

نقش بازارچه مرزی در توسعه کارآفرینی با مشارکت دادن جامعه محلی در توسعه بازارچه های مرزی: مطالعه موردی بازارچه مرزی ریمدان در چابهار

چکیده

در طول چند سال گذشته به رغم تلاشهای زیاد در جهت توسعه کارآفرینی، به دلیل مشکلات متعدد، در زمینه توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط رشد مناسبی در کشور مشاهده نشده است. بعبارت دیگر، توسعه کارآفرینی در کشور به شبکه‌ای از عناصر مختلف نیاز دارد که این شبکه را اکوسیستم کارآفرینی گویند. زیرا کشور ایران نیاز به اتخاذ یک رویکرد منطقه‌ای برای توسعه خود به عنوان شبکه‌ای از اکوسیستم‌های منطقه‌ای کارآفرینی دارد. تدوین راهبردهای اساسی و سیاست‌گذاری‌های بلندمدت و تعاملات هدفمند بین بخشی برای استفاده از ظرفیت بالقوه موجود در کشور می‌تواند اکوسیستم کارآفرینی ایران را بهبود بخشد. یکی از مواردی که می‌تواند بر توسعه کارآفرینی موثر باشد، توسعه بازارچه های مرزی است.

در این پژوهش، نقش بازارچه مرزی ریمدان واقع در چابهار بر توسعه کارآفرینی مطالعه شده است. جامعه آماری این پژوهش را خانوارهای ساکن در روستاهای مرزی واقع در بازارچه مرزی ریمدان تشکیل می‌دهند. بدین منظور نمونه متشکل از تعداد 140 خانوار تعیین گردیده و پرسشنامه محقق ساخته بین آنها توزیع گردید. روایی محتوایی پرسشنامه را جمعی از استادان دانشگاهی تأیید کردند و اعتبار پرسشنامه‌ها نیز با آزمون آلفای کرونباخ، آزمون شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز، در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

نتایج خروجی تحلیل همبستگی نشان داد که بعد اشتغال و بعد درآمد بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. این تاثیر در سطح معناداری 5 درصد به لحاظ آماری معنادار می باشد. بعبارت دیگر، با توسعه بازارچه مرزی، اشتغال ایجاد شده می تواند با خلق درآمد برای ساکنین مرزی، توسعه کارآفرینی و بهبود کسب و کار را تحریک کند. در سطح معناداری 5 درصد، بعد پس انداز بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته اما این تاثیر در سطح معناداری 5 درصد به لحاظ آماری معنادار نمی باشد. براساس نتایج تحلیل همبستگی، در سطح معناداری 5 درصد، بعد روحیه کار گروهی و بعد تعاملات اجتماعی با کشور همسایه در قالب توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. بعبارت دیگر توسعه بازارچه های مرزی با بهبود روحیه کار گروهی و ارتقای سطح تعاملات اجتماعی با کشور همسایه می تواند به توسعه کارآفرینی منجر گردد.

The Role of Border Markets in Entrepreneurship Development by Involving the Local Community in the Development of Border Markets: A Case Study of Rimdan Border Market in Chabahar

Abstract

Over the past few years, despite great efforts towards entrepreneurship development, due to numerous problems, there has been no proper growth in the field of small and medium-sized business development in the country. In other words, entrepreneurship development in the country requires a network of different elements, which is called the entrepreneurial ecosystem. Because Iran needs to adopt a regional approach to its development as a network of regional entrepreneurial ecosystems. Formulating basic strategies and long-term policies and targeted inter-sectoral interactions to utilize the potential capacity available in the country can improve Iran's entrepreneurial ecosystem. One of the things that can be effective in the development of entrepreneurship is the development of border markets.

In this study, the role of the Rimdan border market located in Chabahar on the development of entrepreneurship was studied. The statistical population of this study consists of households living in border villages located in the Rimdan border market. For this purpose, a sample of 140 households was determined and a researcher-made questionnaire was distributed among them. The content validity of the questionnaire was confirmed by a group of university professors, and the validity of the questionnaires was also tested with the Cronbach's alpha test. For data analysis, SPSS software was used in two sections of descriptive and inferential statistics.

The results of the correlation analysis showed that the employment and income dimensions of the border markets had a positive effect on the development of entrepreneurship in the Rimdan border market. This effect is statistically significant at a significance level of 5 percent. In other words, by developing the border market, the employment created can stimulate the development of entrepreneurship and improve business by creating income for border residents. At a significance level of 5 percent, the savings dimension of border markets has a positive effect on the development of entrepreneurship in the border market of Rimdan, but this effect is not statistically significant at a significance level of 5 percent. According to the results of the correlation analysis, at a significance level of 5 percent, the teamwork spirit dimension and the social interactions dimension with the neighboring country in the form of the development of border markets have a positive effect on the development of entrepreneurship in the border market of Rimdan. In other words, the development of border markets can lead to the development of entrepreneurship by improving the teamwork spirit and improving the level of social interactions with the neighboring country.

Keywords: Border market, entrepreneurship, Chabahar, Rimdan border market

1. مقدمه

در هر اقتصادی، کارآفرینی نقش مهمی در شکل دادن به فرصت‌ها و همچنین، یافتن نتیجه بهتر از شروع کارهای جدید دارد. علاوه بر این، کارآفرین باید بتواند یک فضای توانمند برای توسعه استعدادهای کارآفرینی فراهم کند تا سطح عملکرد شرکت‌ها و توانایی آن‌ها را برای راه اندازی فعالیت‌ها بهبود بخشد (دویتا، ماری و پوگزی، 2014). باتوجه به ضرورت کارآفرینی، سیاستگذاران در سراسر جهان در حال حاضر سعی دارند به جای افزایش تعداد کارآفرینان، تلاش خود را در جهت بهبود کیفیت نتایج کارآفرینی افزایش دهند. برای رسیدن به این هدف و تقویت زمینه‌های کارآفرینی و نوآوری، پیشنهاد شده است که دولت‌ها باید در جهت رویکرد اکوسیستم-کارآفرینی حرکت نمایند. با این حال، بسیاری از محققان اعتقاد دارند که اکوسیستم کارآفرینی، چارچوبی است که می‌تواند این تحولات را با تمرکز بر نتایج کارآفرینی و همچنین فعالان کارآفرینی که نقش مهمی در فضای کارآفرینی ایفا می‌کنند، تطبیق دهد (بلیتسکی و هرون، 2017). بنابراین اکوسیستم-کارآفرینی پدید آمده است تا راه حلی برای درماندگی بازار و اصلاح کاستی‌ها در نادیده گرفتن نقش کارآفرینی در نظام اقتصادی ایجاد کند. پژوهش‌ها در مورد اکوسیستم کارآفرینی نشان دهنده روابط نزدیک میان افراد، دولت، نهادها و سایر عوامل موثر برای پشتیبانی از فعالیتهای کارآفرینی است که در یک منطقه جغرافیایی مشخص تعریف می‌شود. این اکوسیستم ممکن است در سطح کشور، استان و حتی در یک دانشگاه تشکیل شود (میگون پوری، عربون، پوربصیر و مبینی دهکردی، 1397). وجود یک اکوسیستم بومی نقش تاثیر گذاری در توسعه اقتصادی یک منطقه ایفا می‌کند.

