند از جمله این تعامل ها میتوان به تعامل اقتصادی اشاره کرد، اما متأسفانه روابط این دو سمت با وجود دلال ها و واسطه گران هر روز کم رنگ تر میشود که خود اثرات مخربی در اقتصاد هر دو سمت داشته است.

در این مقاله به بررسی بازارچه های روستایی و عملکرد های اساسی آن در توسعه شهری و روستایی و نتایج آن در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و گردشگری شهر و روستا پرداخته شده است. ابتدا با بررسی نمونه های موردی موجود و در آخر با بررسی یک روستا به روش تحقیقات میدانی به شناخت عملکرد های این بازارچه ها می توان پی برد. سپس با بررسی محور های اصلی این بازارچه ها به عملکردهای اصلی و مثبت آن اشاره کرد. این بازارچه ها بدلیل نا شناس بودن در بین مردم شهر و روستا مستلزم زمینه و الزاماتی برای برپایی آن میباشد که در صورت اجرا با شکست مواجه نشود به همین منظور مواردی پایه و اساسی برای برپایی این بازارچه ها اشاره شده است .

واژگان کلیدی: بازارچه روستایی ، حذف دلال ، توسعه روستا ، توسعه اقتصادی

مقدمه

1- پیشینه

از گذشته تا امروز یکی از مهم ترین عوامل ارتباط بین مردم خرید و فروش بوده است. که خود از روش های مختلف انجام می گرفت. از جمله خرید فروش های امروزی می توان به خرید و فروش بین روستاییان و شهر نشینان اشاره کرد، که رابطه نزدیک و تنگاتنگی بین این دو جبهه قرار دارد. زندگی شهرها وابسته به ادامه ی حیات روستاهاست زیرا که مهمترین نیازهای حیاتی و زیستی (بیولوژیکی) ساکنان شهرها که همان مواد غذایی است، در روستاها و توسط عشایر تهیه می شود.

در ایران، مراد از حمایت از روستاییان، در واقع حمایت از بخش کشاورزی است. با توجه به این اصل مسلم که خودکفایی کشور در زمینه ی مواد غذایی، مقدمه ی لازم برای حفظ استقلال سیاسی است، به همین لحاظ، اصل خود کفایی از اهم اهداف دولت در سال های بعد از انقلاب بوده است. بنابراین ملاحظه می شود که توجه و رسیدگی به روستاها و مناطق روستایی جزو مسائل و موضوعات جدی و در دست اقدام دولت است. [1]

تجارت به عنوان مهمترین شکل مبادله ی اجتماعی از جمله کارکردهای اصلی انسان بهشمار میرود. کارکردی، که سبب احداث مکانها و فضاهای ویژه ی خود به نام بازار به اشکال گوناگون گردیده است. [2] این مکانها در طول دورانهای مختلف حیات بشری و در جوامع گوناگون به اشکال مختلف شکل گرفته، تکامل یافته و عملکردهای گوناگونی برای سکونتگاه منشا خود و ناحیه ی پیرامون آن داشته اند، چه بسا بسیاری از آنها خود منشا شکل گیری سکونتگاههایی بوده اند.

روستا به عنوان کوچکترین واحد فضایی و سکونتگاهی، دارای کارکردهای مختلفی است، که نقش اقتصادی به همراه کارکردهای اجتماعی، در تبلور مکان فضایی آن بسیار مؤثر است. این امر از آن جهت اهمیت دارد که، اقتصاد روستایی نیازمند متنوع سازی است. [3]

روستاهای کشور ما عمدتاً تنوع اندکی در مشاغل و در نتیجه منابع درآمدی خود دارند. از این رو ایجاد فعالیتهای بازارهای، اقتصادی جنبی و تلفیقی در بهبود وضعیت روستاها مؤثر خواهد بود. [3] همچنین از کارکردهای مهم بازارهای محلی کمک به محلی روستایی میتواند پاسخی به این نیاز روستاها باشد. توسعه ی صنایع روستایی است که یکی از نیازهای ایجاد و طراحی آنها بازار و بازاریابی است که نیز مهمترین فاکتور برای توسعه ی صنایع روستایی نیز می باشد. با توجه به ویژگیهای بازارهای محلی از جمله ایجاد تنوع شغلی، نقش مکمل برای فعالیتهای روستاییان، درآمد جنبی برای روستاییان، کاهش وابستگی به شهرها، ایجاد ارتباطات اقتصادی و اجتماعی بین روستاها و ... به نظر میرسد که این بازارهای محلی یکی از عوامل رونق اقتصادی، اجتماعی و توسعه ی روستایی در ایران باشند.

