

تحلیل کارکردهای اقتصادی بازار تبریز و حوزه نفوذ آن

نقیسه مرصوصی* - استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور
محمدباقر خانی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور

پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۸/۱۰ تأیید نهایی: ۱۳۸۹/۲/۱۵

چکیده

بازار تبریز از گذشته‌های دور با کارکردهای قوی و متنوع، حوزه نفوذی وسیع و گسترده در سطح ملی و بین‌المللی داشته؛ اما در دهه‌های اخیر به دلیل بی‌توجهی طرح‌های شهری به آن در معرض افول قرار گرفته است. روش تحقیق در نوشتار حاضر توصیفی و تاریخی است، که با استفاده از داده‌های حاصل از روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای انجام شده است. کاهش بارگذاری سطح فعالیت‌های تجاری به لحاظ کمی، ایجاد رقابت‌پذیری با هدف کارایی فضایی و اقتصادی، تقویت، احیا و توسعه محوری کشور با عملکرد بازرگانی - تجاری، ارتقای کارایی و بهره‌وری بهینه اقتصادی، و همچنین فعالیت‌های کلان‌شهر تبریز با استفاده از ظرفیت‌های درونی مرکزیت بافت تاریخی منطقه، تقویت کیفی و ارتقای شأن بازار به عنوان مرکز اقتصادی کلان‌شهر تبریز، از یافته‌های تحقیق به‌شمار می‌آید.

کلیدواژه‌ها: کارکرد اقتصادی، بازار، ساختار کالبدی، تبریز، حوزه نفوذ.

مقدمه

از ویژگی‌های اصلی شهر در دوره اسلامی همانا ساختارهای بازرگانی آن است که به صورت مجموعه‌ای یکدست و به هم پیوسته، در فضایی فشرده، در میان شهر جای گرفته است و هنوز هم با وجود دگرگونی‌های ظاهری آن، ویژگی اصلی شهر اسلامی را تداعی می‌کند (ویرت، ۱۹۷۴، ۲۰۷-۲۰۸). بازار مرکزی شهرهای اسلامی خاورمیانه، مرکز ثقل اقتصادی و قانون نظام بهره‌وری سرمایه است. نهاد مذکور با خرید و فروش و تولید و پیشه‌وری گسترده به صورت مرکز رهبری امور اقتصادی و مالی شهر درآمدده است و جایگاهی محوری در سیاست و دین دارد. با این برداشت، بازار نهادی معادل محله مرکزی معاملات شهرهای بزرگ امروز قلمداد می‌شود (بویک، ۱۹۵۹، ۲۵۹)، بازار علاوه بر اینکه واسطه ضروری و حلقه اصلی زنجیره تولید و توزیع و مصرف است، جایگاهی برای بهره‌برداری از سرمایه نیز دارد (لاپیدوس، ۱۹۶۷، ۵۹). سازماندهی و سرمایه‌گذاری در تولید منسوجات و سپس در فرش‌بافی - در نواحی روستایی - از دیگر

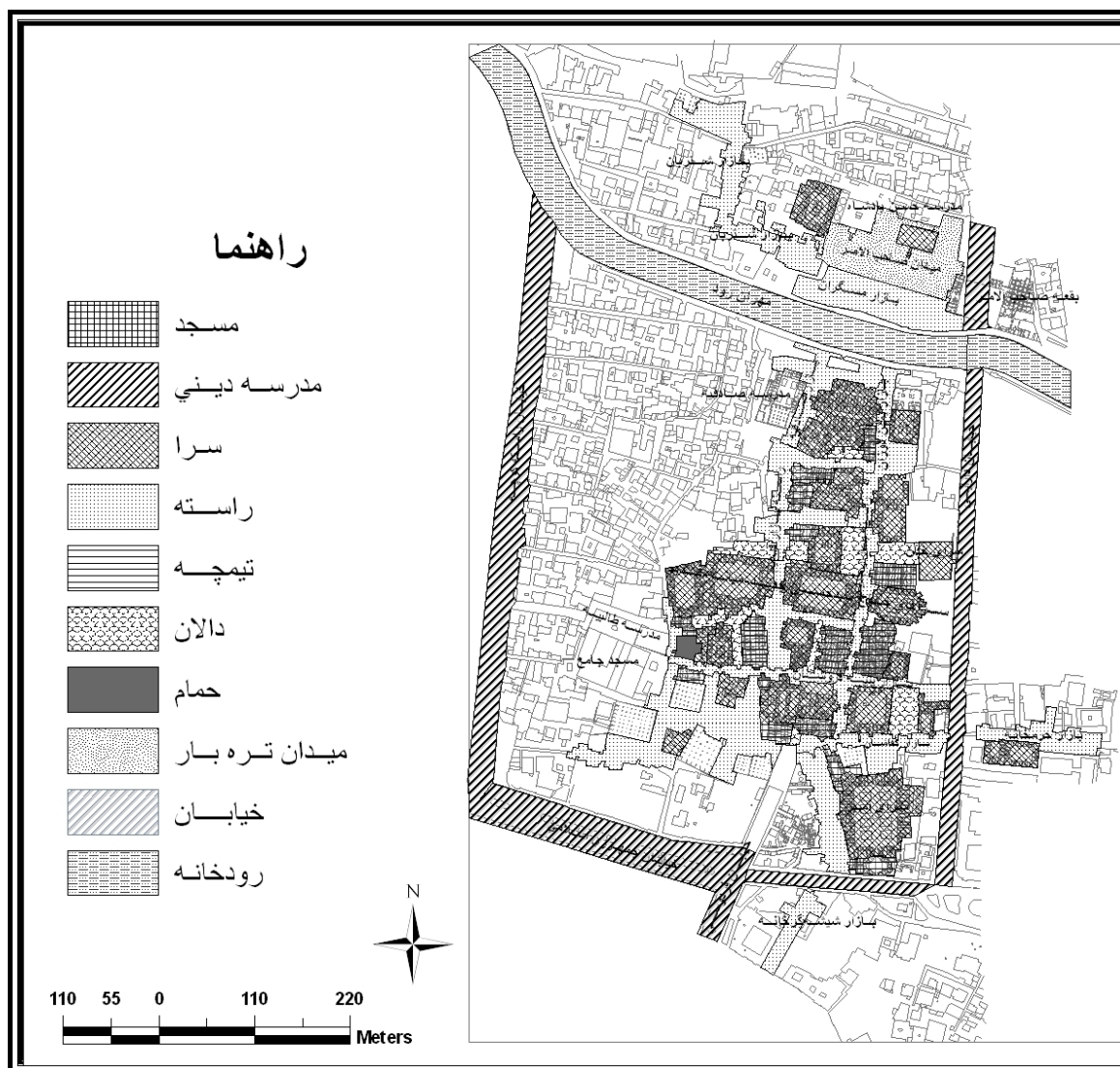
فعالیت‌های مهم مالی بازار است (ایرانیکا، ج ۴: ۲۸). شهرهای پیش از سال ۱۳۰۰ هـ. ش. در ایران، در بردارنده نشانه‌هایی بودند که آنها را به نمونه‌های ویژه شهر سنتی خاورمیانه اسلامی بدل می‌ساخت (اهلرز، ۱۳۸۰، ۱۶۶). مسجد جامع و بازار دو عنصر شهری بودند که با تعامل یا روابط متقابل در مرکز شهر قرار داشتند و ارگ نیز گاه در کنار مسجد جامع و بازار، به گونه‌ای مرتبط با این دو عنصر واقع می‌شد (سلطانزاده، ۱۳۶۵، ۲۷۰ و ۲۸۸). از نظر دتمان و ویرث، شهرهای سنتی ایرانی - اسلامی کارکردها و ویژگی‌هایی بدین شرح دارند: ۱- وجود سلسله‌مراتبی از کارکردها با مسجد آدینه و بازار به عنوان هسته مرکزی فضایی هر شهر اسلامی؛ ۲- وجود سلسله مراتب بازرگانی و پیشه‌وری در درون بازار، به طوری که نظم و ترتیب مشخصی از فعالیت‌های کسب‌وکار و صنف‌بندی در سراسر مجموعه بازار به چشم می‌خورد، و از منظر بازرگانی نیز دکان‌ها با کالاهای مرغوب و طراز اول در مجاورت هسته بازار و گذرگاه‌ها یا راسته‌های معتبر استقرار می‌یابند و دادوستد کالاهای کم‌ارزش‌تر در فاصله دورتری از مرکز صورت می‌پذیرد؛ ۳- وجود محله‌های مسکونی درون شهری با جدایی‌گزینی مناسب و هماهنگ با تفاوت‌گذاری‌های اجتماعی، قومی و دینی میان مردم شهر؛ ۴- وجود تأسیسات و استحکامات نظامی - دفاعی مانند حصار، برج، بارو، دروازه، بندها و دربندهای محله‌ها؛ و ۵- مشخصات و ویژگی‌های دیگری مانند گورستان‌ها و بازارهای دوره‌ای بیرون باروی شهر (اهلرز، ۱۳۷۳: ۳۰-۳۱).

در بازار مرکزی شهرهای بزرگ خاورمیانه اسلامی، بخش‌های خرده‌فروشی ثابت و سیار، عمده‌فروشی و بانکداری، واسطه‌گری، تجارت خارجی، خدمات خصوصی و عمومی، امور اعتباری و مالی، تولید و پیشه‌وری و دست‌ورزی در بافتی سازمانی و مالی گرد هم جمع شده و به هم وابسته‌اند و بر هم تأثیر متقابل دارند. این در هم تنیدگی و گوناگونی رشته‌های اقتصادی که خاستگاه بخش اعظم آن تجارت خارجی - و به دنبال آن توسعه پیشه‌وری - است تنها در بازارهای بزرگ مراکز استان‌ها و شهرهای پایتخت به چشم می‌خورد. در شهرهای کوچک، بازارهای ساده‌ای می‌توان یافت که شعاع عمل‌شان تنها یک منطقه کشاورزی یا روستاهای اطراف است (ویرت، ۱۹۷۴، ۲۱۹).