همچنین توجه به تمام عوامل اقتصادی، فرهنگی و مقررات مرتبط با کارآفرینی و ابعاد آن مانند سیاست، تامین مالی، فرهنگ، حمایت، سرمایه انسانی و بازار در درون یک اکوسیستم، کمک شایانی به توسعه کارآفرینی کشور ایران می‌کند (داوری، سفیدبری و باقرصاد، 1396). اکوسیستم کارآفرینی در هر منطقه، کاملاً منحصر بفرد می‌باشد. به همین دلیل جهت فراهم آوردن بستر مناسب برای انتخاب بهترین زادبوم برای فعالیت‌های بنگاه‌ها در سطح ملی و منطقه‌ای، باید شناخت عمیق و دقیقی از وضعیت اکوسیستم کارآفرینی آن منطقه به دست آید. از این رو نگاشت و اندازه گیری وضعیت اکوسیستم کارآفرینی اهمیتی فراوان پیدا می‌کند و اقدامی پایه‌ای برای اقدامات بعدی، در جهت بهبود وضعیت کارآفرینی یک جامعه می‌باشد (براتی، یاوری و شریف، 1396).

در طول چند سال گذشته به رغم تلاشهای زیاد در جهت توسعه کارآفرینی، به دلیل مشکلاتی همچون سیاست‌های-سلیقه‌ای، ناسالم بودن محیط کسب و کار، بی ثباتی مدیران، وجود قوانین بازدارنده و غیرحمایتی، نبود اطمینان محیطی، نبود زیرساخت‌های تجاری، نبود پشتیبانی فرهنگی از کارآفرینی، نامناسب بودن بازارها، بهره بالای وام‌های

بانکی و غیره، در زمینه توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط رشد مناسبی در کشور مشاهده نشده است (قنبری، آگهی، علی بیگی و زرافشانی، 1395).

یکی از مواردی که می تواند به توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال و بهبود معیشت مردم بویژه در مناطق مرزی منجر گردد، ایجاد و توسعه بازارچه های مرزی است. وضعیت خاص جغرافیایی استان های مرزی و برخی شرایط اجتماعی سیاسی دیگر در این استان ها، حکایت از وجود شکاف های عمیق میان این مناطق و دیگر مناطق کشور دارد. مسائل مربوط به توزیع ثروت، قدرت و منزلت در این مناطق جدی است. به گونه ای که ما شاهد ارتقای استانداردهای زندگی در استان های مرکزی و کاهش آن در مناطق مرزی هستیم و از حیث امنیتی این پدیده منفی ارزیابی شده و می تواند واکنش هایی را به دنبال داشته باشد. مناطق مرزی، از نقاط حساس و استراتژیک کشور به شمار می روند. طبیعت منزوی و غیر حاصلخیز مناطق مرزی، بخصوص در عرصه های کوهستانی ایران، پیوسته به دلیل فقدان رفاه و نبود انگیزه های لازم برای زندگی، زمینه ساز مشکلات سیاسی، اقتصادی و امنیتی برای دولت های وقت بوده است (سعیدی، اسماعیل زاده و عبدالله پور، 1388). مناطق مرزی از نقاط حساس و استراتژیک کشور به شمار می روند. طبیعت منزوی و غیر حاصلخیز بودن این مناطق، به ویژه در عرصه های کوهستانی و بیابانی ایران، پیوسته به دلیل نبود رفاه و انگیزه های لازم برای زندگی، زمینه ساز مشکلات سیاسی، اقتصادی و امنیتی برای دولت های وقت بوده است (سازمان مدیریت، 1378: 49). از گذشته های دور، مناطق مرزنشین به دلیل ناتوانی های بالقوه، جزء مناطق منزوی و محروم به شمار می رفت؛ بنابراین شهرهای واقع در این مناطق بسیار محدود و از توسعه کمی برخوردارند؛ اما با جهانی شدن صنعت، تجارت، امور مالی و تغییرات در نظام بین المللی، تفکرات ژئواستراتژیک به سوی باورهای جغرافیای اقتصادی مرزها معطوف شد؛ به گونه ای که تحولات در کارکردهای مرز و نگرش نظام های سیاسی حاکم به آن به منزله یک فرصت اقتصادی، موجب افزایش جمعیت در مناطق مرزی شده و شرایط جدیدی را رقم زده است. این شرایط جدید، مرکز را وادار به تجدیدنظر در روابط خود با پیرامون کرده است. ناتوانی های بالقوه طبیعی و اقتصادی بعضی از این مناطق، به ویژه در زمینه های کشاورزی، صنعت، مهاجرت، تفاوت ها و نامتعادلی های منطقه ای و فضایی بین مناطق مرکزی و مرزی به دولت های وقت این امکان را داد که با هدف محرومیت زدایی، ایجاد اشتغال، نگهداشت جمعیت، ممانعت از تخلیه مناطق مرزی و وقوع قاچاق، زمینه هایی را برای مبادلات بازرگانی نواحی مرزی فراهم کنند (احمدی پور و همکاران، 1387: 6).

مهم ترین ویژگی ساختار این مناطق، نبود تنوع در بسترهای اقتصادی و فرصت های شغلی، به ویژه برای نیروی انسانی رو به افزایش روستایی است (حسینی، 1393: 20). یکی از زمینه های لازم برای پویا کردن اقتصاد نواحی مرزی، توسعه مبادلات مرزی در قالب های قانونمند و تسهیل شده بازارچه های مرزی است که محرک خوبی برای افزایش مبادلات رسمی، شکوفایی مزایای نسبی، گسترش همکاری ها و توسعه بازارهای بین منطقه ای، تثبیت قیمت ها، جهت دهی به سودهای تجاری، افزایش اشتغال و رفاه برای جامعه مرزنشین است (کامران و همکاران، 1388: 9) همچنین دولت برای بهبود وضعیت اقتصادی مناطق

روستایی واقع در حوزه مرزی، سیاست ایجاد بازارچه‌های موقت مرزی را اجرایی کرد؛ بر این اساس در چند سال گذشته در مناطق مختلف مرزی، تعداد زیادی از آن‌ها تأسیس و به سرپرست هر خانوار روستایی، یک دفترچه مرزی داده شد تا با آن چندین بار در ماه از این بازارچه‌ها کالا وارد کنند. با این تفاسیر، در این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ برای این پرسش هستیم که ایجاد و توسعه بازارچه‌های مرزی چه تأثیری می‌تواند بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مرزنشین داشته باشد؟

