



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۲، دوره ۵، شماره ۴، صص ۲۹۵-۲۸۱

## ارزیابی نیاز پروژه خدماتی-عملکردی بازارهای روز کوثر شهر اصفهان

فرزانه دهقانی گیشی<sup>۱\*</sup>، زهرا سادات فیاض<sup>۲</sup>، محمود محمدی<sup>۳</sup>

۱-دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه شهرسازی و معماری، کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری

Fari.dehghani23@gmail.com

۲-دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه شهرسازی و معماری، کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، ایران

۳-دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه شهرسازی و معماری، استادیار برنامه‌ریزی شهری، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۷

### چکیده

انسان در فضای شهری به دنبال تامین رفاه خود، نیازمند امکانات و راههای رسیدن به آن می باشد. ساختارهای تصمیم سازی و تصمیم گیری برای نیل به برنامه ریزی موثر برای شهروندان، با در نظر گرفتن تغییراتی که در الگوی زندگی جدید افراد پدید می آید، پروژه هایی را در جهت رفاه حال شهروندان و رفع نیاز آنها به اجرا در می آورند. تصمیم سازان و تصمیم گیران شهری برای اینکه بتوانند پروژه‌های مفید و کارآمد پیاده سازند قبل از هر چیز می بایست نیازسنجی انجام دهند تا میزان مقبولیت این پروژه ها را از دیدگاه جمعیت هدف مورد ارزیابی قرار دهند، به عبارت دیگر جمعیت هدف می تواند ارتباط معناداری بین نیازهای خود و خدمات پروژه برقرار کند، در چنین شرایطی، وجود فرایند منطقی در جهت تشخیص نیازهای جمعیت هدف و بررسی میزان انطباق آن با ساختار برنامه بسیار راهگشا خواهد بود. این پژوهش در راستای ارزیابی نیاز بازارهای روز کوثر به دنبال دستیابی به میزان تحقق اهداف این پروژه مطابق با نیاز جمعیت هدف می باشد. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی است و داده های مربوط به نیازسنجی جمعیت هدف براساس پرسشنامه و با استفاده از نرم افزار SPSS با آزمون t تک نمونه ای تحلیل شده است. براساس یافته های پژوهش، هرچند ایجاد این بازارهای زنجیره ای، نیاز مراجعه کنندگان را در برخی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و ترافیکی تأمین کرده است اما مهمترین نکته ای که در مجموع می توان به آن اشاره کرد برخی اهداف ایجاد این بازارها در تعارض با روند اجرائی آن می باشد، طراحی بازارهای متعارض با سبک معماری اصیل ایرانی و همچنین متضرر شدن کسبه و اصناف اطراف بازار از جمله مواردی است که عدم همسوئی اهداف ایجاد بازارهای روز کوثر با وضعیت فعلی آن را بیان می دارد، از این رو برنامه ریزی و اتخاذ تدابیر در راستای ساماندهی به مشاغل اطراف بازار و همچنین وضعیت کالبدی بازارها لازم است در دستور کار تصمیم گیران و تصمیم سازان شهر اصفهان قرار داده شود.

کلمات کلیدی: نیاز، نیازسنجی، پروژه، بازارهای روز کوثر، اصفهان



## مقدمه

نیاز یک عامل اساسی تاثیرگذار در زندگی فردی و اجتماعی، از دیرباز یکی از حوزه های مهم مطالعات پژوهشگران بوده است و نیاز فاصله مابین شرایط موجود و واقعی، تفاوت هایی که همیشه وجود دارد و افراد را به دو دسته نیازمند و نیازمندتر تقسیم می کند و شرایط مطلوب در جامعه باید مشهود باشد. این خلا و شکاف باید به عنوان نیاز مورد پذیرش جامعه قرار گیرد و با ارزشها و پندارهای آن همخوانی داشته باشد. اگر تغییر شرایط برای ارضای نیاز ممکن نباشد، باید نیروی خود را صرف موقعیتی کرد که امکان تغییر آن برای نیل به رضایت وجود دارد (McClelland, 2013:7).

نیازسنجی فعالیتی با ماهیت برنامه ریزی به منظور شناسایی خواسته های شهروندان به عنوان ذینفعان اصلی در فرآیند برنامه ریزی و مدیریت شهری است. (مطالعات و پژوهش شهرداری اصفهان، ۱۳۹۸). برنامه ریزی شهری فرایندی اجتماعی است که از آغاز، نیاز به میزانی از فعالیت آگاهانه داشته است. این عمل در جوامع مختلف تحت تأثیر عواملی چون ویژگیهای جامعه و ساختار حکومت، و ارتباط بین حکومت و جامعه قرار دارد و با تغییرات آن، فعالیت برنامه ریزی از فرایندی به فرایند دیگر یا از رهیافتی به رهیافت دیگر تغییر می کند. یکی از مراحل فرآیند برنامه ریزی شهری که در دگرگونی محتوایی آن مؤثر است، توصیف و تحلیل نیاز جمعیت هدف مورد برنامه ریزی (ساکنان شهر) به عنوان عاملی مهم در سیستم مدیریت و برنامه ریزی می باشد. به این منظور سنجش شدت نیاز و رضایت شهروندان در یک شهر، برای گشودن یک مسیر قابل به کارگیری در برنامه ریزی شهری در دستور کار قرار می گیرد. از دیگر نتایج مثبت سنجش شدت نیاز و رضایت شهروندان در سیستم مدیریت شهری و جامعه می توان موارد زیر را نام برد: (مرادی و همکاران، ۱۳۹۵)

آگاهی از نیازها و رضایتمندی ساکنین؛

پایه های نظری قابل به کارگیری در تصمیم گیریهای مرتبط با حکمرانی شهر؛

سازگار نمودن فعالیتهای آن با نوع نیاز و رضایت شهروندان؛

ممانعت از ساده انگاری و شتاب زدگی در تصمیم گیریهای مدیران شهری.