تعریف و اصطلاحات تحقیق

بازار

تعریف : بازار مشتمل بر تمام مشتریان بالقوه‌ای است که دارای نیاز و خواسته مشترک باشند و برای تامین نیاز و خواسته خود، به انجام مبادله متمایلند و توانایی انجام این کار را نیز دارند[4]

معنی : 1- محل خرید و فروش کالا 2- نیرنگ ، فریب . 3- پیشامد، ماجرا 4- بهانه ، بیهودگی 5- مجازاً ارزش و اعتبار شام کنایه از: شلوغی و ازدحام.[5]

دلالت

تعریف : میانجی بین بایع و مشتری، کسی که با دریافت حق معینی، واسطه بین خریدار و فروشنده می شود.[5]

معنی: واسطه بین فروشنده و خریدار[5]

روستا

تعریف : "ده" (یا "قریه") به معنی سرزمین است. از نظر تقسیمات کشوری، "ده" (یا "روستا" و یا "آبادی") در ایران، کوچکترین واحد سکونتی و اجتماعی-سیاسی است. کشور به چندین استان (دارای استاندار)، هر استان به چند شهرستان (دارای فرماندار)، و هر شهرستان به چند بخش (دارای بخش‌دار)، و هر بخش به چند شهر (دارای شهردار) و روستا (دارای کدخدا) تقسیم می‌شود. البته به مجموعه‌ای از چندین ده هم دهستان گفته می‌شود که مسئول آن دهیار نامیده می‌شود.[6]

معنی : روستایی . (ص نسبی) باشند ، ده یعنی دهقان . (آندراج) (غیات اللغات) . قروی . (مهدب الاسماء) . اهل ده . (از فرهنگ شعوری) . دهاتی و دهقان . (ناظم الاطباء) . آنکه در روستا نشینند.[14]

2- هدف تحقیق

متأسفانه افرادی که با نام دلالت شناخته می‌شوند در میان افراد روستایی و شهر نشین قرار گرفته‌اند که باعث شده ارتباط بین این دو جبهه روستایی و شهری کم رنگ شود . که این مشکل باعث بروز حوادث بعدی از جمله آسیب های اقتصادی اجتماعی فرهنگی و... که در طول تحقیق بیشتر به آن اشاره خواهیم کرد.

هدف اصلی ما از این تحقیق ایجاد بازارچه ای همانند جمعه بازار ها دوشنبه بازار ها و.. می باشد که در نهایت، این عامل سبب پویایی اقتصاد و گردش پول در ناحیه و توسعه ی اقتصادی می شود. با این تفاوت که این بازار محلی برای عرضه کالای روستایی به طور مستقیم و بدون دخالت دلالت و واسطه می باشد، که خود میتواند عاملی بر حذف دلالت ها باشد . حذف این دلالت ها فواید بسیار متنوعی که به آن اشاره خواهیم کرد دارد . ضمناً بازار های محلی علاوه بر این موارد باعث کاهش تورم منطقه می شود.



ما با شعار ((پیشرفت روستاها پیشرفت کشور می باشد)) پیش می رویم و هدف پایه ما می باشد.

این طرح همانطور که فواید بسیاری دارد نیاز مند شرایط و زیر ساخت های خاص مربوط به خود می باشد از جمله مدیریت و برنامه ریزی که آن ها موانع شکست طرح می باشند. که بتوان به هدف اصلی آن که توسعه اقتصادی فرهنگی اجتماعی روستا و شهرهاست برسیم.

سعی خواهیم داشت در طول تحقیق پیشنهادات و راه حل هایی برای اجرای این طرح که مهم ترین اهداف آن حذف دلال ها می باشد داشته باشیم.

روش تحقیق

برای رسیدن به اهداف تحقیق از ترکیب دو روش مطالعه میدانی و مطالعه کتابخانه ای استفاده کرده ایم که ابتدا با مطالعه و تحقیق در مورد ارکان اصلی طرح و نمونه های موردی موجود در طرح اساس و پایه تحقیق خود را برای پیاده سازی طرح خود آماده کرده ایم. سپس با در نظر گرفتن یک نمونه موردی و مشخص کردن حوزه ی مطالعه خود شروع به تکمیل تحقیقات خود پرداختیم.

پس از جمع آوری نمونه های موردی و اطلاعات مورد نیاز در بخش مطالعات به روش کتابخانه ای در روش مطالعه میدانی از میرسیم که از روش قدیمی و کارای پرسش پاسخ محلی و رسم نمودار و نتیجه گیری از آن پرداختیم.