2. مبانی نظری تحقیق

2-1- بازارچه مرزی و اهمیت اقتصادی آن

یک منطقه مرزی یا خط مرزی به محض پیدایش، نه تنها بر منظره طبیعی - که جزئی از آن به شمار می‌رود - بلکه بر عمران و سیاست‌های کشورهای مجاور نیز تأثیر می‌گذارد (پرسکات، ۱۳۵۸: ۲۱). به طور کلی دیدگاه غالب درباره نقش مرزها، به‌ویژه در ادبیات توسعه مناطق مرزی، به دو صورت است: نخست مرز به منزله خطی جداکننده و دوم مرز به منزله منطقه تماس. مرزها، کارکردهای مختلف امنیتی، اجتماعی، اقتصادی، ارتباطی، سیاسی و فرهنگی دارند. کارکرد مرزها در طی زمان و با بروز تحولات در عرصه جهان تغییر می‌کند. مرز بین‌الملل، اساساً با هدف تعیین حد و مرز خارجی سرزمین یک دولت ایجاد شده است؛ از این رو مشخص‌کننده محدوده حاکمیت دولت بر مردم و منابع تحت نفوذش است و قلمرویی را تعیین می‌کند که دولت قوانین خود را در آنجا به اجرا می‌گذارد و قدرت‌ش را اعمال می‌کند. از این دیدگاه، مهم‌ترین کارکرد مرز، ایجاد مانع و عامل بازدارنده است (زرقانی، ۱۳۸۶: ۱۸۵). چگونگی کارکرد و نقش مرزها، عاملی کلیدی در توسعه مناطق مرزی به شمار می‌رود. مرزها هم می‌توانند مانعی در برابر توسعه و یکپارچگی نواحی مرزی باشند و هم به منزله پلی ارتباطی زمینه تعاملات و پیوند دو طرف مرز را فراهم کنند. فهم این تأثیر بازدارندگی یا نقش ارتباطی مرزها، وابسته به این است که ما چگونه مرزها و کارکرد آن‌ها را معنا کنیم. از دیدگاه نخست، مرزها به منزله مانع یا فیلتر، هزینه معاملاتی و تبادلاتی زیادی را به بار می‌آورند؛ به بیان دیگر، مرزی که مانع مشروع شکل‌گیری نظام‌های نهادی، سیاسی و اجتماعی در منطقه مرزی باشد، مانعی در برابر جریان آزاد اطلاعات و تشدید پیچیدگی‌های بازار است. به گفته چن^۱ در این حالت، مرز تمایل بیشتری به جدایی مناطق مرزی همجوار از طریق تعیین حدود، کنترل و نظارت بر عبور و مرور و تشدید قوانین گمرکی دارد تا پیوستگی آن‌ها. اما در دیدگاه مرز به مانند یک منطقه تماس، منطقه مرزی به صورت ناحیه‌ای است با شبکه‌ای از بنگاه‌های اقتصادی و سایر شبکه‌های اجتماعی دیگر که فراتر از خطوط مرزی، روندها، فرصت‌ها و مزایای جدیدی خلق می‌کنند و نقش مرز از یک مانع به یک پل ارتباطی یا به بیان ساده‌تر از یک دیوار به منبعی ارزشمند تبدیل می‌شود. بدین ترتیب با نگاهی کوتاه به ادبیات نظری مرز و مناطق مرزی، مشخص می‌شود با گذشت زمان، مرزهای ملی،

¹ - Chen

بخش زیادی از کارکردشان را به منزله مانع از دست داده‌اند و تعاملات و همکاری‌های میان‌مرزی به طور روزافزونی از اهمیت بیشتری برخوردار شده‌اند

تاکنون هیچ تعریف جهانی‌ای از بازارچه‌های مرزی به صورت عام ارائه نشده است؛ اما می‌توان گفت بازارچه‌های مرزی اساساً برای سرمایه‌گذاری و بهتر شدن وضعیت اقتصادی مناطق مرزنشین به وجود می‌آیند؛ به‌ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه که از نظر اقتصادی وضعیت مطلوبی ندارند. از یک منظر، بازارچه مرزی، محوطه‌ای است محصور واقع در نقطه صفر مرزی و در جوار گمرکات و مجاز به انجام تشریفات ترخیص کالا یا مکان‌هایی که طبق تفاهم‌نامه‌های منعقدشده بین ایران و کشورهای همجوار باشد (کهنه‌پوشی و عنابستانی، ۱۳۹۱: ۹). معمولاً بازارچه‌ها به دو دسته کلی بازارچه‌های مرزی مصوب تجاری اقتصادی و بازارچه‌های امنیتی یا ویژه تقسیم می‌شوند (طیبنیا، ۱۳۹۵: ۱۵۱). به عقیده صاحب‌نظران، فعالیت‌های اقتصادی مناطق مرزی در توسعه اقتصادی نواحی مرزی، بهبود استانداردهای زندگی مردم، کاهش فقر، توزیع مناسب درآمد، ایجاد رابطه دوستی و تسریع همکاری‌های بیشتر بین نواحی مرزی نقشی اساسی دارند. دلایل اقتصادی ایجاد بازارچه‌های مرزی میان دو کشور را می‌توان در الگوهای توسعه منطقه‌ای و مبادلات دو یا چندجانبه جست‌وجو کرد (چوکلی، ۱۳۹۱: ۲). با این همه در زمینه تجارت مرزی و بازارچه‌های مرزی نظریه‌های مختلفی وجود دارد که در زیر به بعضی از آن‌ها اشاره شده است:

نظریه تجارت جدید: اولین بار در سال ۱۹۸۰ مطرح شد و به شدت متأثر از نظریه ادغام آن زمان بود. برخلاف الگوهای سنتی اخیر، الگوهای تجاری، امروزه اقتصادمقیاس‌اند و به صورت ترکیبی از رقابت و انحصارگری به وجود آمدند. طرفداران این نظریه بیان می‌کنند آزادسازی روابط تجاری در بازارچه‌های مرزی بر زندگی مناطق مرزی تأثیر می‌گذارد و ساکنان با هزینه‌های نسبتاً کمتر به بازارهای خارجی دسترسی می‌یابند.