کالبدشکافی بستر تاریخی شهرها و مجتمع‌های مسکونی ایران، مشخص می‌سازد که بازار همواره از پایه‌های اصلی کالبدی و فضایی شهرها بوده است. در گذشته بازار علاوه بر اینکه محل دادوستد کالا در شهر بود، مکان تعاملات اجتماعی، و یادگیری فرهنگی و نیز محل تجمع گروه‌ها و قشرهای گوناگون مردم به شمار می‌آمد. اطلاعات گوناگونی در مورد فضای بازار و چگونگی خصوصیات کالبدی و کارکردی آن در تاریخ گذشته شهرهای ایران در دست است؛ ولی آنچه که در این میان می‌تواند پایه‌ای برای تحلیل علمی خصوصیات بازار در شهر باشد، نقش تجاری شهر و تبلور آن در بازار است. در شهر ایرانی - اسلامی، بازار همراه با ارگ و مسجد جامع سه عنصر در کالبد شهرند که مدام در تعامل چند سویه، همدیگر را تقویت و حمایت می‌کنند. بازار، عنصری شهری با مکانی ثابت بوده که قرن‌ها در محل استقرار اولیه‌اش پابرجا مانده است، به گونه‌ای که حیات شهر و بازار به هم گره خورده و در بسیاری از موارد شهرها با بازارها معنا و مفهوم یافته‌اند. ممکن است بازار به گونه‌ای خودجوش و بنا بر موقعیت مکانی شهر و همچنین ضرورت و نیاز جامعه شهری و روستایی شکل گرفته باشد (بوچانی، ۱۳۸۲، ۲).

بازار تبریز دربرگیرنده عناصر مهمی است چون مراکز مذهبی، مدرسه‌ها و بخش‌های تجاری همچون حجره‌ها، دکان‌ها، انبار کالاها و کاروانسراها و همچنین پل - بازار. این مجموعه دارای ۲۰ راسته و بازار، ۳۵ سرا، ۲۵ تیمچه، ۱۱ دالان و حدود ۸۰۰۰ مغازه و ۴۰ نوع صنف است و بازار تبریز تنها محلی است که در آن تجارت، مذهب، فرهنگ و

عوامل اجتماعی به هم پیوسته‌اند. بازار امیر، زیباترین و مهم‌ترین بازار این مجموعه، در زمان حاضر از مراکز اصلی تجارت و صادرات فرش، و همراه با آن بورس طلا و جواهر و منسوجات است. تیمچه مظفریه معروف‌ترین بخش بازار تبریز از مراکز عمده تجارت فرش آذربایجان و مرکز صادرات قالی این خطه و ایران، و دارای شهرت جهانی است. افزون بر آن، در زمینه تخلیه و توزیع کالا نیز عملکردهای متنوعی دارد و به سبب همجواری با کشورهای قفقاز جنوبی، واقع شدن در مسیر ترانزیت اروپا و وجود شبکه‌های ارتباطی و محورهای ملی و بین‌المللی دارای موقعیت ممتازی برای ایفای نقش ملی در زمینه تخلیه و توزیع کالاهاست. در داخل کشور نیز بازار تبریز همواره از بازارهای توانمند در بسیاری از زمینه‌ها بوده است و با بازارهای خارج از کشور ارتباط مبادلاتی مستقلی دارد (شکل ۱).



شکل ۱. عناصر کالبدی بازار تبریز

هدف این پژوهش تحلیل کارکردهای اقتصادی و حوزه نفوذ بازار تبریز و حوزه نفوذ و ارتباط آن با فضای پیرامون و بررسی نقش این بازار در ارائه خدمات به نواحی پیرامون و تأثیرگذاری بر تمرکز برخی از خدمات در مرکز بافت تاریخی شهر تبریز است. بنابراین تأکید بر حفظ و احیای هویت فرهنگی - تاریخی بازار به عنوان بخشی از بافت قدیمی شهر و ضرورت رویکرد برنامه‌ریزی متناسب با شاخص‌های تاریخی - فرهنگی به منظور کمک به پویایی شهر و توسعه اجتماعی و اقتصادی آن، از اهداف اصلی این پژوهش بوده است.

روش تحقیق

روش تحقیق در این مقاله توصیفی و تاریخی است، که با استفاده از داده‌های به‌دست آمده از روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای انجام شده است. در مرحله مطالعات کتابخانه‌ای، انواع کتاب‌ها و اسناد مربوط به مبانی نظری تحقیق و ویژگی‌های آن مطالعه و بررسی شدند و مورد استفاده قرار گرفتند. پژوهش‌های میدانی نیز به‌نگام‌سازی نقشه‌ها را در بر می‌گرفت.

بحث و یافته‌ها

تغییرات اقتصادی - اجتماعی در زندگی شهری در ایران معاصر، بر وضع کلی بازارها نیز تأثیر نهاده است. این تغییرات که نتیجه افزایش جمعیت، رشد شهر، توسعه خیابان‌ها، و احداث مغازه‌های جدید خیابانی در جوار بازار بوده، بازار را از جایگاه سنتی آن به مثابه یگانه مرکز تجارت شهری خارج ساخته ولی هیچ‌گاه مانع از رشد و رونق آن نشده است. از طرف دیگر، بازار به‌خوبی توانسته است در طی این سال‌ها، مجدداً همبستگی‌اش را با اصناف و قشرهای مختلف جامعه برقرار سازد و اعتماد آنها را به حفظ و حرمت ارزش‌های نهفته در آن، جلب کند (اشرف، ۱۳۵۹، ۱۰۶).

شهر تبریز از دوره فتحعلی‌شاه، از یک سو به دلیل اقامت ولیعهد قاجار در آن، و از سوی دیگر به خاطر نزدیکی به قفقاز و گرجستان و امپراتوری عثمانی، به کانون مبادلات فرهنگی و اقتصادی میان ایران و همسایگان شمالی و شمال غربی تبدیل شد. در این میان جنگ‌های بین ایران و روس نیز اهمیت سیاسی و نظامی تبریز را افزایش داد. عباس میرزا با استقرار در تبریز صنایع جدیدی را به راه انداخت و خواستار ارتباط بیشتر با قفقاز و گرجستان و استانبول شد؛ و بدین ترتیب شهر تبریز از زمان عباس میرزا تا پایان حکومت قاجار به عنوان مهم‌ترین شهر ایران بعد از تهران مطرح گردید (صفامنش و دیگران، ۱۳۷۶، ۳۵ و ۳۶).

در سال ۱۲۵۶ تبریز از مراکز اصلی تجارت ایران به شمار می‌آمد و یک‌چهارم تا یک‌سوم کل تجارت ایران را عهده‌دار بود و از این نظر بر تهران برتری داشت (مؤمنی، ۱۳۸۱، ۳۹۹). از مهم‌ترین راه‌هایی که در کارکرد تبریز نقش جدی و عمده‌ای داشتند، راهی بود که از دروازه خیابان به دروازه شتربان کشیده شده بود و در میان مسیر راه قاره آسیا به اروپا قرار داشت؛ و دیگری، راهی بود با ورودی دروازه باغمیشه و خروجی از دروازه گجیل. عوامل سیاسی - نظامی، ارتباطی و تجاری مذکور باعث شده بود تا تبریز به پراعتبارترین شهر شمال غرب کشور بدل گردد. معتبرترین عناصر شهر، چون بازار در جایگاه بزرگ‌ترین بازار سنتی خاورمیانه و عهده‌دار صادرات و واردات ایران با کشورهای اروپایی، و

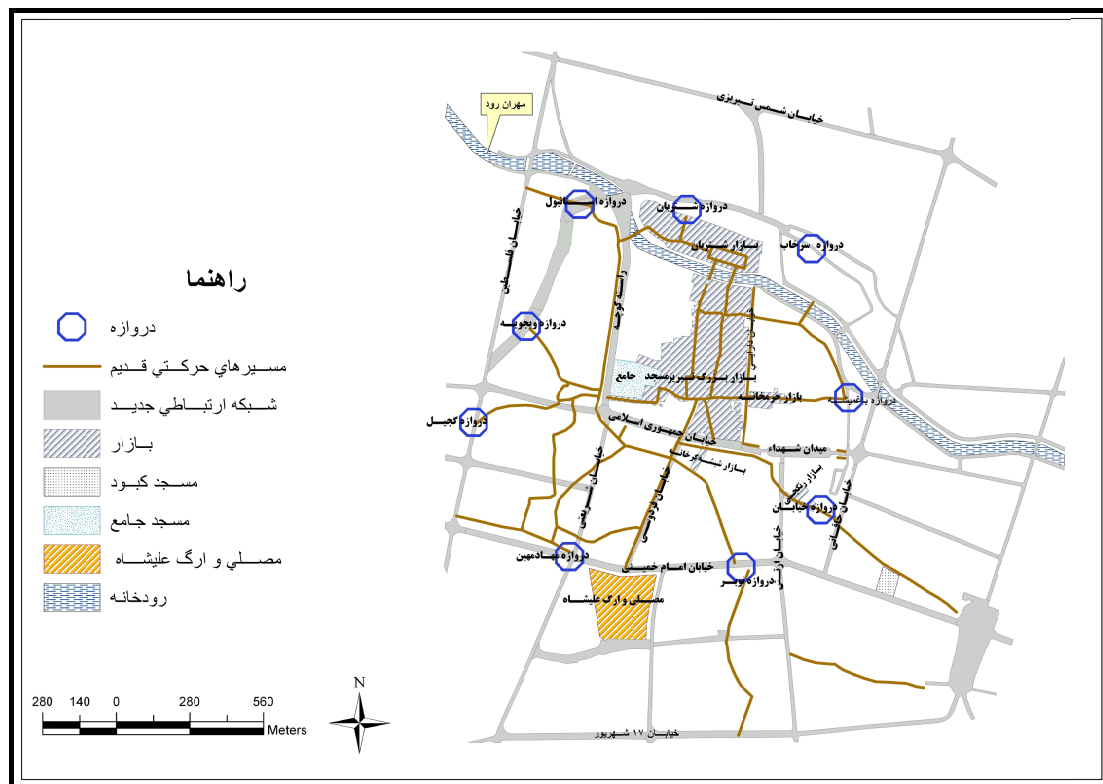
دیگر عناصری چون دیوانخانه و نظایر آن، از همان عوامل پیش گفته مشتق می‌شد. این عوامل باعث شده‌اند که شهر تبریز چهره‌ای تجاری و سیاسی - نظامی به خود بگیرد و از این طریق عملکرد و نقش خود را در سطح منطقه‌ای و ملی و بین‌المللی گسترش دهد (یزدانی، پوراحمد، ۱۳۸۵، ۳۸).

با ظهور کارکردهای جدید ناشی از مدرن شدن یا تحولات تکنولوژیک و سیاسی - اقتصادی و اجتماعی، برخی از عناصر شهری نقش و کارکردشان را از دست دادند. با ظهور پاساژها و ساختمان‌های تجاری جدید در خیابان‌ها، بازارهای سنتی نقش سابق خود را از دست دادند. در نتیجه رشد شهر، مرکز شهر نیز دچار تحول شد و ساخت‌وساز و تغییر کاربری صورت گرفت و عناصری تازه چون سینما، هتل، بانک‌ها و ادارات جدید شروع به رشد کردند و بافت سنتی از نظر اجتماعی - فرهنگی و جمعیتی در نتیجه تخلیه ساکنان ثروتمندتر، رو به فرسودگی نهاد (کاستللو، ۱۳۷۱، ۱۹۶).

