

## نقش بازارهای هفتگی استان گیلان در توسعه روستایی و زایش شهرهای جدید در استان «مطالعه موردی: شهرستان صومعه سرا»\*

مسعود مهدوی

استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

تقی احمدی زاده هندخاله

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات (مسئول مکاتبات)

Taghi ahmadi zadeh @yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۵/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱/۱۵

### چکیده:

اقتصاد و ساختارهای اقتصادی در ساخت، شکل دهی و توسعه فضای زندگی انسانها عاملی تأثیر گذار و مهم به شمار می آید. در نگرش های جغرافیایی روند تولید، حمل و نقل، مبادله، تغییر شکل و مصرف محصولات مورد نیاز انسانها، برخاسته میل، روان، باورها و رفتار آنان بسیار اهمیت دارد. بازارهای هفتگی از گذشته های دور تا کنون بعنوان مراکزی برای انجام مبادلات ضروری و مورد نیاز، به حیات خود ادامه داده اند. شاید این ادعا که بازارهای هفتگی برجای مانده از شکل اولیه بازارها در جوامع ابتدایی بشر هستند که تا کنون نیز کارکردهای خود را حفظ نموده و در اقتصاد جوامع نقش بازی می کنند - ادعایی درخور و قابل اعتماد باشد.

حوزه نفوذ و اطراف شهرها به اضافه دیگر نقاط روستایی در منطقه، کالا و تولیدات خود را عرضه و از مصنوعات و کالاهای شهری خریداری می نمایند. از سویی فاصله کم نقاط روستایی با یکدیگر و در کل شهر صومعه سرا و تولم شهر و نیز مراکز تشکیل بازارهای هفتگی و آسان بودن حمل و نقل و رفت و آمد روستاییان و مازاد تولیدات اقتصادی در مکان گزینی اولیه بازارها بسیار مؤثر و جزو عوامل اصلی به شمار می آید.

واژه های کلیدی: بازار، بازار هفتگی، توسعه روستایی شهرستان صومعه سرا

### مقدمه

عامل اقتصاد و ساختارهای اقتصادی در ساخت فضای زندگی انسانها مؤثر است جغرافیای اقتصادی بستری برای مطالعه نگرش های جغرافیایی فرآیند تولید، حمل و نقل، مبادله، تغییر شکل و مصرف تولیداتی که بر اثر ابتکارات انسانی استحصال می شود فراهم می آورد. در جغرافیای اقتصادی نو، خواسته، میل، روان، باورها و رفتار انسانها در

امر تولید، توزیع و مصرف نیز مد نظر است.<sup>۱</sup>

بر این اساس، بازارهای هفتگی در گیلان از گذشته‌های دور تاکنون از اهمیت خاصی برخوردار بوده اند. در گذشته به دلیل مشکلات گوناگون، از جمله، عبور و مرور روستاییان که امروزه به مدد توسعه راهها و تراکم وسایل نقلیه کمتر شده است، بازارهای هفتگی در مناطق گوناگون گیلان واجد اهمیت ویژه‌ای بودند، البته علیرغم سهولت دسترسی روستاییان به بازارهای شهری و توسعه‌های راههای ارتباطی، بازارهای هفتگی در گیلان به دلیل تازگی کالاها و تا حدودی ارزانی اجناس عرضه شده و دلایل گوناگون دیگر تا کنون استمرار داشته و در مناطق گوناگون گیلان در ایام هفته برگزار می‌گردند. بازارهای هفتگی گیلان، در جهت پاسخگویی به نیاز سکونتگاههای شهری و روستایی با هدف مبادله تولیدات مازاد بر مصرف روستاییان و تأمین کالاها و خدمات مورد نیازشان صورت می‌گیرد. این بازارها مناسب روستاهاست چرا که وضع اجتماعی روستاها، نزدیکی دهات به هم و نیز حاصلخیزی خاک و آب فراوان و در نتیجه کشاورزی پررونق و وجود مازاد تولید در دست دهقانان تشکیل بازارهای این چینی را ایجاب می‌کند.

این بازارها در روزهای مختلف و در مناطق مختلف تشکیل می‌شوند و نام آن روز را به خود می‌گیرند. در این بازارها محصولات کشاورزی و صنایع دستی و سایر فرآورده‌های روستایی به فروش می‌رسد و از این رو هنوز هم نقش مؤثری در اقتصاد منطقه دارند ضمن آنکه به دلیل بار فرهنگی و اجتماعی این پدیده، علاوه بر فعالیت های اقتصادی این بازارها می‌توانند به عنوان مکانهای گردشگری نیز کارایی داشته باشند.

دهقانان و روستاییان در بازارها وارد مبادلات اقتصادی و اجتماعی می‌شوند و زن و مرد در آن شرکت می‌کنند و محصولات تولیدی را ارائه می‌دهند و پس از خاتمه بازار بساط خود را بر می‌چینند. شرکت روستاییان در بازارهای هفتگی برای آنان اهمیت بالایی دارد. روستائیان از روستاهای مختلف تولیدات خود را در بازار عرضه می‌کنند. به هر صورت چه این بازارها همان بازارهای ابتدایی جوامع انسانی باشند که تاکنون حفظ شده و به ما میراث رسیده و چه نهادهای اقتصادی باشند که با توجه به نیازهای امروزی در جوامع و مناطق گوناگون ایجاد شده و فعالیت می‌کنند، باید این نکته را در نظر داشت که این بازارها در جهت پاسخگویی به نیازهای جوامع و سکونتگاههای روستایی و شهری از جهت مبادله تولیدات مازاد بر مصرف روستاییان و تأمین کالاها و خدمات مورد نیازشان ایجاد گردیده اند.

با این مقدمه در این پژوهش برآن بوده ایم که به این سؤال اصلی پژوهش که:

آیا توزیع جغرافیایی بازارهای هفتگی از نظر دسترسی در محدوده مورد مطالعه مناسب است؟ پاسخ دهیم. و بر اساس این هدف با فرض اینکه

- ساختار فضایی سکونتگاهها و مازاد تولیدات اقتصادی در توزیع جغرافیای بازارها مؤثر است.
  - و
  - موقعیت جغرافیایی و سهولت دسترسی در مکان گزینی بازارهای هفتگی منطقه مؤثر است.
- به دنبال جواب برای سؤال اصلی تحقیق بودیم.

<sup>۱</sup> - فرید، یدالله، ۱۳۷۹-شناخت شناسی و مبانی جغرافیای انسانی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، چاپ نخست، صص ۴۳۸-۴۳۷

با توجه به مطالعات انجام گرفته و آزمون فرضیه‌های پژوهش، نتایج حاصله حاکی از آن بود که زمینه و هسته اولیه شکل‌گیری کلیه شهرهای واقع در محدوده مورد مطالعه بازارهای هفتگی بوده و تشکیل اینگونه بازارها، بیانگر ارتباط مستقیم و نزدیک جامعه شهری با جامعه روستایی است، ضمن آنکه در بازارهای هفتگی روستائیان خریدار و فروشنده همدیگر را می‌شناسند. روابط اجتماعی روستائیان خصلتی صمیمانه دارد و با مراجعه به بازار مشکلات و کمبودهای زندگی را حل می‌کنند.

