

وزارت کشور



سازمان بهداشتی و آموزشی کشور

معاونت امور بیماری‌ها

" شیوه‌نامه ایجاد و ساماندهی بازارچه‌های محلی در روستا "

دفتر برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه روستایی

آذرماه ۱۳۹۶

باسمه تعالی

مقدمه

بدون شک رونق بخشی به اقتصاد روستا مستلزم شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از قابلیت‌های اقتصادی نواحی مذکور می‌باشد. از دیرباز برپایی بازارها و بازارچه‌های موقت (سالانه، فصلی، هفتگی و یا دوره‌ای)، نقش مؤثری در بهبود معیشت و اقتصاد خانوارهای روستایی داشته است. در واقع فلسفه و هدف اصلی و اولیه تشکیل بازارهای محلی و هفتگی، فروش مستقیم تولیدات روستایی بوده است که به تدریج و با گذشت زمان و تنوع تولیدات شهری و صنعتی، درصد عرضه کالاهای روستایی در این بازارها به مراتب کمتر شده است. بنابراین توجه به لزوم احیای فرهنگ و فلسفه اولیه تأسیس این بازارها می‌تواند گامی مؤثر در توسعه سکونتگاه‌های روستایی باشد.

بدیهی است ساماندهی و ایجاد این بازارچه‌ها، نقش به‌سزایی در زمینه بازاریابی، عرضه مستقیم محصولات تولیدی، تأمین مایحتاج روستاییان و ایجاد اشتغال پایدار در نواحی روستایی دارد. به منظور ایفای نقش قانونی دهیاری‌ها در زمینه رونق اشتغال و توسعه اقتصادی روستاها، "شیوه‌نامه ایجاد و ساماندهی بازارچه‌های محلی در روستا" تهیه و ابلاغ می‌شود.

۱. اهداف و ضرورت‌ها

- بهبود فضای کسب و کار و ایجاد رونق اقتصادی در روستا
- تنوع‌بخشی به مشاغل روستایی و افزایش درآمد جانبی روستاییان
- ایجاد تمرکز، بازاریابی و ساماندهی مراکز خرید و فروش کالا و محصولات تولیدی در روستا
- حمایت از تولیدکنندگان و فروشندگان خرد روستایی و توسعه اشتغال روستایی
- تشویق و ترغیب روستاییان به افزایش تولیدات روستایی و صنایع دستی
- بسترسازی برای ایجاد شرایط گردشگری - تفریحی در بازارچه‌های موجود و جدید و رونق بیشتر آن‌ها
- کاهش دست واسطه‌ها و تعدیل قیمت محصولات و کالاهای تولیدی
- تقویت نظارت مدیریت روستا بر امور بهداشتی بازارچه‌های محلی در حدود وظایف و اختیارات وظایف دهیاری
- تأمین مایحتاج و نیازهای روزانه و هفتگی خانوارهای روستایی و کاهش تردهای غیر ضروری به شهرها و مراکز خرید مجاور
- ایجاد شور، نشاط و انگیزه در روستاییان و افزایش ارتباط و تبادل کالا بین روستاهای مجاور

۲. وظایف قانونی دهیاری در ایجاد و توسعه بازارچه‌های محلی

وفق ماده ۱۰ اساسنامه، تشکیلات و سازمان دهیاری‌ها، مصوب ۱۳۸۰، دهیاری وظایف زیر را بر عهده دارد:

بند ۸- تشویق و ترغیب روستاییان به توسعه صنایع دستی و اهتمام به ترویج، توسعه و بازاریابی محصولات کشاورزی و دامی روستا.

بند ۳۷- مساعدت و همکاری با کشاورزان در جهت معرفی محصولات کشاورزی و تولیدات صنعتی و صنایع دستی روستا در مراکز

شهری و نمایشگاه‌های ذی‌ربط.