نظریه موقعیت سنتی: این نظریه را اولین بار اوهلین برتیل در سال ۱۹۶۷ به منزله یک الگوی سازگار خرید و فروش و ناآشنا با جلوه‌های فضایی یکپارچگی اقتصادی مطرح کرد و بعدها لوش آن را گسترش داد. در این الگو فرض بر این است که مصرف‌کنندگان و عوامل غیرمحرک تولید به اندازه هم در فضا توزیع شده‌اند و هزینه‌های حمل و نقل برای محصولات، متناسب با فاصله‌ای است که بین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان وجود دارد؛ از این رو مکان بازار باید در یک محل خاص فضایی تعیین شود

نظریه کنراد و نیکول: کنراد و نیکول در سال ۲۰۰۵، یک فرآیند تعاملی پنج مرحله‌ای را پیشنهاد کردند که به دنبال سطوح مختلف از مناطق مرزی است. این مراحل به طور مشخص و به صورت فعال در مناطق مرزی به صورت هویت، فرهنگ، نقش دولت، اقتصاد و سیاست با هم ترکیب می‌شوند.

2-2- نظریه های کارآفرینی

کارآفرینی و انواع آن

شناسایی انواع مختلف کارآفرینی در دنیای کسب و کار امروز، درک کامل تری از انگیزه ها، رویکردها و تاثیرات کارآفرینان را ارائه می دهد. البته ممکن است در مقالات دیگر، به دسته بندی های متفاوت دیگری برخورد کنید. اما موارد ارائه شده به شرح زیر چشم اندازهای مختلف کارآفرینان به این موضوع را هدف قرار می دهد. بنابراین با بررسی این موضوع که ۴ نوع اصلی کارآفرینی چیست به صورت خلاصه ویژگی های خاص هر یک را تشریح می کنیم.

- کارآفرینی فرصت گرا

این شکل از کارآفرینی بر توانایی فرد در شناسایی و بهره برداری از فرصت ها تمرکز دارد. کارآفرینان فرصت محور، نوآورانی هستند که با درک شکاف های موجود در بازار، راه حل های خلاقانه ای را برای پر کردن خلاءها ارائه می کنند. به عبارتی کارآفرینی در اینجا به شکل پذیرش ریسک ها و کشف موارد ناشناخته نشان داده می شود. این رویکرد می تواند به سرعت فناوری ها، روندهای بازار یا تغییر خواسته های مشتری را درک کرده و آنها را به مدل های کسب و کار جدید تبدیل کند. معمولاً این نوع، محرک تغییرات بنیادی و پایه در صنعت است.

- کارآفرینی تقلیدی

در این کارآفرینی، بر خلاف نوع فرصت گرا، فرد از مدل های کسب و کار تثبیت شده قبلی استفاده می کند. در حقیقت کارآفرین با تجزیه و تحلیل بازار و مطالعه کسب و کارهای موفق، فعالیت و رویکرد خود را در دستیابی به موفقیتی مشابه تنظیم می کند. توانایی فرد در اینجا، بر بهینه سازی و استفاده از مفاهیم و مدل های تجاری اثبات شده پیشین متمرکز است. به همین دلیل ریسک کمتری نسبت به کارآفرینی فرصت گرا دارد.

- کارآفرینی مبتنی بر نیاز

در این دسته، فرد کارآفرین به دلیل چالش های مالی، نداشتن فرصت های شغلی یا محدودیت های دیگر، کسب و کار شخصی خود را راه اندازی می کند. به عبارتی کارآفرینی در اینجا راه حلی برای غلبه بر شرایط موجود و پیدا کردن

مسیرهای جدید با هدف انجام بهتر کارها است. فرد با وجود داشتن شرایط نامطلوب اغلب با طرز فکر کارآفرینی، راه حل های خلاقانه ای را ایجاد می کند.

- کارآفرینی اجتماعی

در اینجا افراد بر ارایه راه حل های نوآورانه در زمینه رفع مشکلات اجتماعی یا زیست محیطی متمرکز هستند. مدل های کسب و کار آنها نیز با هدف تاثیرگذاری مثبت بر جامعه و پایداری مالی درازمدت تنظیم می شود. در این نوع کارآفرینی بین موفقیت اقتصادی و مسئولیت اجتماعی تعادل وجود دارد.

3- پیشینه پژوهش

محمدی (1401) در مقاله ای با عنوان "تحلیل عوامل موثر بر عملکرد نامطلوب بازارچه های مرزی در عدم توسعه اقتصادی- اجتماعی روستاهای پیرامون مرز باشماق مطالعه موردی: روستاهای مرزی شهرستان مریوان" به بررسی موانع و مشکلاتی که کارایی و اثرگذاری مطلوب بازارچه های مرزی شهرستان مریوان در تغییر وضعیت توسعه یافتگی نواحی روستایی مورد مطالعه را با چالش، مواجه ساخته اند، پرداخت. در ابتدا؛ مهم ترین موانع و مشکلات از طریق مصاحبه ها با دو گروه مسئولین و آگاهان روستایی به روش نمونه گیری غیر احتمالی گلوله برفی، شناسایی شد و سپس از طریق توزیع 360 پرسشنامه (بهره گیری از فرمول کوکران) در میان سرپرستان خانوار دهستان های خاوومیرآباد و زیریوار به عنوان جامعه آماری پژوهش، این موانع و مشکلات، مورد تایید واقع گردیدند. در نهایت؛ با تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده با آزمون تحلیل عاملی؛ 46 متغیر یا مانع اثرگذار در قالب 5 عامل: نارسایی های مدیریتی؛ ضعف و کمبود در خدمات، امکانات و زیرساخت های بازارچه؛ ضعف در مشارکت و همکاری مردم محلی؛ کیفیت نازل توسعه روستایی منطقه و مکان گزینی نادرست بازارچه ها، خلاصه گردیدند. همچنین آزمون تحلیل مسیر نیز، نشان داد که عامل مکان گزینی نامناسب، دارای بیشترین تاثیر مستقیم، عامل نارسایی های مدیریتی؛ دارای بیشترین تاثیر غیرمستقیم و در مجموع نیز؛ عامل نارسایی های مدیریتی بیشترین تاثیر را بر عملکرد نامطلوب بازارچه ها دارند

فرازمند و همکاران (1398) در مقاله ای با عنوان "نقش بازارچه های مرزی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان های غرب کشور (مطالعه موردی: مرز مهران)" به شناسایی عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان های غرب کشور (مطالعه موردی: مرز مهران) پرداختند. جهت شناسایی عوامل مؤثر در نقش بازارچه های مرزی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان های غرب کشور به 15 نفر از خبرگان درون دانشگاهی و کارشناسان خبره وزارت سمت بر اساس عواملی نظیر سابقه فعالیت حرفه ای در زمینه نقش بازارچه های مرزی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان های غرب کشور، سابقه انجام تحقیق های علمی در این زمینه و مواردی از این دست مراجعه شده است. در تحقیق حاضر جهت بررسی نقش بازارچه های مرزی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان های غرب کشور از مصاحبه