«بازارهای دوره‌ای یا هفتگی در جوامع روستایی بیانگر روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستائیان است. رشد شهرنشینی در مناطق شمالی و ساحلی دریای خزر، ارتباط نزدیکی با بازارهای روستایی و هفتگی داشته و پایه‌های اولین شهرها بر آن بازارها گذاشته شده است.<sup>۱</sup>

تحقیق حاضر با عنوان (نقش بازارهای هفتگی استان گیلان در توسعه روستایی (مطالعه موردی، شهرستان صومعه‌سرا) صورت پذیرفته است. در حال حاضر در شهرستان صومعه سرا علاوه بر شهر صومعه سرا شهرهایی به نام بازار جمعه (تولم شهر)، گوراب زرمیخ وجود دارد که در آنها بازار هفتگی تشکیل می‌گردد و سابقاً روستا بوده اند و به علت رشد جمعیت و تأثیر بازارهای هفتگی تبدیل به شهر شده اند.

### طرح تحقیق:

#### بیان مسأله:

با توجه به سابقه طولانی بازارهای هفتگی در ایران و خصوصاً در گیلان، که عموماً این بازارها در مناطق ویژه‌ای در روستاها و یا شهر تشکیل می‌شوند، در این تحقیق در جهت پاسخ به این سؤال اصلی که: نقش بازارهای هفتگی در توسعه روستایی چیست؟ نظام بازارهای هفتگی در محدوده پژوهش، مورد مطالعه و شناسایی و بررسی قرارگیرد.

#### اهداف تحقیق:

بازارهای هفتگی با هدف مبادله تولیدات مازاد بر مصرف روستائیان و تأمین کالاها و خدمات مورد نیاز شان صورت می‌گیرد. مکان‌گزینی این بازارها، یکی از مهمترین موضوعاتی است که در علل پیدایش بازارهای هفتگی مطرح است. در این تحقیق سعی شده به این موضوع پرداخته شود تا عوامل جغرافیایی در ایجاد این نوع بازارها تعیین گردد.

اهداف این تحقیق را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

- بررسی نقش جغرافیا به عنوان عامل تأثیر گذار در شکل‌گیری بازارهای هفتگی
- شناخت عوامل مؤثر در شکل‌گیری بازارهای هفتگی
- بررسی تنگناها و مشکلات بازارهای هفتگی
- بررسی نحوه برنامه ریزی و سازماندهی بازارهای هفتگی
- شناخت امکانات بالقوه و احیای بازارهای هفتگی با هدف تداوم آنها و ایجاد زمینه توسعه روستایی و حذف واسطه‌گری.

<sup>۱</sup> خسروی، خسرو، ۱۳۵۸، جامعه دهقانی در ایران، انتشارات پیام ص ۲۲.

**روش تحقیق:**

در چهار چوب فرآیند تحقیق پس از بررسی روند گذشته و تبیین وضعیت موجود از روش توصیفی - تحلیلی در این پژوهش بهره گرفته شده است. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده که ابزار گردآوری در روش کتابخانه‌ای، فیش (برای متن خوانی) جدول (برای آمار خوانی) نقشه و کروکی (برای تصویر خوانی) و پرسشنامه و دوربین عکاسی و فیلم برداری و ضبط صوت در روش میدانی بوده است. که در نهایت پس از جمع آوری اطلاعات و داده ها و سازماندهی آنها، ضمن تجزیه و تحلیل آنها نتیجه گیری شده است.