بند ۴۲- مراقبت و اهتمام کامل در نصب برگه قیمت بر روی اجناس و اجرای تصمیمات شورای اسلامی بخش و روستا نسبت به ارزانی و فراوانی خواروبار و موارد مورد احتیاج عمومی و جلوگیری از فروش اجناس فاسد شده و معدوم نمودن آن‌ها با هماهنگی مراجع قانونی ذی‌ربط.

بند ۴۴- پیگیری و ایجاد زمینه نظارت بر امور بهداشتی روستا از قبیل کشتار بهداشتی دام و عرضه گوشت.

بند ۴۷- شناسایی زمینه‌های اشتغال و مساعدت در جهت تأمین کار برای افراد جویای کار با همکاری دستگاه‌های ذی‌ربط.

۳. نحوه اقدام دهیاری

۳-۱. ساماندهی بازارچه‌های موجود

چنانچه بازارچه‌هایی به صورت سنتی و از گذشته در روستاها فعال هستند، دهیاری می‌تواند برای ساماندهی، انتظام‌بخشی و ارتقای مطلوبیت بازارچه‌های موجود، موارد زیر را مدنظر قرار دهد:

- آسیب‌شناسی وضعیت موجود بازارچه محلی و شناسایی نواقص و مشکلات
- شناسایی فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود و تطبیق آن با وضعیت فعلی بازارچه
- پیش‌بینی منابع مالی مورد نیاز برای ساماندهی بازارچه‌های محلی موجود، از طریق؛ در بودجه سنواتی دهیاری، جلب کمک خیرین، بهره‌گیری از ظرفیت بخش خصوصی و غیره
- تنوع بخشی به اجناس و محصولات بازارچه با هدف رفع نیاز روستاییان
- ساماندهی کالبدی- فضایی بازارچه و غرفه‌بندی فضاهای موجود با هدف بهبود شرایط محیطی بازار و رفع نواقص موجود
- مدیریت و نظارت بر نحوه فعالیت، عرضه و قیمت‌گذاری محصولات و اجناس بازارچه

۳-۲. ایجاد بازارچه‌های جدید

چنانچه در روستا تاکنون بازارچه‌های محلی وجود نداشته است، دهیاری می‌تواند با بررسی و مذاقه موارد زیر، نسبت به ایجاد بازارچه‌های جدید پیگیری و اقدام نماید.

- دوری از مراکز خرید و بازارهای مشابه و دشواری تردد روستاییان
- برخورداری از آستانه جمعیتی مناسب
- وجود ظرفیت‌های تولیدی (کشاورزی، صنایع دستی و ...) در منطقه و فراهم‌بودن شرایط نفوذپذیری بازارچه در منطقه
- فراهم بودن زیرساخت‌های لازم و زمینه‌های مشارکت روستاییان برای ایجاد بازارچه
- وجود زمین مناسب و تأمین یا پیش‌بینی منابع مالی مورد نیاز

۴. شاخص‌های مکانیابی شناسایی روستاهای واجد شرایط برای ایجاد بازارچه‌های جدید

۴-۱. جمعیت

یکی از عوامل مهمی که در انتخاب روستا برای راه‌اندازی و تأسیس بازارچه محلی اهمیت دارد، برخورداری از حداقل جمعیت لازم برای عرضه کالا و یا خدمات، با سودآوری قابل توجه است.

۲-۴. موقعیت جغرافیایی

موقعیت جغرافیایی شامل؛ شکل ناهمواری، وضعیت توپوگرافی، شرایط اقلیمی و آب و هوایی، وسعت روستا و ... است که نقش مؤثری در مکان‌گزینی بازارچه‌های محلی در سکونتگاه‌های روستایی دارد. در واقع موقعیت جغرافیایی ناهمگن می‌تواند دافع جمعیت بوده و موجب کاهش کارکردهای اقتصادی بازارچه‌های محلی شود.