سوال های تحقیق

این تحقیق، در پی پاسخگویی به سوالات زیر می باشد:

چگونه میتوانیم دلال ها را از میان روستاییان و شهر نشینان به وسیله بازار روستایی حذف کرد؟

چگونه می توانیم طرح بازار روستایی را اجرا کنیم؟

فرضیه های تحقیق

"فرضیه بیان نظری اثبات نشده است که باید با توجه به واقعیت های شناخته شده ، به آزمون گذاشته شود و فرد محقق در صدد اثبات یا رد فرضیات مطرح شده است." [7]

به این ترتیب فرضیات تحقیق عبارتند از:

1. به نظر میرسد با حذف دلال ها بین روستاها و شهر ها اقتصاد و فرهنگ روستا رو به پیشرفت باشد.
2. به نظر می رسد با ایجاد بازار روستایی ایجاد اشتغال ، در آمد بیشتر و آبادی روستا های روستا نشینان شود.

مبانی نظری تحقیق

بررسی نمونه های موردی

روستای رجعین

در روستای رجعین به دلیل این که درآمد بیشتر مردم آنها از کاشت و برداشت هندوانه است و به دلیل دارا بودن زمین های کشاورزی مناسب جهت کاشت هندوانه یکی از روستا های صادر کننده هندوانه است . در فصل تابستان که زمان برداشت محصول است کشاورزان با ایجاد بازارچه فصلی موقت در نزدیکی زمین های خود و در کنار اتوبان زنجان- تبریز محصولات خود را به فروش می رسانند این تمهید باعث حذف دلال ها می شود که این اتفاق عمدتاً باعث مقرون به صرفه بودن برای خریداران شده و سود کشاورز بیشتر می شود. (ماخذ:نگارندگان)

روستاهای تاکستان

در روستا های تاکستان به دلیل این که در آمد بیشتر مردم آنها کاشت هندوانه است و هم وجود تاکستان های وسیع ، عمده ی اشتغال مردم در این روستاها کشاورزی در همین باغات انگور است لذا برای بالا رفتن سود کشاورز زمانی که محصول رسیده شد . محصولات خود را در در کنار جاده به فروش می گذارند.از این طریق هم به اقتصاد خود کمک می کنند و هم خریدار محصول تازه به خانه می برد و هم در آن میان دلال ها حذف شده است. (ماخذ:نگارندگان)

روستای باشماق

بازگشایی مرز مریوان و فعالیت بازارچه ی مرزی باشماق به افزایش قابل توجه تردد بازرگانان ، تاجران ، کاسبان ، شهروندان عادی و زائران و ...از استان ها و شهرهای مختلف کشور به این شهر و منطقه مرزی شده است . بازارچه مرزی مریوان باشماق در بخش تجاری حمل و نفل زیرساخت ها ، مکان های اقامتی و تاسیس مرکز بانکی و بیمه بازتاب های فضایی متعددی داشته است . نه تنها به نوسازی شهر مریوان کمک کرده بلکه باعث شده تا مغازه ها ، مسافرخانه ها و غذاخوری هایی که به نحوی به علت در آمد پایین تعطیل شده بودند بازسازی شوند و مورد استفاده قرار گیرند . بازارچه ی مرزی باشماق تاثیر عمیقی در کاهش قاچاق کالا داشته است و هم چنین با راه اندازی آن اشتغال زایی در منطقه کردستان افزایش چشمگیری داشته است . از طرف دیگر بازارچه در ایجاد روابط سیاسی و اقتصادی با کشور هم جوار عراق تاثیر بسزایی داشته است. [8]



بازارچه صنایع دستی و سوغات محلی در عمارت اکبریه بیرجند

صنعتگران در این بازارچه، تولیدات خود را در رشته هایی از قبیل رودوزی های سنتی، حوله بافی، تولیدات چرمی دست دوز، معرق چوب، سفال و سرامیک، گلیم و تراش سنگ های قیمتی و نیمه قیمتی و همجوشی شیشه عرضه و به نمایش گذاشته اند. [9]