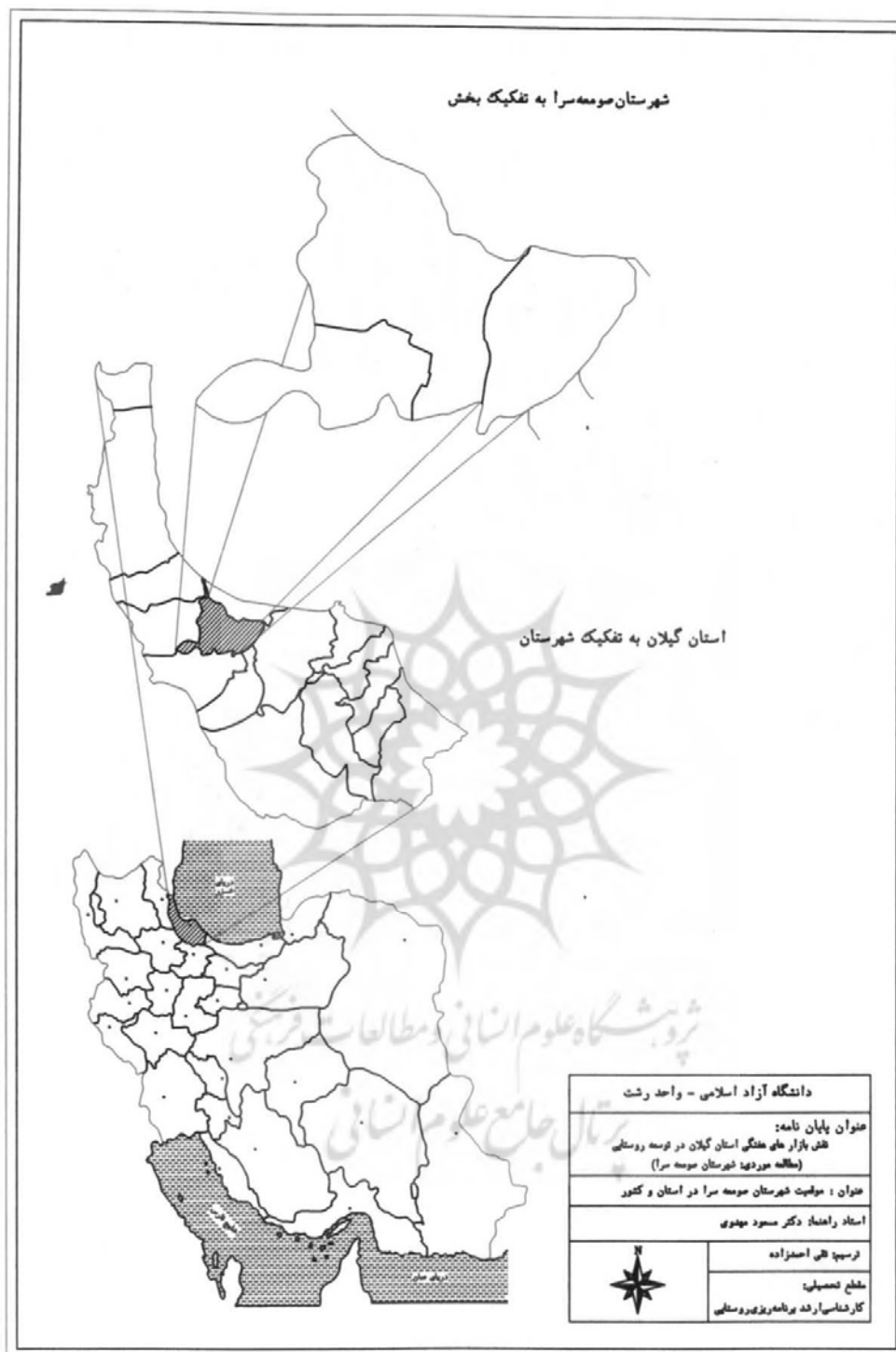
**مشخصات ناحیه مورد مطالعه :**

شهرستان صومعه سرا در طول جغرافیایی حداقل ۴۹ درجه و ۳ دقیقه و حداکثر ۴۹ درجه و ۳۱ دقیقه و عرض جغرافیایی حداقل ۳۷ درجه و ۹۶ دقیقه و حداکثر ۳۷ درجه و ۳۰ دقیقه قرار دارد. این شهرستان در ناحیه غربی استان گیلان واقع شده و از شمال به شهرستانهای انزلی و رضوانشهر از جنوب به فومن، از شرق به شهرستانهای رشت و شفت و از غرب به ماسال و فومن محدود است. مساحت این شهرستان معادل ۶۳۲/۶ کیلومتر و جلگه ای است. صومعه سرا ۴/۳ درصد از مساحت استان گیلان را به خود اختصاص داده است که بر اساس آخرین تقسیمات کشوری دارای ۳ بخش، ۷ دهستان و ۱۵۰ روستا دارای سکنه و سه نقطه شهری است. (سازمان برنامه و بودجه گیلان، ۱۳۷۷، ص ۱۷) تراکم نسبی جمعیت در این شهرستان ۲۱۶ نفر در هر کیلومتر مربع است.

جدول شماره یک : تقسیمات سیاسی و اداری شهرستان صومعه سرا

شهرستان	بخش	دهستان	مرکز دهستان	تعداد روستا			
صومعه سرا	مرکزی	طاهر گوراب	طاهر گوراب	۲۰ خانوار به بالا	دارای سکنه	خالی از سکنه	
		ضیابر	ضیابر	۲۹	۲۴	۱	
		کسما	کسما	۳۴	۳۳	۰	
		گوراب زرمیخ	گوراب زرمیخ	۱۵	۱۵	۰	
	تولم	مرکیه	مرکیه	۹	۹	۰	
		تولم	لیفشگرد	۱۸	۲۰	۰	
		هندخاله	هندخاله	۱۴	۱۴	۰	
	جمع	۳	۷	۷	۱۴۳	۱۵۰	۲

ماخذ: فرمانداری شهرستان صومعه سرا



نقشه شماره ۱: موقعیت شهرستان صومعه سرا در استان و کشور

**قابلیت ها و امکانات شهرستان صومعه سرا:**

با توجه به مجموعه عوامل و شرایط اقلیمی در صومعه سرا اعم از بارش فراوان، معدل دمای مطلوب و حداقل روزهای یخبندان و... می توان صومعه سرا را از نظر اقلیمی جزو مناطق مناسب برای فعالیت های کشاورزی معرفی

کرد. که با توسعه کانالهای آب بر در منطقه می توان با مشکلات احتمالی خشکسالی نیز مقابله کرد. مجموعه عوامل بارش مناسب، اراضی با خاک مرغوب، قابلیت بالای دسترسی سکونتگاههای روستایی به شهرستان به دلیل جلگه‌ای بودن قسمت اعظم شهرستان صومعه سرا، و نیز جاذبه های گردشگری از جمله توریسم روستایی اکوتوریسم، بازارهای هفتگی روستایی و شهری و قرار گیری در چهارراه ارتباطی قابلیت های مناسبی برای توسعه این شهرستان محسوب می‌شوند، و می‌تواند آینده خوبی برای منطقه در صورت بهره‌برداری از این استعدادها بالقوه رقم بزنند.

لازم به ذکر است که در کنار قابلیت ها و استعدادهای فوق‌الاشاره موانع و تنگناهایی نیز در سطح شهرستان وجود دارد تا لازم است به توسعه و یا حفظ قابلیت ها کنترل پیشرفت و رفع این کمبودها و تنگناها می باشد. اهم این موارد عبارتند از:

آلودگی آبهای جاری و رودها، کمبود آب شرب مناسب، آلودگی سفره های آب زیرزمینی توسط چاه های جذبی فاضلاب، آلودگی زیست محیطی به دلایل عدم رعایت بهداشت و عدم جمع آوری زباله روستایی، نابودی جنگلها به دلیل (بریدن درختان، قاچاق چوب، حریق، زغالگیری، جنگل تراشی و تبدیل آن به مزارع که منجر به فرسایش خاک شده) از بین رفتن اراضی زراعی به دلیل گسترش نامنظم سکونت های شهری و روستایی) و....

### ساختار قومی و فرهنگی:

عمده اهالی و ساکنان شهرستان صومعه سرا گیلک می باشند که به گویش گیلکی تکلم می کنند و عده قلیلی هم که جزء مهاجرین این بخش هستند به گویش تالشی سخن می گویند.

### الگوی زیستی:

الگوی زیستی شهرستان صومعه سرا از نوع شهری و روستایی است. وجود اراضی مستعد کشاورزی باعث شده است که اکثر روستاهای آن دارای بافتی پراکنده به نحوی واحدهای مسکونی در میان زمینهای کشاورزی شکل گرفته است.

جدول شماره ۲: وضعیت الگوی زیستی استان گیلان - شهرستان صومعه سرا

شرح	کل جمعیت	شهری	روستایی	عشایری
استان گیلان	۲۲۴۱۸۹۶	۱۰۴۹۹۸۰	۱۱۹۱۴۸۰	۴۳۶
درصد	۱۰۰	۴۶/۸۳	۵۳/۱۵	۰/۰۱۹
شهرستان صومعه سرا	۱۳۶۷۱۰	۳۵۵۵۴	۱۰۱۱۵۶	-
درصد	۱۰۰	۲۶	۷۴	-

ماخذ: مرکز آمار ایران - سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۷۵

متوسط رشد سالانه جمعیت استان در دهه ۶۵-۷۵ برابر ۰/۷ بوده که بر مبنای سرشماری سال ۱۳۷۵ ضریب شهرنشینی استان ۴۶/۸ درصد و ضریب روستا نشینی بالغ بر ۵۳٪ بوده است. همچنین طی آمارهای سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سالهای ۴۵، ۵۵، ۶۵، ۷۵ به ترتیب ۹۱۶۳۲، ۱۰۴۶۹۶، ۱۳۲۱۳۵، ۱۳۶۷۱۰ نفر گزارش

شده که براین مبنا درصد نرخ رشد جمعیت در دهه های ۵۵، ۶۵ و ۷۵ به ترتیب ۱/۳، ۴/۲ و ۰/۳۴ درصد بوده است.

