

بررسی عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت روز در اوقات تعطیل از نگاه خریداران

دکتر حسین ابوالحسن تنهایی^۱

علیرضا صنعت خواه^۲

شیرین شبیری امین لو^۳

چکیده:

هدف از این پژوهش، مطالعه و بررسی موانع، مشکلات و کیفیت کار بازارهای موقت روز در اوقات تعطیل در شهر تهران می باشد. روش تحقیق در این پژوهش شامل روش های اسنادی، پیمایشی و میدانی می باشد و شیوه نمونه گیری با ترکیب شیوه نمونه گیری خوشه ای، سیستماتیک و طبقه ای بوده است. جامعه آماری تحقیق کلیه مراجعه کنندگان (مشتریان و فروشندگان) به بازارهای موقت روز بوده است.

مقاله ای که در پیش رو است، بدلیل وسعت و جامعیت تحقیق، تنها به ارائه بخشی از نتایج که با استفاده از روش پیمایشی و میدانی می باشد اکتفا نموده ایم.

جهت تحلیل داده ها از نرم افزار Amos5 , Spss16 و در خصوص تحلیل متغیرهای تحقیق، از تحلیل عاملی و رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. با استفاده از تحلیل عاملی، عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت روز شناسایی شده و تأثیر این عوامل بر متغیر وابسته تحقیق (کیفیت کار بازارهای موقت)، مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است. نتایج تحلیل عاملی نشان می دهد که شش عامل در روند کیفیت کار بازارهای موقت مؤثرند که به ترتیب اهمیت شامل: عملکرد شهرداری در خصوص چگونگی عرضه محصولات، چگونگی دسترسی شهروندان به کالا و خدمات، کارکرد مدیریتی بازار در خصوص نظارت بر کالا و خدمات، کارکرد مدیریت در چگونگی تبلیغات در خصوص کالا و خدمات ارائه شده در بازار، شرایط و کارکرد اقتصادی بازار و ساماندهی کارآمد دستفروشان بوده است.

کلید واژه: بازارهای موقت، خریداران، امکانات رفاهی بازار، ساختار و کارکرد مدیریتی، شرایط و کارکرد اقتصادی بازار

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد آشتیان

Hatanhai@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان

۳. دانش آموخته کارشناسی ارشد جامعه شناسی واحد علوم و تحقیقات تهران

۱. مقدمه

یکی از مسائلی که امروزه در فضای شهر تهران شاهد رشد قارچ‌گونه آن هستیم، پدیده دستفروشی است. این امر تا آنجا ادامه یافته است که حتی در مترو و ایستگاه‌های اتوبوس، شهروندان با مزاحمت دستفروشان مواجه هستند. در این خصوص، ساماندهی دستفروشان به منظور جلوگیری از صدها مشکل موجود از جمله: دزدی، سد معبر، مزاحمت، فروش مواد مخدر، سیدی‌های غیرمجاز، اقلام خوراکی غیر بهداشتی و... ضروری می‌نماید. به همین علت شورای شهر و شهردار محترم تهران، در صدد ساماندهی دستفروشان دوره گرد برآمده‌اند. به این منظور، آئین‌نامه‌ای تدوین و سعی شده است با احداث بازارهای موقت در مناطق مختلف شهرداری تهران با هدف جمع‌آوری و ساماندهی دستفروشان و همچنین اشتغال‌زایی و ایجاد کار و اشتغال برای زنان بی‌سرپرست، بدسرپرست و یا سرپرست خانوار اقدامی جدی صورت گیرد. مقاله‌ای که در پیش‌رو دارید در واقع، به منظور آگاهی از موانع و تنگناهای موجود در خصوص بازارهای موقت و همچنین شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت زده است.

۲. صورت مسأله

یکی از مهمترین مسائلی که کشور ما با آن مواجه است، مسأله اشتغال می‌باشد. (صنعت خواه، ۱۳۸۸) امروزه در اکثر کلان شهرهای کشور، شاهد پدیده دستفروشی هستیم. شهر تهران نیز از این قاعده مستثنی نیست.

جمع‌آوری قطعی دستفروش‌های سطح شهر، با توجه به شرایط اقتصادی-اجتماعی جامعه امری ناممکن است و اوضاع نابسامان اشتغال، حجم وسیعی از افراد فاقد تخصص و نیز مهاجرت بی‌رویه به شهرها، علاوه بر اقتصاد بیمار، سبب افزایش تراکم قشر دستفروش‌های فاقد مهارت شده است؛ کسانی که تنها قادرند با اندک سرمایه‌شان، کالایی را خریداری و سپس با گشتن در شهر، تقاضای فروش آن را کنند.

دست‌فروشان باعث سد معابر، ترافیک شهری و اختلال در حمل و نقل و بسیاری از مسائل دیگر می‌شوند. از طرف دیگر، عرضه کالاهای نامرغوب در بازارهای غیرمجاز، مشکلات

عديده‌ای را برای شهروندان به وجود آورده است. در مقابل، اقدامات شهرداری به منظور از میان برداشتن مشکل سد معابر توسط دست فروشان، بارها پیش آمده است که «عکس العمل دستفروش ها هنگام هشدار ماموران به نشان دادن چاقو و درگیری با ماموران انجامیده است.» (نشریه اعتماد ملی: ۸۶/۱)

باید توجه داشت که با توجه به وضعیت اقتصادی این قشر، تنها به واسطه قانون سد معبر می‌توان در مقابل دستفروش‌های ثابت، یعنی آنهایی که درجایی بساط پهن می‌کنند، ایستاد. اما، در مقابل دستفروش‌های سیار یا وانت بار، هیچ قانون مکتوبی وجود ندارد؛ چراکه از وسیله نقلیه برخوردار بوده و مجال بهتری برای جابه‌جایی، تغییر مکان و در نتیجه فرار از ماموران شهرداری دارند.

اما مهمترین مسأله‌ای که سلامت اجتماعی شهروندان را تهدید می‌کند، عرضه محصولات غذایی و بهداشتی نامرغوب و غیراستاندارد، می‌باشد. بساط فروش، آب زرشک، لواشک و انواع آلوچه، آب میوه و ... که همراه با آلودگی محیطی است و گه‌گاه در ظروف بدون سرپوش، همراه گرد و خاک و درخطر حمله و هجوم حشرات می‌باشد، عرضه می‌کند که برای شهروندان خطر آفرین است. سرباز بودن محصولات و آلودگی‌های محیطی، برای سلامت مردم خطر آفرین است و حتی بعضی مواد غذایی اولیه که به شکل فله‌ای از سوی دستفروشان فروخته می‌شود نیز موجب به خطر افتادن سلامتی مصرف کنندگان می‌شود. «بیماری‌های میکروبی و خونی و حتی عامل بیماری شبه وبا نیز ممکن است از طریق مواد غذایی عرضه شده از سوی دستفروشان منتقل شود.» (ایران، ۸۷/۳/۱۳)

مسائلی که در اینجا مطرح شد، گوشه‌ای از مشکلاتی است که در حیطه‌ی اجتماعی، گریبانگیر شهروندان است.