های نیمه ساختاریافته استفاده گردید. در این پژوهش بمنظور تحلیل داده ها از تکنیک دلفی استفاده شده است. نتایج نشان داد که 44 شاخص در قالب 7 مؤلفه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بهداشتی، ارتباطی، آموزشی و سازمانی و نهادی عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان های غرب کشور (مطالعه موردی: مرز مهران) را تشکیل می دهند

احمدی و همکاران (1398) در مقاله ای با عنوان "اثرات بازارچه های مرزی موقت در امنیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین (روستاهای مرزنشین شهرستان مریوان)" به بررسی تاثیر بازارچه های مرزی موقت در اقتصاد و امنیت اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین، در شهرستان مریوان پرداخته است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش گردآوری اطلاعات توصیفی-تحلیلی است. جهت گردآوری اطلاعات از روش اسنادی و در بخش میدانی از روش پیمایش مبتنی بر تکمیل پرسش نامه و مصاحبه بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل (5532) نفر از مرزنشینان می باشند که با استفاده از روش های آماری تعداد (250) نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. اعتبار پرسش نامه ها نیز از طریق آزمون آلفای کرونباخ، (0/87) درصد به دست آمده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون t زوجی، کای اسکویر و پیرسون استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهند که بازارچه های مرزی موقت نتوانسته اند تاثیر مثبتی در امنیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین داشته باشند، و روستاهای نزدیک تر به مرز تاثیرپذیری بیشتری از بازارچه های موقت مرزی دارند. با توجه به آزمون t زوجی، درآمد روستاییان به دلیل از بین رفتن فعالیت قاچاق کالا در منطقه، بعد از تاسیس بازارچه های مرزی موقت نسبت به قبل از تاسیس بازارچه ها، کاهش یافته است

بدری و همکاران (1396) در مقاله ای با عنوان "تاثیر بازارچه های مرزی بر ارتقاء شاخص های اقتصادی - اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین مطالعه موردی: مرز باشماق مریوان" به بررسی تاثیر بازارچه های مرزی بر ارتقاء شاخص های اقتصادی - اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین خاو و میرآباد، زریوار و سرکل در شهرستان مریوان پرداخته است. برای گردآوری داده ها از روش اسنادی و در بخش میدانی از روش پیمایش مبتنی بر تکمیل پرسش نامه و مصاحبه بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش، خانوارهای ساکن در سه دهستان مرزی خاو و میرآباد، زریوار و سرکل هستند که با بهره گیری از فرمول کوکران از میان 3094 خانوار، تعداد 360 خانوار به منزله حجم نمونه انتخاب شده اند. اعتبار پرسش نامه نیز براساس آزمون آلفای کرونباخ، 0.74 درصد به دست آمده است. همچنین با 30 نفر از افراد نمونه برای تکمیل یافته ها، مصاحبه فردی عمیق صورت گرفته است. روستاهای بررسی شده در سه دسته براساس فاصله از مرز (فاصله دور، متوسط و نزدیک) طبقه بندی شده اند و 18 روستا (در هر فاصله، 6 روستا) برای نمونه انتخاب شده اند. برای تجزیه و تحلیل آماری داده ها از آزمون t تک نمونه ای، آزمون کای اسکوئر و آزمون ANOVA در نرم افزار SPSS و نرم افزار GIS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد بازارچه های مرزی از نظر شاخص های اقتصادی، عملکرد مطلوبی در مناطق روستایی مرزنشین نداشته اند. با توجه به تحلیل فضایی پژوهش، بازارچه های مرزی از نظر وضعیت اقتصادی بر روستاهای در فاصله متوسط از مرز (15-5 کیلومتری)، تاثیر بیشتری نسبت به روستاهای دور از مرز و نزدیک مرز داشته اند. همچنین فعال

شدن این بازارچه ها در زمینه ارتقاء شاخص های اجتماعی، از جمله: مشارکت اجتماعی، روحیه کار گروهی و تعاملات اجتماعی با روستاهای همسایه و کشور عراق نیز، تاثیر مثبتی بر جای گذاشته است

عبده زاده و فتح اللهی (1394) در مقاله ای با عنوان "بازارچه های مرزی و احساس امنیت اقتصادی- اجتماعی روستائیان مرزنشین مورد مطالعه: بازارچه ها و روستاهای مرزی شهرستان مریوان" بدنبال پاسخ به این سوال بودند که بازارچه های مرزی شهرستان بانه چه تأثیری بر احساس امنیت روستائیان مرزنشین داشته است؟ در این تحقیق، با توجه به پیشینه تجربی و ادبیات نظری، جهت سنجش مفهوم احساس امنیت، رویکردی مرکب از ابعاد اجتماعی، اقتصادی امنیت بر اساس نظریات امنیت بوزان، میتار و ... انتخاب شده است. روش پژوهش، کمی- یکفای و جامعه آماری شامل دو دسته از روستاهای دور و نزدیک به بازارچه های مرزی (سیران بند و ...) در شهرستان بانه می باشد. حجم نمونه، شامل 237 نفر از اهالی روستاهای دور و نزدیک به بازارچه های مرزی می باشد. همچنین با تعداد 35 نفر از اهالی نیز مصاحبه فردی انجام شده است. یافته ها نشان می دهند که مرزنشینان نزدیک به بازارچه های مرزی نسبت به سایرین، به لحاظ اقتصادی (به ویژه شغلی)، از احساس امنیت بیشتری برخوردارند. اما در بعد اجتماعی (به ویژه ادامه تحصیل جوانان) تأثیر منفی بازارچه ها توسط مرزنشینان احساس می گردد. در نهایت یافته ها نشان می دهد که بازارچه های مرزی در نقاط مرزی از اهداف اصلی خود فاصله گرفته اند که محتاج بازنگری در این مورد می باشند

میرزایی و عبده زاده (1393) در مقاله ای با عنوان "بررسی تاثیر بازارچه های مرزی بر کیفیت زندگی روستائیان مرزنشین (مورد مطالعه: بازارچه های مرزی و روستاهای شهرستان مریوان)" به بررسی تاثیر بازارچه های مرزی بر کیفیت زندگی روستائیان مرزنشین شهرستان مریوان پرداخته است. سوال اصلی تحقیق این است که بازارچه های مرزی چه تأثیری بر کیفیت زندگی روستائیان مرزنشین داشته اند؟ جهت سنجش مفهوم کیفیت زندگی، با توجه به پیشینه تجربی و ادبیات نظری، چهار بعد کیفیت زندگی (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و روانی) با متغیرهای آن بررسی شده است. روش پژوهش، «ترکیبی»، تلفیقی از روش های کمی (پیمایش) و کیفی (مصاحبه فردی عمیق و گروهی) است. حجم نمونه، 304 نفر از افراد ساکن در روستاهای شهرستان مریوان (نزدیک و دور از بازارچه ها) است. با 10 نفر از افراد نمونه جهت تکمیل یافته ها، مصاحبه فردی عمیق صورت گرفت. یافته ها نشان می دهند وقتی کیفیت زندگی با مولفه های مختلف آن، از جمله مسکن، درآمد، تعاملات و گرایش های فرهنگی، اعتماد بین شخصی، مشارکت اجتماعی و احساس بهزیستی روانی سنجیده می شود، بازارچه ها تاثیر مثبت و منفی متفاوتی بر کیفیت زندگی روستائیان مرزنشین نزدیک به بازارچه ها دارند. همچنین مصاحبه ها نشان می دهد که در شرایط کنونی به صورت نابرابر، فقط گروه های خاصی از مرزنشینان (به ویژه شهرنشینان و تاجران یا صاحب بارها) از مزایای تاسیس بازارچه ها سود می برند، لذا باید سازوکارهای ممکن جهت افزایش مشارکت روستائیان مرزنشین در فعالیت بازارچه ها فراهم شود.