پروژه خدماتی- عملکردی بازارهای روز کوثر در راستای نظارت بر قوانین عرضه و تقاضا و در نظر گرفتن مصالح عمومی در نظر گرفته شده است ولی مسائلی از جمله، از بین رفتن مشاغل سنتی خرده فروشی هویت بخش برای شهر و بطور کلی تر عدم توسعه معقول و علمی مشاغل خرده فروشی در شهر اصفهان با ایجاد بازارهای کوثر پررنگ تر شده است. ناکارآمدی شبکه خرده فروشی کشور و بصورت کلی تر، شبکه توزیع کالا و خدمات و با توجه به حضور تعداد زیادی واحد خرده فروشی سنتی در شبکه توزیع اصفهان، باعث نیاز به شبکه توزیع مرجع گردیده است که دارای خصوصیات همچون مشارکت بخش خصوصی در ایجاد شبکه توزیع استاندارد، عرضه محصولات استاندارد و دارای کدرهگیری با دسترسی مناسب، حفظ و احیای محله، احیای بافت فرسوده، خرید و سفارش الکترونیکی، دارای بیشترین ارتباط و هماهنگی با شبکه حمل و نقل عمومی و مترو اصفهان، دارای انعطاف پذیرترین شرایط نسبت به خواست مشتری، دارای بیشترین خدمات رفاهی، دارای بهترین مکانیابی برای تشویق به پیاده روی و دوچرخه سواری باشد. در راستای چنین اهداف و بعضاً برخی مشکلات، برنامه بازارهای روز کوثر از سال ۱۳۸۹ اجرا گردیده است. از این رو برای دستیابی به

همسویی اهداف پروژه بازارهای روز کوثر با مشکلات مذکور و نیاز جمعیت هدف، تدبیر و پیاده‌سازی یک پژوهش توصیفی-تحلیلی بر پایه راهبرد پژوهش استقرائی فراهم شده است که به منظور پاسخگویی به آن پرسش‌های سه‌گانه زیر طراحی و تدبیر شده است:

- ۱- پروژه خدماتی-عملکردی بازارهای روز کوثر در به چه منظور اجرائی شده است؟
- ۲- آیا پروژه بازارهای روز در راستای ابعاد مختلف نیاز مراجعه‌کنندگان می‌باشد؟
- ۳- آیا پروژه خدماتی-عملکردی بازارهای روز کوثر در راستای مشکلات و اهداف تدبیر شده، طراحی و برنامه ریزی شده است؟

در تناظر با پرسش‌های سه‌گانه، اهداف پژوهش به منظور دستیابی به میزان تناسب نیاز مراجعه‌کنندگان به بازارهای روز کوثر با اهداف و مشکلات تدبیر شده در این پروژه، ردیابی شده است و به منظور دستیابی به این اهداف، فرایند این پژوهش برپایه‌ی به‌کارگیری روشهای تحلیل کمی همچون ممیزی اجتماعی آزمونهای آماری استوار شده است.

### مبانی نظری

ادبیات پژوهش حاضر در پنج بخش به شرح ذیل قابل طبقه بندی است:

#### ۱-۲- معرفی انگاشت نیاز

بر اساس تعریف ارائه شده توسط آتکینسون و همکاران (1996) نیاز عبارت است از هرگونه فقدان یا کمبود احساس شده توسط فرد که مغایر با رفاه او باشد به عبارت دیگر نیاز اشاره به فقدانها و کمبودهای احساس شده توسط فرد دارد که اگر برطرف شود موجب افزایش رفاه و آسایش او می‌گردد (شعبانعلی فمی، ۱۳۸۰: ۸۳).

مفهوم نیاز یکی از وسیع ترین و پرکاربردترین واژه‌هایی است که در حوزه های مختلف علوم اجتماعی متداول است. بررسی متون مختلف نشان می‌دهد، تعریف واحدی از نیاز ارائه نشده و در واقع نوعی ابهام در تعریف مشاهده می شود، این تعاریف مربوط به نیاز را می توان در طبقه بندی زیر خلاصه کرد:

-تعریف نیاز به معنی خواسته ها و نظرات افراد (گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)

-تعریف نیاز به معنی نقص یا مشکل

-تعریف نیاز به معنای فقدان یا ضرورت چیزی (سال جامع علوم انسانی)

-تعریف نیاز به معنی فاصله یا شکاف (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۱: ۱۳-۷).

نیاز نباید با خواسته ها برابر باشد، نیازها ذاتی و جهانی هستند، در حالیکه خواسته ها به دست آوردنی هستند و می توانند در تمام فرهنگ ها متفاوت باشند. خواسته می تواند با نیاز سازگاری کمتر یا بیشتری داشته باشد (Cater et al, 2015).

## ۲-۲- معرفی نظریه‌های مرتبط با نیاز

نظریه نیاز

این نظریه که توسط دیوید مک کلند ۱ در سال ۱۹۶۰ بیان شد، تمامی فعالیت‌ها و رفتارهای افراد را در بستر جامعه بر خاسته از نیاز به تامین انگیزه‌های انسانی می‌داند، بدون در نظر گرفتن سن، جنس و نژاد (McClelland, 2013: 37).

نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو

یکی از معروفترین نظریه‌های انگیزش درکار، نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو است از زمان معرفی آن در سالهای مبانی دهه ۱۹۴۰ تا سالهای پایانی دهه ۱۹۵۰ این نظریه در درجه نخست در قلمرو روانشناسی بالینی بود نظریه‌ی سلسله مراتبی نیازهای مازلو بر پایه‌ی سطح بندی نیازها از نیازهای بنیادین و پایه تا عالی‌ترین سطح نیازها از اهمیت ویژه‌ی برخوردار شد (شجاعی، ۱۳۸۶).

## ۲-۳- معرفی مفهوم ارزیابی نیاز

فرایند ارزیابی نیاز به دنبال برآورد نقایص به منظور تعیین نیاز و در نهایت فعالیتی است که به اندازه‌گیری ناکارآمدی‌ها و فاصله‌ها می‌پردازد.

نیازسنجی جزء جدائی ناپذیر برنامه‌ریزی راهبردی بوده و طی فرایند نازسنجی، اولویت نیازها برای حذف و کاهش آن تعیین می‌شود و با تشخیص نیازها می‌توان قبل از انتخاب راه‌حل، بر میزان کارائی و اثربخش آنها افزود. ارزیابی نیاز یک فرایند سیستماتیک برا تعیین نیازها و رفع آنها و همچنین شکاف بین شرایط کنونی و شرایط موردنظر (خواسته‌ها) است. تفاوت بین وضعیت فعلی و شرایط مورد نظر اندازه‌گیری شده تا نیاز مناسب شناسائی شود (Kizlik, 2010:16).