به نظر می‌رسد شرایط اجتماعی- اقتصادی کشور برگرایش شهروندان به خرید محصولات عرضه شده توسط دست فروشان مؤثر است. همچنین، می‌توان ادعا کرد که شرایط اقتصادی- اجتماعی کشور، گروهی از بانوان سرپرست خانوار، اقشار آسیب پذیر، بیکاران و ... را به سوی دستی فروشی سوق داده است. بدین منظور، شهرداری تهران بر آن بوده است که ساماندهی دستفروشان با دو هدف کلی صورت گیرد:

۱. در جهت کمک و مدد جویی افراد نیازمند (از جمله بانوان بدسرپرست و سرپرست خانواده، افراد خوداشتغال و بیکار) که احتیاج به مکانی برای عرضه تولیدات خویش یا عرضه خدمات مشابه دارند. (شهرداری تهران، ۱۳۸۸)

۲. سازمان دهی دستفروشان و جلوگیری از سد معابر در شهر (همان منبع)

طبق بخشنامه شماره ۸۴۶۰/۸۴۱۲۵۵۱۴ مورخه ۱۳۸۴/۱۲/۲۸، در خصوص ایجاد بازارهای روز جهت ساماندهی اشتغال مددجویان و اقشار آسیب‌پذیر و ایجاد سهولت در عرضه محصولات مشاغل خانگی و اقلام فرهنگی و هنری، شهرداری‌های مناطق مأموریت یافتند تا حداقل به تعداد هرناحیه، یک زمین مناسب جهت برپایی روز بازار به شرکت ساماندهی معرفی نمایند. این شرکت با تعامل با مسئولین و نمایندگان دستگاه‌های ذیربط و دسترسی به اقدامات گذشته و تجارب حاصل از برپایی روز بازارها و بازارهای موقت نسبت به انجام این امر اقدام کند. در این خصوص شرکت ساماندهی مشاغل موظف است تا برپایی بازارهای روز را با توجه به استانداردهای لازم به انجام برساند. تحقیق حاضر، در واقع سعی دارد تا با استفاده از چارچوب نظری و با در نظر گرفتن آئین‌نامه بازارهای حمایتی، ارزیابی از عملکرد این ستاد در راستای اهداف مطروحه شهرداری، ارائه دهد و همچنین، با بررسی وضعیت بازارهای موقت، از موانع و مشکلات موجود در خصوص اینگونه بازارها آگاهی کسب گردیده تا شهرداری با آگاهی از موانع و مشکلات و همچنین نقاط قوت، بتواند دست به ساماندهی کارآمد دستفروشان زده و بازارهای حمایتی خود را با کمترین مشکلات و نواقص احتمالی به شهروندان تهرانی عرضه دارد. در این ارزیابی، نظرات شهروندان تهرانی (فروشنده‌گان و خریداران)، مورد نظر بوده است. در خصوص بازارهای موقت، باید این نکته را یادآور شد که برخی از بازارها به صورت فصلی و گروهی دیگر، به صورت روز بازار (یک یا دو روز در هفته)، دایر می‌باشد. بازارهای فصلی، به صورت روز بازار و یا بازار ثابت دایر می‌باشند. نوع دیگری از بازارها نیز موجود است که به صورت ثابت در تمامی فصول و روزها (همانند بازار جنت) دایراند.

۳. چارچوب نظری

اقدام به منظور ساماندهی دستفروشان دوره گرد و احداث بازارهای حمایتی کارآمد، با توجه به ساختار و کارکرد توسعه ناموزون در کشور، توجه به عناصر و مؤلفه‌های نظام

اجتماعی جامعه ایران (عناصر جغرافیایی - اقلیمی، مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی و جمعیتی) را یادآور است. از نظر دکتر عظیمی، چرخه اصلی زندگی اقتصادی بشر، بدین صورت است که جمعیت در هر لحظه از حیات خویش، برای فراهم آوردن وسایل تأمین و تداوم زندگی، بخشی از خود را به عنوان نیروی انسانی، در اختیار فرایند تولید می‌گذارد. این نیروی انسانی، با ذخایر علمی و فنی جامعه و با منابع طبیعی در دسترس، تلفیق گردیده و تولید خاصی را در اختیار جامعه می‌گذارد. تولید مورد بحث، با عوامل دیگر تلفیق و به توزیع حاصل تولید بین خانوارها، می‌انجامد و خانوارها، با اتکاء بر سهم به دست آمده خود از تولید، به تداوم حیات می‌پردازند. رابطه بین جمعیت و تولید از یک طرف و تولید و الگوی توزیع تولید از طرف دیگر، می‌تواند روابط موزون یا ناموزون در جوامع انسانی را هویدا سازد. (عظیمی، ۱۳۷۱، ۱۰-۱۵)

رابطه‌ای که خود می‌تواند بر چگونگی روند اشتغال در کشور مؤثر باشد. توسعه را می‌توان مقوله‌ای دانست که در تحول مبانی علمی - فنی تولید اقتصادی از وضعیت سنتی به وضعیت مدرن، به عبارت دیگر: زمانی جامعه از نظر اقتصادی، توسعه می‌یابد که مبانی علمی - فنی تولید خود، یعنی دانش علمی، دانش فنی، وسایل و ابزار کار و مهارت‌های خود را از وضعیت قبل از انقلاب صنعتی به وضعیت پس از انقلاب صنعتی، متحول سازد. (همان، ۱۰۸) مهمترین عوامل این تحول، عبارتند از:

- ۱- تحول فرهنگی: احراز از روحیه کوشش و خطای سنتی و روآوری به مطالعات کتابخانه‌ای و آزمایش‌های علمی. (حکومت روح علمی بر جامعه)
 - ۲- بکارگیری تمام توان جامعه در جهت تقویت سرمایه انسانی؛ به عبارت دیگر، محور قراردادن، نظام آموزشی و تاکید بر کیفیت و سازگاری نظام آموزشی با نیازهای توسعه اقتصادی.
 - ۳- انباشت سرمایه: به کارگیری تمامی کوشش‌ها، در ایجاد زیربنای تولید. (راه، ترابری، انرژی و ...)
 - ۴- تدوین و انتخاب نظام مناسب اقتصادی.
 - ۵- حفظ ثبات نظام.
- ساختار بیمارگونه اقتصاد کشور در این دیدگاه، بررند و چگونگی اشتغال در کشور مؤثر است. چرا که دارای پیامدهایی از جمله: کاهش نسبی سرمایه، افزایش بیکاری (آشکار و پنهان)،

گسترش فقر، عقب ماندگی بافت فنی تولید، ساختار نامناسب تولید و... است (همان، ۱۸۶)

از طرف دیگر، ادامه روند مذکور ناموزونی عناصر نظام اجتماعی جامعه ایران را در پی داشته است. این چنین است که در خصوص ساختار و کارکرد توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور، توجه به عناصری ساختاری نظام حائز اهمیت است.