جدول شماره ۳: جمعیت و درصد نرخ رشد جمعیت شهرستان صومعه سرا

سال	جمعیت	درصد نرخ رشد
۴۵-۵۵	۹۱۶۳۲-۱۰۴۶۹۶	۳/۱
۵۵-۶۵	۱۰۴۶۹۶-۱۳۲۱۳۵	۴/۲
۶۵-۷۵	۱۳۵۱۳۲-۱۳۶۷۱۰	۰/۳۴

ماخذ: مرکز آمار ایران، سرشماری نفوس و مسکن شهرستان صومعه سرا

۸۲/۹ درصد جمعیت شهرستان در سال ۱۳۶۵ روستایی و ۱۷/۱ درصد شهری بوده که در سال ۱۳۷۵ درصد جمعیت روستایی ۷۴ درصد و سهم جمعیت شهری به ۲۶ درصد رسیده که بیانگر درجه رشد شهرنشینی در سطح شهرستان می باشد.

جدول شماره ۴: جمعیت و درصد شهرنشینی و روستا نشینی در شهرستان صومعه سرا

شرح	سال ۵۵		سال ۶۵		سال ۷۵	
	جمعیت	درصد	جمعیت	درصد	جمعیت	درصد
شهری	۱۰۹۸۳	۱۰/۴۹	۲۲۶۲۱	۱۷/۱۲	۳۵۵۵۴	۲۶/۰۱
روستایی	۹۳۷۱۳	۸۹/۵۱	۱۰۹۵۱۴	۸۲/۸۸	۱۰۱۱۵۶	۷۳/۹۹

ماخذ: مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۷۵-۵۵ شهرستان صومعه سرا

### تراکم جمعیت:

از لحاظ تراکم نسبی جمعیت این شهرستان دارای ۲۱۶ خانوار در کیلومتر مربع می باشد این تراکم در سطح استان ۱۵۲ نفر در هر کیلومتر مربع است. شهرستان صومعه سرا بعد از شهرستانهای رشت، انزلی، لنگرود، آستانه اشرفیه از بالاترین تراکم جمعیت برخوردار است.

### ساختمان جمعیت:

از کل جمعیت شهرستان در سال ۱۳۷۵ معادل ۸۹ درصد در گروه سنی ۶ ساله و بیشتر قرار داشته اند. از جمعیت ۶ ساله و بیشتر ۷۶ درصد با سواد ۲۴ درصد بی سواد بوده و درصد با سواد در جمعیت مردان ۸۱/۱ درصد و در جمعیت زنان ۷۱/۲ درصد می باشد.

### بررسی ترکیب جنسی جمعیت:

با توجه به اینکه «زنان روستایی نقش و مشارکت قابل توجهی در فعالیت های کشاورزی به ویژه در زمینه تولید مواد غذایی دارند.» (زنجانی، ۱۳۷۸، ص ۸۲) بنابراین دانستن نسبت جنسی و ساختمان سنی به خصوص در سنین فعالیت در برنامه ریزی های توسعه حائز اهمیت است. از این رو با بررسی آمار جمعیت سال ۷۵ معادل ۴۸/۹ درصد

جمعیت را مردان و ۵۱/۱ درصد را زنان تشکیل می دهد.

جدول شماره ۵: ساختمان جنسی جمعیت صومعه سرا در سال ۱۳۷۵

نسبت جنسی	زن	مرد	مرد وزن	شرح
				گروه سنی
۱۰۱	۵۹۱۷	۵۹۷۶	۱۱۸۹۳	۰-۴
۱۰۴	۷۹۱۲	۸۲۳۰	۱۶۱۴۲	۵-۹
۱۰۳	۹۵۸۸	۹۹۰۶	۱۹۴۹۴	۱۰-۱۴
۹۲	۸۳۵۲	۷۶۵۵	۱۶۰۰۷	۱۵-۱۹
۷۸	۶۶۹۹	۵۱۹۶	۱۱۸۹۵	۲۰-۲۴
۹۲	۵۷۵۷	۵۳۰۲	۱۱۰۵۹	۲۵-۲۹
۹۸	۴۴۴۵	۴۳۶۵	۸۸۱۰	۳۰-۳۴
۹۸	۴۱۹۳	۴۱۰۴	۸۲۹۷	۳۵-۳۹
۹۵	۳۴۶۷	۳۲۹۲	۶۷۶۰	۴۰-۴۴
۹۳	۲۶۱۱	۲۴۳۱	۵۰۴۲	۴۵-۴۹
۹۴	۱۸۱۵	۱۶۹۹	۳۵۱۴	۵۰-۵۴
۹۸	۲۰۳۱	۱۹۹۸	۴۰۲۹	۵۵-۵۹
۱۰۹	۲۴۲۶	۲۶۴۸	۵۰۷۴	۶۰-۶۴
-	۴۵۹۵	۳۶۹۹	۸۲۹۴	۶۵ به بالا

### اشتغال

با توجه به آمار نامه‌های استان در سال ۱۳۶۵ از مجموع شاغلان ۶۷/۷ درصد در بخش کشاورزی و ۷/۲ درصد در بخش صنعت و معدن و ۲۵ درصد در بخش خدمات اشتغال داشته‌اند. این ارقام برای سال ۷۵ در سه بخش یاد شده به ترتیب ۵۶/۶، ۱۱/۲ و ۳۲/۲ درصد بوده است. با توجه به ارقام فوق روند کاهش سهم بخش کشاورزی و افزایش شاغلان بخشهای صنعت و خدمات مشاهده می گردد.

جدول شماره ۶: ویژگی های اقتصادی جمعیت شهرستان صومعه سرا سالهای ۶۵-۷۵

مناطق	شهرستان		شهری		روستایی	
	سال	۱۳۶۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵
جمعیت کل	شرح	۱۳۲۱۳۵	۱۳۶۷۱۰	۲۱۴۱۱	۳۵۵۵۴	۱۱۰۷۲۴
جمعیت ۱۰ساله و بیشتر		۹۵۰۱۵	۱۰۸۶۷۵	۱۴۶۹۹	۲۷۵۳۳	۸۰۳۱۶
درصد		۷۱/۹	۷۹/۵	۶۸/۷	۷۷/۴	۷۲/۵



۳۷۰۹۰	۴۶۸۸۲	۱۰۲۷۳	۶۸۱۴	۴۷۳۶۳	۵۳۶۹۶	جمعیت فعال
۴۵/۷	۵۸/۴	۳۷/۳	۴۶/۴	۴۳/۵	۵۶/۵	درصد میزان فعال
۳۲۳۳۲	۴۰۱۷۵	۹۰۶۷	۵۱۸۷	۴۱۳۹۹	۴۵۳۶۲	جهت شاغل
۲/۱	۱/۸	۲/۹	۳/۱	۲/۳	۲/۶	بار تکفل شغلی
۰/۶۷۰	۰/۸۳۴	۰/۷۸۷	۰/۷۸۲	۰/۶۹۸	۰/۸۲۵	نسبت وابستگی
۴۷۵۸	۶۷۰۷	۱۲۰۶	۱۶۲۷	۵۹۶۴	۸۳۳۴	جمعیت بیکار
۱۲/۸	۱۴/۳	۱۱/۷	۲۳/۹	۱۲/۶	۱۵/۵	میزان درصد بیکاری

## اقتصاد

«جوامع شهری و روستایی به دلیل شیوه تولید و نوع معیشت و زندگی قابل تفکیک از یکدیگر می باشند اما هر دوی این نوع شیوه و زندگی، نیازمند حمایت از یکدیگر می باشند، در طول تاریخ، همیشه جامعه شهری و روستایی از بعد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی مکمل همدیگر بوده اند (عماری، ۱۳۷۹، ص ۳۶).

