

زمینه‌های شکل‌گیری دست‌فروشی در شهر رشت^۱

هوشنگ ناییبی^۲، علی‌اصغر سعیدی^۳، مهرداد توکلی‌راد^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۱۶

چکیده

دست‌فروشی، از جمله فعالیت‌های متداول و دیرینه‌ای محسوب می‌شود که به صورت گوناگون در زیست شهری به وقوع می‌پیوندد؛ بر این اساس، می‌توان دست‌فروشی را پدیده‌ای اثرگذار در مدیریت شهری تلقی کرد. این پژوهش، با هدف شناسایی زمینه‌های مختلف بروز دست‌فروشی در شهر رشت انجام شده است؛ از این رو، تلاش شده است با اتخاذ روش تحقیق کیفی، تجربه زیسته گروه‌های درگیر با دست‌فروشی ارائه شود که عمدتاً شامل دست‌فروش‌ها، خریداران و مدیران و مأموران شهری‌اند. بدین منظور با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و انجام ۳۱ مصاحبه و بهره‌گرفتن از شیوه تحلیل تماتیک، مفاهیم مهم طبقه‌بندی شده‌اند. نتایج یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که زمینه‌های شکل‌گیری دست‌فروشی تحت تأثیر مؤلفه‌های گوناگونی است که می‌توان آنها را در سه دسته زمینه‌های ایجادکننده، ترغیب‌کننده و تشدیدکننده قرار داد. این زمینه‌ها به نحوی باهم پیوند خورده‌اند که باعث می‌شود دست‌فروشی در حیات شهری پیامدهای متناقض مثبت یا مخربی را در بر داشته باشد، به‌طوری‌که تحت شرایط گوناگون فردی و اجتماعی، وقوع این پدیده در سطح جامعه را محتمل می‌سازند و از سوی دیگر با داشتن تأمین نیازها یا منافع افراد انگیزه اقدام بدان فعالیت را بیشتر می‌نمایند و در نهایت، با تداوم بخشی به دست‌فروشی بروز آن در سطح جامعه تشدید می‌شود.

واژگان کلیدی: زمینه‌های دست‌فروشی، دست‌فروشان، خریداران، مأموران و مدیران شهری،

مدیریت شهری

۱ این مقاله، برگرفته از رساله دکتری جامعه‌شناسی تحت عنوان «تحلیل شبکه‌ای روابط اجتماعی دست‌فروشان شهر رشت» است که در پردیس البرز دانشگاه تهران انجام شده است

۲ دانشیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، نویسنده مسئول، پست الکترونیکی: hnayebi@ut.ac.ir

۳ دانشیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، پست الکترونیکی: saeidi@ut.ac.ir

۴ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، پردیس البرز، دانشگاه تهران، پست الکترونیکی: tavakolirad@ut.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

دستفروشی پدیده‌ای جهانی است که در دهه‌های اخیر به‌شدت مدیریت شهری را تحت تأثیر قرار داده است. این پدیده در تمامی کشورها اعم از توسعه‌یافته یا توسعه‌نیافته، در ابعادی متفاوت، مسائلی گوناگون به وجود آورده و براین‌اساس بررسی آن بسیار مورد توجه تحلیل‌گران حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است. به‌طور کلی، رویارویی پژوهشگران با پدیده دستفروشی، به اتخاذ رویکردهایی متناقض ازسوی آنها منجر شده است. برخی از آنها با نگاهی بدبینانه، از دستفروشی به‌مثابه پدیده‌ای تهدیدآمیز و آسیب‌زا یاد می‌کنند و برخی دیگر با دیدگاهی مثبت آن را فرصت و بدیلی برای ناکارآمدی‌های بخش اقتصاد رسمی می‌دانند. کسانی که نگاهی بدبینانه به این پدیده دارند عمدتاً دستفروشی را به‌عنوان جرم و مختل‌کننده نظم شهری، ایجادکننده شغل‌های کاذب و نامولد در عرصه اقتصادی می‌انگارند؛ بنابراین، دستفروشان را شایسته برخورد، پیگرد و جریمه می‌دانند (بهومیک^۱، ۲۰۰۵: ۲۲۵۷-۲۲۵۸) اما عده‌ای دیگر با ارزشمندخواندن دستفروشی، از آن به‌مثابه فرصتی برای مقابله با فقر، تبعیض و بیکاری یاد می‌کنند؛ پس توصیه می‌نمایند که دستفروشان به‌دلیل محرومیت‌های اجتماعی و اقتصادی که با آن روبرویند همواره باید مورد ترحم، لطف و حمایت قرار گیرند (هینونن^۲، ۲۰۰۸: ۱۲۳-۱۲۵).

در دهه‌های اخیر، رشد دستفروشی یکی از پدیده‌های عجیب در بازار کار ایران بوده است. هرچند آماری دقیق از میزان دستفروشی در ایران وجود ندارد اما برخی از آمارهای ارائه‌شده در زمینه مشاغل غیررسمی می‌تواند تا اندازه‌ای گواهی برای رشد این پدیده در طول سال‌های گذشته باشد. در این خصوص مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی تحت عنوان واکاوی اشتغال در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ عنوان می‌دارد که طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ اشتغال غیررسمی در ایران سهم ۵۹ درصدی داشته است. به گفته این مرکز، شواهد نشان می‌دهد که با وجود تأکید آمارهای رسمی و افزایش ۱/۳ میلیون نفر شاغلان در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵، افکار عمومی به این موضوع با دیده تردید می‌نگرند، چراکه در طول این سال‌ها افزایش اشتغال غیررسمی را شاهدیم. آمارها نشان می‌دهند که ۶۶۸ هزار نفر به جمعیت شاغل کشور سال ۱۳۹۴ افزوده شده است که از این تعداد حدود ۵۳ درصد معادل ۳۵۴ هزار نفر به شاغلان غیررسمی (شاغلانی که به‌واسطه شغلشان هیچ نوع بیمه‌ای ندارند) و ۴۷ درصد معادل ۳۱۲ هزار نفر به شاغلان رسمی اضافه شده است. همچنین با افزایش ۱۵ هزار نفر به شاغلان اضافه‌شده در سال ۱۳۹۵ مشاغل رسمی (دارای بیمه) ۷۱ درصد و مشاغل غیررسمی (فاقد بیمه) ۲۹ درصد بوده‌اند (۱۳۹۶: ۴-۱۳). افزایش شاغلان در بخش غیررسمی تا حدودی کثرت اشتغال در دستفروشی را به‌عنوان یکی از اشکال آن برای ما آشکار می‌سازد. فارغ از این آمارها هر عابری که امروزه چهره شهرها و به‌ویژه

1 Bhowmik

2 Heinonen

کلان‌شهرها را با گذشته مقایسه کند به این باور خواهد رسید که سیمای شهرها به‌شدت تغییر کرده و در برخی از خیابان‌ها تعداد دست‌فروشان حتی از تعداد مغازه‌داران نیز بیشتر شده است. تعدد فعالیت‌های دست‌فروشی در سطح معابر یا اماکن عمومی سبب شده است این پدیده اثرات و تبعات گوناگونی را به همراه داشته باشد. علی‌رغم اثرات گوناگون منبث از این پدیده باید تأکید داشت که دست‌فروشی در ایران به دلیل رهاشدگی یا اتخاذ سیاست‌ها یا تدابیر ناکارآمد، هرروز نه‌تنها بیشتر می‌شود، بلکه شکل‌هایی جدید و متنوع‌تر به خود می‌گیرد. درواقع، باید گفت که به‌رغم قدمت دیرینه دست‌فروشی در فرهنگ ایرانی، متأسفانه هنوز شناختی جامع نسبت به آن وجود ندارد. شکست برنامه‌ها یا طرح‌های مرتبط پدیده دست‌فروشی و متعاقب آن رشد شتابان دست‌فروشی شاهدی بر ادعاست؛ براین‌اساس، قبل از تدوین برنامه‌های قابل‌اجرا و مؤثر در ارتباط با دست‌فروشی ابتدا باید زمینه‌ها یا ابعاد مختلف وقوع این پدیده را شناسایی کرد تا بتوان در مطالعات بعدی راهکارهای مطلوب بهره‌گیری از آن را ارائه نمود.

این پژوهش به کنکاش در پدیده دست‌فروشی در شهر رشت، یکی از پرجمعیت‌ترین شهرهای شمالی ایرانی پرداخته است. رشت یکی از قطب‌های فرهنگی، اقتصادی و جمعیتی در بین شهرهای شمالی کشور به حساب می‌آید. در سطح فضاهای عمومی این شهر که طی سال‌های گذشته جزء کلان‌شهرهای کشور گردیده است، فعالیت‌های دست‌فروشی با روندی روبه‌رشد همراه بوده است؛ به عبارت دیگر، در این شهر با توجه به رشد بیکاری، تعطیلی برخی از بازارهای محلی و هفتگی و نیز بالابودن هزینه‌های خریداری و اجاره املاک تجاری، دست‌فروشی به شکل پراکنده و مجتمع در محدوده‌های مختلف عمومی شهر به‌وفور دیده می‌شود؛ بنابراین، با تعدد و تنوع قابل‌توجهی که پیدا کرده است، به ظهور مسائلی جدید در برقراری نظم شهری منجر شده است که بررسی‌های همه‌جانبه و عمیق در این باره را به امری ضروری بدل کرده است. این مطالعه با درنظرداشتن مسائل گوناگون پیش‌روی دست‌فروشی در شهر رشت، به دنبال پاسخ‌دادن به این سؤال اساسی است که فعالیت‌های حاصل از دست‌فروشی به چه شکلی اتفاق می‌افتد؟ البته برای یافتن پاسخ‌های مناسب به سؤال بنیادین این مطالعه، نیاز است که ذیل آن سؤال‌هایی دیگر نیز پرسیده شود؛ ازجمله اینکه چه زمینه‌هایی باعث وقوع پدیده دست‌فروشی می‌شوند؟ به چه دلایلی دست‌فروشان در جامعه مورد مطالعه به انجام چنین فعالیت‌هایی ترغیب می‌شوند؟ و درنهایت، دلایل گسترش یا تشدید دست‌فروشی کدام‌اند؟ این پرسش‌ها می‌توانند تا حدود زیادی در شناسایی زمینه‌های مختلف وقوع فعالیت‌های منبث از دست‌فروشی به ما کمک کنند.