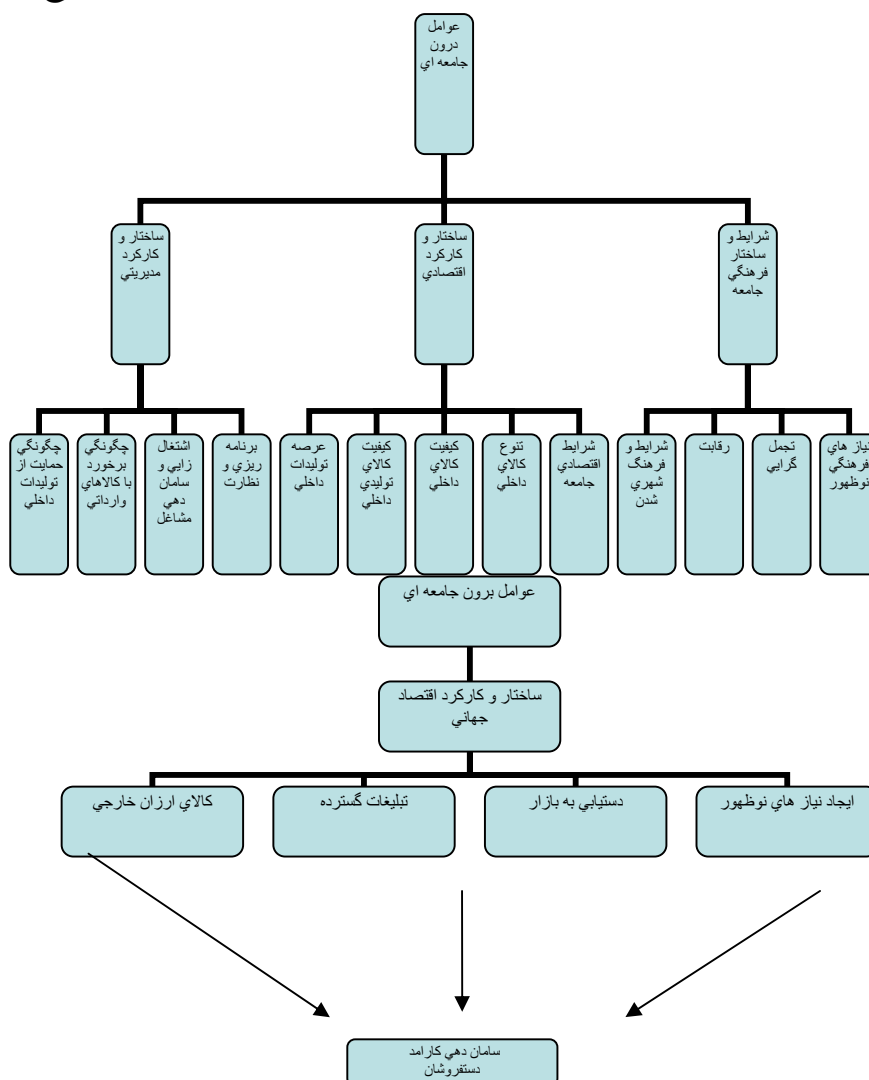
شرایط جمعیتی کشور، رشد بی‌رویه جمعیت و افزایش تقاضای اشتغال، بهداشت، امکانات، ارضاء نیازهای فیزیولوژیکی انسان، همراه با ناموزونی در ارائه امکانات در جهت رفع نیازهای فوق همراه است. به همین علت گروهی از افراد جامعه که از حداقل امکانات موجود، بی‌بهره‌اند در جهت ارضاء نیازهای زیستی خود به دستفروشی روی آورده‌اند.

در این خصوص ناموزونی عناصر و مؤلفه‌های اقتصادی که شامل رکود تولید، کاهش سرمایه گذاری، تورم، نا امنی شغلی و... است، راه را بر عرضه محصولات خارجی ارزان قیمت از جمله کالاهای چینی و نامرغوب و کالای قاچاق گشوده است. بدین طریق، کالای ارائه شده از طرف فروشندگان دوره گرد، ترکیبی از کالای غیرمجاز، غیراستاندارد و بی کیفیت و از طرفی ارزان قیمت است. در جهت تحلیل روند فوق می‌توان به نظریه نظام جهانی والرشترین توجه داشت. در روند جهانی، کشورهای کانون (دارنده تکنولوژی برتر و استعمارگر کشورهای پیرامون)، در جهت دستیابی به بازارهایی جهت فروش کالا و محصولات خود و همچنین بلعیدن مواد خام از کشورهای نیمه پیرامون (حد واسط بین استعمارگری و استعمار شدن) و کشورهای پیرامون (مواد خام را تولید می‌کنند و به شدت توسط کشورهای کانون و نیمه پیرامون مورد استثمار قرار می‌گیرند)، با ارائه محصولات ارزان قیمت توان مقابله را از کشورهای پیرامون صلب می‌کنند. این چنین است که کالای ارزان چینی و یا قاچاق، تأثیر خود را بر پیکره اقتصاد بیمارگون کشور برجای نهاده است.

از طرف دیگر، پدیده تورم و گرانی، شهروندان را به استقبال از این چنین کالا فرامی‌خواند. در جهت ساماندهی کارآمد دستفروشان در بازارهای حمایتی، توجه به ناموزونی عنصر مدیریتی (چه در سطح خرد و مدیریت بازارها و چه در سطح کلان مدیریتی)، بی‌توجهی به امکانات مورد نیاز جهت احداث بازارهای حمایتی و عدم توجه به دیدگاه مراجعین به بازارها، بی‌توجهی به شرایط فنی و عمومی بازارها، عدم تبلیغات مناسب، عدم توجه به شرایط اقتصادی بازار (قیمت، تنوع، کیفیت و بهداشت محصولات)، عدم نظارت صحیح بر کالا و خدمات

عرضه شده نمودار است. در پایان باید به ناموزونی عنصر فرهنگی در نظام اجتماعی جامعه ایران توجه داشت. شرایط و ساختار شهری شدن، رقابت ناسالم و چشم و هم‌چشمی، تجمل‌گرایی، گرایش اصلی شهروندان به کالای مشابه و ارزان قیمت و همچنین روند تبلیغات نظام جهانی و ایجاد نیازهای نوظهور و عدم امکان نیازهای فوق، نشانگر ناموزونی عنصر فرهنگی است. به منظور فهی بیشتر چارچوب نظری تحقیق، نمودار تحلیلی زیر ترسیم شده است.