ارزیابی نیاز بخشی از فرایند برنامه ریزی است که برای بهبود در وضعیت افراد، سازمان‌ها، جوامع استفاده می‌شود. ارزیابی نیاز منجر به بهبود کیفیت تصمیمات، برنامه‌ها و سیاست‌ها می‌گردد و در نتیجه بهبود عملکرد را به دنبال دارد. نتایج ارزیابی نیاز راهنمایی است برای تصمیمات بعدی شامل طراحی، پیاده‌سازی و ارزیابی پروژه‌ها و برنامه‌های که باعث دستیابی به نتایج مورد نظر می‌شود (Watkins et al, 2012).

## ۲-۴- تعریف انگاشت پروژه

در سطوح بالاتر تصمیم‌گیری، اهداف کلانی مطرح می‌شود که تحقق آن در گرو اجرای مجموعه‌ای از پروژه-هاست. طرح مجموعه‌ای از عملیات و خدمات است که در قالب چندین پروژه مرتبط به هم طی دوره زمانی مشخص و با هزینه معین تعریف و به اجرا درمی‌آید به بیانی دیگر طرح شهری مجموعه‌ای از عملیات مشخصی است که بر اساس مطالعات توجیهی، فنی، اقتصادی و اجتماعی توسعه شهر انجام می‌شود و طی مدت معین و باعتبار معین برای تحقق بخشیدن به سیاستهای اجرایی، اجرا می‌شود. هر طرح از یک یا چند پروژه تشکیل

<sup>1</sup> David McClelland

می‌شود. پروژه مجموعه عملیات، خدمات طراحی و ساخت تمام یا قسمتی از یک طرح عمرانی به صورت واحدی مستقل یا قابل بهره‌برداری از آن طرح به پروژه تفکیک می‌گردد و از نظر ساخت در قالب یک یا چند قرارداد به مرحله اجرا گذاشته می‌شود. یک پروژه مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که برای دستیابی به منظور یا هدف خاصی انجام می‌گیرد. پروژه‌ها شامل فعالیتهایی هستند که باید در تاریخ‌های معین، با هزینه‌های معین و کیفیت تعیین شده‌ای به انجام برسند، لازمه موفقیت هر پروژه، دستیابی توأم به هر سه عامل زمان، هزینه و کیفیت معین است و خارج شدن هر سه عامل مذکور از حدود تعیین شده، به انجام پروژه‌ای ناموفق و غیراقتصادی منجر می‌شود (همتی، ۱۳۹۷ و ظریف حسینیان و همکاران، ۱۳۸۷).

## ۲-۵- پیشینه پژوهش

نوریان و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله ارزیابی برنامه‌ریزی کاربری زمین در طرح‌های توسعه شهری بر مبنای شاخص‌های نیازسنجی و مکان‌سنجی، با هدف ارزیابی برنامه ریزی کاربری زمین در دهه اخیر، برنامه‌ریزی کاربری زمین در طرح تفصیلی شهر بجنورد را با شاخص‌های مکان‌سنجی و نیازسنجی بررسی کرده است. نتایج ارزیابی بر مبنای شاخص مکان‌سنجی نشان می‌دهد در مجموع، ۷/۹۲ درصد کاربری‌های پیشنهادی طرح تفصیلی تحقق یافته، ۳۴/۸ درصد به صورت زمین بایر رها شده و ۵۷/۲۸ درصد به کاربری‌های دیگر تغییر یافته‌اند. بنابراین، نقش مکانیابی کاربری‌ها را در طرح تفصیلی می‌توان بسیار کم تأثیر ارزیابی کرد. شاخص نیازسنجی نیز نشان می‌دهد، در مجموع، ۴۷/۶۱ درصد مساحت کاربری‌های پیشنهادی محقق شده‌اند این نتیجه اگر چه حاکی از آن است که نیازسنجی نیز از موفقیت کمی برخوردار بوده است، در مقایسه با معیار قبلی می‌توان نتیجه گرفت عدم مکانیابی دقیق کاربری‌ها می‌تواند راهکاری جهت افزایش تحقق پذیری کاربری‌های پیشنهادی باشد. در ادامه، علت اصلی تحقق نیافتن کاربری‌ها از طریق مصاحبه با مجریان طرح، مشکل تملک زمین، ارتباط غیربهبینه بین تهیه کنندگان طرح و مجریان طرح و ناکافی بودن نظارت و الزامات قانونی شناسایی شد.

مرادی و همکاران (۱۳۹۵) بیان می‌کنند در یک اجتماع محلی نبود سازوکار سنجش نیاز و رضایت در سیستم مدیریت و برنامه‌ریزی شهری، کاستی‌هایی چون نبود شناخت کامل از خواسته‌ها و نیازهای ساکنین، کاستی در ارتباط‌های دوسویه بین تصمیم‌گیرندگان و جامعه و نبود پایه‌های نظری قابل به کارگیری در برنامه‌ریزی و حکمرانی شهری را ایجاد می‌کند. این مشکلات، انگیزه‌های اصلی برای تدبیر یک پژوهش پس‌نگر توصیفی-تحلیلی و پیش‌نگر تحلیلی-تجویزی بر پایه راهبرد پژوهش استقرایی در شهر جوزدان (اصفهان) شد که با به‌کارگیری روشهایی چون ممیزی اجتماعی بر پایه اندازه-گیری رفتار، مقیاس‌گذاری لیکرت، انجام آزمونهای آماری و نیز تحلیل مستند متون مدون انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان از نیاز به رفع مشکلات معابر، تردد خودروهای سنگین، بهبود آلوده‌شدن با اتوبوس دارند و بیشترین میزان رضایت به ترتیب از مدیریت جمع‌آوری زباله، نظافت و پاکیزگی محله‌ها و شرایط زیرساختهای شهری حاصل شده است. شدت نیاز و رضایت با یکدیگر رابطه‌ی معکوس دارند و سنجش توأمان آنان در یک اجتماع محلی اطمینان بیشتری برای اولویت‌بندی دستور کارهای مدیریت شهری فراهم می‌کند.