پدیده شهرنشینی همواره با مصرف تولیدات مازاد کشاورزی روستاییان روبروست و روستاها نیز بسیاری از احتیاجات صنعتی خود را از شهرها تأمین می کنند. بین شهر و روستا رابطه اقتصادی برقرار است که یکی از مکانهای تجلی آن بازارهای دائمی و دوره ای است. از سویی صنعت توریسم روستایی که امروزه در حال رونق گرفتن است سبب شده که روستاها و روستائیان جهت تأمین نیازمندی های گردشگران با هم به رقابت پردازند و این در حالی است که در کارهای زراعی با یکدیگر همکاری و مساعی می نمایند (فشارکی، ۱۳۷۳، ص ۱۵۷).

## ارکان اقتصاد روستایی

اقتصاد روستایی، شاخه ای از علم اقتصاد است که با اقتصاد کشاورزی وابستگی متقابل دارد. اقتصاد روستایی با فرد فرد روستائیان سروکار دارد. در اقتصاد کشور ما روستا و روستایی از اهمیت بسیاری برخوردار است. نقش تک تک اعضای خانواده در اقتصاد روستایی برخلاف خانواده شهری در اقتصاد شهر، بسیار قابل توجه است. روستائیان اکثراً در چهار رشته زیر فعالیت می کنند.

۱- زراعت

۲- باغبانی

۳- دامپروری

۴- صنایع دستی

عده ای از روستائیان نیز در رشته صید- شکار- جنگل فعالیت می کنند (آسایش ۱۳۸۱- ص ۳۷-۱۲). تولید محصولات کشاورزی اساسی ترین وجه از کارکردهای هر روستا با منطقه روستایی را تشکیل می دهد. البته تولید صنعتی و اخیراً جنبه سکونت گاهی و خدمات روستائی و صنایع تبدیل خانگی و... ابعاد دیگری از کارکردهای اقتصادی روستاها حساب می آید (طالب، ۱۳۷۶، ص ۱۱۵).

جدول شماره ۷: جمعیت شاغل به تفکیک نوع فعالیت اقتصادی در شهرستان صومعه سرا در ۷۵-۶۵

شرح	سال	
	۱۳۶۵	۱۳۷۵
کشاورزی	تعداد ۳۰۷۳۲	درصد ۶۷/۷۵
معادن	تعداد ۴	درصد ۰
صنعت	تعداد ۲۲۴۰	درصد ۴/۹۳
آب، برق، گاز	تعداد ۸۴	درصد ۰/۱۸
ساختمان	تعداد ۹۷۹	درصد ۲/۱
فروش	تعداد ۱۹۴۷	درصد ۴/۳
حمل و نقل ارتباطات	تعداد ۱۲۳۵	درصد ۲/۹۴
مالی و تجاری	تعداد ۱۰۹	درصد ۰/۲۴
اجتماعی، اداری، دفاع	تعداد ۶۴۱۶	درصد ۱۴/۱
خانگی و شخصی	تعداد ۸۵۹	درصد ۱/۹
غیرقابل طبقه بندی	تعداد ۶۵۷	درصد ۱/۴
جمع کشاورزی	تعداد ۳۰۷۳۲	درصد ۶۷/۷۵
جمع صنعت و معدن	تعداد ۳۳۰۷	درصد ۷/۲
جمع خدمات	تعداد ۱۱۳۲۳	درصد ۲۵/۰
	تعداد ۲۳۴۱۲	درصد ۵۶/۶
	تعداد ۴۲۹	درصد ۱/۰
	تعداد ۶۰۹۱	درصد ۱۴/۷
	تعداد ۴	درصد ۰
	تعداد ۵۲۲	درصد ۱/۲
	تعداد ۲۳۴۱۲	درصد ۵۶/۶
	تعداد ۴۶۳۱	درصد ۱۱/۲
	تعداد ۱۳۳۵۶	درصد ۳۲/۲

در راستای نیازهای اقتصادی روستائیان که با اضافه تولید محصولات کشاورزی و دامپروری و صنایع تبدیلی و دستی از سویی و نیز نیاز به کالای صنعتی و خدمات شهری از سوی دیگر مواجه هستند. از دیرباز در مناطق گوناگون کشور، خصوصاً گیلان با شکل‌گیری بازارهای هفتگی روستایی مواجه بوده هستیم. این بازارها در استان گیلان از رونق خوبی برخوردارند و مازاد تولید کشاورزان در این بازارها عرضه می‌شود و براساس روزهایی تا این بازارها تشکیل می‌شوند نام آن روز را به خود می‌گیرند. روستائیان به طور مرتب یک یا دو روز در هفته در این بازارها نظام قیمت‌ها و ارزش کالاها تابع نظم معین هستند از سویی بازارهای هفتگی روستایی در رشد روستانشین تاثیر داشته اند و روستایی هستند که نام آنها با کلمه بازار همراه است مانند پیربازار و جمعه بازار و...

در بازارهای هفتگی زنان و مردان دوشادوش هم شرکت دارند و به عرضه کالاها تولیدی و دست ساخته ی خود می‌پردازند.

افراد فروشنده که به بازارهای هفتگی می‌روند دو گروه هستند:

۱- تولید کنندگان روستایی که تولیدات خود را به بازار عرضه می‌دارند از قبیل محصولات کشاورزی و دامی و

صنایع دستی خانگی

۲- واسطه‌ها

واسطه‌ها تولیدات صنایع شهری از پارچه و قند و چای و لباس و... را وارد مناطق روستایی و به خصوص

بازارهای هفتگی می‌کنند.