نمودار ۱. عوامل اجتماعی مؤثر بر سامان دهی کارآمد، دست‌فروشان در سطح کلان



۱-۳ . تعریف متغیرها و معرف‌های مربوطه

<p>امکانات اختصاص یافته به فروشنندگان (کیفیت غرفه‌های اختصاص یافته) امکانات اختصاص یافته جهت صرف غذا (رستوران و غذاخوری) تأمین سرویس‌های بهداشتی مورد نیاز امکانات لازم جهت استراحت فروشنندگان (بین ساعات کاری) اختصاص خدمات شهری (سطل‌های زباله در محوطه بازار و نظافت بازار) وضعیت محیطی بازار (آفتاب گیر بودن، وضعیت هوا و تهویه هوا ...) وضعیت حمل و نقل تأمین پارکینگ و برنامه طرح ترافیکی نزدیکی به محل سکونت تأمین برق مکفی، آب جهت شرب و شستشو و ...</p>	<p>شرایط زیست محیطی بازار : (شاخص : امکانات رفاهی بازار)</p>
<p>الف) امکانات امنیتی بازار : ۱- سهولت دستیابی به نیروی انتظامی ۲- اختصاص ماموران ویژه جهت امنیت بازار ۳- اختصاص دوربین‌های مدار بسته در جهت امنیت بازار ب) نظارت : ۱- اختصاص محلی جهت پیگیری شکایات ۲- نظارت بر کالاهای عرضه شده (کیفیت، قیمت، جلوگیری از کالاهای غیر مجاز) ۳- نظارت بر امکانات رفاهی بازار ۴- نظارت بر امکانات خدماتی بازار (اختصاص سطل آشغال، نظافت بازار) ج) اطلاع رسانی و تبلیغات : ۱- چگونگی اطلاع رسانی از خدمات ارائه شده در بازار (مشخص نمودن طبقاتی که بازار در آن قرار دارد، کالاهای ارائه شده و ...) ۲- اطلاع رسانی در خصوص زمان شروع و اتمام بازار ۳- تبلیغات در جهت مکان بازار و کالاهای عرضه شده</p>	<p>ساختار و کارکرد مدیریتی بازار : (شاخص ها: امنیت بازار، نظارت بر کالا و خدمات، اطلاع رسانی و تبلیغات)</p>
<p>کمک و مدد جویی از افراد نیازمند (بانوان سرپرست خانوار، بدسرپرست، افراد خوداشتغال، افراد بیکار) ساماندهی کارآمد دستفروشان در بازار های موقت و جلوگیری از دستفروشی غیر مجاز در بازار و محیط پیرامونی آن. عملکرد شهرداری در خصوص احداث بازار عملکرد شهرداری نسبت به قبل</p>	<p>• ساماندهی کارآمد دست فروشان :</p>
<p>کیفیت محصولات عرضه شده مرغوبیت محصولات عرضه شده قیمت محصولات عرضه شده تنوع محصولات عرضه شده</p>	<p>ساختار و کارکرد اقتصادی بازار :</p>

<p>ارزیابی از قیمت اجناس در مقایسه با مغازه ها ارزیابی از کیفیت اجناس در مقایسه با مغازه ها کوتاه کردن دست واسطه گران تهیه اغلب مایحتاج مورد نیاز کیفیت کالا از نظر بهداشتی سهولت در عرضه محصولات ارائه کالاهای فرهنگی جلوگیری از کالای غیر مجاز ارائه کالا بر اساس نیازهای روز</p>	
<p>چگونگی کسب مجوز لازم جهت غرفه های بازار کف سازی محوطه و غیره، حداقل با آسفالت و شیب مناسب برای شستشو (برابر نیازمندی در محل) چگونگی دسترسی به مدیریت بازار پیش بینی سیستم پیچینگ از طریق بلندگو در میدان طراحی استقرار غرف ، خط کشی و شماره گذاری غرف سیستم آشنشانی و خدمات پزشکی در صورت نیاز (اورژانس و ...) نرخ گذاری کالا و کنترل قیمتها پیش بینی امکانات رفاهی متناسب برای بازدیدکنندگان جهت استراحت موقت پیش بینی فضای مناسب جهت نمازخانه تمهیدات جهت جلوگیری از دست فروشی غیر مجاز</p>	<p>شرایط فنی و عمومی بازار :</p>

۴. مواد و روش ها

تحقیق با استفاده از روش مطالعه میدانی، روش اسنادی و همچنین با استفاده از روش پیمایشی به انجام رسیده است. آنچه در این مقاله مطرح می شود نتایج مطالعه پیمایشی و بخشی از یافته های مطالعه میدانی تحقیق می باشد. جامعه آماری تحقیق، شامل فروشندگان و خریداران مراجعه کننده به بازارهای موقت روز در ساعات برپایی بازار و برحسب مراجعه ایشان بدین گونه بازارها می باشد. از آنجاکه آمار دقیق مراجعین به بازارهای موقت روز در دسترس نبوده است، با مراجعه به بازارهای موقت و همچنین با مصاحبه با مسئولین شهرداری تهران و شرکت ساماندهی صنایع و مشاغل به صورت تقریبی در حدود (۲۸۴۹۰ نفر) برآورد شده است. نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران، حدود ۴۰۰ نفر برآورد شده است. که در جهت بالاتر بردن دقت نمونه گیری و همچنین رعایت تناسب میان دستفروشان و شهروندان، حدود ۶۰۰ نفر برآورد شده است که از این تعداد ۴۰۰ نفر را خریداران (شهروندان مراجعه کننده به

بازار) و حدود ۲۰۰ نفر را از فروشندگان ساکن در محوطه بازار، تشکیل داده‌اند. در خصوص روش نمونه‌گیری از ترکیب روش‌های نمونه‌گیری احتمالی و روش نمونه‌گیری (طبقه‌ای و سیستماتیک) استفاده شده است.

از آنجا که تعداد بازارهای موقت روزحدود ۱۲ بازار می‌باشد، تصمیم گرفته شد، ۶ بازار به قید قرعه انتخاب شوند. ۶ بازار (بازارچه جنت، مشیریه، جوانمرد قصاب، دولت‌آباد، کیانشهر و حکیمیه) انتخاب شدند. پس از آن، تعداد غرفه‌های هر بازار مشخص گشت. پس از آن، نسبت هر غرفه از کل غرفه‌های موجود (۶ بازار انتخابی)، مشخص شد. از آنجا که باید حدود ۲۰۰ نمونه از فروشندگان و ۴۰۰ نمونه از مراجعین (خریداران)، انتخاب می‌شد، تعداد فروشندگان براساس نسبت غرفه‌ها در بازار و تعداد خریداران، محاسبه شد. پس از آن، تصمیم گرفته شد که به‌علت ازدیاد جمعیت در ساعات‌های خاص کار بازار و براساس شرایط پاسخگوئی، حدود ۴۰ درصد از نمونه خریداران در صبح و به نسبت ساعات و تعداد ۶۰ درصد از آن در بعد از ظهر و به نسبت ساعات، نمونه‌گیری صورت گیرد. اما در خصوص فروشندگان، تصمیم گرفته شد که (در ساعات صبح)، به صورت نسبت ۸ تا در میان و یا ۷ تا در میان (براساس تعداد غرفه‌های موجود در بازار)، نمونه‌گیری صورت گیرد.

۴-۱. آزمون پرسشنامه: از آنجا که دو پرسشنامه جداگانه طراحی شد (یک پرسشنامه مخصوص خریداران و دیگری فروشندگان)، پس از تهیه پرسشنامه، آن را بروی ۴۰ نفر از خریداران و ۲۰ نفر از فروشندگان آزمودیم. نتایج بدست آمده را تجزیه و تحلیل نموده و با راهنمایی ناظر تحقیق، درصد رفع نقایص آن برآمدیم. پرسش‌هایی را که ابهام برانگیز بود و یا جمالتی از پرسشنامه که پاسخگو را حساس می‌نمود، حذف کرده و سؤالات شفاف‌تری را جایگزین آن نمودیم. در آزمون پرسشنامه، متوجه شدیم که برخی از معرف‌ها، به خوبی طراحی نشده‌اند. به همین علت، شاخص‌ها و معرف‌ها را مورد بازبینی قرار داده و در پایان، معرف‌هایی انتخاب شدند که موضوع تحقیق را به درستی، می‌سنجیدند. پس از اصلاح پرسش‌نامه، مطالعات میدانی را آغاز نمودیم.