بازارچه روستایی کشور در همدان

این بازارچه که در یکی از روستا های همدان تاسیس شده است با دو هدف اشتغال زایی و فروش محصولات کشاورزی خود به بهره برداری رسیده است . با بهره برداری از این پروژه برای برخی از مردم روستای مویچین اشتغال زایی می شود ، با افتتاح این بازارچه کشاورزان می توانند محصولات کشاورزی خود را از قبیل سیر، لوبیا سبز و گردو و غیره به طور مستقیم عرضه کنند . قبل از ساخت بازارچه روستاییان و کشاورزان ناچار بودند محصولات خود را در کنار جاده به فروش برسانند، در آمدی که از ساختن این بازارچه در روستا به حاصل می شود را با تفاهم دهیاری و بنیاد مسکن برای حل مسائل و مشکلات روستاییان و برای مسائل عمرانی هزینه شود. [10]

Archive of SID

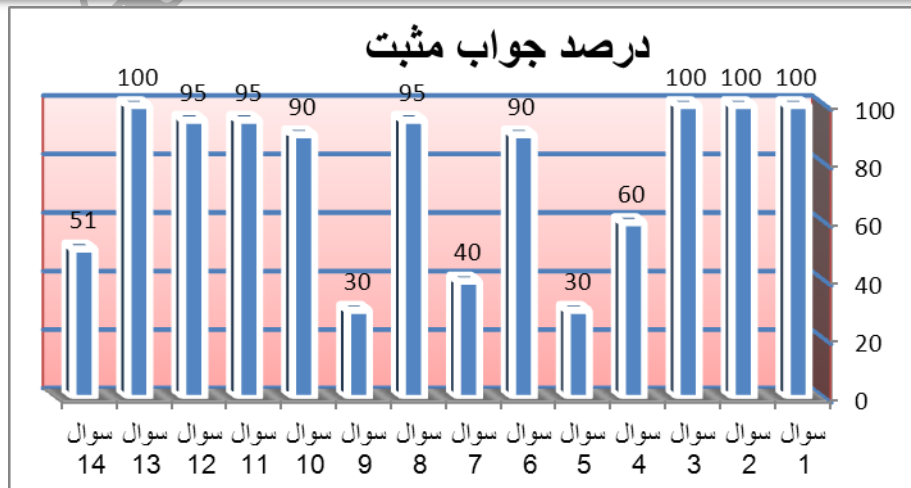
تحقیق میدانی روستای سارمساقلو

بعد از بررسی نمونه های موردی در روستاها و شهرهای مختلف و بررسی عملکرد های هر کدام ، روستایی را به عنوان روستایی تحقیقاتی انتخاب کرده و به شرح زیر عمل کردیم نظرسنجی در رابطه با تاسیس بازارچه در این روستا (سارمساقلو) انجام دادیم که سوالات به شرح زیر است:

پرسش نامه طرح بازارچه فصلی برای روستای سارمساقلو

نام و نام خانوادگی : _____ سن : _____ جنسیت : _____

1	آیا با تاسیس بازارچه در روستا موافقت می کنید ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
2	آیا با حذف دلال در فروش محصولات خود موافقت می کنید ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
3	آیا حذف دلال ها اقتصاد روستاییان را بهبود خواهد بخشید ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
4	آیا می توانید شخصی معتمد را برای مدیریت بازارچه معرفی نمایید ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
5	زمینی برای احداث این بازارچه در روستا وجود دارد ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
6	آیا مشارکت مردمی در این روستا وجود دارد ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
7	حمایت مالی از سوی افراد این روستا وجود دارد ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
8	روستاییان با ساخت این بازارچه اشتغال می یابند ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
9	آیا اشتغال زنان در این بازارچه از دید شما بلامنفع است ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
10	آیا لبنیات این روستا قابلیت فروش در بازارچه را دارند ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
11	آیا محصولات این روستا جنبه ی فروش به شهرستان ها را دارند ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
12	آیا صنایع دستی برای فروش در بازارچه وجود دارد ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
چه صنایع دستی؟			
13	آیا محصولی برای فروش در بازارچه پیشنهاد می کنید ؟	<input type="checkbox"/> بله	<input type="checkbox"/> خیر
چه محصولی؟			
14	چه مقدار از در آمد این روستا به بخش فروش محصولات مربوط می شود ؟		
15	بیشترین محصولات این روستا چه چیزی است ؟		



فرایض بدست آمده از پرسش نامه

بر اساس نظرسنجی که از این روستا انجام شد نتیجه می گیریم :

اکثر مردم روستا با تاسیس بازارچه موافقت کردند و همچنین با حذف دلال در فروش محصولات موافق بودند و بیان کردند اگر دلال حذف شود ، روستاییان محصولات خود را با سود بیشتر و بدون واسطه می فروشند.

مشارکت مردمی در این روستا بسیار زیاد است و روستاییان در جهت منافع خودشان در روستا مشارکت می کنند.

- از محصولات کشاورزی که در این روستا تولید میشوند می توان نام برد: 1. گندم 2. جو 3. گوجه 4. پیاز 5. سیب زمینی 6. لوبیا 7. نخود و...

- از محصولات لبنی که در این روستا تولید میشوند عبارتند از: 1. شیر 2. ماست 3. دوغ 4. کره 5. خامه و...

- از صنایع دستی این روستا میتوان فقط به فرش بافی و گلیم بافی اشاره کرد.

محور اصلی طرح بازار روستایی

با ایجاد بازار روستایی به عنوان یک مرکز که ورودی و خروجی های مختلفی دارد . حال این بازار را به عنوان یک مرکز و یک محور مشخص تعیین می کنیم.

ورودی روستاها محصولات آنان می باشد که محصول دار هر کدام بر اساس داشته های خود در بخش های مختلف از جمله :

محصولات زراعی ، محصولات باغی ، پرورش دام و طیور ، صنایع دستی ، صنایع کارگاهی و کارخانه ای ، بخش خدمات و.. اشاره کرد . وارد این محور با مرکزیت بازار روستایی می شوند.

سپس ورودی های از شهر نشینان به داخل محور را شاهد هستیم از جمله :

فرهنگ ، سرمایه ، پیشرفت ، فرصت های شغلی اشاره کرد . که همه ی این موارد نشان از یک اتفاق خوب میان روستا و شهر می باشد.

اما خروجی هایی که از این محور داریم تغییرات بزرگی در روستا از جمله :

مهاجرت معکوس ، افزایش در آمد ، بومی سازی روستا ، افزایش فرهنگ ، اشتغال و آبادی روستا اشاره کنیم که این ها فقط بخش کوچکی از حاصل این بازار می باشد.

خروجی های بسیاری برای شهر نشینان هم حاصل میشود از جمله :

کیفیت بیشتر ، سود بیشتر ، دسترسی متفاوت به محصول و نیروی کار خوب اشاره کرد .

پیشنهادات عملکردی بازارچه روستایی

1- حذف دلال

اکثر محصولات کشاورزی بعد از برداشت نیازی به فرآوری ندارد و فقط دلال محصول را به پایین ترین قیمت از کشاورز تهیه می کند و با بیشترین سود به دست مصرف کننده می رساند و گاهی اوقات سود دلال بیشتر از کشاورز است. با توجه به فصلی بودن زمان کار و درآمد کشاورزان، نخستین محصولات خود را به خاطر نیازمندی با هر قیمتی که از سوی دلال ها تعیین شود، می فروشند. به طور مثال اهالی روستایی گزنه سنندج از سود 80٪ دلالها در توت فرنگی خبر می دهند که این خود فاجعه بزرگی در اقتصاد روستاییان می باشد. حال اقدامی که بایست انجام یابد حذف این دلال ها از این چرخه می باشد تا شاهد احیاء دوباره روستاهای کشور شویم. بازار روستایی راه حل و پیشنهادی که ما راجع به آن صحبت کرده ایم می تواند عاملی بر حذف این دلال ها و ارتباط مستقیم بین شهر و روستا در راستای اقتصادی باشد.

2- ایجاد اشتغال

علاوه بر حذف دلال ها از این چرخه محاسن بسیاری در پی دارد. از جمله ایجاد اشتغالی که در این میان ایجاد میشود. اشتغال باعث بهبود وضع اقتصادی افراد در این چرخه می شود که حاصل آن مانع درماندگی مالی افراد در مقابل دلال ها می شود. از جمله اشتغال آن ها در فروش محصولات خود، حمل و نقل و تجارت سالم آنان اشاره کرد.

3- کیفیت بیشتر محصولات

دلال ها محصولات را پس از خریداری از روستاییان به قیمت گزاف با نام های مختلف از جمله نوبرانه می فروشند و یا با انبار کردن محصولات، آن ها را در زمان کمبود آن محصول با قیمت بالا می فروشند. همه ی این کار ها باعث می شوند که کیفیت و مرغوبیت محصولات کاهش یابد و به نحو احسن به دست خریدار نرسد. اما وجود بازار روستایی که دلال ها را از میان بر می دارد باعث می شود که محصول صورت مستقیم و در زمان مناسب عرضه شود که کیفیت و مرغوبیت محصول باقی می ماند.

4- سود بیشتر و کارکرد های اقتصادی مثبت

زمانی که دلال و واسطه میان روستاییان و شهر نشینان نباشد، هر دو جبهه بدون سود های سرسام آور محصولات خود را خریداری می کنند و هزینه اضافی بابت شخص سومی که تلاش و فعالیت مفیدی ندارد نمی پردازند. تن دادن به این هزینه های اضافی خود انگیزه ای برای تولید بیشتر و خرید بیشتر در بین افراد جامعه و در نتیجه عملکرد های این پدیده را شاهد خواهیم بود.

5- پیشرفت روستاها در دو بخش اقتصادی و فرهنگی

با سودی که در زمان نبودن دلال ها بدست می آید روستاییان و شهر نشینان هر دو از سود اقتصادی خوبی بهره مند می شوند. در نتیجه شهر نشینان بیشتر به سمت این بازار های روستایی که بخش اصلی آن بدست روستاییان اداره می شود، می آیند. تعاملاتی اجتماعی و اقتصادی که در این میان حاصل می شود باعث رشد فرهنگی روستاییان که پایه های رشد کشور می باشند، می شود.

6- آبادی روستاها

با افزایش در آمد و بهبود وضع اقتصادی مردم و فرهنگی که از تعاملات فوق الذکر بدست آمده راهی هموار برای پیشرفت روستاها در پیش رو داریم که آبادی روستا را در بر دارد و شعار ((پیشرفت روستا پیشرفت کشور است)) تحقق می یابد. امر مهم مهاجرت معکوس روستایی در این میان اتفاق می افتد که خود مشکل چندین ساله روستاهای کشور است.

7- توریست و گردشگری پذیری

با ساخت چنین محیطی صمیمی و بدون واسطه میان شهر و روستا شاهد این خواهیم بود افرادی علاوه بر خرید مطمئن برای دیدن این محیط سالم به این بازار می آیند و خود باعث رشد اقتصادی و فرهنگی بازار روستایی و جامعه روستایی می شود.

الزامات اساسی برای بر پا کردن طرح بازار روستایی

برای بر پا این طرح نیاز به موارد متنوعی می باشد و هر کدام باید به نحو احسن صورت پذیرد و در صورت کم و کاستی در این موارد شاهد شکست یا تغییر موضع غیر قابل پیش بینی طرح شویم که زیان های سخت جبران ناپذیر خواهیم بود از جمله این الزامات می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

1- برنامه ریزی

برنامه ریزی جریانی است دائمی که انسان و جامعه را در این تلاش برای تعالی و توسعه یاری می دهد. برنامه ریزی وسیله ای است که طی آن هدف ها به صراحت و به وضوح تعریف می شوند، وسیله ای است که از طریق آن وسایل دیگر که برای نیل به هدف ها، لازم ان تعیین و کسب میگردند. [12]

2- مدیریت:

موسلی¹، مگینسون² و پیتری³ نیز مدیریت را، کار کردن با منابع انسانی، منابع مالی و منابع فیزیکی، جهت دستیابی به اهداف سازمان توسط برنامه ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل عملیات، معرفی نموده اند. حال ما برای اداره این بازار به اشخاصی نیاز داریم که توانایی اداره این بازار را از هر جنبه داشته باشند.

¹Mosley

²Megginson

³Pietri

زیرا تصمیمی نا درست درباره این موضوع باعث شکست سریع طرح خواهد گشت. منظور از مدیریت، تعامل با افراد و گروه‌ها برای اداره‌ی مناسب امور و رسیدن به اهداف توسعه‌ای می‌باشد. به طور مثال بیشتر مدیران روستایی، افراد جوان ناآشنا با مسائل و مشکلات روستا هستند و تجربه‌ی مدیریت توسعه‌ی روستایی را ندارند. بیشترین توانایی این مدیران معمولاً در حل و فصل مسائل اداری-سیاسی است و در بهترین حالت، پاسخگویی به نیاز روزمره روستا، مانند جمع‌آوری و حمل زباله در برنامه‌های آنان قرار دارد و برنامه‌ی خاصی برای هدایت و توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و کالبدی آتی روستا ندارند. [13]

ما در این طرح نیاز به مدیرانی جوان ترکیبی از تجربه و خلاقیت و نیروی جوانی نیازمندیم. تا بتوانیم از همه‌ی جوانب به مشکل مدیریتی برخورد نکنیم.

3- تبلیغات

به طور کلی تبلیغات باید یک وسیله‌ی موثر برای ترغیب تلقی شود که به وسیله آن پیام‌گیران را به هدف خاصی که مورد نظر تبلیغات است جلب کند. که این کار را اگر انجام دهند یا آن جنس را بخرند یا نخرند یا به فلان تولیدات صنعتی با نظر موافق نگاه کنند. اطلاعات که در آگهی داده می‌شود از نظر تبلیغات در درجه دوم اهمیت قرار دارد و هدف اصلی ترغیب و تشویق پیام‌گیران است.

تبلیغاتی که می‌بایست انجام دهیم تا طرح با شکست مواجه نشود، باید دارای دو ویژگی بزرگ باشد: اول تبلیغات گسترده و فرهنگی که این امر را علاوه بر پراکندگی تبلیغات یک امر فرهنگ تلقی کنند. و دوم تداوم در تبلیغات باشد که این تداوم باعث همه‌گیر شدن طرح شود. در صورت مقطعی بودن تبلیغات بدون شک طرح با شکست مواجه خواهد شد.

از جمله روش‌های تبلیغاتی موثر

بروشور، تبلیغات پستی، پیام از طریق ایمیل، مجلات خبرنامه، روزنامه‌های عمده محلی، روزنامه‌های کاملاً محلی، پوسترها و تابلوهای اعلانات، تبلیغات رادیویی، بازاریابی از راه دور، تبلیغات تلویزیونی و صفحات وب اشاره کرد.

4- محل مناسب:

انتخاب محلی مناسب برای برپایی این بازار از ارکان اصلی موفقیت‌های طرح محسوب می‌شود. امروزه شاهد این بودیم که انتخاب محل‌های نامناسب برای هر مجموعه‌ای از جمله مراکز خرید، مجتمع‌های مسکونی و موارد مشابه باعث گردیده که آن طرح با شکست روبه‌رو شود.

هر مجموعه بر اساس نیازهای آن محیط دارای ویژگی‌های خاصی می‌باشد که باید به آن توجه خاصی شود از جمله نزدیکی به محل زندگی، شرایط جغرافیایی (وضعیت محیطی بازار) آفتاب‌گیر بودن، وضعیت هوا و تهویه هوا

و...) مناسب اهمیت خاصی دارد. در نتیجه محل مدنظر باید به طور تخصصی تحلیل گشته سپس در اختیار مسئولان اجرایی قرار دهند.

5- امکانات

در دنیای امروزی که امکانات حرف اول را در هر زمینه ای می زند ، وجود امکانات در هر محیطی و هر محلی باعث جلب توجه دو چندان انسان ها نسبت به آن محیط می شود . پس باید قبل از ورود اشخاص به آن محیط امکانات به آن محل ورود کند. بازار ما نیازمند یک سری نیاز های کلی و یک سری نیاز های جزئی دارد.

1- امکانات رفاهی بازار

امکانات اختصاص یافته به فروشندگان (کیفیت غرفه های اختصاص یافته) ، تأمین سرویس های بهداشتی مورد نیاز ، امکانات لازم جهت استراحت فروشندگان و خریداران ، اختصاص خدمات شهری (سطل های زباله در محوطه بازار و نظافت بازار) ، چگونگی کسب مجوز لازم جهت غرفه های بازار ، کف سازی محوطه و غیره ، حداقل با آسفالت و شیب مناسب ، چگونگی دسترسی به مدیریت بازار ، طراحی استقرار غرف ، خط کشی و شماره گذاری غرفه ها ، نرخ گذاری کالا و کنترل قیمتها ، پیش بینی امکانات رفاهی متناسب برای بازدیدکنندگان جهت استراحت موقت ، پیش بینی فضای مناسب جهت نمازخانه ، وضعیت حمل و نقل ، تأمین پارکینگ ، تأمین برق مکفی ، آب جهت شرب و شستشو و ...

2- امکانات امنیتی بازار

سهولت دستیابی به نیروی انتظامی ، اختصاص ماموران ویژه جهت امنیت بازار ، ایجاد فرهنگی مناسب برای ایجاد امنیت

3- نظارت

اختصاص محلی جهت پیگیری شکایات ، نظارت بر کالاهای عرضه شده (کیفیت، قیمت) ، نظارت بر امکانات رفاهی بازار ، نظارت بر امکانات خدماتی بازار (اختصاص سطل آشغال ، نظافت بازار)

6- روز و ماه مشخص

یکی از مهم ترین عواملی که باعث پایداری این طرح و بازار روستایی می شود مشخص کردن زمان مشخص می باشد . روستاییان در زمان های مختلف محصولات متنوعی برداشت می کنند و هر محصول در زمان معینی به دست مصرف کننده می رسد. این بازارچه می بایست در روز و ماه های مشخص از سال بر پا شود تا خریدار بداند برای دستیابی به آن محصول چه زمانی مراجعه کند و روستایی در آن زمان محصولات خود را به بازار برساند. لازم به



ذکر است که این زمان می بایست از طریق تبلیغات و سامانه اطلاع رسانی به مردم اطلاع داده شود تا این بازار در زمان مشخص بر پا شود.

7- بحث مرحله بودن اجرای بازار

هر طرح قبل از اجرا باید مورد تحقیق و آزمون های مختلف قرار گیرد تا در زمان اجرا به مشکل و شکست روبه رو نشود. عملی که در این طرح باید صورت پذیرد اجرای مرحله ای بازار می باشد. به این ترتیب که ابتدا فقط تعدادی از محصولات در بازار در زمان مشخص ارائه میشوند. و در صورت استقبال و درست انجام شدن طرح بازار گسترده خواهد شد.

جمع بندی و نتیجه گیری

بعضی از صاحب نظران توسعه معتقدند: بازارچه های هفتگی روستایی و شهری محل مناسبی برای عرضه تولیدات روستایی است. به طوری که، وجود مازاد تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی قابل اتکا و عرضه به بازارچه های هفتگی در شکل گیری و توسعه آن ها مؤثر بوده و نقش اساسی در جهت گیری تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی میتواند ایفا نماید¹.

نتیجه تجزیه پرسشنامه ها و مصاحبه ها نشان می دهد که بطور کلی تاثیرات منفی دلالتان مورد تایید جامعه میزبان (روستای سارمساغلو) بوده است و دلالت ها تاثیرات مخربی در ابعاد اقتصادی - اجتماعی و کالبدی در روستای مورد داشته اند. بازارهای محلی به عنوان یک پدیده ی اقتصادی، از کارکردهای متنوعی برخوردار است. آنها ضمن رفع نیاز های اقتصادی جامعه (شهر یا روستا) عاملی تاثیر گذار در بعد فرهنگی و اجتماعی جامعه می باشد. وجود این پدیده در بین مردم روستا و شهر و حذف شخص سومی به نام دلالت روستاییان را به فکر تولید بیشتر و فعالیت اقتصادی بیشتر می اندازد. در نتیجه تعامل شهر و روستا باعث تغییرات بزرگ در سطح اقتصادی و فرهنگی اجتماعی کشور می شود. حذف دلالت ها علاوه آن که باعث پویایی اقتصاد روستاها می شود باعث مهاجرت معکوس، آبادی روستا، افزایش فرهنگ میشود که همین روستاها به عنوان پایه و اساس هر کشور محسوب می شوند و باید توجه داشت کشور ما دارای سیمایی روستایی همه جانبه می باشد.



منابع

- [1] (معماری روستایی ایران/ دکتر اکبر زرگر/ دانشگاه شهید بهشتی/ چاپ چهارم/ ص 15-16-17)
- [2] (پورا احمد، احمد؛ جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان، مرکز کرمان شناسی، چاپ اول، کرمان، 1376)
- [3] (پاپلی یزدی، محمدحسین و محمد امیرابراهیمی؛ نظریه های توسعه روستایی، انتشارات سمت، تهران، 1381)
- [4] <http://www.roostanet.ir>
- [5] (معین ، محمد : فرهنگ معین ، چاپ ششم ، امیر کبیر ، 1363 ، تهران)
- [6] دانشنامه رشد
- [7] (پاپلی یزدی، محمد حسین، فرهنگ آبادی ها، چ 2، تهران زیبا نگار 1387)
- [8] (تحلیل بازتاب های سیاسی- فضایی بازارچه های مرزی/ نمونه موردی بازارچه مرزی باشماق مریوان)
- [9] (خبرگزاری ایرنا)
- [10] (خبرگزاری مهر)
- [11] (اصول برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی/ زاهد قادری/ سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور/ چاپ اول/ ص 95-96-97)
- [12] (برنامه ریزی روستایی با تاکید بر ایران/ دکتر حسن مطیعی لنگرودی/ جهاد دانشگاهی مشهد/ چاپ دوم/ ص 13)
- [13] (آسیب شناسی معماری روستایی به سوی سکونتگاه مطلوب / دکتر محسن سرتیپی پور/ دانشگاه شهید بهشتی / چاپ اول/ 27- 28)
- [14] (دهخدا، علی اکبر ، لغت نامه، موسسه و انتشارات دانشگاه تهران 1373)