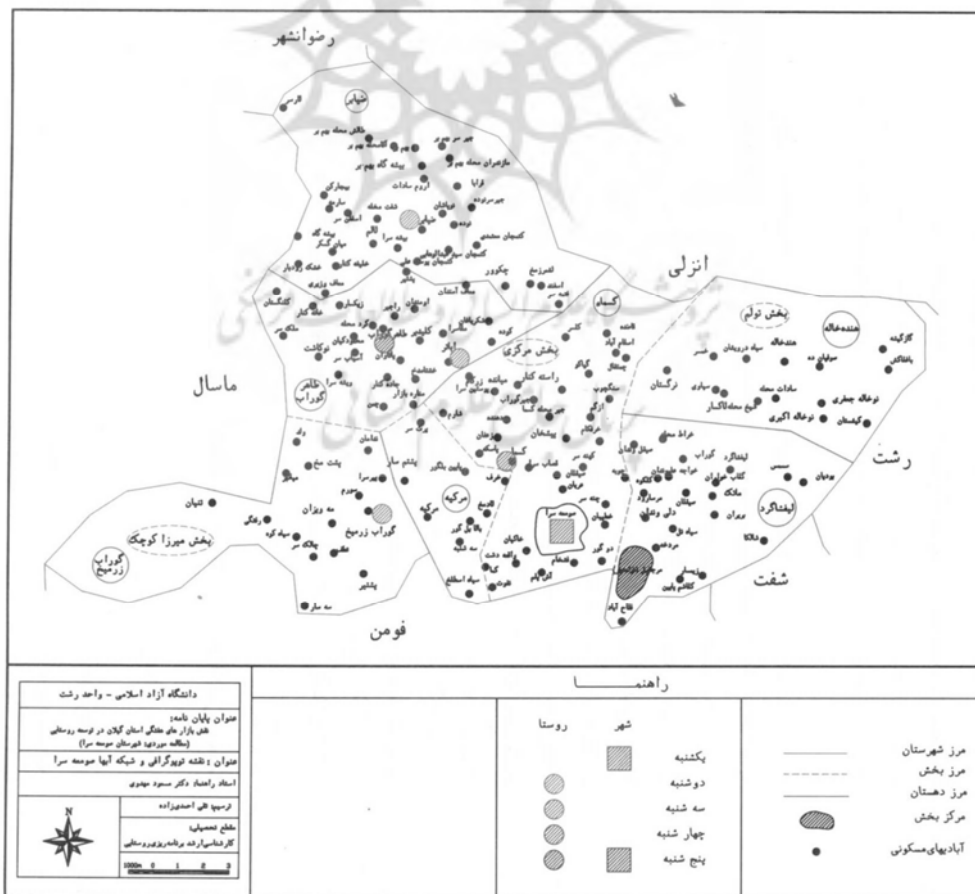
کلیه خریداران این بازارها، مصرف کنندگان شهری و روستایی اند که برای رفع نیازمندی‌های خانواده خود خرید

می کنند.

در حال حاضر بازارهای هفتگی در روستاها و شهری استان گیلان در ایام هفته دایر است. در شهرستان صومعه سرا نیز مانند سایر نقاط استان گیلان بازارهای هفتگی در ایام گوناگون هفته دایر می باشد. در شهر صومعه سرا روزهای یکشنبه بازار تشکیل می شود که روستائیان از اطراف محصولات خود را به بازار عرضه نموده و کالاهای شهری مورد نیاز خود را خریداری می کنند.

جدول شماره ۸: حوزه های بازارهای هفتگی شهرستان صومعه سرا

روز تشکیل بازار هفتگی	محل برگزاری	مرکز حوزه بازار
یک شنبه	شهر صومعه سرا	-
دوشنبه	گوراب زرمیخ	گوراب زرمیخ
دوشنبه	ضیابر	ضیابر
سه شنبه	اباتر	طاهر گوراب
چهارشنبه	کسما	کسما
چهارشنبه	شیخ محله	هنده خاله
پنج شنبه	طاهر گوراب	طاهر گوراب
پنج شنبه	تولم شهر	تولم شهر
پنج شنبه	نوخاله	هنده خاله



نقشه شماره ۲: نقشه توزیع بازارهای هفتگی در شهرستان صومعه سرا

### جایگاه بازارهای هفتگی در اقتصاد روستایی و تبدیل روستاها به شهر

مفهوم اقتصاد روستایی به معنای نگرش در آن به عنوان یک بخش مستقل نیست بلکه شاخه‌ای از اقتصاد است که با اقتصاد کشاورزی وابستگی متقابل دارد. (به عبارت روشن تر) اقتصاد روستایی با مسائل خرد خرد روستائیان سروکار دارد.

(امروزه بیش از گذشته) تولید روستایی جنبه بازاری و تجارتي دارد و برای تولید محصولات کشاورزی تنها آشنایی با فعالیت های فنی و عملیات کشاورزی و دامداری و صنایع دستی کافی نیست بلکه برای اداره یک واحد روستایی کشاورزی لازم است کشاورز با اصول اقتصاد روستایی و طریقه برآورد، درآمد و هزینه‌های هر یک از عملیات کشاورزی و دیگر تولیدات روستایی و همچنین انجام معاملات و تهیه اعتبار و وجود لازم جهت انجام عملیات و شناخت بازارهای عمده و خرده آشنا باشد (آسایش، ۱۳۸۱ ص ۲۱-۱۰).

در اقتصاد معیشتی روستاهای محدوده مورد مطالعه در بسیاری از جاها خود تولیدکنندگان تنها مصرف کنندگان کالا نیستند و تولیدات مازاد بر نیاز مصرفی خود را به بازارهای هفتگی و روزانه عرضه می کنند.

حالا اگر در عرضه کالاهای اقتصادی به بازارهای هفتگی، در دو روستا از یک کالای مشخص مازاد محصول وجود داشته باشد. و هر دو بایک قابلیت آن را تولید کنند. هر کدام که به بازار هفتگی نزدیک تر باشد، بازار را قبضه کرده و منافع آن را از آن خود خواهد کرد به عبارت دیگر به وسیله فاصله محل تولید محل عرضه دامنه ورود هر کالا مشخص می گردد و طی این فرآیند به دلیل فاصله مناسب محل تولید و عرضه و مصرف، از هزینه‌های حاصل از حمل و نقل و سایر موارد متفرقه کاسته شده و این خود موجب پایین تر بودن نسبی قیمت ها در بازارهای هفتگی روستایی می گردد.

روستایی اولین فروشنده بازار هفتگی است، زیرا برای تهیه ما یحتاج خود نیاز به پول دارد. فروشندگان غیر بومی گاه خود مشتری محصولات محلی می باشند بدین ترتیب که محصولات محلی را به قیمت ارزان خریداری کرده و در بازارهای هفتگی یا نقاط دیگر به بهای گرانتر می فروشند.

گسترش راهها و توسعه آنها در سرتاسر جلگه گیلان بازارهای هفتگی را به یکدیگر پیوند داده است به نحوی که هر روستایی با توجه به نیاز خود بازار مورد نظر را براساس میزان فاصله زمانی، مکانی، نوع کالا و در آمد قابل وصول انتخاب می کند و از همین روستاهای گوناگون دارای حوزه نفوذ متغییری نیز هستند و واسطه‌ها به اصطلاح محلی بازارمج ها براساس همین موارد در طول هفته در روزهای بازار خود را به آن محل ها می رسانند.

از سویی دیگر برگزاری بازارهای هفتگی باعث شکل گیری مشاغل خدماتی در کنار این بازارها گردیده است که نمونه آن خدمات حمل و نقل است که سبب اشتغال بسیاری از افراد در روزهای بازار می شود و در راستای جابجایی خریداران و واسطه ها و بازار مج ها عمل می کند. بازارهای هفتگی هرگز تعطیل نمی شوند ولی اگر ایام عزاداری مذهبی مقارن شود از رونق آن کاسته می شود. و فقط نیمی از روز در آن داد و ستد می شود. روز بازار در منطقه مورد مطالعه تأثیر قابل ملاحظه ای بر حجم عملکرد و فعالیت بنگاه های اقتصادی و خدماتی برخی از این تأثیرات عبارتند از:

بانک ها شلوغ ترین روز هفته را می گذرانند.

وضع مشاغل خدماتی همچون آرایشگران، حمام ها و تعمیرگاهها و خدمات مرتبط با فعالیت روستایی چون سفیدگری، آهنگری و....بهتر و پررونق تر است.