۴-۲. پایایی ابزار سنجش: پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها (۴۰ پرسشنامه خریداران و ۲۰ پرسشنامه فروشندگان)، ضریب آلفای کرونباخ خریداران، برای ساختار و کارکرد مدیریتی

بازار (653)، ساماندهی کارآمد دستفروشان (808)، شرایط فنی و عمومی بازار (472)، تأثیر بازار بر جنبه‌های مختلف زندگی (732) و وضعیت محصولات بازار (779). محاسبه شده است.

۵. نتایج و یافته‌های تحقیق

۱-۵. ویژگی‌های فردی و اجتماعی

تعداد کل افراد نمونه تحقیق (خریداران)، برابر با ۳۹۸ نفر می‌باشند. از این تعداد، 32.8 درصد (131) نفر را مردان و 66.8 درصد (267 نفر) را زنان تشکیل می‌دهند. میانگین سنی آنها حدود 36.18 سال است. که از این تعداد 2. درصد از پاسخگویان ۱۷ سال و کمتر و 44.2 درصد بین 31-45 ساله و سال قرار دارند. در خصوص میزان تحصیلات ایشان: 2.2 درصد بیسواد، 9.8 درصد تحصیلات ابتدایی، 21.0 درصد تحصیلات راهنمایی، 41.2 درصد تحصیلات دبیرستان و دیپلم، 12.0 درصد تحصیلات فوق دیپلم و 10.8 درصد دارای تحصیلات لیسانس، ۰.۸ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، بوده‌اند. گزینه دبیرستان و دیپلم با فراوانی (۱۶۵ نفر)، بیشترین تعداد پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است. و در خصوص وضعیت اشتغال پاسخگویان، با دسته‌بندی وضعیت اشتغال پاسخگویان بر حسب شاغل و غیر شاغل نتایج بدست آمده نشان‌دهنده آن است که 36.5 درصد شاغل، 7.0 درصد دانشجو یا محصل، 49.5 درصد خانه دار، 1.8 درصد بیکار و 4.2 درصد نیز بازنشسته می‌باشند. همچنین نتایج نشانگر آن است که بیشتر مراجعین به بازارهای موقت را زنان خانه‌دار تشکیل می‌دهند.

۲-۵. مهمترین موانع و تنگناهای بازارهای موقت روز از نگاه خریداران

در خصوص کاربرد روش کیفی در تحقیق، ابتدا از مشتریان خواسته شد تا نظرشان در خصوص کاستی‌ها، موانع و مشکلات بازار، بیان کنند. به آنها اجازه داده شد که تاجایی که از اهداف تحقیق دور نشده‌اند، تمامی مسائل و مشکلاتی را که در این خصوص به نظرشان می‌رسد را عنوان نمایند. مصاحبه‌ها با افراد مختلف جامعه آماری تا جایی ادامه یافت که داده‌ها اشباع شود. در پرسشنامه نیز از پاسخگویان خواسته شد تا سه مورد از مسائلی که در خصوص

وضعیت بازار، ایشان را ناراحت می‌سازد را مشخص کنند. آنچه در این قسمت گزارش می‌شود، تنها تحلیل سؤالات باز پرسشنامه خواهد بود.

همانطور که در جدول زیر نیز مشاهده می‌شود، بیشترین اشاره پاسخگویان به چهار مشکل عمده در بازارها بوده است. اگر به ترتیب اولویت (بیشترین درصد پاسخ‌ها)، بخواهیم مشکلات بازار را مشخص سازیم باید از: شرایط فنی و عمومی بازار، ضعف در امکانات رفاهی بازار و شرایط اقتصادی بازار به عنوان سه مشکل عدیده نام ببریم.

شرایط فنی و عمومی بازار شامل: عدم پیشبینی صحیح مساحت بازار با توجه به جمعیت، سرباز بودن بازار، عدم وجود پارکینگ، عدم تفکیک صحیح غرفه‌ها، عدم پیش‌بینی امکانات سرمایی و گرمایی، مکان بد بازار، کوچکی غرفه‌ها و... بوده است.

همچنین ضعف در امکانات رفاهی بازار شامل: عدم وجود دستشویی، نمازخانه، آب، برق و نداشتن جای استراحت برای خریداران می‌باشد.

شرایط اقتصادی بازار نیز شامل: عدم تفاوت قابل ملاحظه قیمت کالا با مغازه‌های اطراف، عدم بروز بودن اجناس غیر خوراکی، عدم تنوع در اجناس، عدم مرغوبیت اجناس و... بوده است. بجز سه مشکل بالا که بدان اشاره شد مشکلات دیگر بازار را می‌توان به صورت زیر تقسیم بندی نمود.

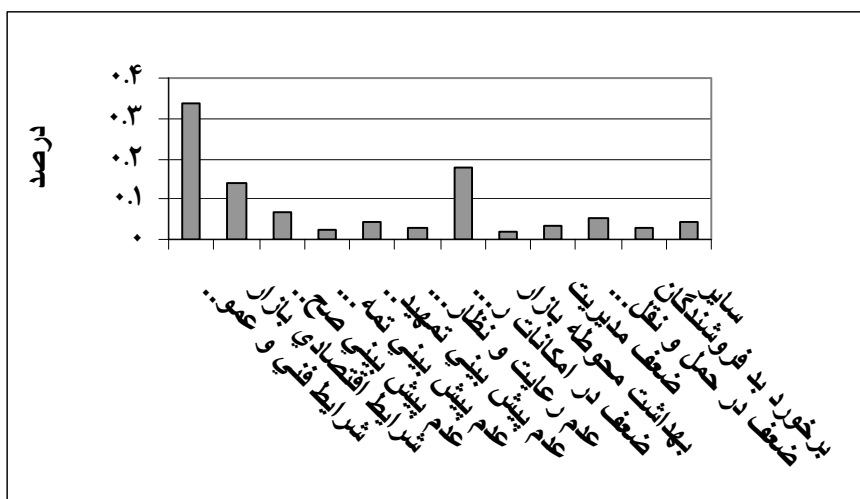
- عدم پیش‌بینی زمان مناسب در خصوص شروع و خاتمه بازار
- عدم پیش‌بینی تمهیدات ترافیکی لازم
- عدم پیش‌بینی تمهیدات امنیتی
- عدم استقرار نیروی انتظامی، دزدی در بازار، ناامنی محیط بازار برای زنان، کیف قاپی در بازار
- عدم نظارت بهداشتی بر محصولات
- اقلام خوراکی نظیر ترشی و...، اقلام غیر خوراکی نظیر لباس زیر و....
- بهداشت محوطه بازار
- نبودن سطل زباله در محل، ضعف در نظافت بازار
- ضعف مدیریت
- در نظارت بر کالا و خدمات، برخورد غیر اخلاقی مدیریت بازار، رسیدگی به شکایات، مشخص نبودن محل مدیر در بازار
- ضعف در حمل و نقل کالا و جابجایی شهروندان