عناصر و ساختار کالبدی شهر تبریز، ضمن تأثیرپذیری از شرایط جغرافیایی، از الگوی شهرهای ایرانی - اسلامی هم تبعیت می‌کرد. عناصر عمده مرکز شهر عبارت بودند از: بازار، مسجد جامع و دیوانخانه یا ارگ که در مرکز شهر جای داشتند و پیوندی تنگاتنگ با یکدیگر نیز. مهم‌ترین عناصر شهری تبریز تا این دوره بازار، که در واقع بزرگ‌ترین بازار سرپوشیده سنتی خاومیان به شمار می‌آمد (جوادی، ۱۳۵۰، ۱۵۳).

در سمت غربی بازار، مسجد جامع قرار داشت و مدارس دینی در پیرامون آن شکل گرفته بودند. در سمت جنوب شرق بازار، دیوانخانه و عمارت شمس‌العماره (یا عالی‌قاپوی تبریز، که مقر ولیعهدهای قاجار بود) و جبه‌خانه قرار داشت که قصرهای شاهی و حرمخانه و چاپارخانه و نظایر اینها را در خود جای داده بود. در کل مرکز شهر، بازار و دیوانخانه و مسجد جامع با هم مجموعه‌ای را تشکیل می‌دادند که اکثر کاربری‌ها را در خود داشتند. این مجموعه برای خود برج و بارو داشت و محله‌ها در بیرون برج و بارو، و در برخی از دوره‌ها در داخل آن قرار می‌گرفتند. این مجموعه، کارکردی ملی و منطقه‌ای و حتی بین‌المللی داشت. ساخت‌وساز این محوطه به صورت مجموعه‌سازی بود و ساختمان‌سازی منفرد در محوطه وجود نداشت. محوطه مورد بحث را می‌توان به اسم کهنه‌نژ نیز خواند. بخش دوم شهر، که شارستان هم خوانده می‌شد و در پیرامون محوطه مرکزی شهر توسعه می‌یافت، مجموعه محله‌ها را نیز در بر می‌گرفت. بخش عمده مرکز شهر تبریز جزو محله چهارمنار بود و تنها بخش کوچکی از محدوده درون بازار در لبه‌های شمالی جزو محله شتریان، در لبه شرقی جزو محله سرخاب، غربی جزو محله ویجویه، و جنوب‌غربی جزو مهدامهین به حساب می‌آمد (یزدانی، پوراحمد، ۱۳۸۵، ۳۴ و ۳۵). بافت تاریخی شهر تبریز (محدوده بازار)، به دیگر شهرهای تاریخی کشور، از یک سو محل تجمع فعالیت‌های عمده شهری است و از سوی دیگر با کمبود شدید دسترسی‌ها و همچنین تأسیسات و تجهیزات امروزی و - مهم‌تر از همه - با فرسودگی کالبدی روبه‌روست. این وضعیت خطر زوال روزافزون این بافت کهن و از بین رفتن هویت تاریخی آن را به همراه دارد. با آغاز رشد صنعت در ایران در زمان‌های پهلوی (۱۳۰۰-۱۳۵۷)، تبریز به یکی از قطب‌های صنعتی ایران بدل شد. با توجه به این تحولات و انقلاب صنعتی، سازمان فضایی قدیم شهر و بافت تاریخی با احداث خیابان‌های جدید، تعریض گذرهای قدیمی و ایجاد یا اضافه کردن عناصر شهری جدید به شهر، با دگرگونی‌های گسترده و عمیقی مواجه شد. اینها در مجموع به کمرنگ شدن اهمیت اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی بافت تاریخی و محله‌های قدیمی و به‌خصوص بازار، دامن زدند. بدین ترتیب پوسته قدیم شهر در بخش‌های جنوبی از هم گسست و بدون پیری از برنامه و طرح و محدودیت‌های طبیعی گسترش یافت.

در نتیجه این تحولات شهر قدیم که در نظام ارگانیک یا انداموار در تعاملی با بازار، مسجد، ارگ و دیگر عناصر فضایی به صورت پیوسته و یکپارچه به سر می‌برد، به تدریج فرسوده و کم‌ارزش و نابسامان شد. این تحولات، جدایی‌گزینی فضایی - اجتماعی را در محله‌های شهری تبریز در پی داشتند، به گونه‌ای که مجموعه مورد بحث که زمانی کانون قدرت اقتصادی - اجتماعی ایران و شهر تبریز به‌شمار می‌آمد، امروز به فضایی برای زندگی مهاجران روستایی و اقشار کم‌درآمد جامعه بدل شده است. از رونق افتادن بخش‌های شمالی رودخانه مهران رود، دخل و تصرف‌های نابسامان و بی‌برنامه و بدون توجه به فضا، جابه‌جایی و جدایی‌گزینی فضایی - اجتماعی، قطع امتدادهای بازار به قسمت شمالی آن به دلیل تخریب پل بازارهای قدیمی، فرسوده و مخروبه شدن بافت‌ها و نابسامانی وضعیت مهران رود، از جمله عوامل افت منزل محیطی بازار به شمار می‌روند (بوچانی، ۱۳۸۳، ۷۳).



شکل ۲. موقعیت فضایی مجموعه بازار تبریز و نواحی بیرامون

کارکردهای مهم بازار تبریز

این بطول از بازار تبریز چنین یاد می‌کند: «از دروازه بغداد به شهر تبریز وارد شدیم و به بازار بزرگی که بازار قازان (غازان) نامیده می‌شد رسیدیم؛ و آن از بهترین بازارهایی بود که من در همه شهرهای دنیا دیده‌ام. هر یک از اصناف پیشه‌وران در این بازار محل خصوصی دارند؛ و من به بازار جواهریان که رفتم، بس که از انواع جواهرات دیدم چشم خیره گشت» (موحد، ۱۳۷۰، ۲۸۴). شاردن، شکوه مجموعه بازارهای تبریز را، پیش از ویرانی بر اثر زلزله، چنین می‌ستاید: این شهر دارای عالی‌ترین بازارهای آسیاست. توده عظیم و انبوه جماعتی که طی روز در اسواق مشاهده می‌شود، و کثرت

مقدار کالاهایی که در آنجا انباشته شده است به طور حیرت‌آوری بهت و جلال بازارهای تبریز را نمودار می‌سازد. زیباترین بازار این شهر که مرکز معاملات کالاهای گرانبها و جواهرات است، قیصریه - یا بازار شاهی - نام دارد. این بازار هشت‌گوش و بسیار وسیع و بزرگ است (عباسی، ۱۳۳۶، ۴۰۳-۴۰۴). کارکردهای بازار تبریز را می‌توان در سه گروه بررسی کرد: جمع‌آوری و توزیع کالا، عمده‌فروشی، و خرده‌فروشی و توزیع.

۱- جمع‌آوری و توزیع کالا

جمع‌آوری و توزیع کالا در نقاط مختلف بازار به صورت‌های متفاوت انجام می‌گیرد. کالاهای وارداتی و دیگر کالاها در داخل تیمچه جمع‌آوری می‌شوند و برای مدت نسبتاً زیادی انبار می‌گردند. این کالاها را ابتدا به کاروانسراها می‌آورند و سپس در تیمچه‌ها توزیع می‌کنند. بخش عمده‌ای از فعالیت‌های مربوط به جمع‌آوری و توزیع کالاها و به‌ویژه فرآورده‌های کشاورزی و مانند آنها، در میدان‌های شمالی بازار انجام می‌گیرد. میدان صاحب‌الامر بزرگ‌ترین میدان برای معامله محصولات کشاورزی و غلات است. خشکبار از شهرهای مختلف آذربایجان به این میدان وارد می‌شود و پس از بسته‌بندی، علاوه بر شهرهای مختلف ایران به ژاپن و کشورهای اروپای غربی و آسیای میانه نیز صادر می‌گردد.

۲- عمده‌فروشی

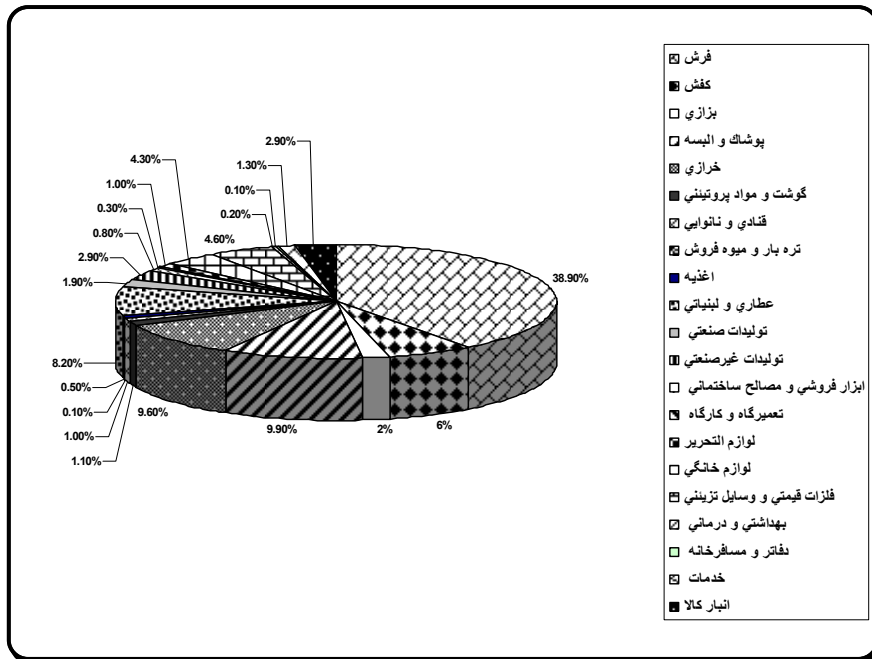
تبریز به علت اهمیت آن در منطقه، مرکز فعالیت‌های تجاری است، که بیشترشان هم در تیمچه‌های بازار صورت می‌گیرند. تیمچه‌ها غالباً اختصاصی‌اند و انواع تجمع صنفی در آنها به چشم می‌خورد. اهمیت صنعت فرش در تبریز، موجب اختصاص بسیاری از تیمچه‌های بازار به تجارت فرش و کالاهای جنبی آن شده، به گونه‌ای که دیگر فعالیت‌ها را در درجه دوم اهمیت قرار داده است.

۳- خرده‌فروشی و توزیع

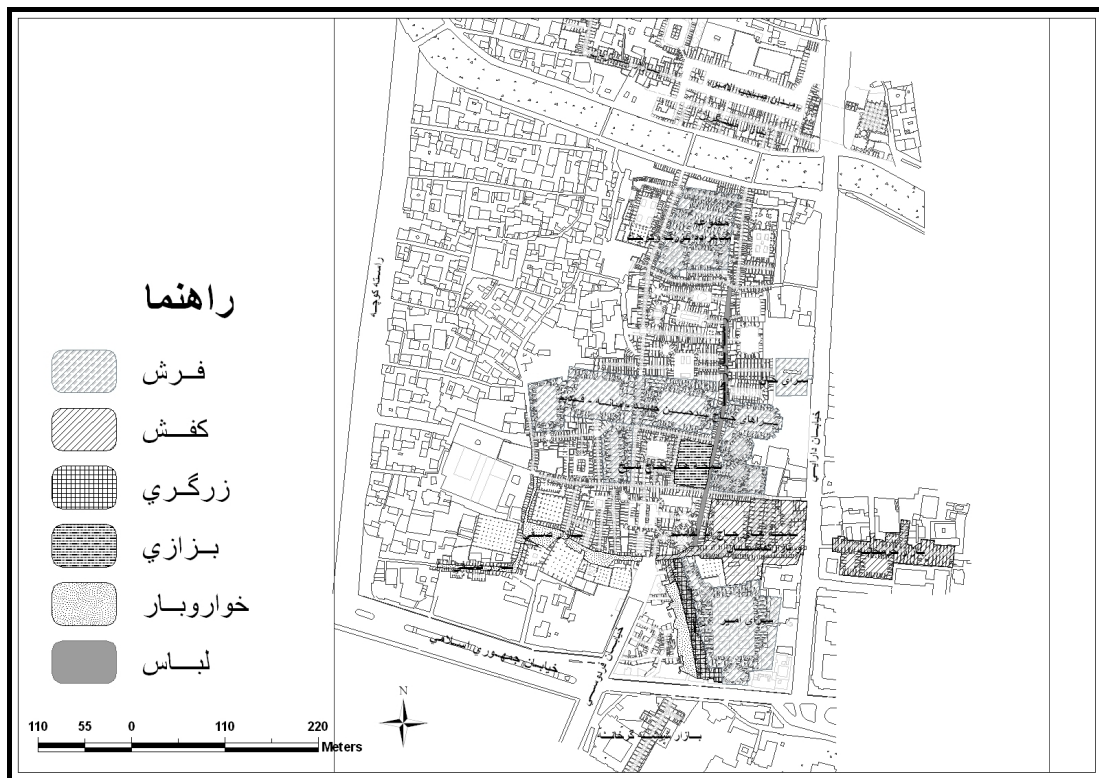
خرده‌فروشی و توزیع در انشعاب‌های اصلی و فرعی بازار صورت می‌گیرد و به همین دلیل، اینها در سراسر روز مملو از خریداران مختلف‌اند. در بین خریداران، برخی از بازاریان شهرهای کوچک نیز به چشم می‌خورند، که برای ارائه جنس در شهرشان، از این قسمت خرید می‌کنند. جدول شماره ۱ کارکردهای بازار را نشان می‌دهد، و در شکل ۲ چگونگی توزیع آنها درج گردیده، و در شکل ۳ موقعیت فضایی کارکردهای بازار به نمایش درآمده است.

جدول ۱. کارکردهای بازار تبریز

گروه کارکرد	تعداد	درصد	گروه کارکرد	تعداد	درصد	گروه کارکرد	تعداد	درصد
فرش	۱۱۲۷	۳۸/۹	تره بار و میوه‌فروشی	۴	۰/۱	نوشت‌افزار	۳۰	۱
کفش	۱۷۳	۶	اغذیه	۱۵	۰/۵	لوازم خانگی	۱۲۵	۳/۴
پارچه‌فروشی	۵۷	۲	عطاری و لبنیاتی	۲۳۷	۸/۲	فلزات قیمتی و تزئینی	۱۳۴	۴/۶
پوشاک	۲۸۷	۹/۹	تولیدات صنعتی	۵۴	۱/۹	بهداشتی و درمانی	۷	۰/۲
خرازی	۲۷۸	۹/۶	تولیدات غیرصنعتی	۸۵	۲/۹	خدمات	۳۸	۱/۳
گوشت و دیگر مواد پروتئینی	۳۱	۱/۱	ابزارفروشی و مصالح ساختمانی	۲۲	۰/۸	پذیرایی و گردشگری	۲	۰/۱
قنادی و نانواپی	۲۸	۱	تعمیرگاهی و کارگاهی	۹	۰/۳	انبار کالا	۸۴	۲/۹
جمع کل						۲۸۹۹		
						۱۰۰		



شکل ۳. درصد کارکردهای بازار تبریز، به تفکیک نوع آنها



شکل ۴. موقعیت فضایی کارکردهای عمده بازار تبریز

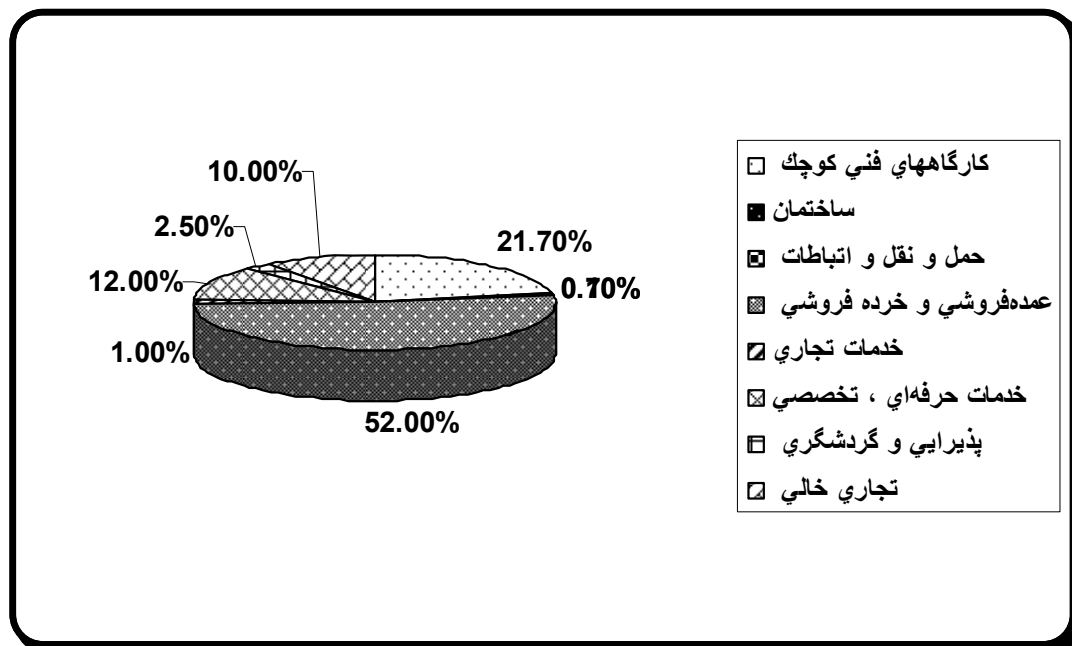
ویژگی‌های اقتصادی مجموعه بازار و نواحی پیرامون

در الگوی کارآمد اقتصاد شهری، بهره‌مند شدن شهروندان از فرصت‌های اشتغال و درآمد امری ضروری برشمرده می‌شود. از این رو سمت‌گیری بهینه، این فرصت‌ها را حفظ می‌کند و افزون بر این، و متناسب با افزایش نیازها فرصت‌های تازه‌ای را هم به‌وجود می‌آورد. تمرکز کارکردهای فرماندهی و کنترل تولید و تمرکززدایی مکان‌های تولید، اهمیت روزافزون بخش‌های اطلاعات و گردشگری و خدمات برای تولید و بازرگانی خارجی، و سه مؤلفه الگوی فعالیت اشتغال و میزان درآمد و توزیع آن، محورهای بررسی خصوصیات اصلی اقتصاد جمعیت ساکن در منطقه‌اند (نقش جهان پارس، ۱۳۸۶، ۲۱).

جدول ۲. فعالیت‌های عمده در مجموعه بازار و نواحی پیرامون

تعداد کارکنان	مساحت زیربنا		تعداد واحد		نام فعالیت
	میانگین هر واحد	کل مساحت	درصد	تعداد کل	
۵۹۶۵	۲۸	۶۵۶۷۰	۲۱/۷	۲۳۸۶	کارگاه‌های فنی کوچک
۲۰	۵۸	۶۴۰	۰/۱	۱۱	ساختمان
۱۰۰	۲۲۸	۱۶۶۷۰	۰/۷	۷۳	حمل و نقل و ارتباطات
۶۳۰۰	۲۱	۱۱۸۷۹۵	۵۲	۵۷۱۹	عمده‌فروشی و خرده‌فروشی
۱۲۵۰	۱۸۳	۲۰۵۲۰	۱	۱۱۲	خدمات تجاری
۱۸۰۰	۵۸	۷۶۹۳۰	۱۲	۱۳۲۴	خدمات حرفه‌ای - تخصصی
۸۲۰	۸۱	۲۲۸۰	۲/۵	۲۷۳	پذیرایی و گردشگری
-	۲۷	۴۰۳۶۰	۱۰	۱۰۹۴	تجاری خالی
۱۶۲۵۵	-	۳۴۱۸۶۵	۱۰۰	۱۰۹۲۲	جمع

منبع: شهرداری تبریز - ۱۳۸۶



شکل ۵. سهم فعالیت‌های عمده در مجموعه بازار تبریز و نواحی پیرامون در سال ۱۳۸۶

جمعیت فعال (شاغل و بیکار) ۱۱۹۶۴ نفرند که ۳۳/۹۲۰ درصد از میزان کل جمعیت منطقه را تشکیل می‌دهند. میزان یا نرخ اشتغال ۹۳/۳ درصد است، با ۱۰۹۴۳ نفر از جمعیت فعال؛ و نرخ بیکاری ۶/۷ درصد از جمعیت فعال منطقه را دربر می‌گیرد، متشکل از مشاغل امور بازرگانی و فروشندگان با ۴۴/۹ درصد، کارگران مشاغل تولیدی و امور حمل‌ونقل با ۱۹/۵ درصد، و کارکنان مشاغل علمی - فنی و تخصصی با ۱۴/۹ درصد اشتغال مجموعه را تشکیل می‌دهد و ساختار تجاری و بازرگانی حاکی از سکونت کارکنان واحدهای تجاری در منطقه است. همچنین میزان فعالیت در منطقه ۳۸/۶۹ درصد بوده است. آمار فعالیت‌ها حاکی از تمرکز فعالیت‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی با ۵۲/۶ درصد، و پس از آن در خدمات عمومی و اجتماعی با ۱۵/۷ درصد، و صنعت با ۱۴/۱ درصد بوده است (همان، ۲۲).

موقعیت صنوف در بازار تبریز

ارزش هر محلی در بازار، تابع موضع آن است. از قرن چهاردهم بدین سو، این ارزش تا حدودی در مبلغ اجاره‌بهای مغازه‌ها و سرفق‌لی آنها انعکاس یافته است (ایرانیکا، ج ۴، ۲۷). در هر حال، ترتیب قرار گرفتن مشاغل در کنار هم، در بسیاری از موارد تابع عواملی برخاسته از جبر طبیعی و اجتماعی و یا اقتصادی است. برای نمونه، در مشاغلی که با سروصدای بسیار ناراحت‌کننده یا بوی ناخوشایند و خطر آتش‌سوزی، یا ضرورت وجود آب روان همراه‌اند، همین‌ها عوامل تعیین‌کننده‌ای را برای قرار گرفتن آن مشاغل در حاشیه بازار رقم می‌زنند. اصنافی هم که به فضای بیشتر نیاز دارند - مانند کوزه‌گران، رنگ‌رزان، دباغان، سفالگران و طناب‌بافان - و آنهایی که تهیه‌کننده یا عرضه‌کننده کالاهای مورد نیاز روستاها هستند - مانند علوفه‌فروشان و پالان‌دوزها - می‌بایست در خروجی بازار و یا بیرون از آن استقرار یابند. همچنین مشاغل کم‌اهمیت‌تر یا پست‌تر، نه به دلیل دور بودن از مسجد جامع، که به دلایل عملی باید دور از مرکز قرار گیرند (مارسه، ۱۹۵۴، ۲۴۹-۲۶۲).

بدین ترتیب، در واقع در استقرار صنوف در بازار تبریز، علاوه بر قدرت اقتصادی مشاغل و صنوف، سیستم‌های حکومتی در زمان‌های مختلف و مسائل اقتصادی و جز اینها نیز دخیل بوده‌اند، به طوری که زمانی بزازان و تاجران پارچه نبض اقتصادی بازار را در دست داشتند، چرا که تجارت پارچه حیطة‌ای بین‌المللی نیز بود، ولی به‌مرور از اهمیت آن کاسته شد. از طرفی هم توجه به تجملات و برخی از موارد دیگر باعث رونق فرش‌فروشی‌ها، طلافروشی‌ها و زرگری‌ها در بازار گردید. رشد فعالیت‌های تجاری در بر خیابان‌های اصلی، رشد کالبدی بازار را کاملاً متفاوت ساخت. به دلیل مختلف شدن بخشی از حرکت‌های اصلی بازار، برخی از ورودی‌های آن، اهمیتی بیش از آنهای دیگر یافتند. این گونه تغییر و تحول‌ها را عمدتاً اهمیت خیابان‌های همجوار، معنا و مفهوم می‌دهد. امکاناتی که این خیابان‌ها به لحاظ دسترسی - چه برای خرید و چه حمل کالا - پدید آورده‌اند، تأثیرات معینی بر استقرار صنوف در راسته‌های بازار بر جای گذاشته است. بدین ترتیب حجره‌های پرزاده‌تر همچون زرگری‌ها به ورودی‌های اصلی نزدیک‌تر شده‌اند، و مکان‌های دادوستد کالاهای حجیم و سنگین‌تر، به دسترسی سریع‌تر و راحت‌تر به خیابان‌ها روی آورده‌اند. وقتی خیابان‌های مهم و پر رفت و آمد، مرزهای مجموعه بازار را قطع کردند، به تدریج مغازه‌ها و سراهای معتبر به سوی این خیابان‌ها کشیده شدند و بخش‌های کم‌اهمیت و کم‌درآمد بازار در نقاط دور از آن باقی ماندند. مثلاً عبور خیابان‌های تربیت و جمهوری اسلامی، بازار

شیشه‌گرخانه و بازار امیر را که پررونق‌ترین و زیباترین بازارهای تبریز به‌شمار می‌آیند، اعتبار و اهمیت خاصی بخشیده است. باز هم به عنوان مثال، عبور خیابان دارایی از تقاطع بازار کفاشان، و گذشتن خیابان خاقانی از بازارچه خیابان و بازار رنگی به همان نسبت به آنها اهمیت اقتصادی داده است. بر این اساس، اصناف و مغازه‌داران ثروتمندی چون جواهرفروشان، تاجران فرش، واردکنندگان منسوجات، تریکوبافان، زرگران و کتابفروشان و لوکس‌فروشان در همین دو بازار جای گرفته‌اند. از طرفی، همین خیابان پررفت و آمد و مدرن امروزی، به سراها و تیمچه‌های اوایل بازار نیز اعتبار و شخصیت اقتصادی و اجتماعی ویژه‌ای بخشیده است، به گونه‌ای که اکنون سرای امیر با تیمچه‌اش، قسمت اعظم تجارت فرش تبریز را عهده‌دار است. با حرکت از بخش جنوبی بازار تبریز به طرف شمال آن، به تدریج از اهمیت و اعتبار بازارها و سراها و مغازه‌ها کاسته می‌شود و جواهرفروشی، زرگری، قالی‌فروشی، تریکو و لوکس‌فروشی جای‌شان را به سقط‌فروشی، کهنه‌فروشی، جاجیم و زیلو‌فروشی، مسگری و سمساری و خواربارفروشی می‌دهند. این کاهش اعتبار شغلی از بازار کلاهدوزان به بعد به سرعت با تغییر نوع کالاها و شکل ظاهری بازار نمایان می‌گردد. علت‌ها و ریشه‌های این تغییر شکل ظاهری را می‌توان در مراجعه روستاییان شهرهای همجوار تبریز به بخش شمالی بازار جست‌وجو کرد، زیرا مغازه‌داران این بخش به ناچار می‌بایست کارکرد شغلی‌شان را با نیازهای اهالی روستاهای آذربایجان تطبیق دهند. به محض خروج از بازار در کنار رودخانه مهران‌رود، مغازه‌های محقر و کم‌اهمیت با ظواهری ابتدایی و فعالیت‌های اقتصادی محدود نمایان می‌شوند که کالاهای آنها را عمدتاً لباس‌های کهنه دست دوم، لحاف، چادر، جاجیم و پتوهای کهنه تشکیل می‌دهند.

فرش تبریز و حوزه نفوذ آن

در شکوفایی و رشد فرش در بازار تبریز و اختصاص فضایی مانند سراها و تیمچه‌های شاخص و معروف در این بازار به خرید و فروش این کالای مهم و تأثیرگذار در تجارت بازار، در دهه‌های اخیر عوامل چندی دخیل بوده‌اند، که در ادامه شرح داده می‌شوند. هماهنگی ویژگی‌های بارز فرش تبریز با خصوصیات فرهنگی و سنتی بازار این شهر، در ترویج آن مؤثر بوده است، چرا که فرش تبریز در طول تاریخ همواره از مهم‌ترین عوامل سرمایه‌ای بازار بوده است و امروزه نیز این ویژگی پراهمیت را دارد. سیاست‌های کلان دولتی، و مشخصاً صادرات کالاهای صنایع دستی در رأس برنامه‌های آن نیز شکوفایی این بازار فرش بی‌تأثیر نیست. در سال‌های اخیر تقاضا برای فرش تبریز افزایش یافته است، که دلیل عمده آن گران‌قیمت بودن فرش تبریز در مقایسه با فرش‌های دیگر نقاط کشور است. همین امر باعث شده است که فرش تبریز امروزه در کل ایران جایگاه ویژه‌ای داشته باشد. بازار تبریز به تبع این امر برای جوابگویی به این تقاضا، با تغییراتی هم‌سو با افزایش تولید فرش و وابسته‌های آن روبه‌رو است. به هر حال مبادلات پولی فراوان در این زمینه، بازار فروش را رونق داده است (عرصه، ۱۳۶۸، ۷۱ و ۷۲).

مکان استقرار

محل‌های مرتبط با فرش، در میانه‌های بازار و گاه نیز در فضاهای همجوار بازار با خیابان اصلی استقرار یافته‌اند. با توجه به اینکه فروش آن معمولاً در قالب خرده‌فروشی است و مردم در زمان‌های خاصی متقاضی آن هستند - و نه به صورت

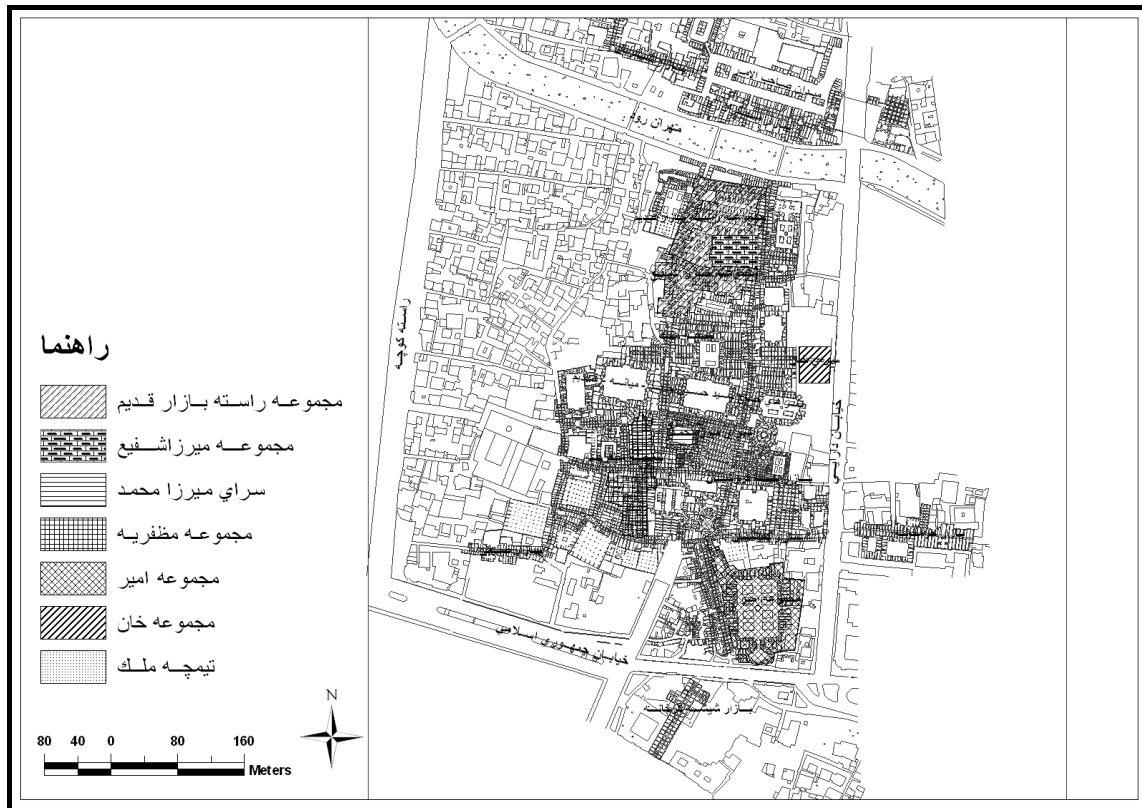
روزانه - بنابراین نیاز به دسترسی‌های پیچیده و وسیع هم ندارد. به همین خاطر خرید و فروش این کالا در بیشتر قسمت‌های بازار رواج دارد و فضاهای زیادی به این کار اختصاص یافته است، که هر روز هم گسترش افزون‌تر می‌یابند. سودآوری فراوان فرش از طریق صادرات آن می‌تواند عمده‌ترین دلیل این گسترش باشد. در بازار تبریز از مجموع مغازه‌ها، ۱۰۹۶ مغازه به فروش فرش و فعالیت‌های مربوط یا وابسته به آن اختصاص یافته‌اند. مرکز ثقل این فعالیت‌ها دور تا دور تیمچه مظفریه، یا همان قلب تپنده بازار تبریز است. این مکان نه تنها نقش اقتصادی و تجاری مهمی به عهده دارد، بلکه مرکزی سیاسی و اجتماعی و مذهبی بازار تبریز نیز هست. تیمچه مظفریه با ۵ شبکه بازار اطراف و ۴ تیمچه نزدیک به آن مجموعه اقتصادی مهمی را تشکیل می‌دهد. مرکز ثقل دوم فرش فروشان بازار تبریز را می‌توان راسته بازار قدیم دانست که بازار دلاله زن کوچک و سرای میرزا جلیل نیز جزو آن است. سومین مرکز مهم فروش فرش، بین دو بازار - یعنی دلاله زن کوچک و دلاله زن بزرگ - است. برخی از فضاهایی را که فروش فرش در آنها رواج دارد، می‌توان چنین برشمرد: سرا و تیمچه امیر، سرای حاج تقی، سرای جعفریه، سرای میرزامحمد، بازار رنگی، سرای خان، بازار دلاله زن کوچک، تیمچه و سرای حاج علی‌اکبر، سرای حاج صفرعلی، تیمچه حاج رحیم، تیمچه قندفروشان، تیمچه بادامچی لر، سرای شاهزاده بزرگ، تیمچه ملک، سرای میرزا جلیل، سرای حاج حسین جدید، تیمچه میراسماعیل، سرای شاهزاده کوچک، سرای میرزا شفیق، بازار دلاله زن بزرگ، بازار شتربان، و جز اینها. بدین ترتیب ملاحظه می‌گردد که فرش مهم‌ترین کارکرد در اقتصاد بازار تبریز است و این کالای گران‌بها بیشترین گردش پولی بازار را رقم می‌زند. فرش، این صنعت دستی مهم مردم آذربایجان، پس از تجمع در بازار تبریز به سایر نقاط کشور فرستاده می‌شود، و به خارج از کشور نیز صادر می‌گردد. در واقع صادرات فرش اصلی‌ترین جایگاه را در صادرات غیرنفتی استان دارد و از این نظر مهم‌ترین فضاها در بازار تبریز که موقعیت ممتازی در این بازار دارند، در اختیار فرش فروش‌هاست.

حدود ۴۸۵۶ تن انواع فرش دستباف و تابلوفرش به ارزش ۲۰۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۶ از تبریز به خارج از کشور صادر شده است. مقصد عمده صادرات فرش تبریز کشورهای حوزه خلیج فارس (کویت، عربستان، امارات، عمان)، آلمان، امریکا، فرانسه، سوئیس، اسپانیا، اتریش، مصر، یونان، عراق، ژاپن، یمن، ترکیه و سوریه بوده است. صادرات فرش عمدتاً از طریق گمرک تبریز و ترمینال فرودگاه‌های مهرآباد، شهریار و اصفهان به خارج از کشور صورت می‌گیرد. براساس آمار، سهم صادرات فرش استان ۳۵ الی ۴۰٪ از کل صادرات فرش کشور است. از مجموع آمار موجود صادرات فرش استان به خارج از کشور، ۷۰ درصد آمار متعلق به فرش ابریشم تبریز و مراغه است (گمرک تبریز، ۱۳۸۶).

جدول ۳. مبادلات فرش تبریز در سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۶

سال	وزن (تن)	ارزش پولی (میلیون دلار)
۱۳۸۵	۴۷۲۵	۱۶۲
۱۳۸۶	۴۸۵۶	۲۰۰

منبع: گمرک تبریز



شکل ۶. موقعیت فضایی مراکز ثقل تجارت فرش در بازار تبریز

این آمارها نشان می‌دهند که از نظر وزنی، صادرات فرش تبریز در ۱۲ ماهه سال ۱۳۸۶ در مقایسه با مدت مشابه (سال ۱۳۸۵) ۲/۸ درصد و از نظر ارزش پولی ۲۳ درصد رشد داشته است. در حوزه داخلی، مبادلات فرش تبریز بیشتر با شهرهای تهران، قم، کاشان، اصفهان، شیراز و مشهد صورت می‌گیرد، که حدود ۴۰ درصد فرش تولیدی است. در استان آذربایجان شرقی، حوزه نفوذ تولید فرش تبریز عمدتاً شهرهای سراب، اهر، ورزقان، مرند، کلیبر، مراغه و میانه و در شمال غرب کشور ارومیه، اردبیل، و خوی را در بر می‌گیرد.

جدول ۴. مکان استقرار صنوف در بازار تبریز به لحاظ قدرت اقتصادی آنها

عنوان صنف	مکان استقرار
طلا و جواهر	بازار امیر - ورودی قسمت جنوبی بازار در مجاورت خیابان جمهوری اسلامی
پوشاک	راسته بازار بزرگ، دالان میانه، تیمچه مدقالچی، بازار شریف‌العلماء، یمنی دوز بازار و بازار شتربان
لوازم خانگی	سرای گرجی‌لر
ابزار فروشی	در حاشیه دسترسی اصلی
کفاشی	بازار کفاشان، بازار حرمانه، تیمچه اول و دوم حاج ابوالقاسم، تیمچه صاحب دیوان، تیمچه آلمانی‌ها، بازار کلاهدوزان و تلیسچی
پارچه‌فروشی	تیمچه‌های حاج شیخ اول و دوم و سوم که مرکز صادرات و واردات قماش و پارچه‌اند؛ و بازار نجاران، راسته بازار، بازار پنبه‌چی، یمنی دوز بازار، تیمچه مدقالچی، قیزبستی بازار، بازارچه حاج محمدحسین، بازار رنگی، بازار شریف‌العلماء، دالان سقطچی، بازار سراجان، بازار شتربان و چوروکچی بازار
تولیدات غیرصنعتی	دالان در عباسی، سرای در عباسی، بازارچه حاج محمدحسین، سرای حاج محمدقلی، بازار رنگی و سرای کچه‌چی‌لر
گونی فروشی	تلیسچی بازار، دالان و سرای میرابوالحسن

حوزه نفوذ اقتصادی تبریز و بازار آن

بازار تبریز به دلیل داشتن موقعیت مرکزی، از دیرباز دارای انواع کارکردهای شهری به‌ویژه تجاری، بازرگانی و تفریحی بوده که علاوه بر نیازهای ساکنان خود شهر، نیازهای نواحی دوردست و حتی فراتر از مرزهای جغرافیایی فعلی استان را نیز تأمین می‌کرده است. حوزه نفوذ عبارت است از نواحی یا مناطقی که مکانی مرکزی توان آن را دارد که مصرف‌کنندگان را از آن نقاط به سوی خود بکشد و کالاها و خدمات تولید و عرضه شده در مکان مرکزی را در گستره آنها توزیع کند. در دنیای واقعی، هر سکونتگاهی به تناسب اندازه و قدرت اقتصادی و سیاسی و اجتماعی‌اش، حوزه نفوذ مناسب و خاص خود را می‌یابد (پورمحمدی، ۱۳۸۴، ۹۰). در تحقیق حاضر، نفوذ کلان‌شهر تبریز در دو سطح بین منطقه‌ای و درون منطقه‌ای با به‌کارگیری مدل جاذبه و مدل نقطه جدایی و با استفاده از اطلاعات جمعیتی مراکز شهری و فاصله آنها از یکدیگر محاسبه شده است. شهر تبریز به عنوان تنها شهر میلیونی شمال غرب کشور به‌واسطه تاریخی و موقعیت جغرافیایی‌اش جایگاه ویژه‌ای در موضوعات اقتصادی - اجتماعی منطقه دارد. بررسی حوزه نفوذ استانی و منطقه‌ای این شهر نشان می‌دهد که مرزهای نفوذ آن حتی تا مراکز استان‌های همجوار نیز گسترش یافته است و روز به روز به دلیل استفاده از توان‌های بالقوه محیطی، اجتماعی و حتی سیاسی بر حوزه نفوذ آن افزوده می‌شود.

در این زمینه از مدل نقطه جدایی استفاده می‌شود. این مدل خط مرز منطقه تجاری بین دو شهر را مشخص و جدا

می‌کند. مدل بدین شرح است (حکمت‌نیا، موسوی، ۱۳۸۵، ۱۳۹):

$$\text{B.P.D}_{(1)} = \frac{d}{1 + \sqrt{\frac{P_L}{P_S}}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

B.P.D: فاصله نقطه جدایی بین دو شهر

d: فاصله بین دو شهر

P_L : جمعیت شهر بزرگ‌تر

P_S : جمعیت شهر کوچک‌تر

$$\text{B.P.D}_{(2)} = d_{LP_S} - \text{B.P.D}_{(1)} \quad \text{رابطه (۲)}$$

تحولات حوزه نفوذ شهر تبریز در محور شمال شرق (تبریز - اردبیل)، نشان می‌دهد که در سال ۱۳۳۵ از کل فاصله ۲۱۶ کیلومتری این محور، ۱۴۶ کیلومتر (۶۷/۷ درصد) تحت نفوذ و تأثیر کلان‌شهر تبریز بود، که این مقدار در سال ۱۳۴۵ با افزایش توان کلان‌شهر تبریز به ۱۴۸ کیلومتر (۶۸/۷ درصد) فزونی گرفت. از سال ۱۳۵۵ به بعد به تدریج حوزه نفوذ این شهر با کاهش تدریجی مواجه شد و در این سال با ۱۴۴ کیلومتر، حوزه نفوذ آن به ۶۶/۸ درصد کاهش پیدا کرد و این ارقام در سال‌های ۱۳۶۵ و ۷۵ و ۸۵ به ترتیب به ۶۵ و ۶۵/۲ و ۶۴/۶ درصد کاهش یافتند. تحلیل روندها حاکی از

ایفای نقش مناسب اردبیل و تقویت این شهر در دهه‌های اخیر است. در محور غرب ارومیه وضعیت بهتری در قیاس با دیگر شهرها دارد. در این محور حوزه نفوذ تبریز از ۶۷/۴ درصد در سال ۱۳۳۵ به تدریج به ۶۰/۸ درصد در سال ۱۳۸۵ کاهش پیدا کرد. در محور شرق نیز زنجان با تقویت جمعیت‌پذیری، حوزه نفوذ بیشتری یافت و حوزه نفوذ تبریز از ۷۱/۳ درصد محور در سال ۱۳۳۵ به ۶۷/۶ درصد در سال ۱۳۸۵ کاهش پیدا کرده است (پورمحمدی، زالی، ۲۸۶، ۱۷).

جدول ۵. تحولات جمعیتی مراکز استان‌های هم‌جوار آذربایجان شرقی در نیم‌قرن گذشته

جمعیت						فاصله (کیلومتر)	شهرها
۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۵۵	۱۳۴۵	۱۳۳۵		
۴۱۸۲۶۲	۳۴۰۳۸۶	۲۸۱۹۷۳	۱۴۷۸۶۵	۸۳۵۹۶	۶۵۷۴۲	۲۱۶	اردبیل
۵۸۳۲۵۵	۴۳۵۲۰۰	۳۰۰۷۶۴	۱۶۴۴۱۹	۱۱۰۷۴۹	۶۷۶۰۵	۱۲۴	ارومیه
۳۴۹۷۱۳	۲۸۶۲۹۵	۲۱۵۲۶۱	۱۰۰۳۵۱	۵۸۷۱۴	۴۷۱۵۹	۲۹۴	زنجان
۳۱۶۸۶۲	۲۷۷۸۰۸	۲۰۴۵۳۷	۹۵۸۷۲	۵۴۴۵۷	۴۰۶۴۱	۴۴۲	سندج

منبع: مرکز آمار ایران

جدول ۶. نقطه جدایی تبریز از سایر مراکز بزرگ شهری استان‌های هم‌جوار در نیم‌قرن گذشته

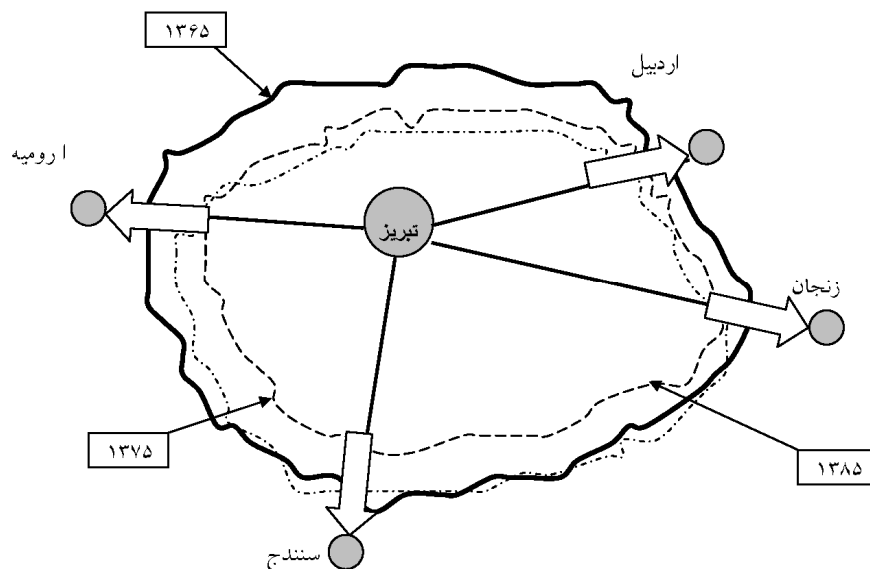
نقطه جدایی						فاصله (کیلومتر)	شهرها
۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۵۵	۱۳۴۵	۱۳۳۵		
۱۴۰	۱۴۱	۱۴۰	۱۴۴	۱۴۸	۱۴۶	۲۱۶	اردبیل
۷۵	۷۷	۸۰	۸۱	۸۱	۸۴	۱۲۴	ارومیه
۱۹۶	۱۹۷	۲۰۰	۲۰۹	۲۱۳	۲۱۰	۲۹۴	زنجان
۲۹۹	۲۹۸	۳۰۳	۳۱۶	۳۲۳	۳۲۲	۴۴۲	سندج

منبع: طرح پایه آمایش استان آذربایجان شرقی

جدول ۷. تغییرات درصد نفوذ کلان‌شهر تبریز در نیم‌قرن گذشته بر مراکز شهری استان‌های هم‌جوار

درصد نفوذ تبریز						فاصله به کیلومتر	شهرها
۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۵۵	۱۳۴۵	۱۳۳۵		
۶۴/۶	۶۵/۲	۶۵	۶۶/۸	۶۸/۷	۶۷/۷	۲۱۶	اردبیل
۶۰/۸	۶۲/۳	۶۴/۳	۶۵/۶	۶۵/۶	۶۷/۴	۱۲۴	ارومیه
۶۶/۷	۶۷/۱	۶۸	۷۰/۹	۷۲/۴	۷۱/۳	۲۹۴	زنجان
۶۷/۷	۶۷/۴	۶۸/۵	۷۱/۴	۷۳/۱	۷۲/۸	۴۴۲	سندج

منبع: پورمحمدی، زالی



شکل ۷. حوزه نفوذ شماتیک کلان‌شهر تبریز در دهه‌های اخیر

در طرح پایه آمایش استان آذربایجان شرقی، مطالعات حوزه نفوذ منطقه‌ای کلان‌شهر تبریز با استان‌های همجوار نشان می‌دهد که از کل فاصله ۲۱۶ کیلومتری بین اردبیل و تبریز، ۱۶۸ کیلومتر تحت حوزه نفوذ تبریز قرار دارد و تنها ۴۸ کیلومتر تحت حوزه نفوذ مستقیم شهر اردبیل است. همچنین از فاصله ۱۲۴ کیلومتری ارومیه - تبریز (از راه دریا) حدود ۹۱ کیلومتر آن در حوزه نفوذ شهر تبریز قرار دارد، و از فاصله ۲۹۴ کیلومتری زنجان - تبریز حدود ۲۳۷ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر تبریز و ۵۶ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر زنجان واقع است. سرانجام اینکه از ۴۴۲ کیلومتر فاصله بین سنندج - تبریز، حدود ۳۵۹ کیلومتر تحت حوزه نفوذ تبریز است و تنها ۸۳/۵ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر سنندج قرار دارد (پورمحمدی، ۱۳۸۴، ۹۱). در حوزه استانی نیز نقش تبریز در خور تأمل است. در بررسی نقش و حوزه نفوذ تبریز در حوزه استان در پایه آمایش استان از مدل جاذبه و تئوری نقطه جدایی استفاده شده است و چهار شهر بزرگ استان (مراغه، مرند، اهر و میانه) در جهت شمال شرقی، شمال غربی، جنوب غربی و جنوب شرقی به عنوان کانون‌های رشد برای محاسبه حوزه نفوذ به کار آمده‌اند.

جدول ۸. فاصله و نقطه جدایی شهرهای بزرگ منطقه در سال ۱۳۷۵

شهرها	کل فاصله	جمعیت	نقطه جدایی
اردبیل	۲۱۶	۳۴۰۳۸۶	۱۶۸
ارومیه	۱۲۴	۴۳۵۲۰۰	۹۰/۸۱
زنجان	۲۹۴	۲۸۶۲۹۵	۲۳۷
سنندج	۴۴۲	۲۷۷۸۰۸	۳۵۹

منبع: طرح پایه آمایش استان آذربایجان شرقی

تحلیل‌های نقطه جدایی نشان می‌دهد که تسلط شهری تبریز در سلسله‌مراتب و نظام شهری استان، شهرهای بزرگ استان را نیز تحت تأثیر قرار داده است.

جدول ۹. فاصله و نقطه جدایی شهرهای بزرگ استان در سال ۱۳۷۵

نام شهر	فاصله از تبریز	جمعیت	نقطه جدایی	فاصله نقطه جدایی از تبریز
مراغه	۱۴۷	۱۳۲۳۱۸	۳۶/۷۴	۱۱۰/۲۶
مرند	۷۶	۹۶۳۹۶	۱۶/۳۸	۵۷/۶۲
اهر	۱۱۶	۸۷۰۷۶	۲۳/۶۴	۹۲/۳۶
میانه	۱۷۸	۷۸۱۰۴	۳۶۲/۱۹	۱۴۱/۷۱

منبع: طرح پایه آمایش استان آذربایجان شرقی

براساس این تحلیل‌ها، از فاصله ۱۴۷ کیلومتر تبریز - مراغه، ۱۱۰/۲۶ کیلومتر در حوزه نفوذ مستقیم تبریز قرار دارد. از فاصله ۷۶ کیلومتری تبریز - مرند ۵۷/۶۲ کیلومتر در حوزه نفوذ مستقیم شهر تبریز و ۱۶/۳۸ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر مرند قرار دارد. در شرق استان نیز وضعیت به همین منوال است. از فاصله ۱۱۶ کیلومتر تبریز - اهر، ۹۲/۳۶ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر تبریز و تنها ۲۳/۶۴ کیلومتر تحت حوزه نفوذ شهر اهر قرار دارد که حاکی از نقش ضعیف مراکز و کانون‌های رشد در سطح استان است. سرانجام اینکه از فاصله ۱۷۸ کیلومتر تبریز - میانه، ۱۴۱/۷ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر تبریز است و تنها ۳۶/۲۸ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر میانه قرار دارد (پورمحمدی، ۱۳۸۴، ۹۲).

جدول ۱۰. فاصله و نقطه جدایی شهرهای بزرگ استان در سال ۱۳۸۶

نام شهر	فاصله از تبریز	جمعیت	نقطه جدایی	فاصله نقطه جدایی از تبریز
مراغه	۱۴۷	۱۴۹۹۲۹	۱۱۰/۷۱	۱۱۰/۷۱
مرند	۷۶	۱۱۴۸۴۱	۵۹/۰۴	۵۹/۰۴
اهر	۱۱۶	۸۶۷۶۰	۹۲/۸۵	۹۲/۸۵
میانه	۱۷۸	۸۹۷۹۶	۱۴۱/۹۷	۱۴۱/۹۷

منبع: نگارنده

براساس جدول ۱۰ از فاصله ۱۴۷ کیلومتری تبریز - مراغه، ۱۱۰/۷۱ کیلومتر در حوزه نفوذ مستقیم تبریز قرار دارد. از فاصله ۷۶ کیلومتری تبریز - مرند، ۵۹/۰۴ کیلومتر در حوزه نفوذ مستقیم شهر تبریز و ۱۶/۹۶ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر مرند واقع است. در شرق استان نیز وضعیت به همین منوال است. از فاصله ۱۱۶ کیلومتر تبریز - اهر، ۹۲/۸۵ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر تبریز است و تنها ۲۳/۱۵ کیلومتر تحت حوزه نفوذ شهر اهر قرار دارد. این خود حاکی از نقش ضعیف مراکز و کانون‌های رشد در سطح استان است. سرانجام اینکه، از فاصله ۱۷۸ کیلومتر تبریز - میانه، ۱۴۱/۹۷ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر تبریز است و تنها ۳۶/۰۳ کیلومتر در حوزه نفوذ شهر میانه قرار دارد.

نتیجه‌گیری

تمرکز فعالیت‌های برتر در شهر تبریز را می‌توان مهم‌ترین ویژگی توزیع فضایی خدمات در سطح استان و شمال غرب کشور دانست و حوزه پوشش و عملکرد آنها، منطقه‌ای و ملی و حتی فراملی است. این امر موجب تمرکز فعالیت‌ها و خدمات در این شهر و تمایل به مهاجرت ساکنان سایر شهرها به این کلان‌شهر شده است.

مجموعه بازار و نواحی پیرامون آن با داشتن ۴۲۱ هکتار وسعت، ۳ درصد از مساحت کل شهر تبریز را در بر می‌گیرد. در این مجموعه ۴۲۱ هکتاری (بازار و نواحی پیرامون)، ۱۳۳۴۰ واحد تجاری و ۱۹۹۰ واحد تولیدی وجود دارد که ۲۴ درصد از کل واحدهای تجاری شهر تبریز را شامل می‌شود. از این تعداد بیش از ۷۰ درصد واحدها خرده‌فروشی‌اند که حدود ۴۰ درصد خرده‌فروش‌ها مواد غذایی عرضه می‌دارند. بنابراین در مجموع ۵۰ درصد فروش واحدهای تجاری شهر در این محدوده انجام می‌گیرد که نشان از حجم بالای فعالیت و بارگذاری زیاد بر این محدوده دارد. از مجموعه عملکردهای مستقر در منطقه، ۷۹۴۰۰ مترمربع از سطح زمین موجود به کاربری تولیدی اختصاص یافته است. سطح انبار موجود در این محدوده ۵۹۸۰۰ مترمربع است. بنابراین واحدهای تجاری عمده‌فروشی و خرده‌فروشی بیشترین نسبت (۵۲ درصد) را شامل می‌گردند. پس از واحدهای تجاری، کارگاه‌های فنی کوچک ۲۱/۷ درصد و خدمات حرفه‌ای و تخصصی - شامل دفاتر کار و شرکت‌های مختلف - در رده سوم قرار می‌گیرند. تمرکز این فعالیت‌ها با طیفی از انواع مختلف، بیانگر اهمیت مجموعه بازار و نواحی پیرامون آن به عنوان اصلی‌ترین مرکز فعالیت شهری در منطقه شهری تبریز است. مساحت کاربری مسکونی در مجموعه بازار تبریز ۴/۴ هکتار و مساحت کاربری تجاری و فعالیتی ۲۳/۴ هکتار است. به بیان دیگر، سطح کاربری‌های فعالیتی در این مجموعه ۵/۵ برابر کاربری‌های مسکونی است.

بازار تبریز دارای عملکردها و نقش‌های متنوع در زمینه تاریخی، گردشگری، فعالیتی و تجاری و سکونتی است. اصلی‌ترین واحدهای سیاسی - اداری شهر همچون استانداری، فرمانداری، شهرداری، سازمان امور اقتصادی و دارایی و همچنین شعبه‌های اصلی بانک‌ها و بیمه‌ها، چسبیده به بازار و یا در نواحی پیرامونی آن استقرار یافته‌اند. این عوامل در مجموع ۴۰ درصد سفرهای شهری را در طول روز به این منطقه جذب می‌کنند.

نقش تبریز هدایت و رهبری فعالیت تجاری و بازرگانی در منطقه است. ایفای کارآمد این نقش در صورت تقویت مرکز قوی و سنتی مجموعه بازار امکان‌پذیر است. این محدوده توان بالقوه و بالفعلی برای ایفای این نقش دارد. بر این اساس استقرار فعالیت‌های برتر تجاری و خدماتی، امری ضروری است. این امر با ساماندهی و تغییر کاربری‌های موجود به کاربری‌های برتر امکان‌پذیر است و نه با ساخت واحدهای جدید تجاری - خدماتی. سطح اول خدمات شامل خدمات برتر، اختصاص به کلان‌شهر تبریز دارد و بخش مهمی از خدمات سطح بالای بهداشتی، درمانی، تخصصی، آموزش عالی در سطوح تحصیلات تکمیلی، خدمات بازرگانی، مشاوران و پیمانکاران و سایر خدمات مهم نیز مختص تبریز است و حوزه عملکرد آنها فراتر از استان و حتی گاه ملی و فراملی است. تقویت شهرهای ارومیه و اردبیل در دو دهه اخیر از نظر جمعیت‌پذیری، نقش عمده و مؤثری در کاهش پدیده نخست شهری داشته است و انتظار می‌رود که با روند حاضر ظرف ۱۰ سال آینده این پدیده کلاً از نظام شهری منطقه حذف گردد. بررسی‌های مربوط به حوزه نفوذ کلان‌شهر تبریز حاکی از کاهش تدریجی این حوزه در طی دهه‌های اخیر است. این کاهش در محور ارومیه - تبریز نمود بیشتری دارد و شهر

ارومیه در دهه‌های اخیر ایفاگر نقش مثبت در تعادل شبکه شهری بوده است. از نظر مدلینگ به طور متوسط ۶۵ درصد محورهای منتهی به مراکز استان‌های هم‌جوار تحت نفوذ کلان‌شهر تبریز قرار دارند. در سطح استانی شهرهای مرند، مراغه، میانه و اهر - به عنوان شهرهای بزرگ استان - برخی از خدمات درون‌منطقه‌ای را به‌منظور کاهش بار خدمات‌رسانی منطقه‌ای تبریز بر عهده دارند، که البته شعاع عملکرد آنها عمدتاً شهرستان‌های اطراف است.

منابع

- Arseh advisor Engineers, 1989, **Tabriz City Construction and Development Design**, City Genesis and Historical Make, seven fast, Tabriz municipality.
- Ashraf, A., 1980, **Qajaryeh Arbitrators Iran Capital Historical Maturation Gallows Barriers**, Tehran.
- Bavande advisor Engineers, 1998, **Sahebolamr Set and West Bazaar Tabriz Instauration and Reform Design**, Tabriz city engineering and technical advisor organization, Tabriz municipality.
- Bobek, H., 1959, **Die Hauptstufen der Gesellschafts-und Wirtschaftsentfal-tung**, in geographischer Sicht.
- Bochany, M.H., 2003, **City Historical Branch Revival, Tabriz Sahebolamr Experience Set**, Municipalities month letter, 57 number, country municipalities Organization, pp. 72-78.
- Eastern Azerbaijan Province Administration, 2007, **Tabriz carpet exports statistics**.
- Ebn-e-batoteh, 1991, **Ebn-e-batoteh Logbook**, Translation movahed, mohammadaly, Tehran.
- Ehlerz, E., 1994, **East Islamic City, Model and Fact**, Translation Mùmeny, Mostafa and Zeyatavana, Mohammadhasan, Geographic researches chapter letter, 1 number, nine year.
- Ehlerz, E., 2001, **Article Set (Iran city - Nation – Village)**, translation Saeedy Abas, Monshy, Tehran.
- Hajiqasemy, K., 2003, **Treasure Letter, Bazaar Buildings**, first branch, urbanization and architecture college researches and predication center, university of Shaheed Beheshty Tehran.
- Hekmatneya, H., Moosavi, M., 2006, **Geography Models Usage with Emphasis Regional and Urban Planning**, Elme Noovin publications, Yazd.
- Kalantry Khalylabadi H., Poorahmad, A., 2005, **Yazd City Historical Area Revival Planning and Management**, Geographic researches, 54 number, university of Tehran, pp. 77-92.
- Kastelloo, V. F., 1992, **East Average Urbanization**, Parviz Pyran and Abdoolaly Rezayy translation, Ney, Tehran.
- Khamachy, B., 1996, **Time Passage Bazaar Tabriz**, Tabriz mines and industrials and commercial office publications.
- Lapidus, Ira Marvin, 1967, **Muslim Cities in the Later Middle Ages**, Cambridge/ Mass.
- Mùmeny, M., 2002, **Tabriz, Islam World Encyclopedia**, 6 fast, article, Tehran.
- Nagsh Jahan Pars advisor engineers, 2007, **Tabriz Cultural - Historical Region Descriptive Design**, Municipality Tabriz.

- Poorahmd, A., Ebady, J., 2000, **Rey Urban Antiquated Texture Social Ecology Design**, Geographic Researches, 39 number, Tehran university, pp. 93-103.
- Poormohammady, M., 2005, **Eastern Azerbaijan Province Arrangement Basis Design**, Eastern Azerbaijan governorship.
- Poormohammady, M., Zaly, N., Qoorbany, R., 2008, **Region Azerbaijan Urban Military Exclusivity Analysis with Emphasis in Tabriz Metropolis Influences**, social and humanities publication, Tabriz university.
- Safamanesh, K., Rashtchyan, Y., Monadyzadeh, B., 1997, **Tabriz City Framework Structure and Latter Two Centenary that Evolutions**, Conversation Magazine, 18 number.
- Shamaey, A., 2003, **Yazd City Framework- space Inharmonious Extensions and Affect that City Ecology Make**, Geographic researches, 46 number, university of Tehran, Pp. 19-37.
- Sharden, J., 1956, **Sharden Letter Tourism**, Mohammad Abbasy translation, Tehran.
- Soltanzadeh, H., 1986, **Iran Urbanization and City History Preface**, Amyrkabyr, Tehran.
- Tabriz Municipality, **Urban Planning Observation office**.
- Wirth, E. 1974, **Zum Problem des Bazars in Der Islam**.
- Yarshate, E., **Eyranyka Encyclopedia**, four fast .
- Yazdany, M.H., Poorahmad, A., 2006, **Islamic - Iranian Cities Framework Evolutions Modernism Influences**, Geographic researches chapter letter, 84 number. Pp. 29-52.