پیشینه تجربی

تحقیقات داخلی و خارجی مختلفی درباره دست‌فروشی انجام شده است. در پژوهش‌های داخلی، پژوهشگران به اثرات و ابعاد مختلف دست‌فروشی در جامعه شهری اشاره داشته‌اند که همین امر

تأحدودی می‌تواند دورنمایی روشن از زمینه‌های دست‌فروشی در ایران را برای ما آشکار سازد. شیخی (۱۳۶۹) در پژوهشی با عنوان «علل و پیامدهای دست‌فروشی در کلان‌شهر تهران» پس از تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، عواملی همچون مهاجرت، فقدان تخصص حرفه‌ای، درآمد‌های بالای دست‌فروشی، بی‌سوادی، تأهل و بار تکفل بالا را به‌عنوان دلایل تأثیرگذار در گرایش به دست‌فروشی مطرح کرده است. شفیع ماسوله (۱۳۹۴) نیز با انجام پیمایشی در شهر رشت نشان داده است که عواملی نظیر رشد جمعیت، افزایش مهاجرت‌های روستا به شهر، نبود فرصت‌های شغلی رسمی و غیره، در رشد شتابان فعالیت‌های اقتصادی خیابانی یا شکل‌گیری دست‌فروشی مؤثر بوده‌اند. برخی از مطالعات داخلی به اثرات و تبعات منفی این پدیده تأکید داشته‌اند. در این زمینه می‌توان به پژوهش صالحی‌فرد (۱۳۸۸) اشاره کرد که نتایجش بیانگر رابطه دست‌فروشی و رشد عرضه کالاهای قاچاق و از این طریق پیامد آشکار این پدیده است. از مطالعات دیگر می‌توان به پژوهش صادقی نایینی و همکاران (۱۳۸۶) درباره ناهنجاری‌های تبلور یافته از دست‌فروشی به‌ویژه آلودگی‌های صوتی ناشی از تبلیغات فروشندگان خیابانی در معابر عمومی اشاره کرد. همچنین تحقیق کلدی و شفائی‌زاده (۱۳۷۹) که به علل شکل‌گیری نامتوازن دست‌فروشی در مکان‌های پرتجمع تأکید می‌کنند و آن را بستری برای رشد فعالیت دست‌فروش‌نماها (مانند متکدیان، قاچاق‌فروش‌ها) می‌دانند.

بعضی از تحقیقات داخلی بر این استدلال استوارند که دست‌فروشی، پدیده‌ای دووجهی است که می‌تواند هم امری مضر و هم امری سودمند باشد؛ برای مثال، صالحی‌فر و مرصوصی (۱۳۸۷) به این نتیجه رسیده‌اند که دست‌فروشی را نمی‌توان صرفاً از منظر تبعات نامطلوب و زیان‌بارش نگریست و فقط یک تهدید به شمار آورد، بلکه می‌توان از آن به‌عنوان یک فرصت در اقتصاد کلان‌شهرها یاد کرد. درخصوص عوامل مؤثر و دلایل گرایش به دست‌فروشی، صادقی فسایی و آجرلو (۱۳۹۱) با بیان دست‌فروشی در فضای مترو به‌عنوان شکلی جدید از گونه‌های دست‌فروشی در شهر تهران با تأکید بر زنان و پدیده دست‌فروشی، دلایلی همچون خودرئیزی و خودگردانی، پاره‌وقت بودن شغل دست‌فروشی، روزمزد بودن، پتانسیل وجود خریدار، عدم تغییرات جوی، عدم نیاز به سرمایه کلان، امکان انجام کار گروهی، عدم نیاز به تخصص و سابقه کار، آزادی ورود و خروج به این شغل را نیز در تمایل آنها به دست‌فروشی مؤثر دانسته‌اند. طالب‌پور (۱۳۹۴) نیز با مطالعه میدانی کوشیده است دو جامعه دست‌فروشان مترو و دست‌فروشان بازار را با رویکرد مقایسه‌ای بررسی کند. او درصدد آشکار کردن تجربه زیسته دست‌فروشان و بازگویی درون‌مایه‌های کلی دست‌فروشی از دید جامعه هدف بوده است. تجزیه و تحلیل یافته‌های این تحقیق، چهار درون‌مایه کلی (عرصه تعاملات، تیپولوژی دست‌فروشان، جذابیت‌های دست‌فروشی و مقصران وضع موجود) با زیرطبقات مختلف را نشان داده است.

درباره دست‌فروشی، مطالعات خارجی گوناگونی نیز انجام شده‌اند که به برخی از آنها اشاره می‌کنیم. جان آلبرت^۱ (۱۹۹۳) با انجام پژوهشی میدانی نشان داده است که دست‌فروشی خیابانی، اشکالی متعدد دارد که واسطه‌های خیابانی یکی از انواع آن است. او تأکید کرده است که دست‌فروشان، عرضه‌کننده کالاهای مقرون‌به‌صرفه برای مردم کم‌درآمدند که همین امر سبب رشد روزافزون آنها می‌گردد. تائو^۲ (۲۰۰۲) نیز وجود دست‌فروشان را در طراحی شهری، مدیریت مناسب و کیفیت فضاهای شهری و زندگی کاملاً ضروری می‌انگارد. حسن و علم (۲۰۱۵) نیز در تحقیقی دیگر با عنوان «مشارکت فروشندگان پوشاک در اقتصاد محلی: بررسی میدانی دست‌فروشی پوشاک شهر داکا بنگلادش» به‌نوعی دیگری بر اهمیت دست‌فروشی تأکید کرده‌اند. یافته‌های آنها حاکی از آن است که دست‌فروشان نقشی مهم در اقتصاد و جامعه محلی بنگلادش ایفا می‌کنند، زیرا با ارائه کالاهای ارزان‌تر و کم‌کردن نظام واسطه‌گری همواره زمینه بقای اجتماعی و اقتصادی اقشار ناتوان و کم‌برخوردار را فراهم می‌آورند. تیملسینا^۳ (۲۰۱۲) با مقایسه ظرفیت‌های دست‌فروشی با کار کشاورزی، تأکید کرده است که در متن معیشت دست‌فروشی این واقعیت هویدا می‌شود که دست‌فروشان به سرمایه‌های مالی و انسانی دسترسی دارند و در قیاس با کشاورزان، بهتر می‌توانند دارایی‌های مالی خود را افزایش دهند. نکته‌ای مهم که باید در روند مرور ادبیات پژوهشی خارجی در نظر گرفت این است که بسیاری از محققان - همان‌گونه که تاحدودی در سطور بالا به آن اشاره شد - دست‌فروشی را به‌مثابه اشتغالی با قابلیت‌های گوناگون معرفی می‌کنند؛ برای مثال، بسیاری از پژوهش‌های خارجی، دست‌فروشی را ظرفیتی برای مقابله با فقر، کاهش بیکاری، توسعه کارآفرینی و خوداشتغالی، گردشگری و غیره می‌دانند؛ بهومیک^۴ (۲۰۰۵) می‌گوید فقر شدید و نبود کار پردرآمد در مناطق روستایی و همچنین در شهرهای کوچک، بسیاری از افراد را به‌سوی کار و معیشت در شهرها به‌ویژه به سمت دست‌فروشی سوق می‌دهد.

درخصوص مؤثر بودن دست‌فروشی نیز ادھیکاری^۵ (۲۰۱۱) با انتشار مقاله‌ای با عنوان «زایش درآمد در بخش غیررسمی، مطالعه موردی دست‌فروشان کاتماندو (نیپال)» اشاره کرده است که فروشندگی خیابانی، شکلی از کارآفرینی است و باید از آن به‌عنوان شکل غیررسمی کارآفرینی یاد کرد. برخی از پژوهش‌های جهانی مرتبط با دست‌فروشی، بر تنوع‌پذیری یا شکل‌یابی نوین این پدیده تأکید کرده‌اند؛ برای مثال، پالاسیوس^۶ (۲۰۱۶) طی یک بررسی، ابعادی جدید از این پدیده را آشکار ساخته است. این پژوهش بر این استدلال اصرار داشته است که هم‌زمان با تغییرات شهری، اشکالی جدید از دست‌فروشی نیز ظهور پیدا

1 John Albert

2 Ta

3 Timalsina

4 Bhowmik

5 Adhikari

6 Palacios

کرده است. این هویت‌یابی جدید دست‌فروشان سبب شده است آنها به نمایش‌گرهای کوچک جدید در نظام سرمایه‌داری بدل شوند که دارای ویژگی‌هایی از قبیل جذب مشتریان مختلف، عرضه متفاوت کالا، کار فشرده و اضافی، خودنظم‌دهندگی و آزادی عمل، و بیشینه‌سازی سود است. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که دیدگاه‌ها نسبت به دست‌فروشی باید تغییر کند و باید برای کارآمدتر کردن آن چاره‌اندیشی نمود. در این راستا انجایا^۱ (۲۰۱۵) اشاره می‌نماید که موفقیت در دست‌فروشی، به یک دارایی مهم همچون سرمایه اجتماعی نیاز دارد که بدون آن در چنین مشاغلی موفقیتی حاصل نمی‌گردد. این سرمایه باید به شکل متوازن بین دست‌فروشان، خریداران و مدیران شهری توزیع گردد.

با توجه به آنچه از نظر گذشت، پژوهش‌های داخلی و حتی برخی از مطالعات خارجی، از انسجام لازم بی‌بهره‌اند و حتی گاهی اوقات راهکارهای ارائه‌شده از جانب آنها قابلیت اجرایی لازم را ندارد و از همه مهم‌تر اینکه آنها دیدگاه‌های تمامی افراد درگیر با این پدیده را مدنظر قرار نداده‌اند. همین امر هم سبب شده است مشکلات ملازم با دست‌فروشی همچنان در مدیریت شهری پایدار بماند.

این پژوهش، با تأکید بر اینکه یکی از محوری‌ترین دلایل تداوم مسائل اجتماعی حاصل از دست‌فروشی در مدیریت شهری، نبود شناخت جامع درباره آن است، مهم‌ترین راهکار کنترل دست‌فروشی و بهره‌گیری مطلوب از آن را در گام نخست، شناسایی ابعاد و زمینه‌های مختلف مؤثر در شکل‌گیری یا رشد آن در جامعه شهری با شناخت دیدگاه‌های افراد مختلف درگیر با این پدیده می‌داند. به این منظور، به زمینه‌های بروز این پدیده در یکی از کلان‌شهرهای ایران (شهر رشت) پرداخته است تا با ارائه یافته‌های مناسب، بسترهای لازم را برای ارائه تحقیقات مطلوب و جامع بعدی فراهم کند.