- نبودن ایستگاه اتوبوس یا مترو
- برخورد بد فروشندگان

جدول ۱. مهمترین مشکلات بازار

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر
۱	شرایط فنی و عمومی بازار	189	33.6%	59.1%
۲	شرایط اقتصادی بازار	80	14.2%	25.0%
۳	عدم پیش بینی صحیح زمان شروع و خاتمه بازار	37	6.6%	11.6%
۴	عدم پیش بینی تمهیدات ترافیکی لازم	14	2.5%	4.4%
۵	عدم پیش بینی تمهیدات امنیتی	25	4.4%	7.8%
۶	عدم رعایت و نظارت بهداشتی بر محصولات	15	2.7%	4.7%
۷	ضعف در امکانات رفاهی بازار	99	17.6%	30.9%
۸	بهداشت محوطه بازار	11	2.0%	3.4%
۹	ضعف مدیریت	20	3.6%	6.2%
۱۰	ضعف در حمل و نقل کالا	31	5.5%	9.7%
۱۱	برخورد بد فروشندگان	17	3.0%	5.3%
۱۲	سایر	25	4.4%	7.8%
-	جمع کل پاسخگویان	320	100.0	-

نمودار ۱. مهمترین مشکلات بازار



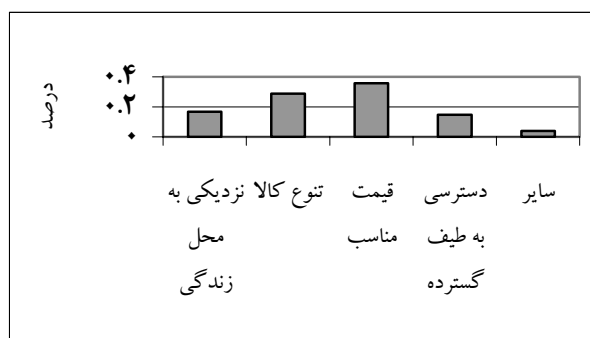
۳-۵. نقاط قوت بازار از نگاه خریداران

از آنجا که با تلاش مسئولین اقدامی اساسی در جهت ساماندهی دستفروشان صورت گرفته است و با وجود تمامی کاستی‌هایی که در این خصوص وجود دارد اما برپایی بازارهای موقت، در برخی موارد توانسته است رضایت مشتریان را جلب نماید. در قالب سؤالات و مصاحبه‌هایی که با مشتریان به عمل آمد، مهمترین وجه مثبت بازار را می‌توان براساس اولویت در چهار دسته مشخص ساخت. اول این که اکثر پاسخگویان به قیمت مناسب محصولات در بازار اشاره نموده‌اند. 35.7 درصد از پاسخگویان این گزینه را انتخاب نموده‌اند. پس از آن 28.8 درصد به تنوع کالا و 16.8 درصد نیز نزدیکی بازار را به محل سکونت خود انتخاب نموده‌اند.

جدول ۲. مهمترین نقاط قوت بازار

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر
۱	نزدیکی به محل زندگی	80	16.8%	26.1%
۲	تنوع کالا	137	28.8%	44.6%
۳	قیمت مناسب	170	35.7%	55.4%
۴	دسترسی به طیف گسترده ای از کالا	70	14.7%	22.8%
۵	سایر	19	4.0%	6.2%
	جمع پاسخ داده ها	307	100.0	-

نمودار ۲. مهمترین نقاط قوت بازار



۴-۵. مهمترین اقدامات برای بالابردن رضایت خریداران در خصوص بازارهای موقت

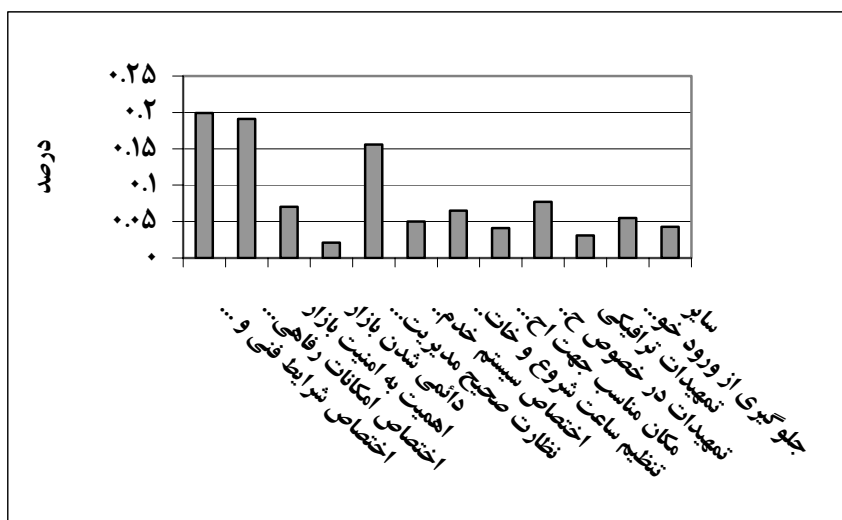
با مطالعه بازارهای موقت و شناسایی موانع و تنگناهای موجود، برآن شدیم تا از پاسخگویان بخواهیم تا مهمترین عواملی را که باعث بالارفتن رضایت ایشان در خصوص برپایی

بازارهای موقت ازسوی شهرداری می‌شود را بیان نمایند. ایشان به موارد متعددی اشاره داشته‌اند که از مهمترین آنها براساس اولویت می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:
 19.9 درصد از پاسخگویان به اختصاص شرایط فنی و عمومی مناسب، 19.1 درصد به اختصاص امکانات رفاهی مورد نیاز، 15.6 درصد به نظارت صحیح مدیریت بر کالا و خدمات، اشاره داشته‌اند. دیگر موارد ذکر شده در جدول زیر مشخص است.

جدول ۳. مهمترین اقدامات در خصوص عملکرد بهتر بازار

ردیف	شرح	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر
۱	اختصاص شرایط فنی و عمومی مناسب	116	19.9%	33.9%
۲	اختصاص امکانات رفاهی مورد نیاز	111	19.1%	32.5%
۳	اهمیت به امنیت بازار	41	7.0%	12.0%
۴	دائمی شدن بازار	12	2.1%	3.5%
۵	نظارت صحیح مدیریت بر کالا و خدمات	91	15.6%	26.6%
۶	اختصاص سیستم خدمات شهری در بازار	29	5.0%	8.5%
۷	تنظیم ساعت شروع و خاتمه بازار	38	6.5%	11.1%
۸	مکان مناسب جهت احداث بازار	24	4.1%	7.0%
۹	تمهیدات در خصوص حمل و نقل	45	7.7%	13.2%
۱۰	تمهیدات ترافیکی	18	3.1%	5.3%
۱۱	جلوگیری از ورود خودرو به بازار	32	5.5%	9.4%
۱۲	سایر	25	4.3%	7.3%
	جمع کل پاسخگویان	342	100.0%	

نمودار ۳. مهمترین اقدامات در خصوص عملکرد بهتر بازار



۶. تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت روز

یافته‌های مطالعه پیمایشی تحقیق، باتوجه به مبانی نظری تحقیق (آیین نامه حمایتی بازارهای موقت) به منظور تعیین عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت روز، در قالب متغیرهایی برگرفته از گویه‌های پرسشنامه، وارد تحلیل عاملی شدند. میزان متناسب بودن داده‌ها با استفاده از آماره KMO و آزمون بارتلت، محاسبه شد که حاکی از مناسب بودن متغیرها است. بدین طریق ۶ متغیر شناسایی شدند. عوامل مذکور در واقع عواملی می‌باشند که با توجه به پاسخ‌های ارائه شده، بر کیفیت کار بازارهای موقت روز تأثیرگذارند. جدول ۶، هر یک از متغیرهای شناسایی شده را به همراه بار عاملی هر متغیر مشخص می‌سازد که باتوجه به اولویت متغیرها بیان شده است.