4- روش تحقیق

4-1- جامعه و نمونه آماری

مورد مطالعه در این پژوهش، بازارچه مرزی ریمدان در چابهار می باشد. جامعه آماری این پژوهش را خانوارهای ساکن در روستاهای مرزی واقع در بازارچه مرزی ریمدان تشکیل می دهند. با بهره گیری از فرمول کوکران، حجم نمونه از کل 43 روستای واقع در این دهستان ها، تعداد 8 روستا و از میان 1068 خانوار، تعداد 140 خانوار تعیین شد. برای گزینش روستاها و نیز خانوارهای نمونه در آن ها، ابتدا روستاها براساس معیار فاصله از مرز به سه دسته تقسیم و از میان هر سه دسته، با توجه به امکانات و محدودیت های موجود و نیز زیاده بودن درصد احتمال وجود قاچاق، 18 روستا به روش تصادفی طبقه بندی شده، برگزیده شدند. حجم نمونه با بهره گیری از فاصله روستاها از مرز به دست آمد. گزینش خانوارهای نمونه نیز به این صورت انجام شد که در روستاهای نزدیک مرز هر روستا 30 پرسش نامه، روستاهای در فاصله متوسط مرز هر روستا 20 پرسش نامه و در نهایت روستاهای در فاصله دور از مرز در هر روستا 10 پرسش نامه توزیع شد و در مجموع 140 نفر به عنوان نمونه پرسش نامه تکمیل کردند. پرسش نامه خانوار شامل پرسش های بسته با بهره گیری از طیف لیکرت طراحی شد. روایی محتوایی پرسش نامه را جمعی از استادان دانشگاهی تأیید کردند و اعتبار پرسش نامه ها نیز با آزمون آلفای کرونباخ، آزمون شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز، در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

4-2- ابزار و روش گردآوری داده ها

روش پژوهش در این مطالعه ترکیبی از دو روش کتابخانه ای و میدانی می باشد. بعبارت دیگر ابتدا با استفاده از ابزار فیش برداری مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردآوری شده و سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه و بصورت میدانی داده ها و اطلاعات جمع آوری می گردد. پرسشنامه حاصله شامل دو بخش خواهد بود. بخش اول مربوط به سؤالات فردی بوده و بخش دوم مربوط به سؤالات تخصصی است. سؤالات فردی در بخش اول، در مورد جنسیت، سطح تحصیلات و سن بوده و بخش دوم پرسشنامه نیز شامل سؤالات تخصصی خواهد بود. برای طراحی این بخش از طیف لیکرت 5 گزینه ای که یکی از رایج ترین مقیاس های اندازه گیری است، استفاده می شود. برای این کار، طیف لیکرت از یک تا پنج (بسیار زیاد امتیاز پنج، زیاد امتیاز چهار، متوسط امتیاز سه، کم امتیاز دو و بسیار کم امتیاز یک) ارزش گذاری شده است.

5- نتایج

5-1- توصیف جمعیت شناختی نمونه

در جدول 2، آمار توصیفی مربوط به مشخصات فردی و جمعیت شناختی اعضای نمونه (126 فرد) به تفکیک جنسیت، سن و سطح تحصیلات ارائه شده است.

جدول 1: نتایج آمار توصیفی اعضای نمونه

ویژگی های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	125	89
زن	15	11
سن		
کمتر از 30 سال	95	68
30-40	21	15
40-50	24	17
تحصیلات		
دیپلم و پایین تر	119	85
کارشناسی	21	15

منبع: یافته های تحقیق

براساس نتایج جدول 2، از بین اعضای نمونه، 89 درصد افراد را مردان و 11 درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین بخش بزرگی از پاسخ دهندگان را افرادی تشکیل داده اند که کمتر از 30 سال سن دارند. علاوه بر این، 85 درصد از افرادی که بعنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند، مدرک پایین تر از دیپلم دارند.

2-5- یافته ها

در این مطالعه، توسعه بازارچه های مرزی از ابعاد اشتغال، درآمد، پس انداز، مشارکت اجتماعی، روحیه کار گروهی و تعاملات اجتماعی با کشورهای همسایه مطالعه گردید. هر یک از این مولفه ها در قالب سوالاتی سنجیده شد. بطوریکه برای سنجش اشتغال از سوال 1-4، برای سنجش درآمد از سوال 5-9، برای سنجش پس انداز از سوال 10-15، برای سنجش مشارکت اجتماعی از سوال 16-20، برای سنجش روحیه کار گروهی 21-26 و برای سنجش تعاملات اجتماعی با کشورهای همسایه از سوال 27-33 استفاده شد. برای سنجش کارآفرینی نیز از پرسشنامه کارآفرینی فردی محقق ساخته با 31 سوال استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد ارایه شده بالاتر از 0/7 بوده و بیانگر این است که

پرسشنامه محقق ساخته از پایایی لازم برخوردار است (جدول 2). روایی پرسشنامه نیز بصورت محتوایی بوده و مورد تایید اساتید و خبرگان موضوع پژوهش قرار گرفته است.