ملاحظات مفهومی

دست‌فروشی به عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصاد غیررسمی^۲ فعالیت‌هایی را شامل می‌شود که در آن فعالان این پدیده از هزینه‌های تولید و فروش محصولات اجتناب کرده، از قوانین اداری درخصوص روابط مالکیت، مجوزهای تجاری، قراردادهای کاری، اعتبار مالی و سیستم‌های تأمین اجتماعی مستثنا می‌گردند (نواح و دیگران، ۱۳۸۶: ۲). در واقع، این نوع فعالیت، قسمتی از اقتصاد است که عاملانش مالیات و بیمه پرداخت نمی‌کنند و ارزش فعالیت‌های صورت‌گرفته، در اقتصاد رسمی ثبت نمی‌گردد، زیرا معمولاً یک فعالیت اقتصادی مخفی است و دولت نظارتی بر آن ندارد (عرب مازار یزدی، ۱۳۸۶: ۱۵-۱۷). دست‌فروشی در ایران با واژه‌هایی از قبیل دوره‌گرد، پیلهور، چرچی، طواق، خرده‌فروش، فروشندگان خیابانی، بساط‌گر و غیره مترادف است و از این‌رو، دیدگاه‌های متفاوتی که نسبت به آن وجود دارد، تعریفش را برای هر محقق مشکل می‌سازد. فارغ از همه دشواری‌های موجود در تعریف دست‌فروشی دهخدا چنین

1 Njaya

2 Informal Economy

می‌گوید: «آنکه پاره‌ای کالا بر دست، در کوی و بازارها بفروشد، دست‌فروش است». همچنین وی به نقل از ناظم‌الاطبا دست‌فروشی را این‌گونه تعریف می‌کند: «خرده‌فروشی و پبله‌وری که متاع خود را به هر قدری که مشتری بخواهد اگرچه خیلی کم باشد، بفروشد» (۱۳۷۷، ج ۸: ۷۰۷). به‌طور کلی، باید گفت دست‌فروشان افرادی‌اند که محل کارشان را به خیابان یا فضاهای عمومی می‌آورند و با به‌دست‌گرفتن اجناس یا پهن کردن بساطشان در سطح برخی معابر و نقاط پرتردد شهر به‌صورت روان و شناور یا ثابت و ساکن امرارمعاش می‌کنند (یاتمو^۱، ۲۰۰۸: ۴۶۸-۴۶۷). این افراد کاسبانی‌اند که مکان ثابت و دائمی ندارند و به‌راحتی می‌توانند از جایی به جای دیگر بروند (رنانی و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۹). دست‌فروشان در فضاهای عمومی به‌طور مرتب اجناس خود را تبلیغ می‌کنند و با تأکید بر فروش به قیمت پایین، شهروندان را ترغیب می‌کنند تا از آنها خرید کنند و از این طریق فضاهای شهری را پر جنب‌وجوش می‌نمایند.

همان‌طور که در بخش ادبیات پژوهش نیز تأکید شد، دست‌فروشی، پدیده‌ای دوجبهی است که توأمان باعث ایجاد دو دیدگاه متضاد شده است و در شناخت همه‌جانبه و مؤثر آن باید این دو دیدگاه را در نظر داشت:

۱) **دیدگاه مثبت.** اگر با دیدگاه کارکردی مثبت به این پدیده بنگریم می‌توانیم این‌گونه استدلال کنیم که این پدیده به‌طور مستمر و بادوام در محیط اجتماعی پیرامون ما دیده می‌شود؛ بنابراین، احتمالاً بدین معناست که کارکردی دارد و نیازهای جامعه را تأمین می‌کند (ریچو و گومز^۲، ۲۰۱۳: ۱۷۵-۱۷۴)؛ به‌عبارت دیگر، با این دیدگاه، دست‌فروشی، پدیده‌ای عمومی و ضروری در جامعه شهری است که با تأمین نیازهای جامعه، امکان حفظ یا ایجاد تعادل را برای برخی از افراد فراهم می‌آورد. از این نیازها می‌توان تحت عنوان اموری همچون اشتغال، کسب درآمد، خرید کالاهای ارزان، رشد کارآفرینی و کسب‌وکار خانوادگی یاد کرد (دی سوتو^۳، ۱۹۸۹: ۱۲۵). در این میان برخی از پژوهشگران با اتخاذ رویکرد جامعه‌شناختی تضادگرا، دست‌فروشان را عاملان مؤثر تغییر در شهر می‌انگارند که می‌توانند مناسبات شهری را دگرگون کنند. این افراد، فروشندگان خیابانی را گروه‌های تأثیرگذار و فاقد امتیاز می‌دانند (هاروی و مری‌فیلد، ۱۳۹۱: ۴۸-۴۵) که برای حفظ بقای خود و همچنین داشتن حداقل‌های یک زندگی شرافتمندانه و اخلاقی بسیار مقاومت می‌کنند؛ بنابراین، می‌توان از آنها با عنوان گروه‌های تغییر در نظم شهری نام برد (بیات، ۱۳۹۱: ۲۷۹).

۲) **دیدگاه منفی.** علی‌رغم پیامدهای مثبت دست‌فروشی، کارکردهای منفی نیز می‌توان به آن نسبت داد. گسترش فروش کالای قاچاق و عرضه کالاهای غیربهداشتی و ایجاد بازار سیاه، ازجمله موارد منفی

1 Yatmo

2 Recio & Gomez

3 De Soto

است که ممکن است از طریق دستفروشی نشر و نمو پیدا کند. نظریه پردازی که با نگاهی منفی به مفهوم دستفروشی می‌پردازند عمدتاً چندان ارزشی برای دستفروشان یا صاحبان مشاغل غیررسمی به‌عنوان فاعلان تغییر قائل نیستند و براین‌اساس اصولاً دستفروشان را با مفاهیمی همچون «مشاغل کاذب»، «لمپنیسم» یا «لومپن پرولتاریا» خطاب می‌کنند (اکبری، ۱۳۵۸: ۴-۶).

روش تحقیق

در این پژوهش بنابر ماهیت موضوع، از شیوه‌های پژوهش‌های کیفی استفاده شده است؛ درواقع، ناشناخته‌بودن ابعاد مختلف موضوع مطالعه، نبود ادبیات تحقیق منسجم و نیز اتخاذ رویکرد اکتشافی در این پژوهش استفاده از روش‌های کیفی را اجتناب‌ناپذیر ساخت؛ براین‌اساس، در این پژوهش استفاده از دیدگاه‌ها، تجارب دست‌اول یا تجربه زیسته افراد درگیر با دستفروشی مورد توجه بوده است. با توجه به شرایط میدان مطالعه و مشارکت‌کنندگان پژوهش تلاش شده است از تکنیک‌هایی متنوع همچون مشاهده، مصاحبه باز و نیمه‌سازمان‌یافته و یادداشت‌برداری بهره گرفته شود تا از این طریق بتوان ادراک منظم، تجربه‌ها و معانی متفاوت افراد مورد مطالعه نسبت به پدیده مورد نظر را به دست آورد.

مشارکت‌کنندگان

در مراحل ابتدایی پژوهش با مشاهده وضعیت دستفروشی در اماکن پرتردد شهر رشت (به‌خصوص در خیابان‌های منتهی به شهرداری رشت و خیابان مطهری) روشن شد افرادی که به شکل مستقیم یا غیرمستقیم با این پدیده درگیرند بسیار متعدّدند که عمدتاً شامل عابران، مغازه‌داران، خریداران، دستفروشان، مأموران و مدیران شهرداری‌اند؛ بنابراین، با توجه به شرایط تحقیق جهت کشف زمینه‌ها و بسترهای مختلف وقوع فعالیت دستفروشی، با سه دسته از افراد مرتبط با پدیده دستفروشی یعنی (۱) دستفروش‌ها، (۲) خریداران و (۳) مدیران و مأموران شهرداری به‌عنوان مشارکت‌کنندگان تحقیق مصاحبه شده است. تنوع مشارکت‌کنندگان در این تحقیق سبب شد امکان حصول به یافته‌های ناب نسبت به اهداف و سؤالات تحقیق فراهم آید. شیوه نمونه‌گیری در این مطالعه با توجه به تعدد مشارکت‌کنندگان، به دو صورت نمونه‌گیری آسان یا دردسترس^۱ و نمونه‌گیری هدفمند^۲ بوده است. با استفاده از نمونه‌گیری آسان یا دردسترس، افرادی مطالعه شده‌اند که به راحتی در دسترس قرار داشتند و در چارچوب اهداف تحقیق از اطلاعات لازم برخوردار بودند. همچنین با بهره‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند، این امکان فراهم شد که «افرادی که در فهم مسئله پژوهش و پدیده محوری مطالعه مؤثر هستند» (چارمز^۳، ۲۰۰۰: ۵۱۰)

1 Convenience of Opportunistic Sampling

2 Purposive Sampling

3 Charmaz

قابل‌دسترس باشند. شایان‌ذکر است که روند نمونه‌گیری تا اشباع داده‌ها و عدم‌حصول تجربه‌ای جدید ادامه یافت. به‌طورکلی، ۳۱ مصاحبه^۱ با ۱۲ دست‌فروش، ۱۱ خریدار و ۸ مدیر و مأمور شهرداری با ویژگی‌های متفاوت انجام شده است که مشخصاتشان در جدول شماره ۱ قابل‌مشاهده است.

جدول شماره ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

دست‌فروشان				
شماره	سابقه فعالیت (به سال)	جنسیت	سطح تحصیلات	تعداد دفعات مصاحبه
۱-۱	۲	زن	بی‌سواد	۱
۲-۱	۵	مرد	راهنمایی	۲
۳-۱	۶	مرد	دیپلم	۱
۴-۱	۸	مرد	راهنمایی	۱
۵-۱	۱	زن	کارشناسی	۱
۶-۱	۳	مرد	فوق‌دیپلم	۲
۷-۱	۲	زن	فوق‌دیپلم	۱
۸-۱	۵	مرد	دیپلم	۱
۹-۱	۴	مرد	دیپلم	۱
۱۰-۱	۳	زن	ابتدایی	۱
۱۱-۱	۵	زن	بی‌سواد	۲
۱۲-۱	۱	مرد	کارشناسی	۲
خریداران				
شماره	سن	جنسیت	سطح تحصیلات	تعداد دفعات مصاحبه
۱-۲	۳۱	زن	کارشناسی ارشد (دانشجو)	۱
۲-۲	۲۷	مرد	کارشناسی	۱
۳-۲	۳۵	مرد	کارشناسی	۱
۴-۲	۴۵	زن	دیپلم	۱
۵-۲	۵۰	زن	دیپلم	۱
۶-۲	۴۱	مرد	دیپلم	۱
۷-۲	۳۳	زن	فوق‌دیپلم	۱
۸-۲	۳۶	زن	کارشناسی	۱
۹-۲	۶۱	مرد	دیپلم	۱
۱۰-۲	۵۳	زن	دیپلم	۲
۱۱-۲	۵۶	مرد	کارشناسی	۲

۱ از برخی از نمونه‌ها با توجه به سطح اطلاعاتشان نسبت به موضوع تحقیق بیش از یک مصاحبه انجام شده است

جدول شماره ۱. مشخصات مصاحبه شوندگان

مدیران و مأموران شهری				
شماره	سابقه فعالیت (به سال)	جنسیت	سطح تحصیلات	تعداد دفعات مصاحبه
۱-۳	۵	مرد	کارشناسی ارشد	۱
۲-۳	۱۲	مرد	کارشناسی ارشد	۲
۳-۳	۷	مرد	دیپلم	۲
۴-۳	۲۰	مرد	دیپلم	۱
۵-۳	۸	مرد	کارشناسی	۱
۶-۳	۱۱	مرد	فوق دیپلم	۲
۷-۳	۹	مرد	کارشناسی ارشد	۱
۸-۳	۱۴	مرد	دیپلم	۱

تحلیل داده‌ها

در این پژوهش داده‌های حاصل براساس شیوه تحلیل تماتیک^۱ تنظیم و تحلیل شده است؛ براین اساس، با شناسایی و استخراج کدهای مصاحبه‌های انجام شده سعی شده است ابتدا مفاهیم اصلی و بااهمیت پالایش گردد و بعد با طبقه‌بندی آنها مضامین اصلی ارائه شود؛ به عبارت دیگر، با بهره‌گیری از تحلیل تماتیک ابتدا به جمع‌آوری کل داده‌ها پرداخته شده، بعد با کدگذاری و استفاده از روش‌هایی همچون «شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌ها» و «برش و مرتب‌سازی» به طبقه‌بندی کدهای به دست آمده اقدام گردیده و درنهایت، با مشخص شدن مفاهیم اصلی، نوعی سنخ‌شناسی از زمینه‌های شکل‌گیری دست‌فروشی در شهر رشت ارائه شده است.