جدول ۴. مقدار KMO و آزمون بارتلت

df	Sig.	Bartlett's Test of Sphericity	KMO	تحلیل عاملی
780	.000	4.794	.824	عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازار

جدول ۵. عوامل استخراج شده با مقادیر ویژه، درصد واریانس و واریانس تجمعی آنها

عامل ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
1	8.057	19.284	19.284
2	15.687	7.494	26.778
3	22.952	6.748	33.526
4	30.077	5.581	39.107
5	36.634	4.205	43.312
6	42.693	3.913	47.225
7	47.285	3.372	50.598

جدول ۶. تعیین عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت از دیدگاه خریداران

بار عاملی	متغیرها	نام عامل
۰/۷۵۰	تازگی محصولات خوراکی	عملکرد شهرداری در خصوص چگونگی عرضه محصولات
۰/۶۷۴	به روز بودن محصولات غیر خوراکی	
۰/۸۳۰	در دسترس بودن کالا بر اساس نیاز مشتریان	
۰/۶۸۲	صرفه جویی در وقت جهت خرید کالای روزانه	
۰/۶۵۱	نحوه دسترسی به بازار	کارکرد مدیریتی بازار
۰/۷۴۰	نظارت بر دستفروشی غیرمجاز	
۰/۷۰۰	اسقرار سیستم پیچینگ	
۰/۵۳۶	غرفه گذاری و جداسازی غرف	
۰/۷۳۹	جلوگیری از ورود کالای غیرمجاز	
۰/۷۵۳	سهولت دسترسی به طیف گسترده‌ای از کالا	چگونگی دسترسی به کالا و خدمات
۰/۶۶۸	سهولت دسترسی به کالای مورد نیاز روزانه	
۰/۸۳۰	در دسترس بودن کالا بر اساس نیاز مشتریان	
۰/۶۲۸	کیفیت مکانی بازار (کف سازی و ...)	
-۰/۵۴۰	سهولت دسترسی به مدیریت بازار	
۰/۸۴۸	تبلیغات در خصوص کالای عرضه شده در بازار	کارکرد مدیریت در چگونگی تبلیغات در خصوص بازار و کالای ارائه شده
۰/۹۱۵	معرفی غرفه‌ها و محصولات بازار	
۰/۶۳۹	ارائه کالای فرهنگی (صنایع دستی و ...)	
۰/۶۷۳	قیمت در مقایسه با مغازه‌ها	شرایط و کارکرد اقتصادی بازار
۰/۹۳۵	قیمت در رابطه با کیفیت	
۰/۵۱۲	تنوع	
۰/۶۹۱	کیفیت	
۰/۵۱۸	اختصاص غرفه به بانوان (بی سرپرست، سرپرست خانوار و ...)	ساماندهی کارآمد دستفروشان
۰/۸۷۱	ساماندهی دستفروشان و کاهش سد معبر	
۰/۸۷۹	عملکرد شهرداری در خصوص برپایی بازارها	

پس از تحلیل عاملی متغیرهای تحقیق، در جهت سنجش تغییرات متغیر وابسته (کیفیت کار بازارهای موقت)، از طریق متغیرهای مستقل و در جهت پیش‌بینی و سنجش سهم هریک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته از رگرسیون چندگانه استفاده نمودیم.

کیفیت کار بازارهای موقت روز، طبق آئین‌نامه حمایتی شهرداری از بازارها، توسط معرف‌های پیش‌بینی شده سنجیده شدند. این معرف‌ها شامل: امکانات رفاهی بازار (اختصاص غرفه مناسب، سیستم تهویه هوا، مکان مناسب جهت استراحت و ...)، مدیریت بازار (استقرار مدیر بازار در محل، اطلاع‌رسانی، نظارت و امنیت توسط شهرداری و مدیر بازار و ...)، ساماندهی صحیح دستفروشان و آوردن آنها به این قبیل بازارها، دستگیری از زنان بی سرپرست یا سرپرست خانواده و ...، کاهش سد معبر از خیابان‌ها، محصولات ارائه شده (کیفیت، بهداشت، قیمت) و

وضعیت فنی بازار (مکان مناسب، کف‌سازی مناسب و شکل ظاهری بازار) می‌باشند. از پاسخگویان خواسته شد که در قالب طیف لیکرت ارزیابی خود را در خصوص چگونگی معرف‌های مذکور مشخص سازند. نتایج تحلیل رگرسیون در جدول زیر بیان شده است.

ضریب R Square در جدول زیر نشان می‌دهد که ۶۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط این شش عامل (متغیرهای مستقل) تبیین می‌گردد. همچنین در جدول ۵، ضریب همبستگی چندگانه که با علامت R نشان داده شده است، شدت رابطه بین کیفیت کار بازار و متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد که معنی‌داری رگرسیون بوسیله آزمون F که در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار است، نشان داده شده است. همچنین آزمون t در جدول ۶، نشان می‌دهد که ضریب رگرسیون معنی‌دار بوده و در برآورد مقدار متغیر وابسته، مؤثر می‌باشد.

جدول ۷. شاخصه‌های آماری جهت تحلیل تأثیر متغیر مستقل بر وابسته

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.680	.540	12.12255

جدول ۸. محاسبه ANOVA و آزمون F جهت تحلیل متغیرها

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4988.702	7	712.672	4.850	.004 ^a
Residual	2351.298	16	146.956		
Total	7340.000	23			

جدول ۹. محاسبه ضریب بتا و سطح معنی داری آن جهت تحلیل متغیرهای تحقیق

sig	t	Beta	Std. Error	B	عوامل مؤثر
.000	41.645		2.578	107.363	Constant
.026	2.462	.373	3.107	7.650	عملکرد شهرداری در خصوص چگونگی عرضه محصولات
.370	.922	.133	2.494	2.299	چگونگی دسترسی به کالا و خدمات
.091	-1.801	-.260	2.477	-4.461	کارکرد مدیریتی بازار در خصوص نظارت بر کالا و خدمات
.632	.489	.075	3.027	1.480	کارکرد مدیریتی در چگونگی تبلیغات
.000	4.909	.707	2.692	13.215	شرایط و کارکرد اقتصادی بازار
.158	1.480	.226	3.024	4.476	ساماندهی کارآمد دستفروشان

۷. جمع بندی و نتیجه گیری

بنابه آئین نامه برپایی بازارهای موقت روز، شهرداری موظف بوده است که در احداث بازارهای موقت، امکانات رفاهی مورد نیاز را در اختیار شهروندان قرار دهد. با این وجود، اکثریت بازارهای موقت فاقد امکاناتی از قبیل: سرویس های بهداشتی، امکانات سرمایی و گرمایی لازم در فصول سرد و گرم سال، غذاخوری و یا بوفه، نمازخانه، امکانات امنیتی و... بوده است. بنا به نظر اکثریت پاسخگویان، مهمترین مشکلات بازارهای موقت بدین قرار است: شرایط فنی و عمومی بازار، شرایط اقتصادی بازار (قیمت اجناس با توجه به کیفیت، عدم توجه به استانداردهای مطلوب در جهت بهداشت محصولات و...)، عدم پیش بینی صحیح زمان شروع و خاتمه بازار، عدم پیش بینی تمهیدات ترافیکی لازم، عدم پیش بینی تمهیدات امنیتی، عدم رعایت نظارت بهداشتی بر محصولات و در پایان باید از ضعف در حمل و نقل کالا نام برد. در جهت بیان نقاط قوت بازارها می توان از: نزدیکی به محل سکونت خریداران، تنوع کالا و دسترسی خریداران به طیف گسترده ای از کالا در بازار نام برد.