قهوه خانه در تمام روز از پرجنب وجوش ترین نقاط به شمار می رود. و مراجعان علاوه برگذران اوقات فراغت و رفع خستگی و صرف غذا و....در قهوه خانه به تبادل نظر و حل و فصل مشکلات و مشارکت در فعالیت های اجتماعی می پردازند.

حضور چشمگیر زنان روستایی در کنار مردان در بازارهای هفتگی نقش مؤثری در رونق بازارهای هفتگی ایفاء می کند چه، زنان علاوه بر عرضه محصولات تولیدی خود که انواع متنوعی از دستبافت ها و صنایع دستی خانگی، محصولات باغی و محصولات تولیدی خانگی مانند انواع غذاها و مواد غذایی و ترشی جات و.... همچنین با توجه به اینکه زنان از عمده خریداران محصولات مصرفی شهری و نیازمندی های خانه هستند بر جنب وجوش و حجم داد و ستد های بازارهای هفتگی می افزاید. و در راستای همین حضور و نقش پررنگ زنان در بازارهای هفتگی معمولاً این افراد در جای خاصی از بازارها با توجه به نوع کالا هایی که عرضه می کنند بساط می کنند. با نگاهی گذار به جایگاه بازارهای هفتگی در اقتصاد روستایی می توان پیامدهای زیر را از برپایی بازارهای هفتگی مشاهده کرد.

#### افزایش تولید و بهره وری در منطقه

- ایجاد اشتغال در منطقه (عده ای به عنوان بازارمچ<sup>۱</sup> عده ای به عنوان فروشنده و تولید کننده و...)
- ایجاد تعادل نسبی قیمت در مناطق شهری و روستایی
- عرضه مستقیم کالا توسط تولیدکنندگان و امکان حذف نظام واسطه گری
- کاهش هزینه حمل و نقل و تأثیر مستقیم آن بر کاهش قیمت کالا
- ایجاد جاذبه گردشگری و تأثیر آن در فعال سازی صنعت توریسم روستایی
- ایجاد وفاق و همبستگی اجتماعی به دلیل کارکردهای بالای اجتماعی بازارهای هفتگی در مناطق روستایی گیلان، چه، روستایی گیلانی بعد از کار در هفته در هنگام بازار هفتگی فرصت می یابد که با دوستان و آشنایان خود ملاقات کند، برای روستاییان گیلان روابط اجتماعی حائز اهمیت ویژه ای می باشد و در بازارهای هفتگی معمولاً ریش سفیدان و معتمدان به حل و فصل مشکلات می پردازند و یا حساب های عقب افتاده تسویه می شود یا برای انجام کار کارگر اجیر می کنند، گرفتن وام و همسریابی و مشاوره در امور کشاورزی و... بخشی از کارکردهای این بازارها در مناطق روستایی گیلان می باشند.

از سویی با افزایش حوزه نفوذ بازارهای هفتگی روستایی و توسعه و افزایش حجم مبادلات اقتصادی و بسته به موقعیت جغرافیایی روستاها که در آن بازارهای هفتگی تشکیل می گردد شاهد شکل گیری و زایش شهرهای جدید بوده هستیم. مثال بارز آن در منطقه مورد مطالعه شهر صومعه سرا و تولم شهر و گوراب

بازارمچ: واسطه های محلی که در مناطق روستایی کالاهای تولیدی مزاد مانند محصولات باغی یا مرغ و ماکیان و...را از روستاییان خریداری کرده و در بازارهای هفتگی عرضه می کنند.

زرمیخ می باشند.

به استناد تاریخی صومعه سرا در اوایل قرن بیستم میلادی یکی از مکانهای معمولی بازارهای هفتگی و کم اهمیت تر از دهکده مجاور یعنی کسما بود، به علت احداث راههای جدید و قرار گیری این آبادی در مسیر تردد غرب به شرق و موقعیت چهارراهی این شهر توسعه فیزیکی پیدا نموده که شاهد بارز این موضوع حالت خطی بازار صومعه سرا است که نشان از جدید بودن آن می دهد. یا شهر تولم که از قدیم به جمعه بازار یا بازار جمعه شهرت داشت با توجه به نزدیکی آن به رشت و فومن و حوزه نفوذ این بازار این منطقه به تدریج از حالت روستا به شهر تبدیل گردید و هم اکنون یکی از شهرهای شهرستان صومعه سراست. عکس این موضوع نیز در سطح منطقه مورد بررسی صادق بوده و دهستان طاهرگوراب گواه بر این مدعا می باشد.

طاهرگوراب از گذشته های دور به عنوان مرکز گسگرات و نیز شهری که در مسیر آمد و شد به آستارا و تالش بود مطرح بوده و از رونق خاص برخوردار بود ولی به واسطه ایجاد و احداث راههای مواصلاتی و سهولت آمد و شد روستاییان به شهرهای نزدیک چون صومعه سرا، رشت و فومن، و نیز راه جدید آستارا از مسیر اصلی دور افتاد و بازار آن نیز برد و رونق خویش را از دست داد به نحوی که هم اکنون از آن رونق گذشته جز خاطره ای در اذهان باقی نمانده و این خود عاملی در جهت رشد منفی و تبدیل شدن این شهر سابق به دهستان و روستایی در حال حاضر گردید حال آنکه روستای گوراب زرمیخ به دلایلی که قبلاً برشمردیم یعنی پذیرش جمعیت و رونق بازار و نیز تبدیل اقتصاد کشاورزی به اقتصاد خدماتی و تجاری تبدیل به شهر گردید.

### نتیجه گیری

بازارهای هفتگی روستایی علاوه بر کارکردهایی که ناشی از ماهیت وجودی آنها یعنی به تبادل و تجارت کالاها و برآوردن نیازهای خریداران و فروشندگان است حامل اثرات عمیقی در توسعه روستایی از طریق گشایش و بهبود اقتصاد روستایی و نیز تأثیرات فرهنگی و اجتماعی و ایجاد انگیزه در جهت تولید و جذب جمعیت به عنوان گردشگر، نیروی کار فصلی، مشتریان، فروشندگان و واسطه ها می باشند. از طرفی با توسعه شبکه های ارتباطی و حمل و نقل شاهد افزایش حوزه نفوذ برخی از این بازارها و کاسته شدن از حوزه نفوذ برخی دیگر از این بازارها هستیم که این مسئله خود منجر به شکل گیری و زایش شهرهای جدید و یا تبدیل روستا به شهر و تغییر ساختار اقتصادی آن به سوی اقتصادی تجاری و خدماتی می گردد.

نمونه بارز این پدیده ها در منطقه مورد بررسی شکل گیری شهر صومعه سرا و تولم شهر و گوراب زرمیخ و نیز تبدیل شهر طاهرگوراب به روستا می باشد.