کیفیت تحقیق

کیفیت تحقیق در مطالعات کیفی دشواری‌های خاص خود را دارد. برای دستیابی به کیفیت مناسب تحقیق در این مطالعه سعی شد که اعتبارپذیری و اعتماد بخشی در فرایند پژوهش مورد توجه قرار گیرد. در تحقیق حاضر برای دستیابی به اعتبارپذیری تحقیق راهبردهای گوناگون اتخاذ شد. به عبارت بهتر با استفاده از چندین نوع ابزار نظیر مصاحبه، مشاهده و غیره برای گردآوری داده‌ها و نیز بازبینی مداوم داده‌های به دست آمده و رفت و برگشت‌های مداوم بین تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر تا رسیدن به نقطه اشباع اطلاعاتی تا حدودی امکان اعتباربخشی به یافته‌های تحقیق را فراهم شد. البته برای بالاتر بودن میزان اعتبارپذیری تحقیق سعی شد علاوه بر اقدام‌های گفته شده به خودارزیابی از تجربیات حاصل

شده در حین پژوهش و نیز نشان‌دادن نتایج تحقیق به متخصصان امر و دریافت نظرات آنها بهره گرفته شود. ازسوی دیگر، سعی گردید با هدایت دقیق جریان مصاحبه‌ها، ایجاد فرایندهای ساختمان برای اجرای مصاحبه‌های همگرا و رسیدن به نقطه همسانی نتایج داده‌های تکراری و اولیه در فرایند تحقیق تاحدودی زمینه‌های افزایش اعتمادبخشی پژوهش فراهم گردد.

یافته‌ها

با تجزیه و تحلیل عمیق داده‌های به‌دست‌آمده در این پژوهش و واریسی دقیق مشاهدات و مصاحبه‌های مختلف می‌توان گفت در وقوع پدیده دست‌فروشی سه دسته زمینه‌های وابسته وجود دارند که به بروز اثراتی متعدد در سطح جامعه شهری منجر می‌شوند. این زمینه‌ها عبارت‌اند از:

۱. زمینه‌هایی که در ایجاد دست‌فروشی دخیل‌اند؛
۲. زمینه‌هایی که دست‌فروشان را ترغیب به انجام این فعالیت می‌کنند؛
۳. زمینه‌هایی که باعث تشدید فعالیت‌های دست‌فروشی در سطح جامعه می‌گردند.

زمینه‌های ایجادکننده پدیده دست‌فروشی

به‌طور کلی، منظور از زمینه‌های ایجادکننده دست‌فروشی، بستریایی‌اند که در نهایت موجب شکل‌گیری شغل دست‌فروشی می‌شوند. با تجزیه و تحلیل دقیق اطلاعات به‌دست‌آمده می‌توان این زمینه‌ها را در دو سطح (۱) دست‌فروشان و (۲) خریداران فهرست کرد که در ادامه به آن پرداخته‌ایم.

زمینه‌های ایجادکننده دست‌فروشی از منظر دست‌فروشان

بستریایی را که از منظر دست‌فروشان به وقوع پدیده دست‌فروشی منجر می‌شود می‌توان به دو دسته زمینه‌های انگیزشی و زمینه‌های ساختاری به شرح زیر تقسیم کرد:

الف) زمینه‌های انگیزشی ایجادکننده دست‌فروشی از منظر دست‌فروشان. زمینه‌های انگیزشی آن دسته از مؤلفه‌هایی را دربرمی‌گیرد که شوق اقدام به دست‌فروشی را در افراد ایجاد می‌کند. در ادامه به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره کرده‌ایم.

اجبار. بخش زیادی از کسانی که به دست‌فروشی می‌پردازند و بعضاً آن را به‌عنوان شغل نهایی برگزیده‌اند، عدم امکان فرصت‌های شغلی مناسب یا کسب درآمد کافی در مشاغل دیگر را ازجمله عواملی دانسته‌اند که آنها را ناگزیر از اقدام به دست‌فروشی کرده است. در این خصوص برخی از اظهارات مصاحبه‌شوندگان از این قرار است:

«من تمام سعی‌ام رو کردم که یک کار خوب پیدا کنم ولی نشد» (۱-۱).

«من از ناچاری دارم تو کوچه و خیابان این جور زحمت می‌کشم» (۴-۱).

«ما باید کار کنیم و پول دربیاریم و شرمندۀ زن و بچه نشیم، بهتر از این دیگه نتوانستیم شغل دیگه‌ای پیدا کنیم» (۱-۶).
 «من کشاورزی هم دارم ولی به خدا درآمدش کفاف زندگی منو نمی‌ده، اگه این دست‌فروشی نباشه زندگی من اصلاً نمی‌چرخه» (۱-۹).

عادت. اگر یکی از عوامل اساسی دست‌فروشی و شیوع آن در بین فقرا و تنگدستان جامعه شهری، نیاز و اجبار بوده است، امروز به‌روشنی مشاهده می‌شود که برخی افراد نه از روی ناچاری و پاسخ‌دهی به نیازهای ضروری و آنی خود، بلکه بر اثر عادت و نیز کسب سودی که این شغل دارد، به فعالیت در آن راغب می‌گردند؛ به عبارت دیگر، این افراد شاید در ابتدا به دلیل مواجهه با بحران‌های اقتصادی، دست‌فروشی را راهکاری مفید برای جبران خسارت‌های مالی یا تأمین نیازهای حیاتی می‌دانستند اما با مرتفع‌شدن آن مسائل، همچنان به دلایل مختلف به‌ویژه عادت و کسب منفعت‌های اقتصادی حاصل از آن، به شکل مقطعی یا پایدار از دست‌فروشی دست نمی‌کشند. این دسته از دست‌فروشان امروز به‌سادگی نمی‌توانند این کار را رها کنند، چراکه به این شغل انس گرفته‌اند. برخی از اظهارات مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌ها به‌قرار زیر است:

«من نیاز مبرمی به درآمد این شغل ندارم ولی خب دیگه عادت کردم بهش» (۱-۷).
 «دست‌فروشی شغل بی‌دردسری هستش. نه مالیات میدی نه اجاره، راحت‌تر پول درمیاری» (۱-۵).
 «اوایل برای من کار تو این شغل خیلی سخت بود ولی وقتی که دیگه جا افتادم برام عادی شد. گفتم چرا ولش کنم. لااقلش پول توجیبی زن و بچه رو باهاش درمیارم» (۱-۱۰).

تفنن و سرگرمی. بنابر اظهار برخی از مشارکت‌کنندگان، عده‌ای دست‌فروشی را نه برای کسب سود و انگیزه‌های مالی، بلکه به‌عنوان راهبردی جهت پرکردن اوقات فراغتشان انتخاب کرده‌اند؛ به عبارت دیگر، برخی افراد به‌ویژه زنان، دست‌فروشی را وسیله‌ای برای گذران اوقات فراغت و گریز از فضای کسالت‌بار خانه می‌انگارند. آنها با دست‌فروشی به دنبال کاهش میزان افسردگی‌شان‌اند و از این راه می‌خواهند خلأهای روانی و عاطفی‌شان را پر کنند؛ بنابراین، در بیشتر مواقع کسب سود یا ضرر مالی برایشان اصلاً اهمیتی ندارد.

آینده‌نگری. دست‌فروشی یکی از آسان‌ترین و سهل‌الوصول‌ترین راه‌های کسب درآمد است که زمینه پس‌انداز جهت تأمین منابع مالی در مواقع بحرانی و نیاز را فراهم می‌سازد. نکته‌ای که باید در این خصوص مدنظر داشت این است که افرادی که با دید آینده‌نگرانه به دست‌فروشی اقدام می‌کنند، معمولاً رویکردی برنامه‌محور به این شغل دارند؛ بدین‌صورت که با اتخاذ راهبرد کامروایی معوق^۱ بهره‌گیری از مزایایی آنی

(حاصل از دست‌فروشی) خود را فدای آینده می‌کنند و منابع کسب‌شده را برای اهداف آینده که منافع به‌مراتب بیشتری به ارمغان می‌آورد ذخیره می‌نمایند (کوئن، ۱۳۸۸: ۳۲۳)؛ برای نمونه، برخی از پاسخگویان در این باره چنین اذعان کرده‌اند:

«دست‌فروشی خیلی کمک می‌کنه اگه زخمی به زندگی بخوره در حد خودش می‌تونه مرحم باشه» (۴-۳).
«کی از فرداش خبره داره؟! اگه اتفاقی فردا خدایی نکرده بیفته، دیگه کسی حامی کسی نیست، چون که الان واقعاً خیلی‌ها ندارن که کمک کنند» (۴-۱).
«هر کی باید به فکر فرداش باشه تا گرفتار نشه، درسته که من الان احتیاج ندارم ولی فردا چی؟» (۹-۱).
«اوایل که دست‌فروشی می‌کردم واقعاً به پولش نیاز داشتم ولی الان فقط برای پس‌انداز این کار رو می‌کنم» (۱۱-۱).

سوءاستفاده و طمع. در تعریف مفهوم دست‌فروشی در این پژوهش گفته شد که اگر دست‌فروشی از بعد منفی لحاظ گردد قطعاً شغلی کاذب است. بسیاری از افراد، با ارائه کالاهای نامرغوب، قاچاق و خارج از هنجارهای قانونی و کسب سودهای فراوان، زمینه سوءاستفاده و طمع‌ورزی غیراخلاقی از این شغل را فراهم می‌آورند (صرامی، ۱۳۷۲: ۹-۱۲). درواقع، سود کلان یا قابل‌توجهی که برخی از دست‌فروشان (به‌عبارت دیگر دست‌فروش‌نماها) از طریق ارائه یا فروش چنین کالا یا خدماتی کسب می‌کنند، زمینه سوء استفاده آنان از مشتریان را به اشکال مختلف فراهم می‌کند.