اما، جهت ساماندهی کارآمد دستفروشان و استاندارد نمودن بازارهای موجود، باید عوامل مؤثر بر کیفیت کار بازارهای موقت شناسایی شوند. تحلیل عاملی نشان داده است که عواملی از جمله: عملکرد شهرداری در خصوص چگونگی عرضه محصولات، چگونگی دسترسی به کالا و خدمات،

کارکردمدیریت بازار در خصوص نظارت بر کالا و خدمات، کارکرد مدیریتی در چگونگی تبلیغات، شرایط و کارکرد اقتصادی بازار و ساماندهی کارآمد دستفروشان بر کیفیت کار بازارهای موقت روز مؤثرند. اما از میان عوامل مذکور دو عامل: شرایط و کارکرد اقتصادی بازار و عملکرد شهرداری در خصوص چگونگی عرضه محصولات، بیشترین تأثیر را بر کیفیت کار بازارهای موقت روز دارا هستند.

۸. ارائه راهکار

- با توجه به نتایج مطالعه کیفی و کمی تحقیق، مهمترین راهکارهای پیشنهادی بدین قرارند
- حمایت از تولید کنندگان داخلی، با پرداخت وام و تسهیلات مورد نیاز
- برنامه‌ریزی در جهت کالاهای تولید داخلی و جایگزینی آن به جای کالای چینی
- نظارت دقیق و جلوگیری از ورود کالای نامرغوب
- ایجاد حس رقابت بین تولید کنندگان داخلی با تشویق ایشان به تولید
- ارائه کالای تولیدی داخلی به دستفروشان بازار به جای کالای چینی
- جمع‌آوری دستفروشان غیرمجاز در بازارها
- جلوگیری از برخورد غیراخلاقی مدیریت برخی از بازارها با فروشندگان
- جلوگیری از اختصاص غرفه‌های بازار به افغانه، اعراب و دیگر خارجیان
- اختصاص بیمه و خدمات تأمین اجتماعی به دستفروشان بازار

فهرست منابع:

- ۱- آیین‌نامه برپایی بازارهای حمایتی، شهرداری تهران، شرکت ساماندهی صنایع و مشاغل شهر، ۱۳۸۸.
- ۲- شرکت بین‌المللی پردازش اطلاعات، بررسی میزان رضایت شهروندان ساکن در منطقه (۱) تهران از غرفه‌های میادین میوه و تره بار منطقه، تهران، ۱۳۸۷.
- ۳- غیاثوند، احمد، نظرسنجی از شهروندان تهرانی درباره ساماندهی متکدیان، شهریور، ۱۳۸۷.
- ۴- ربانی، رسول، جامعه‌شناسی شهری، ویرایش دوم، دانشگاه اصفهان؛ سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت) مرکز تحقیقات و توسعه علوم تنسانی، اصفهان، ۱۳۸۵.

- ۵- ساروخانی، باقر، روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، جلد دوم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ۱۳۷۸.
- ۶- ساروخانی، باقر، روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، جلد سوم، دیدار، تهران، ۱۳۸۵.
- ۷- بیکر، ترزال، نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نایبی، انتشارات روش، تهران، ۱۳۷۷.
- ۸- مولر، جان هنری، استدلال آماری در جامعه شناسی، ترجمه: هوشنگ نایبی، نشر نی، تهران، ۱۳۷۸.
- ۹- صنعت خواه، علیرضا، بررسی عوامل مؤثر بر بیکاری فارغ التحصیلان، مجله کار و جامعه: شماره ۱۰۹، تیرماه ۱۳۸۸.
- ۱۰-.....،.....، نیازسنجی بازار کار و رابطه آن با اشتغال دانش آموختگان دانشگاه‌ها، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم و تحقیقات تهران، ۱۳۸۸.
- ۱۱- تنهایی، حسین ابوالحسن، درآمدی بر مکاتب و نظریه های جامعه شناسی، نشر مرندیز، مشهد، ۱۳۸۳، چاپ پنجم.
- ۱۲- رفیع پور، فرامرز، کندوکاوها و پنداشته ها مقدمه ای بر روشهای شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی، انتشار، تهران، ۱۳۶۰، چاپ شانزدهم.
- ۱۳- عظیمی، حسین، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، نشر نی، تهران، ۱۳۷۱.
- ۱۴- کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات (جلد دوم): اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه ای احمد علیقلیان، افشین خاکباز و حسن چاوشیان به ویراستاری علی پایا: طرح نو، تهران، ۱۳۸۴، چاپ چهارم.
- ۱۵- والرشتاین، ایمانوئل، سیاست و فرهنگ در نظام متحول جهانی (ژئوپلیتیک و ژئوکالچر)، ترجمه پیروز ایزدی، نشر نی، تهران، ۱۳۸۴، چاپ دوم.
- ۱۶- سیف الهی، سیف الله، جامعه شناسی مسائل اجتماعی ایران: مجموعه مقاله ها و نظر ها، پژوهشکده جامعه پژوهی و برنامه ریزی المیزان، جامعه پژوهان سینا، تهران، ۱۳۸۱.
- ۱۷-.....،.....، مبانی جامعه شناسی (اصول، مبانی و مسائل اجتماعی) مرندیز، مشهد، ۱۳۷۳.
- ۱۸- سیف الهی، سیف الله، اقتصاد سیاسی ایران، مجموعه مقاله ها و نظر ها، پژوهشکده جامعه پژوهی و برنامه ریزی المیزان، بی جا، ۱۳۷۴.
- ۱۹- صادقی، علی اکبر، بررسی نظرات شهروندان در خصوص وضعیت معابر شهر تهران، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، ۱۳۸۷.

- ۲۰- عربیان، فهیمه، بررسی میزان رضایت زنان سرپرست خانوار ساکن در منطقه ۹، از نحوه
ارایه خدمات اجتماعی منطقه به آنان، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، ۱۳۸۷.
- ۲۱- کوثری، سمانه، بررسی نظرات مراجعه کنندگان به کتابخانه‌ها درباره کتابخانه‌های وابسته
به شهرداری تهران، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، ۱۳۸۷.
- ۲۲- نعمتی، داریوش، سنجش نظرات مراجعه کنندگان به مراکز و خانه های کارآفرینی مناطق
بیست و دوگانه تهران در خصوص فعالیت های این مراکز، دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی
شهرداری تهران، ۱۳۸۷.