



خوب و بد شب بازارها در اقتصاد شهری

رضا آرمانیان | مسئله دست‌فروشی و بساط کردن در معابر عمومی یکی از دغدغه‌های قدیمی مدیران شهری است. روی دیگر سکه آن است که اولاً مردم به‌ویژه کمتر برخوردار جامعه به دلیل ارزان‌تر بودن کالاهای این فروشندگان که از عدم پرداخت هزینه‌های سربار مانند اجاره، قبوض و مالیات ناشی می‌شود تمایل به خرید از آنها دارند و از سوی دیگر معمولاً این فروشندگان از اقشار ضعیف جامعه هستند که سرمایه لازم برای فعالیت در یک مغازه و توانایی کافی برای پرداخت هزینه‌های آن را ندارند و مسئولیت اجتماعی ایجاد می‌کند برای این افراد که به دنبال کسب و کار حداقلی هستند و برای آن تلاش می‌کنند فکری کرد. شب بازار راه‌حلی است که تا حدودی اشکالات این نوع فروشندگی را کاهش می‌دهد و در عین حال فرصت‌های آن را برای افراد کمتر برخوردار، حذف نمی‌کند. در گزارش زیر به این موضوع خواهیم پرداخت.

شب بازار در دنیا؛ جاذبه گردشگری

بازار شب یا شب‌بازار نوعی بازار است که شباهت بسیار به بازار روز دارد با این تفاوت که زمان برپایی آن در شب است، محل تشکیل این بازارها معمولاً کشورهای جنوب شرق آسیا مانند تایلند، هنگ کنگ، تایوان، مالزی، سنگاپور و اندونزی است که با توجه به گرم بودن هوای در طول روز، بازارهای هفتگی یا دائمی شبانه در این مناطق گسترش یافته است، به‌طور نمونه در تایلند Chiang Mai معروف‌ترین خیابان خرید بانوک است، این خیابان در طول روز مجموعه‌ای از فروشگاه‌ها هتل‌ها رستوران‌ها و فست‌فودها است که در آن انواع غذاها و نوشیدنی‌ها قابل خرید است، با تاریک شدن هوا چهره این خیابان نیز عوض می‌شود و فروشندگان محلی و دست‌فروشان با روشن کردن چراغ‌های خود جان تازه‌ای را به این بازار می‌دهند. این خیابان به‌عنوان معروف‌ترین خیابان از نظر فروش صنایع دستی در آسیا است که شما قادرید انواع سوغاتی‌ها و صنایع دستی را در این محل به آسانی و با قیمتی بسیار پائین تهیه کنید.

شب بازار در ایران؛ ساماندهی دست‌فروشان!

شب بازارها باهدف متفاوتی در شهرهای ایران شکل گرفته است، شب بازارها در ابتدا به‌منظور ساماندهی و جمع‌آوری دست‌فروشان از سطح شهرها راه‌اندازی شدند اما امروز به بخشی از زندگی مردم تبدیل شده است. سؤالی که پیش می‌آید این است که آیا این شب بازارها همچون نمونه‌های جهانی‌اش کار کرد دارد؟ آیا می‌تواند در زمینه جذب گردشگر فعالیت کند؟ متغیرهای مختلفی همچون کیفیت محصولات محلی، نظارت بر بازار، مدیریت بازار، فضا، جذابیت و زمان تشکیل بازار بر جذب گردشگران تأثیر می‌گذارد که از میان آن‌ها دو عامل کیفیت محصول محلی و نظارت بر بازار، بیشترین نقش را دارد.

شب بازار؛ فرصت اشتغال یا شغل کاذب؟

هر چند شاید به ذهن بیاید که این نوع بازارها ظرفیت خوبی برای ایجاد شغل در سطح

شهرها باشد اما باین حال قربانی مدیرعامل سازمان میوه و تره بار شهرداری مشهد می‌گوید: «شکل‌گیری این بازارها به‌طور کلی برای رفع معضل بیکاری نبوده چرا که شهرداری متولی اشتغال و از بین بردن بیکاری نیست ولی به‌هر حال این بازارها در رونق کارآفرینی و خوداشتغالی نقش داشته است.» به گفته وی در حال حاضر حدود ۵ هزار نفر در شب بازارها، عصر بازارها و روز بازارهای شهرداری مشهد غرفه دارند که از این تعداد ۳۰۴ نفر در شب بازارها مشغول به کار هستند. ۱۳ سال فعالیت مستمر این شب بازارها نقش مؤثری در جمع‌آوری دست‌فروشان در سطح شهر داشته و از طرفی تا حدودی در کاهش بیکاری افراد بالای ۴۰ سال نقش ایفا کرده است چرا که مجوز غرفه‌های این شب بازارها فقط به افراد بین ۴۰ تا ۶۵ سال داده می‌شود. قربانی باین حال معتقد است که «فعالیت در این بازارها شغل دائمی نیست، افراد در این سن دیگر نمی‌توانند شغل مناسبی پیدا کنند و افراد بالای ۶۵ سال هم باز نشسته محسوب می‌شوند و به دلیل هزینه‌های پایین می‌توانند از این فرصت برای کسب کمک درآمد زندگی استفاده کنند، از طرفی اگر مجوز این غرفه‌ها به افراد کم‌سن مانند جوان ۲۰ ساله‌ای داده شود هم از دحام بسیاری در آن‌ها پیدای می‌شود و هم این جوان این کار را به‌عنوان شغل دائمی خود برمی‌گزینند و به دنبال شغل مناسب‌تری نمی‌روند.» این صحبت یعنی این که شب بازارها اگر به‌درستی هدایت نشوند، خود تبدیل به یک شغل کاذب می‌شود.

ظرفیت‌های شب بازارها؛ از گردشگری تا حمایت از مشاغل خانگی و کالاهای تولیدی

بازدید از این شب بازارها با مشتریان خاص خودش، نشان‌دهنده تأثیرپذیری آن‌ها از وضعیت کلی بازار ایران در پذیرش بی‌چون و چرای کالاهای چینی دارد. وجود یکسری از مشکلات از جمله عدم تبلیغات مناسب، عدم حمایت از عرضه‌کنندگان کالاهای داخلی و جانمایی نامناسب از نقش شب بازارها کاسته است. بر اساس گفته مدیرعامل سازمان میوه و تره بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری مشهد ماهیت اصلی این بازارها به‌منظور فروش محصولات تولیدی و خوداشتغالی بوده است اما به‌وفور دیده می‌شود که به‌جای محصولات تولیدی این بازارها به سمت فروش اجناس چینی پیش رفته و به فرصت مناسبی برای چینی‌ها مبدل شده تا جنس‌های بی‌کیفیت خود را صرفاً به دلیل قیمت پایین در این بازارهای سیار به فروش برسانند.

قربانی توضیح می‌دهد: «ما به تمام غرفه‌داران ابلاغ کرده‌ایم که جنس چینی نروشنند و در خیلی از موارد اقدام به جمع‌آوری اجناس چینی هم کرده‌ایم ولی واقعیت امر این است که وقتی جنس چینی به‌وفور وارد کشور می‌شود باوجود فشار ما باز هم فروش آن‌ها ادامه دارد.» ■■