مولائی (۱۳۹۰) در مقاله شهرسازی مبتنی بر نیاز انسان (مطالعه نیازهای انسان در شهرسازی معاصر) با هدف مطالعه سیر تحول نیازهای انسانها در دوره‌های شهرسازی مدرن، قبل و بعد از آن می‌باشد. این مقاله با روش تحقیق تاریخی، توصیفی-تحلیلی و تطبیقی وبا استفاده از مطالعات اسنادی و کتابخانه ای انجام می‌شود. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که نیازهای انسان ماقبل مدرن در گذر به دوره مدرن ضمن تغییر نگرش به جهان هستی و مجهز شدن به امکانات جدید فنی، علمی و ایجاد نیازهای تخصصی جدید، برخی از نیازهای متعالی که نهفته در زندگی ماقبل از مدرن از دست داد. بطوریکه در دوره بعد از مدرن ضمن توجه به دستاوردهای جدید، به نیازهای معنوی همچون هویت، آرامش، حس تعلق به مکان، به نیازهای متنوعی که زاده فرهنگ و محیط هستند، توجه وافر نمود. مقایسه این دوره‌ها، می‌توان گفت شهرسازی مبتنی بر نیاز، نیازسنجی و ارتباط نزدیک به شهروندان و شهر بسیار ضروری بوده و برنامه‌ریزی و طراحی شهری، طی فرایندی جامع و منعطف، انجام می‌شود. اما در شهرسازی بیتوجه به نیاز، مدیران یا متخصصین بدون ارتباط با مردم و شهر، برایشان تصمیم گرفته و آنرا عملی می‌نمایند.

در پژوهش نیازسنجی در شهر: مرور نظام‌مند مطالعات انجام شده در باره سنجش نیازهای شهری، ناجی و همکاران (۱۳۹۸) با هدف ارائه پیشنهادها در مورد چگونگی سنجش نیازهای شهری با استفاده از روش اسنادی و مرور نظام‌مند مطالعات نیازسنجی - که در شهرها انجام شده‌اند - بیان می‌کنند که هر طرحهای نیازسنجی شهری انجام شده، کاستی‌های روش‌شناسی مانند عدم تناسب گستره جامع مورد مطالعه و اهداف نیازسنجی با روش اتخاذ شده، محدود بودن پیمایش‌ها به پرسشهای بسته، توجیه نداشتن بهره‌گیری از شیوه‌های نمونه‌گیری در گردآوری داده‌ها، عدم اتخاذ رویکرد نمونه‌گیری درست، و همچنین، کاستی‌هایی در موره نحوه استخراج مفهوم نیازها وجود دارد.

صبحی (۱۳۹۵) در پژوهش نیازسنجی اطلاع‌رسانی در مکان سوم شهر مطالعه موردی شهر اصفهان، یک پژوهش کاربردی باهدف نیازسنجی موضوعات اطلاع‌رسانی از نظر شهروندان در مکان سوم و در بازه ۴ ساله انجام داده است که مطالعات آن به صورت کتابخانه‌ای و پیمایش آن توسط پرسشنامه و مصاحبه با متخصصان و تحلیل کمی آن به کمک تکنیک تاپسیس انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که سطح انتظار درگذر زمان تغییر کرده، راند اول بهترین و راند سوم بدترین راند بیان شده اما در راند چهارم نظرات به واقع‌گرایی نزدیک شده خنثی بیان شده‌اند. همچنین بیشترین نمونه اطلاع‌رسانی به ترتیب منظر شهری، روابط اجتماعی و حقوق شهروندی و کمترین نمونه اطلاع‌رسانی مصرف انرژی، محیط زیست و اخبار شهر بیان شده‌اند.

### روش تحقیق

این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و با توصیف و تحلیل پروژه مورد پژوهش (بازارهای روز کوثر) به معرفی ویژگیهای اجتماعی آن (شدت نیاز جمعیت هدف، و میزان رضایت از امکانات پروژه بازارهای روز کوثر) می‌پردازد و با توجه به اینکه با مسائل اجتماعی مرتبط است و برونداد آن به فرایندهای تصمیم‌گیری در سیستم مدیریت شهری به‌منظور برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری منجر می‌شود بنابراین یک نوع پژوهش کاربردی است. راهبرد پژوهش یک راهبرد استقرائی است و با گردآوری و تحلیل داده‌ها، با استفاده از روشهای تحلیل کمی (ممیزی اجتماعی بر پایه اندازه‌گیری رفتار،

مقیاس گذاری لیکرت، انجام آزمون میانگین)، به دنبال دستیابی به ویژگیهای پدیده‌ی مورد پژوهش و تعمیم آن به کل جامعه هدف بازارهای روز کوثر می‌باشد. به منظور تدوین چارچوب نظری و فنی پژوهش، از روش تحلیل متون و اسناد استفاده شده است. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از طریق بازبینی و ردیابی زمینه‌های نیاز ساکنین شهر اصفهان و ردیابی گزارش مطالعات تاثیرات فرهنگی-اجتماعی (متفا) طرح توسعه بازارهای روز کوثر با رویکرد سیستمی و همچنین تهیه پرسشنامه ساختاریافته و پرسش‌های بسته استفاده شده که بر پایه‌ی مقیاس گذاری لیکرت و با هدف اندازه‌گیری رفتار اجتماعی طراحی گردیده است. افزون بر این، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده با توزیع یکنواخت در سطح بازارهای روز کوثر مناطق ۱۵ گانه شهرداری اصفهان، برای تکمیل پرسشنامه‌ها بهره گرفته شده است و تعداد نمونه‌گیری بر پایه روش نمونه‌گیری ساده (۱۵۰ پرسشنامه) محاسبه شده است که این تعداد بر مبنای جامعه آماری پژوهش (کلیه مراجعه‌کنندگان به بازارهای روز کوثر) در نظر گرفته شده است.

داده‌های با انجام کدگذاری پرسش‌های بسته و سازگار با امکانات پردازش و تحلیل توسط نرم افزار SPSS فروکاسته شد. و پس از تحلیل‌های معرفی شده، در روش‌شناسی پژوهش، تفسیر و گزارش یافته‌های پژوهش معرفی شده اند. معیارهای مورد نیاز برای سنجش و تحلیل نیاز در پروژه بازارهای روز کوثر در قالب شاخصهای اقتصادی، اجتماعی، ترافیکی و زیست محیطی معرفی شده است.

جدول ۱- معرفی معیارهای مربوط به ارزیابی نیاز جمعیت هدف بازارهای روز کوثر

ابعاد	معیارها	منبع
اقتصادی	- عرضه - میزان درآمد - کیفیت کالا - تنوع کالا - تنوع - صرفه اقتصادی	Cater et al, 2015 Watkins et al, 2012 McLelland, 2013 نوریان و همکاران (۱۳۹۴)
اجتماعی	- میزان اعتماد - امنیت - راحتی	Cater et al, 2015 Watkins et al, 2012 نوریان و همکاران (۱۳۹۴) ناجی و همکاران (۱۳۹۸)
ابعاد ترافیکی	- مبدا سفر - هزینه سفر - میزان دسترسی - دسترسی به پارکینگ - دسترسی به سرویس حمل و نقل عمومی	Watkins et al, 2012 McLelland, 2013 مرادی و همکاران، ۱۳۹۵ نوریان و همکاران (۱۳۹۴)
زیباشناختی و کیفیت محیطی	- سیما و منظر - حس هویت - خوانایی - حس مکان - سرزندگی	Watkins et al, 2012 نوریان و همکاران (۱۳۹۴) ناجی و همکاران (۱۳۹۸)

ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۱

## معرفی محدوده مورد مطالعه

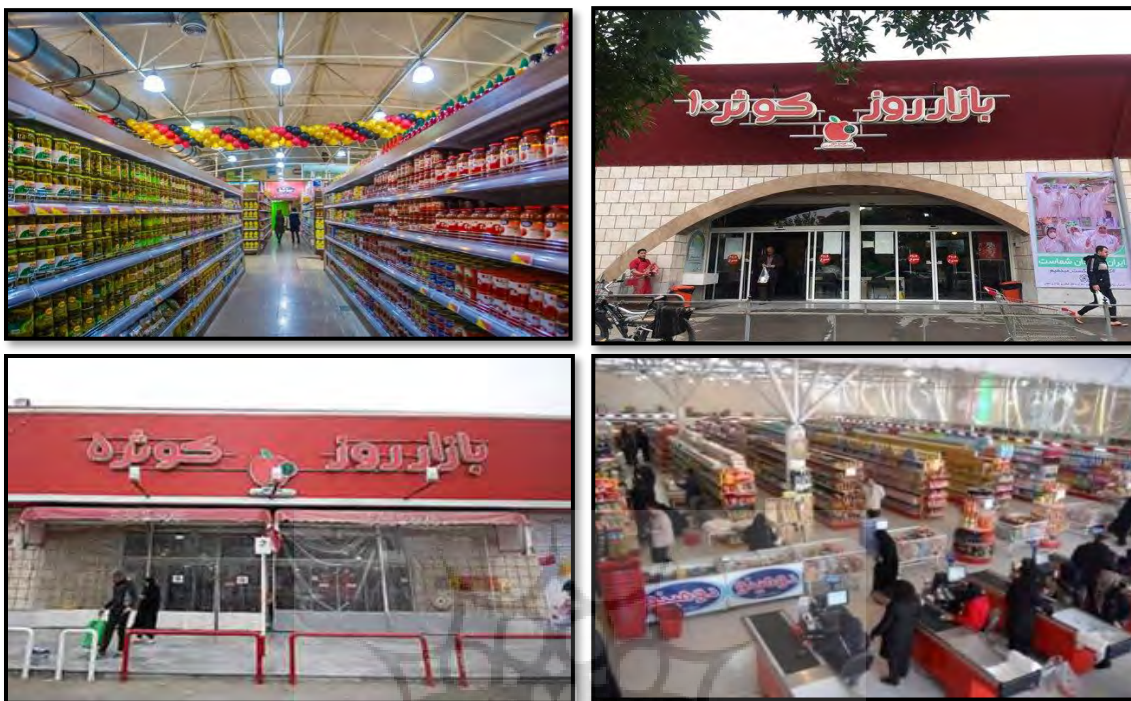
سند استراتژی خرده فروشی اصفهان بنا به پیشنهاد سازمان میادین میوه و تره بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری اصفهان با تاکید بر اهمیت برنامه ریزی و با عنایت به مفاهیم، اهداف و سیاست های کلان مطرح شده در اسناد بالادستی همچون سند چشم انداز بیست ساله کشور، سیاست های کلی برنامه پنجم توسعه، سند چشم انداز ۲۰ ساله استان، برنامه اصفهان ۹۰، اصول و راهبردهای طرح تفصیلی شهر اصفهان، در اواخر دهه ۸۰ شمسی تدوین شد. نکته بسیار کلیدی، دلیل احساس نیاز کارفرما و ضرورت تهیه و تدوین این سند شده است که ناشی از فشارهای فوق العاده بر اصناف و مشاغل شهری، همراه با بی برنامه‌گی در مسیر حل مشکلات این بخش اشتغال زای شهر و از طرف دیگر کسب و پیشه شهری که خواسته یا ناخواسته براساس قوانین عرضه و تقاضا و بعضا منفعت طلبی بدون در نظر گرفتن مصالح عمومی برای رفع نیازهای سکنه شهر صورت گرفته است باعث بروز مسائل اقتصادی، اجتماعی و بعضا فرهنگی فراوانی گشته است و از طرف دیگر تغییرات شدید جمعیتی، تحولات فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و حتی هویتی طی سالهای اخیر با تأثیر بر شیوه زندگی، الگوی مصرف و نیازهای مردم شهر اصفهان از یک طرف باعث بروز اشکال جدیدی از مشاغل شهری شده است و از سوی دیگر اشکالی از مشاغل که نمودهای هویتی شهر اصفهان بوده از بین رفته است، بازارهای روز کوثر در راستای نظارت بر قوانین عرضه و تقاضا و در نظر گرفتن مصالح عمومی بوده است ولی مسائلی از جمله، از بین رفتن مشاغل سنتی خرده فروشی هویت بخش برای شهر و بطور کلی تر عدم توسعه معقول و علمی مشاغل خرده فروشی در شهر اصفهان با ایجاد بازارهای کوثر پررنگ تر شده است.

از آنجا که ناکارآمدی شبکه خرده فروشی کشور و بطور کلی تر، شبکه توزیع کالا و خدمات بر کارشناسانو متولیان امر روشن شده بود و با توجه به حضور تعداد زیادی واحد خرده فروشی سنتی در شبکه توزیع اصفهان، شبکه توزیع مرجع به عنوان خروجی این سند در نظر گرفته شد (مطالعات تاثیرات فرهنگی-اجتماعی طرح توسعه بازارهای روز کوثر، ۱۳۹۵).

شبکه ای که دارای خصوصیتی همچون مشارکت بخش خصوصی در ایجاد شبکه توزیع استاندارد، عرضه محصولات استاندارد و دارای کدرگیری با دسترسی مناسب، حفظ و احیای محله، احیای بافت فرسوده، خرید و سفارش الکترونیکی، دارای بیشترین ارتباط و هماهنگی با شبکه حمل و نقل عمومی و مترو اصفهان، دارای انعطاف پذیرترین شرایط نسبت به خواست مشتری، دارای بیشترین خدمات رفاهی، دارای بهترین مکانیابی برای تشویق به پیاده روی و دوچرخه سواری باشد. در راستای چنین اهداف و بعضا برخی مشکلات، برنامه بازارهای روز کوثر از سال ۱۳۸۹ اجرا گردیده است. ولی اینکه چقدر در راستای اهداف و مشکلات و نیاز جمعیت هدف بوده است، سوالی است که در فرایند این پژوهش به آن پاسخ داده خواهد شد.

بازارهای روز کوثر که نام آشنایی برای شهروندان اصفهانی است باهدف ارائه کالای باکیفیت باقیمت مناسب و صرفه جویی در وقت در ۱۵ نقطه از شهر اصفهان راه اندازی شد. چند سالی است که بسیاری از شهروندان اصفهانی تجربه خرید بخشی از مایحتاج روزانه خود از بازارهای روز کوثر را دارند.





شکل ۱- بازارهای روز کوثر اصفهان

(مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۱)

#### یافته‌ها و بحث

یافته‌های پژوهش در دو مرحله به شرح ذیل مورد تحلیل قرار گرفته است:

#### ۱-۵- تحلیل توصیفی (ویژگی‌های جمعیت پاسخ‌دهندگان)

براساس تحلیل توصیفی ویژگی جمعیت پاسخ‌دهندگان، ۶۹٪ پاسخ‌دهندگان زن و ۳۱٪ از آنها مرد هستند ۸۹٪ متأهل، ۱۱٪ مجرد بوده که از این تعداد ۱۰٪ بین ۱۵ تا ۲۹ سال، ۳۱٪ بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۳۶٪ بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۲۳٪ بالای ۵۰ سال هستند که براین اساس اغلب مراجعه‌کنندگان در بازه سنی ۳۹ تا ۵۰ سال قرار دارند. ۸٪ جمعیت مورد تحلیل بازارهای روز کوثر دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۴۱٪ دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم، ۳۷٪ تحصیلات لیسانس، ۱۴٪ دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر می‌باشند.

بالغ بر ۴۲٪ مراجعه‌کنندگان بازارهای روز کوثر اغلب خانه دار بوده، ۳۱٪ شاغل، ۱۵٪ بازنشسته، ۷٪ دانشجو/دانش‌آموز و ۵٪ آنها بیکار می‌باشند.

۴٪ از مراجعه‌کنندگان به بازارهای روز کوثر درآمد ماهیانه کمتر از ۵۰۰ هزار تومان، ۱۶٪ درآمد ۵۰۰ هزار تا ۱ میلیون تومان، ۳۸٪ درآمد ۱ تا ۲ میلیون تومان، ۲۶٪ درآمد ۲ تا ۵ میلیون تومان و ۶٪ بالای ۵ میلیون تومان در ماه درآمد دارند.

جدول ۲- تحلیل توصیفی ویژگیهای جمعیتی مراجعه کنندگان به بازارهای روز کوثر

عنوان ویژگی جمعیتی	طبقه بندی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰۲	٪۶۸
	زن	۴۸	٪۳۲
وضعیت تأهل	مجرد	۱۵	٪۱۰
	متأهل	۱۳۵	٪۹۰
سن	۱۵-۲۹	۱۵	٪۱۰
	۳۰-۳۹	۴۸	٪۳۲
	۴۰-۴۹	۵۴	٪۳۶
	بالای ۵۰	۳۳	٪۲۲
تحصیلات	زیردیپلم	۱۲	٪۸
	دیپلم و فوق دیپلم	۶۰	٪۴۰
	لیسانس	۵۷	٪۳۸
	فوق لیسانس و بالاتر	۲۱	٪۱۴
شغل	خانه دار	۶۳	٪۴۲
	شاغل	۴۸	٪۳۲
	بازنشسته	۲۱	٪۱۴
	دانشجو/دانش آموز	۹	٪۶
	بیکار	۹	٪۶
درآمد ماهیانه	زیر ۵۰۰ هزار تومان	۶	٪۴
	۵۰۰ هزار تا ۱ میلیون تومان	۲۷	٪۱۸
	۱ تا ۲ میلیون تومان	۶۰	٪۴۰
	۲ تا ۵ میلیون تومان	۴۸	٪۳۲
	بالای ۶ میلیون تومان	۹	٪۶

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۱

۲-۵- تحلیل های استنباطی مربوط به ارزیابی نیاز پروژه خدماتی- عملکردی بازارهای روز کوثر به منظور تحلیل استنباطی در رابزه با ارزیابی نیاز مراجعه کنندگان به بازارهای روز کوثر، معیارهای مختلف در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، ترافیکی، کیفیت محیطی در قالب پرسشنامه و به کمک نرم افزار SPSS شاخص های مذکور مورد ارزیابی واقع شده است و برای هر شاخص دامنه ای بین ۱ تا ۵ تعیین و حد متوسط شاخصها در بازه اطمینان ۳ تعریف شده است. مقادیر پایین تر از بازه اطمینان بیانگر نیاز کمتر و مقادیر بالاتر از بازه اطمینان بیانگر نیاز بیشتر می باشد. تحلیل با استفاده از آزمون T تک نمونه ای صورت گرفته تا بتوان از طریق آن وضعیت شاخصها رادر جامعه آماری تعیین نمود به این صورت که اگر مقدار sig حاصل از آزمون کمتر از 0.05 باشد نتایج را با احتمال ۰.۹۵ می توان به جامعه تعمیم داد.

## جدول ۳- تحلیل استنباطی برپایه ارزیابی نیاز مراجعه‌کنندگان به بازارهای روز کوثر

شاخص	معیار	میانگین	sig
اقتصادی	میزان عرضه بازار براساس نیاز	2.93	0.000
	میزان تقاضا خانوار براساس نیاز	2.51	0.000
	میزان صرفه اقتصادی برای خانواده	۳.۲۲	0.000
	میزان خرید ماهیانه از بازار	1.87	0.000
	تناسب قیمت کالا با درآمد خانوار	2.22	0.000
	میزان تناسب کیفیت کالا با قیمت کالا	2.62	0.000
	تنوع کالا براساس نیاز	2.82	0.059
	امنیت داخل بازار	3.01	0.003
اجتماعی	میزان راحتی در خرید	2.89	0.045
	نحوه برخورد پرسنل	2.9	0.009
	حق انتخاب برای مشتری	۳.۱۵	۰.۰۰۰
	حس هویت در بازار	1.71	0.000
کیفیت محیطی	میزان هویت مکانی بازار	۱.۴۱	0.000
	حس تعلق در بازار	1.9	0.000
	حس سرزندگی در بازار	2.09	0.000
	میزان خوانایی بازارهای روز کوثر	۲.۴۹	۰.۰۰۰
	میزان تناسب هزینه سفر به بازار با درآمد خانوار	۲.۷۷	0.000
ترافیکی	میزان دسترسی به بازار	۲.۵۶	0.04
	میزان دسترسی به پارکینگ	۲.۵۹	0.033
	میزان دسترسی به سرویس حمل و نقل عمومی	۲.۵۸	0.000
	وضعیت ترافیک در مسیر بازار	۲.۳۳	0.000

## مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۱

مهمترین یافته‌های تحلیل آزمون T تک نمونه‌ای در سنجش نیاز مراجعه‌کنندگان به بازارهای روز کوثر در شهر اصفهان را ، به شرح زیر می‌توان بیان نمود:

الف) کمک به اقتصاد خانواده با کاهش هزینه‌های خرید

در تحلیل نظرات مراجعه‌کنندگان به بازارهای روز کوثر یکی از پررنگ‌ترین مسائلی که اشاره شد ، اثر مثبت این بازارها به وضعیت اقتصادی شهروندان بود. این اثر به دلیل قیمت پایین کالا در بازارهای کوثر نسبت به اکثر خرده‌فروشان، عمده‌فروشان و فروشگاه‌های زنجیره‌ای سطح شهر ایجاد شده است. این بازارها با کمک به اقتصاد خانواده‌ها و خصوصاً قشر ضعیف و متوسط جامعه از لحاظ اقتصادی تاثیر مثبت قابل توجهی داشته‌اند. در زمینه اقتصادی موارد مورد ارزیابی، تنوع کالا متناسب با نیاز خانوار، تناسب قیمت کالا و کیفیت کالا ، میزان عرضه براساس نیاز خانوار، میزان صرفه اقتصادی برای خانواده و تنوع کالا از جمله مقولاتی هستند که بیانگر صرفه اقتصادی بازارهای روز کوثر برای مراجعه‌کنندگان می‌باشد.

ب) وضعیت مناسب بازارهای کوثر از منظر ویژگی‌های اجتماعی

میزان راحتی در خرید، نحوه برخورد پرسنل، امنیت داخل بازار، حق انتخاب برای مشتری از جمله موارد مورد ارزیابی در زمینه نیاز اجتماعی مراجعه کنندگان به بازارهای روز کوثر می‌باشد که براساس تحلیل‌های صورت گرفته، بیانگر وضعیت مناسب معیارهای مذکور می‌باشد.

مواردی که در خوداظهاری مصاحبه شوندگان بود که نشان می‌داد تنها عوامل اقتصادی نیست که این تعداد قابل توجه شهروندان را به بازارها می‌کشاند، بلکه قسمتی از جذابیت بازارهای کوثر به دلیل ویژگی‌های غیراقتصادی همچون تنوع زیاد اجناس نسبت به خرده فروشی‌های سنتی، خرید به صورت عمده حاصل از جمع‌آوری تمامی مایحتاج در زیر یک سقف، وجود حق انتخاب برای مشتری می‌باشد.

ج) عدم جذابیت محیطی بازارهای روز کوثر

ارزیابی نیاز مراجعه کنندگان به بازارهای روز کوثر از منظر کیفیات محیطی مانند سرزندگی، حس هویت، خوانائی، هویت مکانی، حس تعلق بیانگر وضعیت نامناسب بازارهای روز کوثر در این زمینه می‌باشد و با توجه به ویژگی تاریخی-فرهنگی شهر اصفهان و همچنین یکی از اهداف ایجاد بازارهای روز کوثر مبنی بر حفظ و تداوم ارزش تاریخی-فرهنگی شهر اصفهان، وضعیت فعلی بازارهای روز کوثر در تضاد با اهداف مذکور می‌باشد.