۳-۴. حوزه نفوذ

عامل مهم دیگری که در انتخاب روستا و استقرار بازارچه محلی اهمیت فراوان دارد، حوزه نفوذ و شعاع دسترسی مکانی-فضایی آن نقطه است. با توجه به اینکه بازارچه‌های محلی با هدف رفع احتیاجات ساکنین نواحی روستایی و حتی شهری پیرامون ایجاد می‌شوند، می‌بایست از یک حوزه نفوذ وسیع برخوردار بوده و تعداد بیشتری از سکونتگاه‌های روستایی پیرامون را تحت پوشش قرار داده و در جهت رفع نیازهای ساکنین خدمات‌رسانی نماید.

۴-۴. مزاد تولیدات اقتصادی

عامل مهم دیگری که در استقرار بازارچه‌های محلی و انتخاب روستاهای هدف اهمیت فراوان دارد، مزاد تولیدات اقتصادی شامل؛ محصولات کشاورزی، باغی، دامی، صنایع دستی و ... می‌باشد. روستای هدف می‌بایست در عرضه محصولات، توانایی پاسخگویی به نیازهای جمعیتی حداقل ۲ برابر جمعیت خود را داشته باشد. البته برای استقرار بازارچه‌های محلی وجود عوامل مهم دیگری نیز اهمیت دارد. چرا که ممکن است دو روستا از مزاد تولیدات اقتصادی برخوردار باشند اما یکی از این روستاها از موقعیت خوب جغرافیایی، شبکه ارتباطی قوی، حوزه نفوذ گسترده و ... برخوردار باشد. بنابراین چنین روستایی شرایط مناسب برای استقرار بازارچه محلی را دارد.

۵-۴. شبکه ارتباطی

راه‌های ارتباطی و شبکه دسترسی عامل مهم دیگری در انتخاب روستا و استقرار بازارچه‌های محلی است. روستای هدف می‌بایست از یک شبکه ارتباطی قوی برخوردار باشد. به این معنا که دسترسی و حمل و نقل سایر نقاط روستایی و حتی شهری پیرامون به روستای هدف آسان و به سهولت انجام پذیرد.

این عامل منجر به صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های رفت و آمد و به تبع آن کاهش نسبی قیمت محصولات خواهد شد و در نتیجه جمعیت بیشتری را برای خرید محصولات جذب خواهد کرد.

۶-۴. ساختار و مناسبات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

عامل اقتصاد و ساختارهای اقتصادی و روابط و مناسبات اجتماعی و فرهنگی نقش مؤثری در انتخاب روستای هدف و شکل‌گیری بازارچه‌های محلی دارد. در واقع این روابط و مناسبات بیانگر ارتباط مستقیم و نزدیک جامعه شهری با جامعه روستایی است که خود را عمدتاً به شکل جریان‌های جمعیت، سرمایه، عقاید، اطلاعات و نوآوری نشان می‌دهد. روستای هدف می‌بایست از روابط و مناسبات بسیار قوی با سکونتگاه‌های روستایی پیرامون و نقطه شهری همجوار برخوردار باشد چرا که بازارچه‌های محلی و روستایی سهم مهمی در پیوند روستاهای دور و نزدیک اطراف خود و نقاط شهری همجوار داشته و با آن‌ها ارتباط دیرینه دارند. بنابراین نماینده حیات اقتصادی و اجتماعی سکونتگاه‌های پیرامونی هستند که به آن‌ها نزدیک می‌باشند.

۷-۴. وجود پیشینه اقتصادی در روستا

برخی از روستاها، از گذشته‌های دور به عنوان مراکزی برای داد و ستد و انجام مبادلات ضروری و تجاری بوده‌اند و توانسته‌اند تا امروز کارکرد خود را حفظ نمایند. این عامل می‌تواند نقش بسزایی در اولویت مکان‌گزینی و استقرار بازارچه‌های محلی در اینگونه فضاها باشد.