تنبلی و تن‌پروری. غلبه فرهنگ تنبلی سبب می‌شود بسیاری از دست‌فروشان هرگز جستجوی شغلی دیگر یا بهتر را تصور نکنند. این افراد همواره برای تغییر شغل در اضطراب و نگرانی به سر می‌برند، چراکه غلبه شک و تردید در وجود آنها و نیز نداشتن روحیه خطرپذیری، به‌سادگی اجازه تحصیل شغل دیگری را به آنها نمی‌دهد. در این زمینه افراد مورد مطالعه چنین اظهار داشته‌اند:

«از این بهتر دیگه چه کاری می‌تونستیم انجام بدیم» (۱-۱).
«حرفه چندان بلد نیست، این شغل که در دسر نداره چرا الکی ولش کنم» (۳-۱).
«ما همه راه‌ها رو رفتیم از این دیگه بهتر نمی‌شد، ما باید شکمون رو به طوری سیر می‌کردیم» (۸-۱).
«با این اوضاع اقتصادی اگه هر شغلی دیگری رو بزیم باز باید برگردیم دست‌فروشی. با این دست‌فروشی حداقل یه درآمد بخورونمیر در میاریم» (۱۲-۱).

ب) زمینه‌های ساختاری ایجادکننده دست‌فروشی از منظر دست‌فروشان

انتخاب دست‌فروشی به‌عنوان شغل، وابسته به زمینه‌هایی است که اقدام به این نوع فعالیت اقتصادی را محتمل می‌سازد. با توجه به اظهارات پاسخگویان، موارد متعددی را می‌توان در این خصوص مطرح کرد. یکی از مهم‌ترین زمینه‌های ساختاری در شکل‌دهی به دست‌فروشی، بیکاری و نداشتن شغل است. این دو

مؤلفه توأمان موجب ضعف مالی و دشواری تأمین معیشت در افراد می‌شود؛ بنابراین، انتخاب دست‌فروشی به‌عنوان شغل را برای فرد محتمل‌تر می‌سازد. البته در گیلان به‌دلیل وضعیت شغلی در این استان که عمدتاً بر کشاورزی و صیادی مبتنی است، بیکاری فصلی پدیده‌ای رایج است. کشاورزان و صیادان در برهه‌ای از ایام سال بیکارند؛ در نتیجه، زمینه‌های لازم جهت فعالیت‌های مبتنی بر دست‌فروشی برای پرکردن اوقات بیکاری و نیز کسب درآمد در بین آنها بسیار رایج است.

از سوی دیگر، از موارد مهم در ایجاد دست‌فروشی، نداشتن سرمایه‌های لازم یا کافی برای اشتغال در مشاغل دیگر است. این امر باعث شده است عده‌ای، از دست‌فروشی به‌عنوان شغلی یاد کنند که زمینه کسب سرمایه اولیه جهت انتخاب یا به‌دست‌آوردن شغل پذیرفته‌شده در اقتصاد رسمی را در آینده فراهم می‌آورد. بسیاری از کاسبان و مغازه‌داران فعلی، زمینه‌های اساسی شغلی‌شان را مدیون دست‌فروشی می‌دانند. از زمینه‌های ساختاری دیگری که به انتخاب دست‌فروشی از سوی شاغلان در این بخش منجر می‌شود، نداشتن تخصص و مهارت است. این مورد، دایره انتخاب مشاغل غیردست‌فروشی را برای افراد تنگ‌تر می‌کند، البته برخی از دست‌فروشان، اشتغال در دست‌فروشی را فرصتی برای مهارت‌اندوزی می‌انگارند و با کسب تجربه از این طریق، زمینه ورود به اقتصاد رسمی را برای خویش آسان‌تر می‌سازند.^۱ برخی از دست‌فروشان علی‌رغم اشتغال در شغل اولیه (پذیرفته‌شده در اقتصاد رسمی) به دلیل کافی نبودن درآمد شغل اول، دست‌فروشی را مکملی برای درآمد ناکافی‌شان می‌دانند. در اینجا سؤالی اساسی که مطرح می‌شود این است که چرا دست‌فروشی یکی از نخستین یا محتمل‌ترین انتخاب‌ها به‌عنوان شغل اول یا چندم برای بیکاران یا افراد با درآمد نامکفی است؟ در پاسخ باید گفت علت اساسی، درآمد مناسب‌تری است که این شغل با توجه به سطح سرمایه‌گذاری در مقایسه با سایر مشاغل دارد. ناتوانی جسمی، تأهل، بار تکلف و ورشکستگی نیز از جمله مواردی‌اند که بسترهای لازم را بر ایجاد این فعالیت فراهم می‌آورند.^۲ از آنجایی که لازمه وجودی انسان کار و اشتغال است، این افراد به دلیل شرایط خاص فیزیکی و اجتماعی‌شان چاره دیگری جز انتخاب این شغل ندارند. در شکل زیر این زمینه‌ها را- که بسیار درهم‌تنیده نیز هستند- می‌توان مشاهده کرد.

۱ برخی اظهارات مشارکت‌کنندگان در این زمینه از این قرار است:

«نباید دست‌فروشی رو با دید بدی دید، خیلی‌ها اول با دست‌فروشی شروع کردند» (۲-۲)

«من خیلی‌ها رو می‌شناسم که دست‌فروشی پله اول پرتاب آنها بود» (۳-۳)

«هر شغلی یه سرمایه‌ای می‌خواد، خب خیلی‌ها سرمایه الان شغلشون رو با دست‌فروشی جور کردند» (۳-۷)

۲ برای مثال، می‌توان به برخی از نقل‌قول‌های صاحب‌شوندگان در این خصوص اشاره کرد:

«شرایط جسمی و سنی من دیگه اجازه کار دیگری غیر از این [دست‌فروشی] را نمی‌ده» (۱-۴)

«من دیسک کمر شدید دارم دیگه نمی‌تونم مثل گذشته بنایی کنم، مجبورم که دست‌فروشی کنم» (۱-۶)

«با این همه سر عائله و نان‌خور ناچارند که چند تا شغل از جمله دست‌فروشی داشته باشند» (۲-۶)

«من روزها کارخانه‌ام و عصر تا شب دارم دست‌فروشی می‌کنم، چیکار کنم باید شکم زن و بچه رو سیر کنم» (۱-۷)

«من قبلاً روزگرم این‌طوری نبود و سر به اشتباه، همه زندگیم رو از دست دادم، الان تو خیابان دارم منت می‌کنم که از من بخرید» (۱-۱۰)

«من ناچارم این کار رو [دست‌فروشی] بکنم، چون که تمام سرمایه‌ام رو از دست دادم» (۱-۱۱)



شکل شماره ۱. زمینه‌های ساختاری ایجادکننده دست‌فروشی از منظر دست‌فروشان

زمینه‌های ایجادکننده دست‌فروشی از منظر خریداران

مشتریان یا خریداران از مهم‌ترین مؤلفه‌های شکل‌دهی به دست‌فروشی در سطح معابر عمومی‌اند. خریداران عوامل زیادی را به‌عنوان بسترهای ایجاد این نوع فعالیت عنوان کرده‌اند که در ادامه برخی از آنها ذکر شده‌اند:

تقاضا. در تئوری‌های اقتصادی معمولاً تقاضا به مقدار محصول یا خدمتی اطلاق می‌شود که برای خریداران مطلوب باشد. مقدار تقاضا به‌شدت تابع قیمت است. قانون تقاضا می‌گوید با ثابت‌بودن سایر عوامل، در قیمت‌های بالا تقاضا کمتر و در قیمت‌های پایین تقاضا بیشتر خواهد بود و برعکس، قانون عرضه می‌گوید که با ثابت‌بودن سایر شرایط، مقدار عرضه وابسته به قیمت است و در قیمت بالاتر عرضه بیشتر و در قیمت پایین‌تر عرضه کمتر خواهد بود؛ بنابراین، رابطه بین عرضه و تقاضا ریشه در نیروهای پشت پرده تخصیص منابع دارد (منکیو، ۱۳۸۷: ۲۵-۱۸). بسیاری از شهروندان به‌طور بالقوه و بالفعل با توجه به ظرفیت‌ها و تنوع محصولات دست‌فروشی، برای تهیه کالا یا خدمات از این طریق بهره می‌گیرند. دست‌فروشان برای مشتریان کالایی دارند که همه پیام‌های زنده‌دهنده درخصوص معایب خرید از دست‌فروشان هم نمی‌تواند قانعشان کند که از خرید آن به‌راحتی بگذرند. تنوع کالاها، ارزان‌بودن قیمت‌ها و دسترسی آسان برای مشتریان، زمینه دستیابی آسان و پاسخ‌دهی به تقاضاهای آنی یا آتی را فراهم می‌آورد و بدین‌ترتیب، هرروز سیلی عظیم از افراد به دست‌فروشی گرایش پیدا می‌کنند. اظهارات برخی از اطلاع‌رسان‌ها دراین‌خصوص قابل‌تأمل است:

«مغازه‌دارها همین‌جوری برای خودشان قیمت می‌گن، آدم نمی‌تونه اعتماد کنه، مجبور میشه از دست‌فروش بخره» (۲-۵).

«مردم دستشون خیلی تنگه، باید دخل و خرجشون رو تنظیم کنند، خرید از دست‌فروش‌ها بیشتر می‌صرفه، چون ارزون میدن» (۲-۹).

«دستفروشی مال امروز و دیروز نیست... دستفروشی کمک می‌کند به اونا تا زندگی‌شون را بچرخوند» (۱۰-۲).

نیاز. بسیاری از خریداران کالاهای عرضه‌شده توسط دستفروشان، افرادی تنگدست‌اند که به‌ناچار می‌بایست کالاهای با کیفیت پایین‌تر و قیمت ارزان‌تر تهیه نمایند که این نیاز را فروشندگان خیابانی به‌راحتی پاسخ می‌دهند؛ به‌عبارت‌دیگر، دستفروشان به دلیل اینکه هزینه‌های مربوط به اجاره ملک، عوارض و مالیات پرداخت نمی‌کنند، معمولاً کالایشان را با قیمتی پایین‌تر از مغازه‌ها عرضه می‌کنند. آنها حتی تخفیف هم می‌دهند تا بتوانند در پایان کار روزانه، فروششان را تکمیل کنند و دوباره مجبور نباشند اجناسشان را به خانه برگردانند. این امر موجب استقبال قشر متوسط و پایین جامعه از این فعالیت می‌شود. ازسوی‌دیگر، در دوران رکود اقتصادی و کاهش قدرت خرید، یکی از گزینه‌های در دسترس افراد جهت تهیه محصولات و خدمات موردنیاز، استفاده از کالاهایی است که دستفروشان مستقر در کوچه‌ها و خیابان‌های شهری ارائه می‌کنند. همچنین سیطره فرهنگ عجله و آسان‌نبودن خرید در فروشگاه‌ها و مغازه‌های سطح شهر (بر اثر مسائلی نظیر پراکندگی کالاهای عرضه‌شده و نیز سنگین‌بودن ترافیک در بسیاری از شهرها به‌خصوص کلان‌شهرها)، دستفروشی به‌دلیل موقعیت مکانی مناسب و نیز ارائه بسیاری از محصولات در یک خیابان محدود و در زمان مناسب و نیز انتخاب صحیح کالا، به مشتریان نیازمند یاری می‌رساند؛ بنابراین، سهولت دسترسی خریداران به دستفروشان، احتمال شکل‌دهی و حتی رشد آن را در سطح جامعه بیشتر می‌کند. در شکل زیر می‌توان زمینه‌های شکل‌دهی نیاز مشتریان برای خرید از دستفروشان را مشاهده کرد.



شکل شماره ۲. زمینه‌های ایجادکننده دستفروشی از منظر خریداران

ترحم. دست‌فروشان اقشار مختلفی را دربرمی‌گیرند که برخی از آنها احساسات و عواطف مشتریان خیابانی را تحریک می‌کند. در بین دست‌فروشان فقرا، کودکان، سالخوردگان، معلولین و بیماران هستند که گاهی به حس نوع‌دوستی افراد جهت خرید از کالاها یا خدمات عرضه‌شده دامن می‌زنند و بدین طریق نمادهای مستحکمی از همبستگی اجتماعی را در جامعه شهری پدیدار می‌آورند. تقریباً خریدارانی که در این پژوهش با آنها مصاحبه شده است، تأکید داشتند در برخی مواقع از دست‌فروشان به‌دلیل ترحم خرید می‌کنند:

«دست‌فروشان هستند که با سلیلی صورتشون را سرخ می‌کنند. باید کمکشون کرد وگرنه ممکنه که به هزار کار خلاف بيفتنند» (۱-۲).

«خیلی‌ها هستند برای اینکه گدایی نکنند دارند دست‌فروشی می‌کنند. به نظر من باید دست اینا رو گرفت» (۱-۲).

«بعضی‌ها از سر ناچاری میان تو این شغل. به نظر من این دسته از دست‌فروشان آدم‌های شریفی هستند و باید حمایتشون کرد» (۱-۲).

زمینه‌های ترغیب‌کننده فعالیت دست‌فروشی

دست‌فروشی و تداوم آن در بستر تاریخ یا تنوع‌یابی و ایجاد شکل‌هایی جدید از آن یقیناً به این دلیل است که این شغل جذابیت‌ها یا زمینه‌هایی ترغیب‌کننده برای فعالانش داشته است که در ادامه بخشی از آنها تشریح شده‌اند:

سهولت کار. دست‌فروشی، ازجمله مشاغل آسانی است که همواره افراد جویای کار به‌عنوان یکی از گزینه‌های دردسترس از آن بهره می‌برند. این فعالیت اقتصادی به دلیل تفاوت‌هایش با مشاغل همچون عدم‌نیاز به تخصص یا مهارت و گذراندن دوره‌های آموزشی پیچیده، عدم‌تأثیر سابقه کار در انتخاب شغل و سبک‌بودن کار (عاری‌بودن از هرگونه فعالیت شدید بدنی و سختی‌های ناشی از آن) فرصتی برای برخی افراد، جهت کسب معاش آسان فراهم می‌آورد.

جایجایی آسان مکانی. دست‌فروش، فروشنده‌ای است که مکان ثابت و دائمی ندارد و به‌راحتی می‌تواند از جایی به جای دیگر برود. علت این جابه‌جایی سریع و آسان، کالا و خدمات محدود و قابل‌حملی است که اکثر دست‌فروشان با خود به همراه دارند و نیز هزینه‌برنبودن مکان تصرف‌شده توسط آنهاست. این مزیت‌ها سبب می‌شود آنها همواره با توجه به شرایط مکانی به‌دنبال بیشترین مشتریان جهت فروش محصولات و خدماتشان باشند.

ارائه کالاهای متنوع و خاص. معمولاً دست‌فروشان کالاها و خدماتی عرضه می‌کنند که به شکل بالقوه برایشان مشتریانی وجود دارد. ارزان‌بودن، موردنیازبودن و نیز نایاب‌بودن کالاها ازجمله مواردی‌اند که خریداران را به‌سوی دست‌فروشان می‌کشاند. دست‌فروشان از خواروبار و نیازهای خوراکی روزانه گرفته تا

لوازم خانگی، قطعات صنعتی و دارو عرضه می‌کنند. بسیاری از کالاهای عرضه‌شده ازسوی آنها، به دلایلی همچون جدیدبودن و نایاببودن، مشتریان خیابانی را به سهولت به سمت خود جذب می‌کند.

کسب درآمد آسان. دست‌فروشی ازجمله مشاغلی است که معمولاً به دلیل ماهیتش و شیوهٔ ارائهٔ محصولات و خدمات خود به‌سرعت به فروش و کسب درآمد منجر می‌گردد و همین عامل بسیاری افراد را به فعالیت در این شغل ترغیب می‌کند.

عدم‌نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان. دست‌فروشی ازآنجاکه فقط بخشی کوچک از فضاهای عمومی را می‌تواند اشغال نماید به‌ناچار می‌بایست کالاها و خدمات بسیار محدودی را ارائه کند. این امر موجب می‌شود میزان سرمایه‌گذاری در آن پایین باشد. البته باید تأکید نمود نیاز به سرمایه‌های محدود، دامنهٔ فعالیت در این شغل را گسترده‌تر می‌کند، چراکه هر فردی با هر سطح توان اقتصادی می‌تواند به آن بپردازد. ازسوی دیگر، آسیب‌های ناشی از عدم کسب منفعت اقتصادی را به دلیل سرمایه‌گذاری کم، بسیار کمتر یا ناچیز می‌نماید.

فاقد رسمیت. این خصیصه توأمان می‌تواند به‌عنوان یک مزیت یا یک نقیضه در دست‌فروشی مطرح شود. رسمیت‌نیافتن این شغل سبب شده است دست‌فروشان مالیات، عوارض و اجارهٔ مکان نپردازند؛ درنتیجه، کالاهای خود را ارزان‌تر از مجاری رسمی به بازار ارائه نمایند و بدین طریق مشتریان زیادی را به سمت خود جذب کنند. ازسوی دیگر، رسمی‌نبودن این‌گونه مشاغل سبب می‌شود نظارت و کنترلی دقیق بر عرضه و کمیت کالا نزد دست‌فروشان صورت نگیرد.

انعطاف‌پذیری. این ویژگی معمولاً در دو حالت انعطاف‌پذیری در زمان فعالیت و نیز انعطاف‌پذیری در جابه‌جایی و تغییر شغل نمود پیدا می‌کند. انعطاف‌پذیری در زمان فعالیت بدان معناست که این شغل هیچ‌گونه محدودیت زمانی ندارد و معمولاً پاره‌وقت‌بودن یا زمان کم حضور، اختلالی در ماهیتش ایجاد نمی‌کند؛ به‌عبارت دیگر، باید گفت انعطاف‌پذیری زمانی سبب می‌شود تنظیم ساعات کاری در اختیار شخص باشد و بدین طریق این امکان برای برخی از افراد فراهم می‌آید که بتوانند پس از فراغت از فعالیت‌های مختلف (همچون مشاغل دیگر یا تحصیل) به دست‌فروشی مشغول شوند. ازسوی دیگر، در این شغل به‌دلیل محدودیت عرضهٔ کالا و سرمایه‌گذاری، فرد به‌آسانی با توجه به علاقه و شدت تقاضا می‌تواند نوع کالا یا جنس فروشی خود را تغییر دهد؛ بنابراین، جابه‌جایی و تغییر شغل در آن راحت و سهل است و پیامدهای اقتصادی منفی کمتری برای فرد به بار خواهد آورد.

خویش‌فرمایی. نوعی از اشتغال مبتنی بر استقلال کاری است که در آن، فرد برای خود کار می‌کند و کارفرمای خویش است (جوینس و وایک^۱، ۱۹۹۶: ۳۱). دست‌فروشی نیز در زمره فعالیت‌های اقتصادی‌ای قرار می‌گیرد که جنبه خوداستخدامی و خودرئیزی دارد. فرد در این نوع مشاغل کمتر زیر سلطه کارفرما قرار می‌گیرد و با آزادی عمل با تکیه بر توان مدیریتی و استعداد اقتصادی خویش برحسب اصل خوداتکایی به دنبال کسب درآمد است. البته برخی از دست‌فروشان هستند که به شکل منفرد یا گروهی به عنوان کارگر روزانه یا دائمی کالاها یا محصولات دیگران را می‌فروشند و لاجرم چندان آزادی عمل ندارند و به نوعی وابسته به کارفرمای خویش‌اند.

نبود محدودیت سنی و جنسیتی. گستره سنی و جنسیتی این فعالیت اقتصادی بسیار وسیع است. این امر بیش از هر عامل دیگری جذابیت‌های شغلی یا امکان روی آوردن به این شغل را از جانب هر فردی محتمل‌تر می‌سازد. دست‌فروشی تابع محدودیت‌های سنی نیست و افراد می‌توانند در هر گروه سنی بدان بپردازند. از طرف دیگر، دست‌فروشی از جمله مشاغلی است که بر محدودیت‌های جنسیتی مبتنی نیست. در بستر فضاهای عمومی به وضوح می‌توان مشاهده کرد که زنان دوشادوش مردان و بعضاً در برخی موارد بیشتر و فعال‌تر از آنها آزادانه به دست‌فروشی مشغول‌اند.

زمینه‌های تشدیدکننده پدیده دست‌فروشی

از نگاه برخی مدیران و حتی سایر گروه‌های درگیر با پدیده دست‌فروشی، برخی از مؤلفه‌ها در سطوح خرد و کلان سبب می‌گردد اقدام به فعالیت دست‌فروشی یا حمایت از آن در جامعه تشدید شود و بدین صورت ماندگاری آن در سطح جامعه بیش از پیش تضمین گردد. برخی از مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

نبود توجه اصولی به بخش‌های اقتصادی. بخش خدمات روزبه‌روز گسترده‌تر می‌شود و از سوی دیگر، شرایط برای دلالتی و واسطه‌گری بسیار مهیاست؛ در نتیجه، زمینه برای رشد مشاغل غیررسمی و به طور خاص دست‌فروشی بسیار آماده است؛ به عبارت دیگر، تداوم دست‌فروشی، مولود کارکردهای نامناسب بخش‌های اقتصادی است. زمانی که سیستم‌های رسمی اقتصادی، کارایی یا توان لازم برای سرزندگی حیات اقتصادی جامعه و افراد را نداشته باشند، افراد به شکل خودکار برای بقای خویش، اقدام به ایجاد و گسترش مشاغل غیررسمی (به طور ویژه دست‌فروشی) می‌کنند.

فقدان ظرفیت‌های شغلی مناسب. وقتی زمینه‌های یافتن شغل برای افراد جویای کار در بخش رسمی فراهم نباشد به یقین چاره‌ای جز اشتغال در بخش غیررسمی نمی‌ماند. آمارها درباره میزان بیکاری در کشور و استان گیلان بسیار متناقض است اما آنچه کاملاً قابل لمس است این است که دست‌فروشی نوعی

تحمیل اشتغال است؛ بدان معنا که بسیاری از نهادها و بنگاه‌های اقتصادی، توان جذب لشگر بیکاران را ندارند. حال وقتی که میزان بیکاران در جامعه و کشور سیر صعودی دارد یا در حد بالایی است، انتخاب اجباری مشاغل غیررسمی و دست‌فروشی دور از انتظار نخواهد بود.

برخوردهای قهری و سلبی. شایع‌ترین نوع برخورد با پدیده دست‌فروشی در کشور، استفاده از روش‌های قهری و سلبی است. به‌کارگیری این روش جدا از هزینه‌های زیاد برای شهرداری‌ها و سیستم‌های قضایی، هرگز نتوانسته است چاره‌اندیشی مناسبی برای حل بحران دست‌فروشی باشد، به‌غیراز اینکه گستره آن را فراخ‌تر نموده است؛ به عبارت دیگر، با توجه به وجود نظام تنبیهی که در زمینه مقابله با دست‌فروشان از سوی شهرداری‌ها اعمال می‌شود، همچنان مشاهده می‌کنیم که نه تنها از تعداد دست‌فروشان کاسته نشده است، بلکه روزبه‌روز بر شمار آنها افزوده می‌شود. درواقع، سرکوب و برخوردهای قهری جز نتیجه معکوس، چیزی دیگری در بر نداشته است.

نبود مدیریت صحیح بازار و نظام دادوستد شهری. اصولاً در بسیاری از شهرها نظام دادوستد شهری از تنظیم یا سامان‌دهی مناسب برخوردار نیست. سازمان‌هایی از قبیل اصناف، تعزیرات، بهداشت، صنعت، معدن و تجارت، شهرداری‌ها و غیره هرکدام به طریقی که در بیشتر اوقات با یکدیگر هماهنگ نیستند، برخوردهای متفاوتی با بازار شهری دارند و این نابسامانی سبب شده است بسیاری از مغازه‌داران به‌خصوص مغازه‌داران ضعیف که بار سنگین اجاره مغازه، مالیات و عوارض و سایر هزینه‌ها را بر دوش می‌کشند، به دلیل نبود مدیریت صحیح بازار توان پایداری در این گونه مشاغل را نداشته باشند و کشان‌کشان یا دوان‌دوان به دست‌فروشی روی آورند. مسائلی همچون افزایش مالیات و عوارض، رشد قارچ‌گونه هایپرمارکت‌ها، اجاره‌بهای سنگین، افزایش هزینه‌های انشعابات آب، برق، گاز و تلفن، سختی و دشواری گرفتن جواز کسب، حراجی‌های بی‌برنامه و غیره همه دست به دست هم می‌دهند تا مشاغل رسمی و کوچک تازه شکل گرفته در بازار شهری چندان تاب و تحمل این آشفتگی‌ها را نداشته باشند؛ به سخنی دیگر، نبود ساماندهی مناسب دست‌فروشان و نیز نبود کنترل و نظارت صحیح در نظام بازار شهری، تقاضا برای ورود به دست‌فروشی را تقویت می‌کند.

عادت به خرید کالای ارزان قیمت. یکی از زمینه‌های فرهنگی مهم در تشدید دست‌فروشی، تمایل یا عادت نهادینه شده در فرهنگ ایرانی برای خرید کالاهای ارزان قیمت است. می‌توان گفت بسیاری از افراد به دلیل بی‌اعتمادی به برخی از مراکز خرید رسمی یا ضعف نظارت نهادهای رسمی بر قیمت کالاها، دست‌فروشان را فروشندگان منصف و دارای کالاهای با ارزان قیمت می‌انگارند؛ بنابراین، برای خرید به آنها مراجعه می‌کنند. قیمت نهایی کالاهای دست‌فروشان به دلیل پرداخت نکردن هزینه‌های جانبی و در نتیجه کم‌تر بودن هزینه‌ها پایین‌تر از مشاغل هم‌تراز رسمی است. پس پاسخگوی مناسب و دردسترس

برای آن دسته از خریدارانی است که در جستجوی کالاهای با قیمت مناسب‌اند. نقل‌قول‌های دو تن از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص قابل توجه است:

«من همیشه قبل از خرید قیمت‌هاشو بررسی می‌کنم. وقتی ببینم دست‌فروش از همه ارزون‌تر میده
خب از اون می‌خرم» (۲-۷).

«مغازه‌دارها با قیمت‌هاشون دارند مشتری‌ها رو به سمت دست‌فروش‌ها می‌کشوند» (۳-۴).

ناتوانایی از تأمین نیازهای معیشتی و رفاهی. علت اقدام به دست‌فروشی در بین بسیاری از کسانی که به این فعالیت روی می‌آورند، نیافتن راهکاری مناسب یا جایگزین برای تأمین نیازهای ضروری‌شان است. از سوی دیگر، بسیاری از خریداران به دلیل نداشتن تمکن مالی، خرید از دست‌فروشان را راهکاری مناسب برای تأمین کالاهای اساسی و موردنیاز خود و خانواده‌شان می‌دانند.

پذیرش فرهنگ دست‌فروشی. اگر در سطحی عمیق به پدیده دست‌فروشی بنگریم، متوجه می‌شویم که در فرهنگ ما و در نگاه بسیاری از افراد، دست‌فروشی پدیده‌ای غیراخلاقی یا قبیح نیست. فرهنگ خریدوفروش از دست‌فروش در جای‌جای کشور ما در بستر تاریخی نهادینه شده است. قدمت و سابقه طولانی دست‌فروشی سبب شده است دیگر نتوان آن را پدیده‌ای غیررسمی در اقتصاد عنوان کرد؛ به عبارت دیگر، هرچند در قوانین کشور جایگاهی مشخص برای دست‌فروشی لحاظ نشده است اما در عرف و ارزش‌های جامعه، دست‌فروشی کاملاً پذیرفته شده است. حال وقتی که جامعه دست‌فروشان را می‌پذیرد و وجود آنها را نه تنها مایه تخریب فرهنگی خویش، بلکه بخشی از فرهنگ خود می‌انگارد مبارزه و سرکوب آن بی‌نتیجه خواهد ماند.

حمایت‌های ضمنی و آشکار خریداران، رسانه‌ها و ذی‌نفوذان از دست‌فروشان. یکی از بسترهای جدیدی که در رشد دست‌فروشی بسیار اثرگذار است حمایت گروه‌های مدنی یا افراد ذی‌نفوذ، برخی خریداران و به‌ویژه رسانه‌های مختلف از فعالیت‌های آنهاست. عملکرد این دسته از افراد و نهادها موجب شده است هرگونه مقابله یا حتی طرح‌های سامان‌دهی دست‌فروشان در بسیاری از مواقع با شکست روبرو شود. دست‌فروشی از آنجاکه برای مصرف‌کنندگان و خریداران سودمند است همواره حمایت آنها را در پی دارد؛ بنابراین، با وجود چنین حامیان قوی، جلوگیری از رشد و توسعه دست‌فروشی آسان نخواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بستر شکل‌گیری دست‌فروشی در چارچوب سه دسته زمینه شکل‌دهنده، ترغیب‌کننده و تشدیدکننده، ویژگی‌هایی منحصربه‌فرد به این پدیده در جامعه شهری بخشیده است. این زمینه‌ها دست‌فروشی را به پدیده‌ای پیچیده بدل کرده‌اند که ضمن برخورداری از کارکردهای مختلف در حیات شهری، پیوسته به شکلی متنوع و افسارگسیخته در سیمای شهری رشدی ناهمگون و در برخی

موارد وسیع دارد. طبق نتایج تحقیق آنچه باعث ظهور و گسترش دستفروشی شده است، زمینه‌های متنوع و خاص این پدیده در زیست شهری بوده است که به خلق کارکردهایی ویژه و تضادگونه در سطح شهر رشت انجامیده است؛ به عبارت دیگر، شهر رشت پیوسته در معرض هجوم بی‌حدوحصر دستفروشان قرار دارد که فعالیت‌هایشان تبعات مثبت و منفی گوناگونی برای این شهر داشته است. پژوهشگرانی که با دیدگاهی مثبت به این پدیده نگرسته‌اند تأکید می‌کنند که دستفروشی، کارکردهای گوناگونی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی دارد، به نحوی که از منظر اقتصادی، دستفروشی التیام‌بخش بحران‌های اقتصادی در جامعه و مشکلات مالی افراد است. همچنین از منظر اجتماعی، سطح آسیب‌ها و انحراف اجتماعی را به دلیل اشتغال افراد کاهش می‌دهد. از منظر فرهنگی نیز با ارائه محصولات بومی و صنایع دستی، ظرفیت‌های فرهنگی و بومی را به نمایش می‌گذارد و در نهایت، از منظر سیاسی زمینه‌های انسجام و وحدت جامعه را فراهم می‌سازد. این کارکردها به نحوی در نتایج این تحقیق نیز محرز بوده‌اند. اما در کنار اثرات مثبتی که دستفروشی از طریق زمینه‌های مختلف شکل‌گیری‌اش دارد، اثرات منفی‌اش نیز از درون زمینه‌های مختلف ایجاد آن کاملاً قابل مشاهده است. این اثرات منفی را در شهر رشت می‌توان تحت عناوین متعدد همچون ایجاد سد معبر، زشت کردن سیمای شهری، ایجاد انواع آلودگی‌های زیست‌محیطی، بروز انواع مخاطرات امنیتی (تکدی‌گری، کیف‌قاپی، جیب‌زنی و قاچاق مواد مخدر)، تولید زباله، فرار از مالیات، فروش و عرضه کالاهای نامرغوب و غیرمجاز، اختلال در کسب‌وکار واحدهای صنفی و غیره بیان کرد.

با وجود همه پیامدهای منفی این پدیده در سطح شهر، باید گفت دستفروشان بخش فعال و پرجنب‌وجوش اقتصاد غیررسمی شهری‌اند که دسترسی به طیفی گسترده از کالاها و خدمات را در فضای عمومی برای مردم فراهم می‌آورند؛ بنابراین، خود را همچون یک ضرورت متبلور کرده است؛ به بیان دیگر، بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که دستفروشی هرچند یک پدیده خوشایند اقتصادی نیست اما تأکید می‌ورزند که باید آن روی سکه را هم دید (روئور و اسکینر^۱، ۲۰۱۴: ۲). در بسیاری از موارد، دستفروشی راه‌حلی شرافتمندانه است که اقشار فرودست جامعه برای گذران زندگی‌شان به‌جای شیوه‌های نامناسب دیگر برمی‌گزینند (دراکاکیس و دیوید، ۱۳۷۷: ۱۸۹). عمده‌تاً چون برای این بخش از جامعه فرصت‌های شغلی در بخش امن و رسمی اقتصاد فراهم نیست، آنها مجبورند در بخش غیررسمی و به‌طور خاص دستفروشی مشغول شوند (بهومیک، ۲۰۰۵: ۲۲۵۸).

نکته قابل‌تأمل این است که به نظر می‌رسد در کنترل یا مهار دستفروشی، بیش از آنکه پیامدها یا نتایج آن مهم باشد، رشد ناهمگون و افسارگسیخته دستفروشی به دلیل بسترها و زمینه‌های متعدد بروز آن حائز اهمیت است. بسیاری از مشارکت‌کنندگان در این تحقیق اصرار داشتند که فرازوفرودهای گوناگون

اقتصادی در ایران سبب شده است دست‌فروشی به‌عنوان یک راه‌حل مبارزه با فشارهای اقتصادی نمود پیدا کند؛ به‌عبارت‌دیگر، ناتوانی دولت‌ها در ایجاد شغل و دلسردشدن افراد از یافتن یک موقعیت شغلی مناسب (به‌ویژه برای جوانان جویای کار) و نیز کافی‌نبودن دستمزدها در چند سال گذشته، به رشد انفجارگونه دست‌فروشی در سطح خیابان‌ها یا فضاهای شهری منجر شده است.

رشد دست‌فروشی هرچند ممکن است در کوتاه‌مدت اثراتی مطلوب داشته باشد اما به‌یقین در میان‌مدت و بلندمدت مدیریت شهری را با بحران‌ها و معضلات زیادی روبرو خواهد کرد؛ پس برای برخورد اثربخش با دست‌فروشی باید همواره تلاش نمود. البته باید این نکته را هم مدنظر داشت که در کنار افزایش فعالیت‌های دست‌فروشی، مواردی همچون سهولت کار، جابجایی آسان مکانی، امکان ارائه کالاهای متنوع و خاص، کسب درآمد آسان، عدم‌نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان، رسمی‌نبودن، خویش‌فرمایی، انعطاف‌پذیری و نبود محدودیت سنی و جنسیتی سبب می‌شود دست‌فروشی به اشکال مختلف و در زمینه‌هایی متنوع بروز پیدا کند که می‌تواند مدیریت شهری را با چالش‌هایی جدی‌تر مواجه نماید.

یافته‌های این پژوهش، همسو با نتایج برخی مطالعات دیگر (صالحی‌فرد، ۱۳۸۸؛ کلدی و شفائی‌زاده، ۱۳۷۹؛ حسن و علم، ۲۰۱۵؛ بهومیک، ۲۰۰۵)، گسترش دست‌فروشی را به‌مثابه یک مسکن در اقتصاد می‌داند که برای سامان‌دهی آن هرچه زودتر باید تدابیری اندیشید. تدبیر مناسب برای استفاده از ظرفیت‌های مثبت دست‌فروشی در مدیریت شهری زمانی تحقق خواهد یافت که شناختی مطلوب از دست‌فروشی کسب گردد؛ به‌عبارت‌دیگر، دست‌فروشی زائیده مسائل عدیده‌ای است که برای کاهش آن، در گام نخست می‌بایست به دلایل گسترش این پدیده یا زمینه‌های مختلف بروز آن در جوامع شهری نظر کرد. درواقع، اگر بتوان ماهیت و زمینه‌های وقوع برکنش‌های حاصل از دست‌فروشی را شناسایی نمود به‌یقین می‌توان با مهار دست‌فروشی، برنامه‌ریزی‌های مؤثر، مدیریت صحیح و اقدامات متناسب را در این زمینه اتخاذ کرد.

البته باید دقت داشت که با توجه به ویژگی‌های مختلف جغرافیایی و فرهنگی در ایران، زمینه‌های شکل‌گیری دست‌فروشی نیز می‌تواند متعدد و متفاوت باشد. همچنین باید تأکید نمود که یکی از دلایل اساسی ثمربخش‌نبودن بسیاری از مطالعات مرتبط با دست‌فروشی، عدم‌توجه به همه گروه‌های درگیر با این پدیده بوده است. به‌طورکلی، برحسب استنتاج‌های نظری حاصل‌شده از این پژوهش باید گفت که برای شناخت و بررسی مطلوب ابعاد و ظرفیت‌های گوناگون دست‌فروشی می‌بایست دست‌فروشی را از منظر تمامی افراد درگیر در آن از قبیل دست‌فروشان، مدیران، مأموران، مغازه‌داران، عابران و خریداران مورد توجه قرار داد. با مقایسه دیدگاه‌های گوناگون افراد درگیر با این پدیده به شکل خاص می‌توان نتایجی قابل‌توجه ارائه داد و ظرفیت‌ها یا مضرات دست‌فروشی را جامع‌تر تبیین کرد.

منابع

- اکبری، علی اکبر (۱۳۵۸). لمپنیسم و انقلاب ایران. *اندیشه آزاد*، شماره ۶: ۴۹-۴۳.
- بیات، آصف (۱۳۹۱). *سیاست‌های خیابانی: جنبش تهی‌دستان در ایران*. ترجمه: اسدالله نبوی چاشمی. تهران: پردیس دانش.
- دراکاکیس، اسمیت و دیوید، ویلیام (۱۳۷۷). *شهر جهان‌سومی*. ترجمه: فیروز جمالی. چاپ اول. تهران: نشر توسعه.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷). *لغت‌نامه*. زیر نظر محمد معین و سیدجعفر شهیدی. جلد ۸. تهران: دانشگاه تهران.
- رنانی، محسن؛ اربابیان، شیرین و میرزایی، محمد (۱۳۹۰). شناخت ساختار اشتغال زنان در بخش غیررسمی کشور. *تحقیقات توسعه اقتصادی*، شماره ۱: ۶۲-۳۸.
- شفیعی ماسوله، سیدرضا (۱۳۹۴). *بررسی وضعیت دست‌فروشان خیابانی و سیاست‌های مدیریت شهری؛ مورد مطالعه: شهر رشت*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه گیلان.
- شبخی، محمد (۱۳۶۹). *علل و پیامدهای دست‌فروشی. اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۳۵: ۷۰-۶۶.
- صادقی فسایی، سهیلا و آجرلو، فاطمه (۱۳۹۱). تبیین جامعه‌شناختی گرایش زنان به دست‌فروشی (مطالعه موردی زنان دست‌فروش در مترو). *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی*، دوره ۱۹، شماره ۱: ۱۲۲-۷۹.
- صادقی نایینی، حسن؛ جعفری، حمیدرضا و صالحی، اسماعیل (۱۳۸۶). *فروشنندگان سیار خیابانی: منابع سیار مولد آلودگی صوتی یا تأمین‌کنندگان مایحتاج شهروندان*. اولین کنفرانس مهندسی برنامه‌ریزی و مدیریت سیستم‌های محیط‌زیست، تهران، دانشگاه تهران، دانشکده محیط‌زیست.
- صالحی فرد، محمد (۱۳۸۸). *پدیده دست‌فروشی- پدیده قاچاق کالا، تعاملات و آثار: مورد مطالعه دست‌فروشان شهر مشهد*. مشهد: شهرداری مشهد.
- صرامی، حسین (۱۳۷۲). *بررسی مشاغل غیررسمی (بیکاری، نه کاری، ناکاری)*. اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان.
- طالب‌پور، اکبر (۱۳۹۴). تبیین جامعه‌شناختی گرایش به دست‌فروشی: پژوهشی کیفی (مطالعه موردی درباره مردان دست‌فروش بازار و مترو در شهر تهران). *معرفت فرهنگی و اجتماعی*، سال ۶، شماره ۳ (پیاپی ۲۳): ۱۶۳-۱۴۱.
- عرب مازار یزدی، علی (۱۳۸۶). *اقتصاد سیاه در ایران*. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- کلدی، علیرضا و شفق‌زاده، نسرين (۱۳۷۹). بررسی رابطه ساختار اجتماعی و رفتار نابهنجار اجتماعی در محدوده میدان آزادی تهران، *شناخت*، شماره ۲۸: ۱۷۹-۱۵۸.
- کوئن، بروس (۱۳۸۸). *مبانی جامعه‌شناسی*. ترجمه: غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۶). *گزارش واکاوی افزایش اشتغال در سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۶*، تهیه و تدوین: فاطمه عزیزی و سیدهدادی مسوی نیک، تهران: معاونت پژوهش‌های اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- منکیو، گریگوری (۱۳۸۷). *مبانی علم اقتصاد*. ترجمه: حمیدرضا ارباب. تهران: نشر نی.

- نواح، عبدالرضا؛ حسین‌زاده، حسین و درویشی، نسرين (۱۳۸۶). بررسی علل گرایش به مشاغل کاذب در شهر اهواز. *مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)*، جلد ۲۸، شماره ۷: ۱-۱۶.
- هاروی، دیوید و مری‌فیلد، اندی (۱۳۹۱). حق به شهر: ریشه‌های شهری بحران‌های مالی. ترجمه: خسرو کلانتری. تهران: مهر ویستا.
- Adhikari, Dipak Bahadur (2011). Income generation in informal sector: A case study of the street vendors of Kathmandu Metropolitan City. *Economic Journal of Development*, 13&14 (1-2): 1-14.
- Bhowmik, S. K. (2005). Street vendors in Asia: A Review. *Economic and Political Weekly*, 40 (22/23): 2256-2264.
- Charmaz, K. (2000). Grounded Theory: Objectivist and Constructivist Methods. In Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, 2nd edition, pp. 509- 535.
- De Soto, H (1989). *The Other Path: the Invisible Revolution in th. third World*. New York: Harper and Row.
- Heinonen, U. (2008). The Hidden role of Informal Economy: is Informal Economy Insignificant for Phnompenh's development. Modern myths of the Mekong, 123-132. <http://www.water.org/>.
- John Albert, Gaber (1993). *Manhattan's 14th Street Vendors Market: An Analysis of the Informal Economy*. Columbia University, ProQuest Dissertations Publishing.
- Joyce, P. J., & Voytek, K. P. (1996). Navigating the new workplace. *Journal of Vocational Education*, 71 (5): 30-32.
- Njaya, Tavonga (2015). Strategies for Daily Survival: The Role of Social Capital among Street Vendors of Harare Metropolitan. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, Volume 20, Issue 7, Ver. II: 98-105.
- Palacios, Rosario (2016). The New Identities of Street Vendors in Santiago. *Chile, Space and Culture*, Vol. 19 (4): 421-43.
- Recio, R. B., & Gomez Jr, J. E. A. (2013). Street Vendors, their Contested Spaces, and the Policy Environment: A view from Caloocan, Metro Manila. *Environment and Urbanization Asia*, 4 (1): 173-190.
- Roeveer, Sally & Skinner, Corrarino (2016). Street Vendors and Cities. *Environment & Urbanization (IIED)*, 28 (2): 359-374.
- Tao, Yang (2002). *A Study on Street Vendor in Beijing Based on Urban Design*, Tsinghua University (People's Republic of China). ProQuest Dissertations Publishing. H102062. Degree ADV DEG.
- Timalisina, Krishna Prasad (2012). Contextualizing Livelihood: Livelihood Of Street Vendors In the Urban Areas of Kathmandu Metropolitan City, Nepa. *International Journal of Politics and Good Governance*, 3 (3.1): 1- 24.
- Yatmo, Y. A. (2009). Perception of Street Vendors as 'Out of Place' urban Elements at Day Time and Night Time. *Journal of Environmental Psychology*, 29 (4): 467-476.