د) وضعیت نسبتاً مناسب بازارهای روز کوثر از منظر ترافیکی

ارزیابی معیارهای ترافیکی بیانگر وضعیت نسبتاً مناسب در اطراف بازارهای روز کوثر و همچنین صرفه جوئی در زمان و مدیریت بهینه آن می‌باشد، هرچند به دلیل تعدد مراجعه کنندگان به بازارهای روز کوثر، باعث ترافیک شدید در اطراف بازار شده است و باعث ایجاد مزاحمت برای ساکنان اطراف بازار می‌گردد.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

پروژه خدماتی-عملکردی بازارهای روز کوثر با توجه به اهدافی که مد نظر داشته است و مشکلاتی که براساس آن پروژه بازارهای روز کوثر پیشنهاد شده است، تا حدودی در راستای پاسخ به نیاز مراجعه کنندگان بوده است و هرچند ایجاد این بازارهای زنجیره‌ای نیاز مراجعه کنندگان را از منظر اقتصادی، اجتماعی و ترافیکی تأمین کرده است اما مهمترین نکته ای که در مجموع می‌توان به آن اشاره کرد سازمان میادین و ساماندهی مشاغل شهری، مهمترین وظیفه آن ساماندهی مشاغل می‌باشد و با توجه به هدفی ساماندهی مشاغل از حالت خطی به سمت مشاغل متمرکز، این سازمان برخلاف هدف خود اقدام کرده است، و تنها شبکه توزیع مرجع را برای قشری خاص احداث نموده است و سالیانه همین افراد خاص این بازارها را اجاره کرده و توزیع غرفه نیز بر عهده بخش خصوصی است و کسبه و اصناف اطراف بازار نه تنها از وجود این بازارها بهره ای نمی‌برند بلکه با احداث این بازارها و قیمت‌های پایین اجناس رقیبی سرسخت برای آنها محسوب شده و موجبات بیکاری اصناف و کسبه فراهم شده است. همچنین براساس مطالعات میدانی صورت گرفته و نتایج حاصل از پژوهش، آنچه ضرورت و ارزیابی اهداف ایجاد بازارهای زنجیره‌ای کوثر را ملزوم می‌دارد مطالعات و پژوهشهایی در زمینه رضایت کسبه و اصناف و همچنین ساکنان و مالکان اطراف بازارهای روز کوثر می‌باشد. بنابراین مهمترین پیشنهادات این پژوهش عبارت است از:

- نظرسنجی از ساکنان، مالکان، اصناف قبل از اجرای پروژه‌های شهری
- برنامه‌ریزی و تدابیر لازم به منظور کنترل ترافیک اطراف محدوده بازار
- ساماندهی مشاغل و اصناف و کسبه متضرر اطراف بازار
- هویت بخشی و ایجاد حس سرزندگی و خوانایی بر ویژگیهای کالبدی بازارهای روز کوثر متناسب با سبک معماری اصیل ایرانی
- انجام پژوهش‌های مبنی بر رضایت سنجی ساکنان و اصناف اطراف بازار پس از اجرای پروژه و ارائه پیشنهادات لازم در این زمینه



## منابع

- جهاد دانشگاهی دانشگاه صنعتی اصفهان (۱۳۹۵) مطالعات تاثیرات فرهنگی-اجتماعی (متفا) طرح توسعه بازارهای روز کوثر با رویکرد سیستمی، گزارش فاز توصیف بازارها اول دامنه یابی، جلد دوم، اردیبهشت ماه ۱۳۹۵.
- شجاعی، محمد صادق. (۱۳۸۶) نظریه نیازهای معنوی از دیدگاه اسلام و تناظر آن با سلسله مراتب نیازهای مازلو. دوفصلنامه مطالعات اسلام و روش‌شناسی، ۱، ۱۱۶-۸.
- شعبانی فمی، حسین (۱۳۸۰)، تحلیلی بر فرایند تعیین نیازهای آموزشی-ترویجی زنان روستائی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۴۳ و ۲۴۴ و ۲۴۵.
- صبوحی، عفت (۱۳۹۵) نیازسنجی اطلاع رسانی در مکان سوم شهر مطالعه موردی شهر اصفهان، سومین کنفرانس سراسری نوآوریهای اخیر در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی.
- ظریف حسینیان، سید سعید، نوری، سیامک (۱۳۸۷) ارائه الگویی برای مدیریت پروژه ارزش محور در طرح‌های عمرانی، سومین کنفرانس ملی مهندسی ارزش، آذرماه ۱۳۸۷.
- فتحی واجارگاه، کورش (۱۳۸۸)، نیازسنجی آموزشی: الگوها و فنون، تهران، انتشارات آبیژ.
- مرادی، داریوش، سعید ابراهیمی و مولود صالحی (۱۳۹۵) تحلیلی بر نیازسنجی و رضایت سنجی شهروندان جهت کاربرد در برنامه ریزی توسعه شهری، مطالعه موردی شهروندان شهر جوزدان، فصلنامه اقتصاد شهری، سال اول، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۵.
- مطالعات و پژوهش شهرداری اصفهان (۱۳۹۸) نیازسنجی از شهروندان اصفهانی در راستای تدوین برنامه ۱۴۰۰، شهرداری اصفهان.
- مولائی، اصغر (۱۳۹۰) شهر مبتنی بر نیاز انسان (مطالعه نیازهای انسان در شهرسازی معاصر)، همایش ملی معماری و شهرسازی انسان‌گرا، دانشگاه آزاد قزوین.
- ناجی اصفهانی، زهرا، جلالی، میتا، ژیانپور، مهدی (۱۳۹۸) نیازسنجی در شهر: مرور نظام‌مند مطالعات انجام‌شده درباره‌ی سنجش نیازهای شهری، فصلنامه راهبرد اجتماعی-فرهنگی، سال هشتم، شماره سی و سوم، زمستان ۱۳۹۸.
- نوریان، فرشاد و وحیدی برجی، گلدیس (۱۳۹۴) ارزیابی برنامه ریزی کاربری اراضی در طرح‌های توسعه شهری بر مبنای شاخص‌های نیازسنجی و مکان‌سنجی (مورد مطالعه شهر بجنورد)، آمایش سرزمین، دوره هفتم، تابستان ۱۳۹۴ ص ۶۹-۴۹.
- همتی، شهاب الدین (۱۳۹۷) طراحی معماری و شهرسازی (اصول و مبانی) چاپ دوم، نشر طحان.

- Carter , Phillip and Kidder, Katherine, 2015 , Needs Assessment: Veterans in Southwest Pennsylvania , Center for a New American Security.
- Kizlik, B. J. A. <http://www.adprima.com/needs.htm> [last access(2020). Need assessment information. 16.
- McClelland,2013, theory of need, netmba business knowledge center retrieved November.
- Watkins, R. West Meiers, M. Visser, Y. (2012) Aguide to assessing needs: Essential tools for collecting information, making decisions and archieving development result: the World Bank.