۵. شاخص‌های فنی برای احداث بازارچه‌های محلی

۱-۵. تامین زمین مناسب

- کاربری زمین مورد نظر باید متناسب با موضوع فعالیت بوده و مالکیت آن مشخص باشد. به گونه‌ای که زمین یا باید از اموال عمومی روستا و در اختیار دهیاری باشد و یا زمین مورد نظر توسط افراد حقیقی و حقوقی طی ترتیبات قانونی بدین منظور به دهیاری واگذار و یا در قالب قرارداد مشخص برای اجرای طرح اختصاص یابد.
- زمین مورد نظر در مناطق کم تراکم روستا واقع شده باشد و پیرامون آن فضای مناسب برای توسعه آتی بازار وجود داشته باشد.
- در انتخاب زمین شاخص‌هایی چون جنس و بافت خاک، نفوذپذیری خاک نسبت به آب، شیب زمین و زهکشی مناسب برای خروج آب مدنظر قرار گیرد.
- حرایم قانونی رودخانه‌ها، دکل‌ها و خطوط فشار قوی برق و گاز و ... رعایت شود.
- فاصله مناسب از جاده‌های اصلی و پر تردد، به ویژه برای روستاهای واقع در مسیرهای اصلی رعایت شود.
- زمین مورد نظر دارای فاصله مناسبی از مراکز آموزشی، درمانی و خدماتی باشد.
- امکانات و زیرساخت‌های لازم از جمله آب، برق و ... فراهم بوده و برای استفاده از آن‌ها منع قانونی وجود نداشته باشد.

۲-۵. طراحی غرفه

- به منظور نظم بخشیدن به فضای کالبدی بازارچه، ضروری است زمین مورد نظر غرفه‌بندی شده و فضاهای مجزایی برای فروشندگان با توجه به نوع اجناس و محصولات، با رعایت ملاحظات زیر ایجاد شوند:
- در طراحی غرفه‌ها، ویژگی‌های اقلیمی و فرهنگی هر منطقه مورد توجه قرار گیرد.
 - غرفه‌ها مسقف و دارای پوشش مناسب جهت جلوگیری از تابش مستقیم آفتاب و بارش برف و باران باشند.
 - به منظور حفاظت از اجناس و کالاها، کف غرفه‌ها از سطح زمین دارای ارتفاع مناسب باشند.
 - رعایت فاصله غرفه‌ها از یکدیگر، با توجه به نوع محصولات و فضای مورد نیاز ضروری می‌باشد.

۳-۵. سایر امکانات

به منظور تامین رفاه فروشندگان و خریداران و همچنین حفظ محیط زیست روستا، ایجاد و تجهیز بازارچه به سرویس‌های بهداشتی، آب‌خوری، فضای مناسب برای توقف خودروها (پارکینگ)، سطل‌های زباله (در حجم کوچک و بزرگ)، روشنایی و تامین برق غرفه‌ها توصیه می‌شود.

۶. الگوهای پیشنهادی بازارچه

الف) بازار خطی (طولی): این نوع بازار در جهت طولی (خطی) رشد کرده و خان‌ها (غرفه‌ها) در دو سوی آن جای دارند (نمونه: بازار تهران).

ب) بازار چند محوری: این بازار متشکل از شبکه‌ای گسترده از راسته‌های متوازی یا متقاطع است که غرفه‌ها و سراها را در بر می‌گیرد (نمونه: بازار تبریز).

ج) بازار صلیبی (با دو محور اصلی متقاطع): مرکب از دو بازار خطی متقاطع عمود بر هم است که در محل تقاطع به صورت چند محوری تراکم یافته است (نمونه: بازار وکیل شیراز).