با بررسی سیستمی بازارهای هفتگی شهرستان صومعه سرا تأثیر نقش عوامل جغرافیایی در ایجاد بازارهای

هفتگی و استمرار آنها و نیز تنوع تولیدات و سهولت دسترسی وجود مراکز زیستی پرجمعیت در حوزه نفوذ بازار هفتگی و کارکرد های اجتماعی - فرهنگی متنوع این بازارها به عنوان عوامل روستایی و زایش شهرهای جدید، قابل توجه و تأمل می باشد که خود می تواند به برنامه ریزان اقتصادی در جهت خط دهی و برنامه ریزی در رابطه با توسعه مناطق روستایی کشور کمک قابل توجهی رساند.

در پایان جا دارد از زحمات بی شائبه و بزرگواری استاد ارجمند جناب آقای دکتر نصرالله مولایی که در زمان انجام پژوهش در محدوده مورد مطالعه حضور داشتند و کنترل مطالعات میدانی پژوهش را به انجام رساندند، تشکر نمایم.

## منابع

۱. ازکیا، مصطفی (۱۳۷۸): جامعه شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی در ایران. انتشارات اطلاعات چاپ پنجم.
۲. امانی، سید مهدی، جمعیت شناسی عمومی ایران، انتشارات سمت، تهران.
۳. امیرابراهیمی، افسانه (۱۳۳۵): دوشنبه بازار سنگر (پایان نامه)، تهران، دانشگاه تهران.
۴. برنارشاریه، ژان (۱۳۶۳): شهرها و روستاها، ترجمه دکتر سیروس مهمانی، انتشارات نیکا.
۵. بهزادنی، عزیزالله (۱۳۵۳): مطالعه بازار روستایی ده کپورچال (پایان نامه لیسانس) استاد راهنما، دکتر خسرو خسروی، تهران، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی و تعاون.
۶. پاپلی یزدی، محمد حسین و ابراهیمی، محمد امیر (۱۳۸۱): نظریه های توسعه روستایی سمت، تهران.
۷. پور موسی عربانی، ربابه (۱۳۵۳): مطالعه بازارهای روستایی صومعه سرا، (پایان نامه) تهران، دانشگاه تهران.
۸. ترکمانی، جواد و همکار (۱۳۷۸): تحلیل اقتصادی عوامل مؤثر بر مشارکت زنان روستایی در فعالیت های تولیدی همراه با دستمزد، مجله روستا و توسعه، سال سوم، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان ۱۳۷۸.
۹. حسینی ابری، سید حس (۱۳۸۰): مدخلی بر جغرافیای روستایی ایران، دانشگاه اصفهان.
۱۰. خالدی، شهریار (۱۳۷۹): مبانی محیط زیست، انتشارات شهراب، تهران.
۱۱. خسروی، خسرو (۱۳۵۸): جامعل دهقانی در ایران، انتشارات پیام.
۱۲. دورو، استفن و سایرین (۱۹۹۰): اعتبار و پس انداز برای توسعه، ترجمه، علیرضا حمیدی یونسی و همکارش، ناشر: مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی.
۱۳. رضوی، سید حسین و علینی، محسن (۱۳۷۹): جهادسازندگی و توسعه روستایی (مجموعه مقالات) ناشر وزارت جهادسازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
۱۴. رهبر عربانی، منیژه (۱۳۴۸): مونوگرافی شهر صومعه سرا، (پایان نامه لیسانس) استاد راهنما، غلامرضا صدیقی، تهران، دانشگاه تهران.
۱۵. زنجانی، حبیب الله (۱۳۸۰): مهاجرت، انتشارات سنت، تهران.

۱۶. سلطان زاده، حسین (۱۳۶۶): بازار در شهرهای ایران، به کوشش محمد یوسف کیانی، تهران، جهاد دانشگاهی.
۱۷. صرافی، مظفر (۱۳۷۹): مبانی برنامه ریزی توسعه منطقه‌ای، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، تهران.
۱۸. طالب، مهدی (۱۳۷۶): مدیریت روستایی در ایران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۹. علیدوست ابدی خواه، محمد علی (۱۳۵۱): مونوگرافی ده کسما از توابع شهرستان صومعه سرا، (پایان‌نامه) دانشگاه تهران.
۲۰. عمادی، محمد حسین (۱۳۷۹): چالش‌ها و راهبردهای ارتقای بهره‌وری در منابع روستایی (از مجموعه سخنرانی‌ها و مقالات ارائه شده در همایش صنایع روستایی ۱۳۷۸) انتشارات اداره کل طرح‌های صنعتی و بهره‌برداری.
۲۱. فشارکی، پریدخت (۱۳۷۳): جغرافیای روستایی، ناشر مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
۲۲. فرید، یدالله (۱۳۷۹): شناخت شناسی و مبانی جغرافیای انسانی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، چاپ اول.
۲۳. ----- (۱۳۸۱): جغرافیای جمعیت، انتشارات دانشگاه تبریز، چاپ چهارم.
۲۴. قربانی، سیروس (۱۳۵۳): نقش اجتماعی، اقتصادی بازارهای هفتگی طاهرگوراب، (پایان‌نامه) استاد راهنما، دکتر خسرو خسروی، تهران.
۲۵. کامران، فریدون (۱۳۴۷): توسعه و برنامه ریزی روستایی، ناشر موسسه انتشارات آوای نور، تهران.
۲۶. گریک، دیوید (۱۳۷۵): مقدمه‌ای بر جغرافیای کشاورزی، ترجمه دکتر عوض کوچکی و همکاران، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.
۲۷. مشهدیزاده دهقانی، ناصر (۱۳۸۱): تحلیلی از ویژگی‌های برنامه ریزی شهری در ایران، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران، چاپ چهارم.
۲۸. ملک محمدی، ایرج فمبانی ترویج کشاورزی، مرکز نشر دانشگاهی، تهران، نشر دوم.
۲۹. مولایی هاشجین، نصرالله (۱۳۷۶): بررسی جغرافیایی روند تحولات جمعیت در غرب گیلان با تاکید بر نقش سیاست‌های جمعیتی (مطالعه موردی شهرستان‌های آستارا و تالش) طرح پژوهشی گروه جغرافیا دانشگاه آزاد واحد رشت.
۳۰. ----- (۱۳۷۷): برنامه ریزی توسعه خدمات زیربنایی و روبنایی در نواحی روستایی از دیدگاه جغرافیا (مطالعه موردی: شهرستان خلخال) رساله دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۳۱. ----- (۱۳۷۷): ارزیابی سیاست‌ها و خط‌مشی‌های برنامه ریزی توسعه خدمات روستایی در ایران.



۳۲. ----- (۱۳۷۸): مفهوم تعریف و ضرورت برنامه ریزی توسعه روستایی، مجله سپهر، دوره نهم شماره سی و سوم.
۳۳. مهدوی، مسعود (۱۳۷۷): مقدمه ای بر جغرافیای روستایی ایران، جلد اول، تهران، سمت.
۳۴. مهندس مشاور DHV از هلند، ناشن مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، چاپ اول.
۳۵. نظریان، اصغر، جغرافیای شهری ایران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۳۶. یگانه، همایون، مطالعه بازارهای روستایی گیلان و مازندران (پایان نامه) تهران، دانشگاه تهران، دانشکده هنرهای زیبا.





پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی