

شناخت و ویژگیهای شغلی کارگران میدان

میوه و تره‌بار مرکزی تهران

(در ارتباط با حمایتهای مقرر در قانون تأمین اجتماعی)

عبدالرضا مسلمی



چکیده

مقاله حاضر خلاصه‌ای از طرح پژوهشی با عنوان «بررسی و شناخت ویژگیهای شغلی و اقتصادی و اجتماعی شاغلان در میدان مرکزی میوه و تره‌بار تهران در ارتباط با حمایتهای مقرر در قانون تأمین اجتماعی» است که به سفارش مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی و توسط نگارنده انجام شده است.

میدانهای میوه و تره‌بار در شهرهای ایران ریشه در تاریخ شهرنشینی ایران دارد ولی علی‌رغم گذشت قرنهای متمادی و بروز تحولات مختلف اقتصادی و اجتماعی و سیاسی در کشور، ساختار و نظام حاکم بر روابط درونی آن چندان دچار تحول و نوسازی نشده است.

به دلیل اهمیت تعمیم حمایتهای مقرر در قانون تأمین اجتماعی به شاغلان میدان مرکزی میوه و تره‌بار و عدم تحقق آن طی سالهای گذشته که ناشی از علل مختلف و پیچیدگی‌های حاکم بر روابط درونی میدان است، در این پژوهش سعی شده است ویژگیهای ساختاری میدان مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد تا با ارائه تصویری شفاف از میدان، امکان سیاست‌گذاری و اتخاذ راهکارهای اجرایی برای تحقق بیمه‌های اجتماعی شاغلان میسر شود.

مقدمه

امروزه به دلیل تحول و پیچیدگی فعالیتهای اقتصادی- اجتماعی، فنی و بهره‌گیری انسان از روشها و تکنیک‌های مختلف برای تولید کالا و خدمات، محیط فعالیت انسانها مملو از حوادث و اتفاقات پیش‌بینی نشده و غیرمترقبه است. این خطرات و حوادث پدیده‌هایی است حتمی که وقوع آن خارج از اراده و کنترل بشر بوده و تأثیرات آن نامعین است. از این رو اتخاذ تدابیر و راهکارهای متفاوت برای ایجاد امنیت در قبال چنین مسائلی، همواره یکی از دغدغه‌های بشر است، زیرا اثرات و شدت این حوادث و خطرات علاوه بر سلامتی انسانها، معیشت و کیفیت زندگی آنها را نیز تحت تأثیر جدی قرار می‌دهد.

به علاوه، گسترش پدیده فقر و محرومیت و تشدید فاصله طبقاتی در سطح جوامع، از جمله معضلات اساسی است که امروزه در سطوح مختلف ملی و محلی، دست‌اندرکاران و سیاستگذاران توسعه را سخت به خود مشغول کرده است، این محرومیتها و فقر که با شاخصه‌هایی همچون میزان اشتغال، مرگ و میر و امید به زندگی، سوء تغذیه، بهداشت محیط و... تعریف و اندازه‌گیری می‌شود از عوامل مهم عدالت اجتماعی در ابعاد منطقه‌ای و گروههای اجتماعی و امنیت شغلی به شمار می‌رود. از این رو طی چند دهه گذشته تلاشهای زیادی از طرف سازمانهای بین‌المللی و دولتها برای مهار فقر و تحقق توسعه اجتماعی صورت گرفته است.

یکی از روشهای ارتقای کیفیت زندگی طبقات محروم و گروههای آسیب‌پذیر جامعه، سیاستگذاری و اجرای برنامه تأمین اجتماعی^۱ است. امروزه تأمین اجتماعی یکی از شاخص‌های مهم توسعه منابع انسانی و تحقق عدالت اجتماعی به شمار می‌رود و اقدامی است که برای حمایت از افراد یک جامعه یا گروههای اجتماعی در مقابل خطرات و حوادث و پیشامدهای اجتماعی نظیر بیکاری، بیماری، فوت، از کار افتادگی، بازنشستگی و... به کار می‌رود. به عبارت دیگر، تأمین اجتماعی اقدامی است که از تنزل سطح زندگی و محرومیت و فقر افراد و گروههای ذینفع^۲ در مقابل مخاطرات و پیشامدها جلوگیری می‌کند. از طرف دیگر بیمه‌های اجتماعی نیز یکی از ابزارهای عملی تحقق بخشیدن به اهداف تأمین اجتماعی و پوشش خطراتی است که معاش و زندگی افراد را مختل می‌سازد. بیمه‌های اجتماعی خدمات متعددی را

1. Social Security

2. Target Group

شامل می‌شود که مهمترین آنها عبارتند از: بیمه‌های بازنشستگی، از کار افتادگی، بیکاری و خدمات درمان.

نظام بیمه‌های اجتماعی از انتقال اثرات نامطلوب مخاطرات یا خسارات ناشی از یک بخش اقتصادی به سایر بخشهای اقتصادی جلوگیری به عمل آورده، از این طریق اطمینان خاطر مناسبی را در سطح جامعه ایجاد می‌کند. از این رو از نظر اجتماعی سیستم بیمه‌های اجتماعی دارای نقش و کارکرد قابل توجهی در ارتباط با حقوق و ارتقای ابعاد اجتماعی- اقتصادی تولید است که از آن جمله می‌توان به افزایش امنیت شغلی، ارتقای امید به زندگی اقشار محروم جامعه، افزایش ثبات و امنیت اجتماعی جامعه و تحقق عدالت اجتماعی اشاره کرد.

برقراری حمایتهای مقرر در قانون تأمین اجتماعی برای افراد مستلزم وجود زمینه‌ها و شرایط پیش‌بینی شده در قانون و امکانات اجرایی است. از شرایط و زمینه‌های اصلی برقراری این حمایتهای می‌توان به وجود کارگاه مشمول قانون کار و رابطهٔ مزدبگیری فی مابین کارگران و کارفرمایان اشاره کرد. در مواردی که این زمینه‌ها و شرایط وجود نداشته و یا ارتباطات ضروری مخدوش باشد، بالطبع انجام تعهدات مقرر در قانون با اشکال مواجه خواهد شد. بخش عمده‌ای از کارگران میدان میوه و تره‌بار مرکزی تهران مصادیق این امر هستند. در این گونه موارد خاص ناچار باید به دنبال ساز و کارهایی جدید بود تا این قشر از نیروهای مولد جامعه نیز بتوانند از حمایتهای لازم برخوردار شوند.

چارچوب نظری پژوهش

نظام توزیع کالاها در اقتصاد، به دلیل پراکندگی و جدا بودن مراکز تولید و مصرف، عرضه و تقاضا، شکل جدیدی از فعالیتها را سامان می‌بخشد. این فعالیتها که تسهیل‌کنندهٔ روابط بازار هستند و عرضه‌کننده یا تولیدکنندهٔ واقعی را به مصرف‌کننده یا تقاضاکنندهٔ واقعی مرتبط می‌سازند، واسطه‌گری یا دلالی نامیده می‌شود. این گروه، در واقع نمایندهٔ تقاضای بازار در مکان تولید و عرضه محسوب می‌شود و در مقابل نمایندهٔ عرضهٔ بازار در مکان مصرف و تقاضا هستند. یکی از این نظامهای توزیع، توزیع میوه و تره‌بار است. خصلت جدایی بازار تولید و مصرف و نیز پراکندگی مراکز تولید خرد و نیز مراکز مصرف خرد، نیاز به نظام فعالیتی توزیع را در پی داشته است.

اما هر نظام فعالیتی متناسب حجم فعالیت، دارای نظام نیروی انسانی خاص خود است. بنابراین روابط نیروی انسانی برای آن قابل تعریف است. در چنین نظامی، حضور نهادهای اجتماعی و بویژه تأمین اجتماعی مصداق پیدا می‌کند. اما حضور تأمین اجتماعی، منوط به شناسایی دقیق نظام نیروی انسانی حاکم بر نظام فعالیتی است.

نظام فعالیتی توزیع میوه و تره‌بار از این قاعده مستثنی نیست؛ نظام فعالیتی توزیع که نظام نیروی انسانی ویژه خود را به همراه دارد. این گزارش در پی آن است که به شناخت نظام نیروی انسانی حاکم بر نظام فعالیتی توزیع میوه و تره‌بار دست یابد.

شکل‌گیری راسته‌ها

در نظام توزیع کالا، زمانی که شرایط رقابتی یا رقابت انحصاری است، عموماً بازار به سمت شکل‌گیری راسته‌ها حرکت می‌کند. به عبارت دیگر، توزیع‌کنندگان یک کالای خاص، یک مکان را برای توزیع انتخاب می‌کنند و راسته‌ای از عرضه یک کالای خاص شکل می‌گیرد. دلایل زیادی را برای تشکیل راسته‌ها می‌توان برشمرد. این دلایل در مجموع در دو سوی عرضه و تقاضا قابل طبقه‌بندی است.

الف. سوی تقاضا: در طرف تقاضا، شکل‌گیری یک راسته تجاری اثرات زیر را بر جا می‌گذارد:

۱- کاهش هزینه‌های حمل و نقل: خریداران برای خرید یک کالا، نیازی به مراجعه به نقاط مختلف شهر ندارند و با مراجعه به یک مکان، می‌توانند از بازار متنوع و اطلاعات قیمتی زیاد استفاده کنند.

۲- اطلاع‌گیری از تنوع کالاها (شفافیت اطلاع‌رسانی)

۳- اطلاع‌گیری از قیمت کالاها (شفافیت قیمت)

۴- کاهش زمان صرف‌شده برای خرید کالا

۵- استفاده از مزایای بازار رقابت کامل

۶- استفاده از خدمات پشتیبانی

ب. سوی عرضه: اما در سوی عرضه، شکل‌گیری راسته‌ها و تمرکز عرضه‌کنندگان یک نوع

یا گروهی کالا در کنار هم، اثرات زیر را به دنبال دارد:

۱- مزیت شناخته شدن راسته به عنوان کانون فروش

- ۲ - افزایش مراجعه کنندگان
 - ۳ - تسهیلات حمل و نقل و خدمات جنبی پشتیبانی
 - ۴ - اطلاع از فعالیت همکاران
 - ۵ - امکان عرضه کالاهای تخصصی تر
 - ۶ - دسترسی به امکانات یکدیگر (مثل خرید برای مشتریان دائمی از همکاران)
- بدین ترتیب شکل‌گیری راسته‌ها اثرات مثبت قابل توجهی بر دوسوی بازار برجای می‌گذارد. به همین دلیل راسته‌ها شکل می‌گیرند.
- اما در خصوص میوه و تره‌بار، در سطح خرده‌فروشی، شکل‌گیری راسته کاملاً بی‌معنی است. چرا که میوه و تره‌بار کالایی است که مورد مصرف روزانه قرار می‌گیرد و تقریباً مصرف‌کننده دارای تقاضای روزانه است. به همین دلیل، مصرف‌کننده تمایل دارد حتی با هزینه بیشتر، این کالا را بدون صرف زمان و هزینه ایاب و ذهاب و... در محل مصرف تهیه کند. دیگر برای مصرف‌کننده تفاوت قیمت جزئی با سایر مناطق چندان مهم نیست.
- شکل‌گیری راسته‌های میوه و تره‌بار برای واسطه‌های عمده شهر که به عرضه محصولات در سطح کلان و به صورت عمده می‌پردازند، اثرات پیش‌گفته راسته‌ها بر عرضه‌کنندگان را دارد. ضمن اینکه ارتباطات حمل و نقل برون‌شهری و امکان ورود و وسایط نقلیه سنگین را فراهم می‌کند.
- اما مکان راسته تجاری چگونه تعیین می‌شود؟ راسته میوه و تره‌بار در کدام منطقه از شهر شکل می‌گیرد و تابع چه عواملی است؟

مکان‌یابی فعالیتها در شهر

شهر سیستمی است یکپارچه که از ترکیب انسان، فضا و فعالیت شکل گرفته است. در این سیستم، انسان به عنوان بهره‌بردار و تصمیم‌گیرنده اصلی، به تخصیص فضا به فعالیتها (کارکردها یا کاربری‌ها) می‌پردازد. اما این تخصیص تابع عوامل و متغیرهای خاصی است.

فعالیتها یا کاربری‌ها طیف بسیار متنوع و متفاوتی دارند. در حالی که برخی از کاربری‌ها دارای سرمایه‌بری، بازدهی و در مجموع ارزش بالایی هستند، برخی دیگر ارزش پایینی دارند. برخی کاربری‌ها نیاز به فضای (اعم از زمین و تراکم آن) بیشتر و برخی کمتر دارند. برخی کاربری‌ها، در فضای محدود، ارزش افزوده بسیار بالایی ایجاد می‌کنند و برخی در فضاهای وسیع

ارزش افزوده کمتری. این تفاوتها تصمیمات انسان را برای استقرار فعالیت در فضا شکل می‌دهد. برای این منظور، فضا برحسب بسیاری از متغیرها نظیر دسترسی، آب و هوای خوب، مرکزیت و... طبقه‌بندی می‌شود. این طبقه‌بندی در تفاوت قیمت زمین و فضاها در شهر نمود پیدا می‌کند. در تخصیص فضا به فعالیت، در وهله اول، فضاهای بسیار خوب با کاربری‌هایی که دارای ارزش بالا هستند و بهره‌وری فضایی بالایی دارند، تسخیر می‌شود. هر قدر از فضاهای مرغوب به سمت فضاهای نامرغوب (که چنانچه بیان شد، علی‌رغم تعیین شدن توسط عوامل مختلف، با تفاوت قیمت قابل شناسایی است و بنابراین بهتر است فضاهای گران‌قیمت به ارزان‌قیمت بگوییم) حرکت کنیم، از ارزش کاربری‌ها و بهره‌وری فضایی آنها کاسته می‌شود.

اما عامل تبعی دیگر که در کنار اصل بیان‌شده، چیدمان فضایی کاربری‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، همزیستی برخی کاربری‌هاست. بدین معنی که استقرار برخی کاربری‌ها منوط به استقرار کاربری‌های دیگری در کنار خود است و یا کاربری‌های دیگری را با خود به همراه دارد. بنابراین اقتصاد مکان، مکان‌گزینی فعالیتها را در شهر سامان می‌دهد. راسته‌های میوه و تره‌بار نیز از این قاعده مستثنی نیستند. راسته‌های میوه و تره‌بار، که چنانچه بیان شد در سطح عمده‌فروشی مطرح هستند، به فضاهای بسیار بزرگی نیاز دارند که دارای امکان دسترسی و ارتباطات وسیع بویژه حمل و نقل برون‌شهری و امکان فعالیت شبانه‌روزی باشند. بنابراین این راسته‌ها محل‌هایی را انتخاب می‌کنند که ضمن مقیاس بزرگ، دسترسی زیادی به حمل و نقل برون‌شهری داشته باشد.

نظام توزیع میوه و تره‌بار در ایران

کلیت نظام توزیع میوه و تره‌بار در ایران، همانند نظام توزیع کالاهاست. حضور واسطه‌های بسیار بزرگ با سرمایه‌های قابل توجه در شهر مرکزی در کنار فروشندگان عمده و خرده سطح شهر و محلات از یک سو و میدان‌داران کوچک خریدکننده از تولیدکنندگان پراکنده در مناطق روستایی از سوی دیگر، این نظام را تشکیل می‌دهد.

نظام توزیع میوه و تره‌بار در ایران، با توجه به ماهیت اقتصاد کشاورزی و خرید بودن عمده مالکیت‌های کشاورزی، از گستردگی نسبتاً قابل توجهی برخوردار است. از سوی دیگر، این نظام به شیوه‌های مختلف با کشاورزان به عنوان تولیدکنندگان محصولات تعامل می‌کند. این تعامل از حق‌العمل‌کاری تا مشارکت در سرمایه‌گذاری و کشاورزی و نیز خرید محصولات سردرختی و...

وجود دارد. بدین ترتیب، نظام توزیع میوه و تره‌بار علاوه بر تسهیل توزیع کالا و نزدیک کردن عرضه و تقاضا، کارایی تأمین سرمایه را نیز در بخش کشاورزی بر عهده گرفته است. در تحلیل فوق، مسلماً قضاوت بر عملکرد سیستم و نظام توزیع میوه و تره‌بار است. این تحلیل، سوءاستفاده‌های موجود و اجحاف در حق کشاورزان را که نه ناشی از عملکرد نظام، بلکه بیشتر فزون‌خواهی برخی است، در نظر نمی‌گیرد. ضمن اینکه در نبود مکانیسم‌های مناسب تأمین سرمایه و توزیع، این نظام مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

تاریخچهٔ پیدایش میدان مرکزی میوه و تره‌بار تهران

بر اساس آنچه بیان شد، اقتصاد بازار طی روند تاریخی خود، راسته‌های میوه و تره‌بار را در شهرهای بزرگ ایجاد کرد. در تهران بزرگ نیز راسته‌های میوه و تره‌بار در اطراف میدان شوش و ... شکل گرفت. اما با گذشت زمان و بزرگ شدن شهر تهران، این مکان در وسط شهر قرار گرفت و عملاً بسیاری از قابلیت‌های خود را که در اثر آن ایجاد شده بود، از دست داد و به عنوان معضلی برای مدیریت شهری تهران مطرح شد.

در سال ۱۳۵۸ ماده واحده‌ای به تصویب شورای انقلاب رسید و به شهرداری اجازه داد اماکن و میادین را به منظور حذف واسطه‌ها و خارج از قانون مالک و مستأجر واگذار کند و اجازه داشته باشد زمانی که مدت‌زمان اجاره تمام شد بدون رعایت تشریفات قانونی مستأجر را از غرفه بیرون کند. متعاقب آن، شهرداری سازمان مواد غذایی خود را تغییر ماهیت داد و از محل اموال دارایی‌های آن سازمان، مدیریتی به نام سازمان میادین میوه و تره‌بار فرآورده‌های کشاورزی ایجاد کرد ولی نحوهٔ واگذاری غرفه‌ها اصولی نبود تا اینکه در سال ۱۳۷۲ قانون اصلاح ماده واحده به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید.

هدف از تشکیل این سازمان، ایجاد تسهیلات لازم در امر تهیه و توزیع میوه و تره‌بار و فرآورده‌های کشاورزی در جهت حمایت از تولیدکنندگان (با اولویت تعاونی‌های کشاورزی) است تا بتواند مسیر حرکت محصولات از تولید به توزیع را با اصول صحیح هدایت کند و برای رسیدن به این هدف سازمان موظف شده تا عملیات زیر را انجام دهد:

- ۱- احداث میدان مرکزی میوه و تره‌بار
- ۲- ایجاد سردخانه‌ها و انبارهای مورد نیاز با مشارکت بخشهای تعاونی، دولتی، خصوصی و

بانکها

- ۳- ایجاد و توسعه بازارهای روز میوه و تره‌بار در نقاط مختلف شهر
- ۴- ایجاد بازارهای فروش و جایگاه‌های موقت برای عرضه محصولات
- ۵- مطالعه و بررسی در مورد ایجاد صنایع و تأسیسات جنبی میدان مرکزی همانند کارخانجات تولید جعبه و بسته‌بندی و صنایع غذایی و ارائه این گونه طرح‌ها به بخشهای دیگر برای سرمایه‌گذاری
- ۶- جلب نظر واحدهای دولتی، بخشهای خصوصی و بانکها و همکاری با تعاونی‌های مربوط و اشتراک مساعی با آنها در امر تهیه و توزیع محصولات
- ۷- تعیین سیاستهای کلی برای اداره میدان، کنترل عرضه کالا و تنظیم برنامه‌ها در عرضه محصولات از طریق اخذ آمار و اطلاعات از ورود و خروج محصولات
- ۸- کنترل قیمت محصولات از طریق مدیریت عرضه و در صورت لزوم تعیین نرخ و نظارت بر رعایت آنها در سطح میادین
- ۹- حفظ و نگهداری و تعمیر ساختمانها و تأسیسات و تجهیزات میدان بر اساس آیین‌نامه مالی سازمان.

تدوین ماده واحده در سال ۱۳۵۸ در شرایطی انجام شد که جو کلی حاکم بر جامعه، دیدی کاملاً حمایتی نسبت به تولیدکنندگان و تصویری بدبینانه به قشر واسطه داشت. بدین ترتیب، سازمان میادین میوه و تره‌بار نه به دلیل واقعیت اقتصادی و ساماندهی اقتصادی نظام فعالیت، که بر اساس بینش حاکم شکل گرفت.

در راستای شکل‌گیری سازمان میادین میوه و تره‌بار، میدان مرکزی میوه و تره‌بار شهر تهران در جنوب شهر تهران در زمینی به مساحت ۲۷۰ هکتار شکل گرفت. علی‌رغم هدف اولیه تدوین شده در اهداف سازمان میادین میوه و تره‌بار، میدان مرکزی با هدف ساماندهی فعالیت‌های نظام توزیع میوه و تره‌بار و با هدف خروج این گونه فعالیتها از مرکز شهر که به عنوان معضلی برای مدیریت شهری مطرح بود، ایجاد شد.

در این راستا، شهرداری تهران برای انتقال میدان‌داران شوش و... وارد مذاکره شد و در مقابل واگذاری غرفه‌های میادین شوش و... غرفه‌هایی را در میدان مرکزی به آنها واگذار کرد. هرچند در واگذاری غرفه‌های میدان مرکزی، عدالت رعایت نشده و واگذاری بدون رعایت ضوابط

صورت گرفته است. برخی غرفه‌داران بیش از یک غرفه و برخی کمتر از یک غرفه گرفته‌اند. حتی طبق اظهارات میدان‌داران و نیز مدیریت میدان مرکزی (شهرداری) چندین غرفه‌دار هنوز غرفه‌ای نگرفته‌اند.

وضعیت کالبدی میدان مرکزی میوه و تره‌بار

میدان مرکزی میوه و تره‌بار از سه بخش تشکیل شده است. بخش اول که به کلاه‌سبز معروف است، بخشی از میدان است که در آن عموماً خرده‌فروشی صورت می‌گیرد. دو بخش دیگر، کاملاً شبیه هم هستند و بلواری آنها را از هم جدا کرده است. در هر فاز چندین سالن وجود دارد و هر سالن متشکل از چندین غرفه است. مقابل سالن به اندازه تقریباً طول سالن به عنوان بارانداز است که مسقف شده است.

جمع‌بندی دیدگاههای مسئولان و مالکان میدان در خصوص کارگران و تأمین اجتماعی مصاحبه‌های انجام‌شده را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد؛ مصاحبه‌هایی که مصاحبه‌شوندگان جنبه کارفرمایی یا نمایندگان آنها را داشتند، نظیر مصاحبه با اتحادیه و نیز غرفه‌داران. خصلت کلی این مصاحبه، جانب‌داری از غرفه‌داران و کم‌نشان دادن شمار کارگران ثابت یا فامیل بودن آنهاست.

گروه دوم، مصاحبه با نمایندگان کارگران است، نظیر انجمن صنفی کارگران. این گروه نیز به عنوان حافظ منافع گروه کارگری، سهم کارگران غیرثابت را کم می‌داند و بیان می‌کند که بخش عمده‌ای از کارگران ثابت هستند.

گروه سوم، نمایندگان دولت یا بخش عمومی است نظیر مدیریت میدان و سازمان. هرچند به نظر می‌رسد این گروه نباید جانب کارگران را بگیرند، اما به نفع کارگران جانب‌داری اندکی در گفته‌هایشان مشهود است.

اما در مجموع هر سه گروه به مسائل یکسانی اشاره می‌کنند و برحسب منافع صنفی خود، به مباحث مختلفی تأکید می‌کنند. بنابراین می‌توان مباحث مشترک زیر را از مصاحبه‌ها برداشت کرد:

۱ - میدان مرکزی میوه و تره‌بار در مساحتی بالغ بر ۲۷۰ هکتار در جنوب تهران شکل گرفته

است.

- ۲- مالک اصلی شهرداری است و سرقفلی غرفه به بهره‌برداران واگذار شده است.
- ۳- در میدان مرکزی سه قسمت اصلی وجود دارد. محوطه کلاه‌سبز (ساختمانهایی که سقف آنها سبزرنگ است) که دارای دو قسمت (فاز) است. در قسمت نخست آن حدود ۱۲۰ غرفه وجود دارد و به صورت جزئی نیز فروش دارند. این غرفه‌ها میوه‌ها را عمدتاً به مشتریان منازل و مصرف‌کننده نهایی تحویل می‌دهند. قسمت دوم کلاه‌سبز هنوز واگذار نشده و فعال نیست و ممکن است برای بازار ماهی اختصاص داده شود. غیر از این محوطه، ۲ فاز اصلی نیز در میدان وجود دارد. در فاز ۱، ۱۵ سالن به اضافه ۳ سالن آجرقرمز وجود دارد. هر سالن دارای ۲۸ غرفه بزرگ است و سالنهای آجرقرمز نیز هر یک دارای ۲۴ غرفه کوچکتر است. در فاز ۲ نیز ۱۱ سالن وجود دارد که هر سالن دارای ۲۸ غرفه است. در این فاز نیز ۴ سالن آجرقرمز وجود دارد که هر سالن آن دارای ۲۴ غرفه است. در طراحی میدان مرکزی میوه و تره‌بار حدود ۱۳۵۲ غرفه پیش‌بینی شده بود تا در سه فاز کلاه‌سبزها (فروش مستقیم) فاز ۱ و فاز ۲ فعالیت کنند. در حال حاضر حدود ۱۲۰۰ غرفه واگذار شده که بالغ بر ۱۰۰۰ حجره دایر و فعال هستند. با توجه به حق مالکیت و امکان وجود بیش از یک بهره‌بردار در هر غرفه، حدود ۱۳۰۰ بهره‌بردار در سطح میدان فعالیت دارند و به صورت فصلی نیز ممکن است حدود ۵۰ تا ۱۰۰ اجاره‌دار موقت که از محوطه بارانداز استفاده می‌کنند در سطح میدان استقرار یابند. البته ممکن است برخی از صاحبان غرفه به خاطر مهاجرت، پیری و یا ... سهم خود را به صورت اجاره یک تا چندساله واگذار کنند که این مسئله عمدتاً با هماهنگی شهرداری و صنف انجام می‌شود (البته هیچ اجباری به آن نیست مگر اینکه خرید و فروش انجام گیرد).
- ۴- در سال ۷۴ سرقفلی غرفه‌ها از ۴ تا ۱۲ میلیون تومان به بهره‌برداران واگذار شده و هم‌اکنون بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود و هیچ محدودیتی نیز برای نقل و انتقال وجود ندارد.
- ۵- هر غرفه ممکن است دارای چند مالک باشد (دارای حق سرقفلی).
- ۶- بطور متوسط در هر غرفه ممکن است ۳ تا ۶ نفر کار کنند که گاهی به صورت خانوادگی است.
- ۷- کارگران میدان مرکزی میوه و تره‌بار از اقصی نقاط کشور و با ترکیب سنی جوان در میدان فعالیت دارند و در فصول مختلف تعداد آنها تغییر می‌کند.

- ۸- حقوق کارگران به صورت توافقی از طرف کارفرمایان پرداخت می‌شود.
- ۹- عمده کارگاهها دارای یک میرزا (حسابدار) هستند و یک بارفروش. البته ممکن است کار نسیه‌گیری (قسط جمع‌کن) نیز توسط میرزا انجام شود. با این حال ممکن است چند میرزا (پای باسکول) و یک سرمیرزا و یک نسیه‌گیر و چند بارفروش و چند کارگر نیز در غرفه فعال باشند و کار کنند.
- ۱۰- برخی کارگران در طول روز ممکن است برای چند غرفه‌دار کار کنند. این نیروها به صورت چرخشی و یا بارانداز عمل می‌کنند.
- ۱۱- در فصل تابستان نیز به دلیل افزایش تراکم کار میدان حدود ۱۰۰۰ نفر نیروی کار موقت وارد میدان می‌شوند.
- ۱۲- از مجموع کارگران میدان حدود ۵۰ درصد بیمه هستند. از این تعداد نیز حدود ۵۰ درصد در تمام فصول از بیمه برخوردار نیستند.
- ۱۳- متوسط حقوق کارگران میدان بیشتر ۱۵۰ هزار تومان در ماه است.
- ۱۴- مبادی ورودی میدان برای نیروی انسانی داوطلب کار در میدان باز است و هیچ کنترل و نظارتی بر رفت و آمد در سطح میدان نمی‌شود.
- ۱۵- در این میدان افرادی تردد می‌کنند و یا فعالیت و استقرار دارند که گاه دارای جرایم سنگین و تحت تعقیب هستند.
- ۱۶- هرچند در حال حاضر لیست بیمه‌ای که هر ماه توسط عده زیادی از غرفه‌داران ارائه می‌شود، بیشتر صوری است و اکثر اقوام خود را بیمه می‌کنند، غرفه‌داران اعتقاد دارند که بخش عمده‌ای از نیروی کار ثابت میدان را فرزندان و یا اقوام خودشان تشکیل می‌دهند و کارگران ثابت آنها نیز دارای لیست بیمه هستند و حقوق و مزایای مکفی دریافت می‌کنند.
- ۱۷- تعداد محدودی کارگر سیار در میدان فعالیت دارند که از طریق تخلیه و بارگیری حقوق خود را از مشتری دریافت می‌کنند.
- ۱۸- در طول شبانه‌روز بالغ بر ۲۵ هزار دستگاه خودرو و حدود ۸۰ تا ۱۰۰ هزار نفر در سطح میدان تردد می‌کنند.
- ۱۹- شاید تعرفه بالای بیمه و نگرانی از عواقب بیمه و تعریف شدن روابط کارگر- کارفرما مانع تحقق بیمه باشد.

۲۰- غرفه‌داران فکر می‌کنند در صورتی که کارگر بیمه شود، می‌تواند از آن به صورت حربه استفاده کند و کارفرما را دچار مشکل سازد.

۲۱- برای تحقق کامل بیمه، کارگران شاغل در میدان باید دارای هویت و قابل شناسایی باشند.

۲۲- درخصوص تعمیم بیمه در سطح میدان اقدامات زیر مهم و اساسی است:

الف- صدور کارت شناسایی برای نیروی کار در میدان (کارگران) از طریق مرجع مسئول

ب- تشکیل پرونده مشخص برای صاحبان غرفه در اتحادیه

ج- الزام کارفرمایان برای شناسایی و به کارگیری کارگران ثبت‌نام‌شده (شناسایی شده و دارای کارت).

شناخت ویژگیهای شاغلان میدان

برای شناخت ویژگیهای شاغلان میدان مرکزی میوه و تره‌بار، کار میدانی صورت گرفت و اطلاعاتی از شاغلان، جمع‌آوری شد. در مجموع ۴۰۰ پرسشنامه از شاغلان میدان جمع‌آوری شد و مورد تحلیل قرار گرفت. ماحصل تحلیل آنها به شرح زیر است:

در مجموع مشاغل میدان میوه و تره‌بار را می‌توان به صورت زیر طبقه‌بندی کرد:

۱- سرمیرزا

۲- میرزا

۳- پای باسکول

۴- فروشنده

۵- باربر

۶- نسیه‌گیر

۷- شست‌وشو

۸- پای باسکول و فروشنده

۹- میرزا و فروشنده

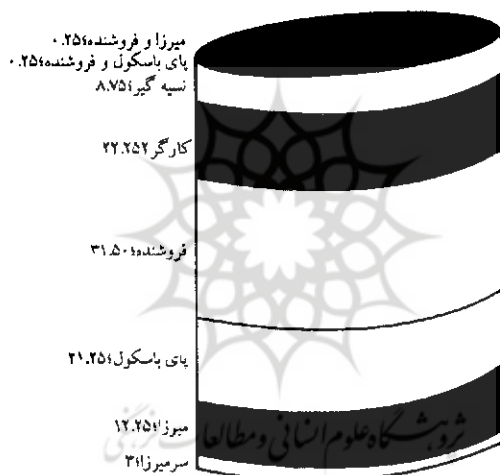
بر اساس اطلاعات حاصل از برداشت میدانی، ۳۱/۵ درصد شاغلان میدان فروشندگان،

۲۲/۲۵ درصد باربران ساده، ۲۱/۲۵ درصد پای باسکول بودند.

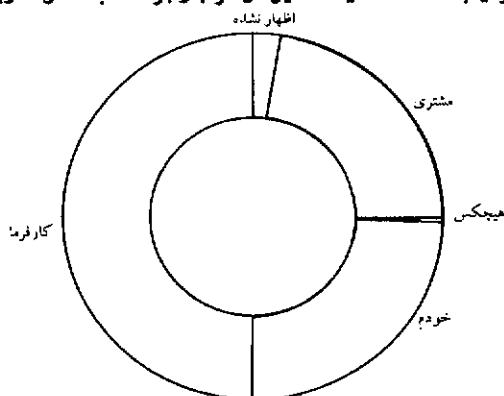
بدین ترتیب بیشترین سهم شاغلان میدان مرکزی میوه و تره بار را فروشندگان، باربران ساده و پای باسکول تشکیل می دهند.

بررسی ها نشان می دهد که در مجموع ۵۱/۷۵ درصد شاغلان میدان میوه و تره بار دستمزد خود را از کارفرما (صاحب غرفه) دریافت می کنند. ۲۴/۵ درصد اعلام کرده اند که دستمزد خود را از خودشان و ۲۱/۷۵ درصد از مشتری دریافت می کنند. نمودار شماره ۲ ملاحظه شود.

نمودار شماره ۱- ترکیب مشاغل موجود در میدان مرکزی میوه و تره بار تهران



نمودار شماره ۲- ترکیب شاغلان میدان میوه و تره بار برحسب نحوه دریافت دستمزد



بررسی های مشابه نشان می دهد تمام کسانی که دستمزد خود را از مشتری دریافت می کنند، باربر هستند. از ۸۹ نفر باربر در این پرسشنامه، ۸۷ نفر عنوان کرده اند که دستمزد خود را از مشتری دریافت می کنند. کسانی که اعلام کرده اند دستمزد خود را از خودشان دریافت می کنند، حدود ۴۱ درصد پای باسکول، ۳۰ درصد میرزا و ۲۰ درصد نسبه گیر بودند. به نظر می رسد این افراد حقوق خود را به صورت درصدی از فروششان یا درصدی از پولی که می گیرند، دریافت می کنند.

هرچند اظهارات افراد درخصوص درآمد خود با تمایل به سمت کم ارزش نشان دادن درآمد است، به هر حال، مقایسه درآمد های اظهار شده تا حدودی حداقل توان درآمدی شاغلان را نشان می دهد. بررسی ها نشان می دهد که متوسط دریافتی شاغلان میدان میوه و تره بار مرکزی تهران معادل ۲,۲۶۱,۳۷۰ ریال در ماه است. بررسی میانگین درآمد شاغلان به تفکیک مشاغل نشان می دهد که فروشنده ها با میانگین درآمد ۲,۶۸۳,۳۳۳ ریال بیشترین درآمد و در مقابل باربران ساده با ۱,۴۴۶,۰۶۷ ریال درآمد ماهانه کمترین درآمد را داشته اند. علی رغم فرضیات اولیه در خصوص کار کردن شاغلان در بیش از یک غرفه، بررسی ها نشان می دهد ۹۷/۲۵ درصد شاغلان میدان تنها برای یک غرفه کار می کنند. تنها تعداد معدودی از میرزاها، پای باسکول ها و فروشنده ها اظهار داشته اند که برای بیش از یک غرفه کار می کنند.

۱۵/۵ درصد شاغلان به صورت فصلی در میدان فعالیت می کنند. بررسی این امر به تفکیک مشاغل نشان می دهد که ۱۶/۶۷ درصد سرمیرزاها، ۱۶/۳۳ درصد میرزاها، ۱۷/۶۵ درصد پای باسکول ها، ۱۵/۸۷ درصد فروشنده ها، ۱۴/۶۱ درصد باربران و ۱۱/۴۳ درصد نسبه گیران دارای شغل فصلی هستند.

بررسی ها نشان می دهد در حال حاضر ۴۳/۷۵ درصد شاغلان میدان مرکزی میوه و تره بار بیمه هستند و در مقابل ۵۴/۲۵ درصد تحت پوشش بیمه های تأمین اجتماعی نیستند. بقیه نیز وضعیت بیمه ای خود را اظهار نکرده اند. بررسی وضعیت بیمه به تفکیک نوع مشاغل نشان می دهد که بیش از ۵۵ درصد فروشندگان تحت پوشش بیمه هستند. این امر در خصوص سرمیرزاها ۵۰ درصد، میرزا ۴۴/۹ درصد، پای باسکول ۴۱/۱۸ درصد، نسبه گیر ۴۰ درصد و باربر ۲۹/۲۱ درصد بود.

از نظر شاغلان میدان مشکلات زیر باعث بیمه نشدن آنهاست:

زیاد بودن هزینه بیمه، همکاری نکردن کارفرما، بی پولی، گرفتاری، عدم آگاهی کافی نسبت

به بیمه و...

راهکارهای پیشنهادی

با توجه به شناخت به دست آمده، به نظر می‌رسد برای تحقق تأمین اجتماعی در میدان مرکزی میوه و تره‌بار ابتدا باید وضعیت بدهی‌های معوقهٔ غرفه‌داران میدان مشخص شود. در این راستا، از آنجا که بحثهای زیادی از سوی دو طرف مطرح است، بهتر است یا کاملاً بخشوده شوند و یا به صورت اقساط از آنها اخذ شود.

پس از این مرحله، برای اینکه تمام شاغلان میدان مرکزی میوه و تره‌بار تحت پوشش قرار گیرند، می‌توان راهکارهای پیشنهادی زیر را به اجرا گذاشت:

۱- تشکیل بانک اطلاعات شاغلان میدان مرکزی میوه و تره‌بار

در این راهکار، با همکاری نهادها و تشکلهای حاضر در میدان اقدام به شناسنامه‌دار کردن تمام شاغلان می‌شود. در این شناسنامه مشخصاتی نظیر سن، سطح سواد و تحصیلات، نوع شغل، غرفه‌ای که فعالیت می‌کند، سابقهٔ کار، دستمزد و... آورده می‌شود. با شناسنامه‌دار شدن تمام شاغلان و به‌روزر کردن اطلاعات بانک آماری، در هر لحظه از زمان معلوم خواهد بود که چه کسی در کدام غرفه برای کدام کارفرما کار می‌کند. این امر باعث خواهد شد که بتوان حق بیمهٔ شاغل را از کارفرما اخذ کرد.

۲- دریافت کلی بیمه از کارفرمایان

شاید راحت‌ترین راهکار برای عمومیت تأمین اجتماعی شاغلان این باشد که ماهانه بدون در نظر گرفتن تعداد شاغلان، از هر غرفه مبلغی به عنوان حق بیمه دریافت شود و در قبال آن تمام شاغلان میدان تحت پوشش قرار داده شود.

۳- تشکیل شرکت خدماتی

راهکار سوم تأسیس شرکت است. این شرکت تمام شاغلان میدان را به استخدام خود در می‌آورد و در واقع تمام شاغلان برای این شرکت کار می‌کنند. غرفه‌داران نیروی انسانی مورد نیاز خود را

(که می‌تواند همان نیروهای قبلی خود باشد) از طریق انعقاد قرارداد از شرکت می‌گیرد. در واقع در این حالت، غرفه‌داران هزینه‌ای را به صورت قرارداد به شرکت پرداخت می‌کنند و هیچ تعهدی در قبال شاغل ندارند. شاغلان نیز حق‌الزحمه خود را از شرکت دریافت می‌کنند. شرکت حق بیمه شاغلان را نیز پرداخت می‌کند.

منابع

- ۱- عراقی، عزت‌اله. حقوق بین‌المللی کار، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۶۷.
- ۲- عیسوی، چارلز. تاریخ اقتصادی ایران، ترجمه یعقوب آژند، انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۶۳.
- ۳- سلطان‌زاده، حسین. مقدمه‌ای بر تاریخ شهر و شهرنشینی در ایران، نشر آبی، تهران، ۱۳۶۵.
- ۴- سازمان میادین میوه و تره‌بار؛ طرح تفصیلی میدان مرکزی میوه و تره‌بار تهران، ۱۳۷۵.
- ۵- شهرداری تهران؛ گزارش بررسی وضعیت میادین میوه و تره‌بار تهران، ۱۳۴۸.
- ۶- اتحادیه صنفی بارفروشان تهران؛ گزارش نحوه توزیع مالکیت و بهره‌برداری غرفه به تفکیک فازهای ۱ و ۲، ۱۳۸۲.
- ۷- انجمن صنفی کارگران میدان مرکزی میوه و تره‌بار، اسناد، مدارک، گزارشهای موجود سالهای ۱۳۵۴ - ۱۳۸۳.