جدول 2: نتایج بررسی پایایی مولفه های پژوهش

مولفه	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی	روایی
اشتغال	0/75	دارد	دارد
درآمد	0/77	دارد	دارد
پس انداز	0/73	دارد	دارد
مشارکت اجتماعی	0/80	دارد	دارد
روحیه کار گروهی	0/79	دارد	دارد
تعاملات اجتماعی با کشور همسایه	0/77	دارد	دارد
کارآفرینی	0/83	دارد	دارد

منبع: یافته های تحقیق

در ادامه با استفاده از روش رگرسیونی می توان تاثیر هر یک از ابعاد بازارچه مرزی بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان را بررسی نمود. برای این کار از نرم افزار SPSS استفاده شده و نتایج خروجی تحلیل همبستگی در جدول 3 ارائه شده است

جدول 3: تاثیر توانمندسازی اجتماعی بر توسعه کارآفرینی

متغیر	ضریب	ضریب همبستگی	سطح معناداری
اشتغال	0/124	0/35	0/04
درآمد	0/37	0/48	0/01
پس انداز	0/089	0/19	0/09
مشارکت اجتماعی	0/19	0/30	0/05
روحیه کار گروهی	0/14	0/26	0/04
تعاملات اجتماعی با کشور همسایه	0/23	0/39	0/02

منبع: یافته های تحقیق

براساس نتایج برآوردی بعد اشتغال توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. این تاثیر در سطح معناداری 5 درصد به لحاظ آماری معنادار می باشد. عبارت دیگر، با توسعه بازارچه مرزی، اشتغال ایجاد شده می تواند با خلق درآمد برای ساکنین مرزی، توسعه کارآفرینی و بهبود کسب و کار را تحریک کند. همچنین در سطح معناداری 5 درصد، بعد درآمد توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. عبارت دیگر توسعه بازارچه های مرزی با بهبود درآمد مرزنشین ها می تواند به توسعه کارآفرینی منجر گردد. در سطح معناداری 5 درصد، بعد پس انداز توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته اما این تاثیر در سطح معناداری 5 درصد به لحاظ آماری معنادار نمی باشد.

براساس نتایج تحلیل همبستگی، در سطح معناداری 5 درصد، بعد روحیه کار گروهی توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. عبارت دیگر توسعه بازارچه های مرزی با بهبود روحیه کار گروهی می تواند به توسعه کارآفرینی منجر گردد. علاوه بر این، در سطح معناداری 5 درصد، بعد تعاملات اجتماعی با کشور همسایه توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت و معنادار داشته است. از این رو می توان گفت که توسعه بازارچه های مرزی با بهبود تعاملات اجتماعی با کشور همسایه می تواند به توسعه کارآفرینی منجر گردد

6- نتیجه گیری

امروزه تجارت به منزله موتور رشد و توسعه معرفی شده است؛ زیرا کشورهایی که سیستم های باز خارجی دارند، کمتر دچار فقر شده و به واسطه رونق تجارت خارجی، نابرابری ها را کاهش داده اند؛ از این رو کشورهای در حال توسعه به منظور دستیابی به توسعه، لازم است به دنبال حضوری جدی تر در عرصه تجارت جهانی باشند؛ ازجمله روش های حضور فعال در تجارت جهانی، گسترش مبادلات مناطق مرزی بین کشورها و احداث بازارچه های مرزی است. در این راستا نقاط روستایی مناطق مرزی کشور به دلیل دوری از مرکز و فقدان بسترهای اقتصادی و صنعتی، از لحاظ سرمایه گذاری و برنامه ریزی در

اولویت قرار دارند. ناتوانایی های بالقوه در تولید، نبود اشتغال، کم بودن درآمد و دسترسی نداشتن به نیازهای اولیه، عمده ترین مشخصه اقتصادی - اجتماعی این مناطق است.

در این پژوهش، بازارچه مرزی ریمدان در چابهار مورد مطالعه قرار گرفته و نقش بازارچه مرزی در توسعه کارآفرینی مطالعه شده است. جامعه آماری این پژوهش را خانوارهای ساکن در روستاهای مرزی واقع در بازارچه مرزی ریمدان تشکیل می دهند. با بهره گیری از فرمول کوکران، حجم نمونه از کل 43 روستای واقع در این دهستان ها، تعداد 8 روستا و از میان 1068 خانوار، تعداد 140 خانوار تعیین شد. گزینش خانوارهای نمونه نیز به این صورت انجام شد که در روستاهای نزدیک مرز هر روستا 30 پرسش نامه، روستاهای در فاصله متوسط مرز هر روستا 20 پرسش نامه و در نهایت روستاهای در فاصله دور از مرز در هر روستا 10 پرسش نامه توزیع شد و در مجموع 140 نفر به عنوان نمونه پرسش نامه تکمیل کردند. پرسش نامه خانوار شامل پرسش های بسته با بهره گیری از طیف لیکرت طراحی شد. روایی محتوایی پرسش نامه را جمعی از استادان دانشگاهی تأیید کردند و اعتبار پرسش نامه ها نیز با آزمون آلفای کرونباخ، آزمون گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز، در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار SPSS استفاده شد.

روش پژوهش در این مطالعه ترکیبی از دو روش کتابخانه ای و میدانی بود. عبارت دیگر ابتدا با استفاده از ابزار فیش برداری مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردآوری شده و سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه و بصورت میدانی داده ها و اطلاعات جمع آوری می گردد. در این مطالعه، توسعه بازارچه های مرزی در قالب پرسشنامه 33 سوالی محقق ساخته و با استفاده از ابعاد اشتغال، درآمد، پس انداز، مشارکت اجتماعی، روحیه کار گروهی و تعاملات اجتماعی با کشورهای همسایه مطالعه گردید. برای سنجش کارآفرینی نیز از پرسشنامه کارآفرینی فردی محقق ساخته با 31 سوال استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد ارایه شده بالاتر از 0/7 بوده و بیانگر این است که پرسشنامه محقق ساخته از پایایی لازم برخوردار است. روایی پرسشنامه نیز بصورت محتوایی بوده و مورد تایید اساتید و خبرگان موضوع پژوهش قرار گرفته است.

نتایج خروجی تحلیل همبستگی نشان داد که بعد اشتغال و بعد درآمد توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. این تاثیر در سطح معناداری 5 درصد به لحاظ آماری معنادار می باشد. عبارت دیگر، با توسعه بازارچه مرزی، اشتغال ایجاد شده می تواند با خلق درآمد برای ساکنین مرزی، توسعه کارآفرینی و بهبود کسب و کار را تحریک کند. در سطح معناداری 5 درصد، بعد پس انداز توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته اما این تاثیر در سطح معناداری 5 درصد به لحاظ آماری معنادار نمی باشد. براساس نتایج تحلیل همبستگی، در سطح معناداری 5 درصد، بعد روحیه کار گروهی و بعد تعاملات اجتماعی با کشور همسایه در قالب توسعه بازارچه های مرزی، بر توسعه کارآفرینی در بازارچه مرزی ریمدان تاثیر مثبت داشته است. عبارت دیگر توسعه بازارچه های مرزی با بهبود روحیه کار گروهی و ارتقای سطح تعاملات اجتماعی با کشور همسایه می تواند به توسعه کارآفرینی منجر گردد.