۷. انواع بازارچه

بازارچه‌ها در مناطق مختلف به انواع و اشکال گوناگونی وجود دارند که برخی از رایج‌ترین اشکال آن‌ها به شرح ذیل می‌باشند

۷-۱. بازارچه محلی یا ادواری

بازارچه‌های محلی یا ادواری به بازارهایی گفته می‌شود که در مواقع معینی از سال یا ماه یا حتی هفته به صورت ادواری تشکیل می‌شوند. وسعت و دوره زمانی اینگونه بازارها، بستگی به نوع کالاهای مورد معامله و حجم مبادلات و حوزه نفوذ آن‌ها دارد. در دوره‌های هفتگی، یک روز معین از هر هفته به تشکیل بازار اختصاص می‌یابد. در این حالت بازار به نام همان روز موسوم می‌شود. مانند دوشنبه بازار، پنجشنبه بازار، جمعه بازار و ... در مواردی نیز این بازارها ماهانه یا سالانه برگزار می‌شوند.

۷-۲. بازار زیارتی

بازار زیارتی به بازاری اطلاق می‌شود که در همسایگی اماکن مقدس و مذهبی قرار دارند و در آن‌ها بیشتر کالاهای اماکن زیارتی (شمع، تسبیح، زیورآلات طلا و نقره، کالاهای سوغاتی و ...) و خدماتی نظیر: غذاخوری، مسافرخانه، عکاسی، خدمات مسافربری و حمل و نقل و ... عرضه می‌شود.

۷-۳. بازار صنایع دستی

بازار صنایع دستی به بازاری اطلاق می‌شود که در آن ساکنان محلی در رشته‌های مختلف صنایع دستی و تعمیرات مرتبط با آن‌ها، در یک جا جمع شده و ضمن تولید و ساخت صنایع دستی به عرضه و فروش محصولات نیز مبادرت می‌ورزند.

۸. نحوه واگذاری و هزینه غرفه‌ها

به منظور اعمال نظارت و ساماندهی بازار ضرورت دارد واگذاری غرفه‌ها به متقاضیان از طریق دهیاری و در قالب فرم ثبت مشخصات متقاضی صورت پذیرد. دهیاری بر اساس وظایف قانونی خود و بنابر تشخیص و در نظر گرفتن ملاحظات مندرج در این شیوه‌نامه، فضای مناسب را در اختیار متقاضی قرار می‌دهد. دهیاری می‌تواند با توجه به آرایه خدمات پیش‌بینی شده در این شیوه‌نامه، بر اساس مصوب شورای اسلامی روستا و طی مراحل قانونی ذی‌ربط، نسبت به اخذ بهای خدمات از غرفه‌های بازار محلی اقدام نماید.

تاریخ: / /

بسمه تعالی

فرم ثبت مشخصات متقاضیان دریافت غرفه‌های بازارچه محلی

دهیاری

روستا

۱- درخواست متقاضی

جناب آقای

دهیار محترم

با سلام و احترام

بدینوسیله اینجانب آقا/خانم فرزند به شماره ملی با اطلاع و پذیرفتن شرایط و ضوابط اعلام شده توسط دهیاری و تعهد نسبت به پرداخت بهای خدمات مصوب شورای اسلامی روستا، متقاضی دریافت تعداد غرفه در بازار روز/هفتگی به مدت روز از تاریخ / / لغایت / / جهت عرضه محصولات/کالاها/ارایه خدمات زیر می‌باشم.

چنانچه در طول این مدت، رفتار و اقدامی بر خلاف موازین شرعی و اخلاقی یا قوانین و مقررات جاری کشور از اینجانب مشاهده شود، دهیاری قادر است نسبت به باز پس‌گیری غرفه از اینجانب به صورت یکطرفه اقدام نماید. فهرست محصولات/کالاها/خدمات قابل عرضه:

نام و نام خانوادگی متقاضی:

امضاء و اثر انگشت

آدرس محل سکونت متقاضی:

شماره تماس متقاضی:

۲- تاییدیه دهیاری

با توجه به پذیرش شرایط و ضوابط دهیاری در زمینه بازار روز/هفتگی و پرداخت بهای خدمات توسط متقاضی، بدینوسیله واگذاری غرفه از تاریخ / / لغایت / / به نامبرده بلامانع است.

نام و نام خانوادگی دهیار

مهر و امضا