منابع

- ابراهیمی مستکانی، عابد، (۱۳۹۴)، ارزیابی تأثیرات اجتماعی - اقتصادی بازارچه مرزی سرو بر توسعه مناطق روستایی پیرامون، پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۲، ۳۸۸-۳۶۹، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
- احمدی‌پور، زهرا، حافظ‌نیا، محمدرضا و محمدپور، علیرضا، (۱۳۸۷)، تأثیرات اقتصادی و اجتماعی بازگشایی مرزها؛ نمونه موردی: بخش باجگیران در مرز ایران و ترکمنستان، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۶۵، ۱۸-۱، مؤسسه جغرافیا دانشگاه تهران.
- احمدی و همکاران. (۱۳۹۸). اثرات بازارچه‌های مرزی موقت در امنیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین (روستاهای مرزنشین شهرستان مریوان). نشریه پژوهشنامه جغرافیای انتظامی. شماره ۲۷. صص ۶۳-۹۰
- اصلانی اسلمرز، عابد، (۱۳۹۴)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش مرزنشینان بانه‌ای به قاچاق کالا (زمینه‌ها و راهکارها)، فصلنامه انتظام اجتماعی، شماره ۲، ۵۶-۳۳، دانشکده علوم و فنون انتظامی.
- ارمغان، سیمین، (۱۳۹۱)، آثار اقتصادی بازارهای مرزی در توسعه روستاهای شهر آستارا، همایش ملی توسعه روستایی.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین، پاپلی یزدی، محمدحسین و عبدی، عرفان، (۱۳۸۷)، ارزیابی آثار اقتصادی بازارچه‌های مرزی در بازتاب‌های توسعه مناطق مرزی، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال ۴، شماره ۲، ۱۰۹-۸۲، تهران.
- بدری و همکاران. (۱۳۹۶). تاثیر بازارچه‌های مرزی بر ارتقاء شاخص‌های اقتصادی - اجتماعی مناطق روستایی مرزنشین مطالعه موردی: مرز باشماق مریوان. نشریه برنامه ریزی فضایی جغرافیا. شماره ۳. صص ۵۶-۷۸
- چولکی، غلامرضا، (۱۳۹۱)، بررسی نقش تحولات اقتصادی مناطق مرزی در برقراری نظم و امنیت پایدار مرزها؛ مطالعه موردی: بازارچه مرزی، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالش‌ها و رهیافت‌ها.
- چولکی، خلیل، (۱۳۹۱)، ارزیابی اقتصادی و بررسی منافع حاصله بازارچه‌های مرزی بر روستاهای پیرامون؛ مطالعه موردی: بازارچه مرزی کیله شهرستان سردشت، استان آذربایجان غربی، چهارمین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا.
- حسینی، سیدعلی، (۱۳۹۳)، تحلیل عوامل مؤثر بر افزایش درآمد و اشتغال روستاییان در استان گیلان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۳، شماره ۱ (پیاپی ۷)، ۳۴-۱۹، دانشگاه خوارزمی.
- دفتر مطالعات اقتصادی وزارت بازرگانی، (۱۳۸۱)، برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی، جزوه آموزشی.
- رازینی، ابراهیم‌علی و باستانی، علیرضا، (۱۳۸۱)، گزارش تحلیلی بر نقش و عملکرد بازارچه‌های مرزی، معاونت برنامه‌ریزی و بررسی‌های اقتصادی وزارت بازرگانی.

- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، (۱۳۷۸)، اولین گزارش ملی توسعه انسانی جمهوری اسلامی ایران.
- شرافت، سجاد، (۱۳۹۱)، نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه روستایی مناطق مرزی؛ مطالعه موردی: بازارچه مرزی مهران، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالش‌ها و رهیافت‌ها.
- طیب‌نیا، هادی، (۱۳۹۵)، نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه اجتماعی و اقتصادی نواحی روستایی؛ نمونه: روستاهای بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۵، شماره ۱، ۱۷۲-۱۴۷، دانشگاه خوارزمی.
- عاشری، امامعلی، (۱۳۹۰)، ارزیابی آثار اقتصادی - اجتماعی و امنیتی احداث بازارچه‌های مرزی و نقش آن در توسعه مناطق مرزی؛ نمونه موردی: بازارچه مرزی جوانرود (شیخ صالح)، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
- عندلیب، علیرضا، (۱۳۸۰)، نظریه پایه و اصول آمایش مناطق مرزی جمهوری اسلامی ایران، دانشکده فرماندهی و ستاد سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، تهران.
- فرازمند و همکاران. (۱۳۹۸). نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در استان‌های غرب کشور (مطالعه موردی: مرز مهران). نشریه نشریه جامعه‌شناسی سیاسی ایران. دوره ۲، شماره ۴. صص ۲۷-۴۹
- فصیحی، حبیب‌اله، (۱۳۹۳)، آینده قاچاق کالا؛ هشدار برای انحطاط شهری بانه، دوازدهمین کنگره انجمن جغرافیایی ایران با محوریت آمایش سرزمین، الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت.
- کهنه‌پوشی، سیدهادی و عنابستانی، علی‌اکبر، (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین فاصله از مرز و میزان درآمد و اشتغال در قاچاق کالا (نمونه موردی: بخش خاو و میرآباد - مریوان)، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال ۴، شماره ۱۵، ۲۰-۱، دانشگاه اصفهان.
- کهنه‌پوشی، سیدهادی، (۱۳۹۲)، تأثیر قاچاق کالا بر اقتصاد روستاهای مرزی؛ نمونه: بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان، جغرافیا و توسعه، شماره ۳۲، ۷۴-۶۱، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- عبده زاده، سیروان و فتح‌اللهی، سعید. (۱۳۹۴). بازارچه‌های مرزی و احساس امنیت اقتصادی - اجتماعی روستائیان مرزنشین مورد مطالعه: بازارچه‌ها و روستاهای مرزی شهرستان مریوان. نشریه توسعه روستایی. پیاپی ۱۱. شماره ۲. صص ۷۴-۹۸
- محمدی، سعدی. (۱۴۰۱). تحلیل عوامل موثر بر عملکرد نامطلوب بازارچه‌های مرزی در عدم توسعه اقتصادی - اجتماعی روستاهای پیرامون مرز باشماق مطالعه موردی: روستاهای مرزی شهرستان مریوان. نشریه آمایش جغرافیایی فضا. دوره ۱۲، شماره ۴۳. صص ۸۵-

- محمدی یگانه، بهروز، (۱۳۹۱)، ارزیابی آثار اقتصادی بازارچه مرزی مهران بر توسعه نواحی روستایی؛ مطالعه موردی: دهستان محسن آباد، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال 12، شماره 2، ۷۹-۹۶، دانشگاه تربیت معلم تهران.
- نسترن، مهین، (۱۳۹۴)، تحلیل عوامل مؤثر بر تمرکز اشتغال غیررسمی در شهر مرزی بانه، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات شهری، شماره ۱۴، ۹۱-۱۰۱، دانشگاه کردستان.