

Providing Outflow Sololutions of the Damages Caused by the Transformation of Urban Retails in the City;

Case Study: District 2 of Rasht

Mohamad Nouripour Sedehi



PhD Candidate Of Urban Planninig
University of Guilan, Rasht, Iran

Hasan Ahmadi –



Associate Professor, Department of
Urban Planning, University of Guilan,
Guilan, Iran

Abstract

As a result of rapid changes in the urban spaces, retails have become vulnerable. The importance of this research is to identify the damages caused by changes in jobs, and to study their effects on the urban environment and the lives of citizens. in order to provide appropriate strategies and solutions to alleviate and reduce the damages caused by changes in urban retails. for this purpose, the content analysis method has been used and information has been collected through semi-structured interviews, field observations, and document studies. In total, 67 damages resulting from changes in retailing have been identified in 20 concepts and 6 dimensions (in coding levels). Based on this categorization, a total of 6 strategies and 46 solutions have been suggested to reduce the damages, which can be used in urban plans, especially in the distribution and dispersion of land uses and commercial activities in cities. It is also suggested that a spatial perspective should replace a coercive and authoritarian perspective. Under such conditions, it is possible to reduce the damages caused by changes in businesses in cities through the development of democratic programs, such as neighborhood planning and urban retail planning.

Keywords: Content Analysis, Rapid Changes, Urban Space, Urban Retail, Semi-Structured Interview

Corresponding Author: Hamed@guilan.ac.ir

How to Cite: Nouripour Sedehi, M; Ahmadi, H. (2025). Providing Outflow Sololutions of the Damages Caused by the Transformation of Urban Retails in the City; Case Study: District 2 of Rasht, *Journal Urban and Regional Development Planning*, 10(32), 91-138.

1. Introduction

Retails have a significant impact on the formation of the Urban morphology. Cities will move towards changes to innovate and adapt to new human relationships and interactions, but the evacuation of retails from neighborhoods will cause physical damage such as desertion and abandonment of places, as well as identity crises and the loss of the spirit of the place. In such a situation, the emergence of problems such as depression, stress, aggression and its negative impact on the quality of the city's social life and social interactions is not far from expected. district 2 of Rasht, as one of the dynamic, diverse parts, as well as the central and historical core of the city, which has undergone the most urban retail changes and transformations throughout the history of Rasht, has been studied. This research seeks to provide solutions to reduce the damages caused by retail's transformation that affect the Urban morphology.

Research Questions

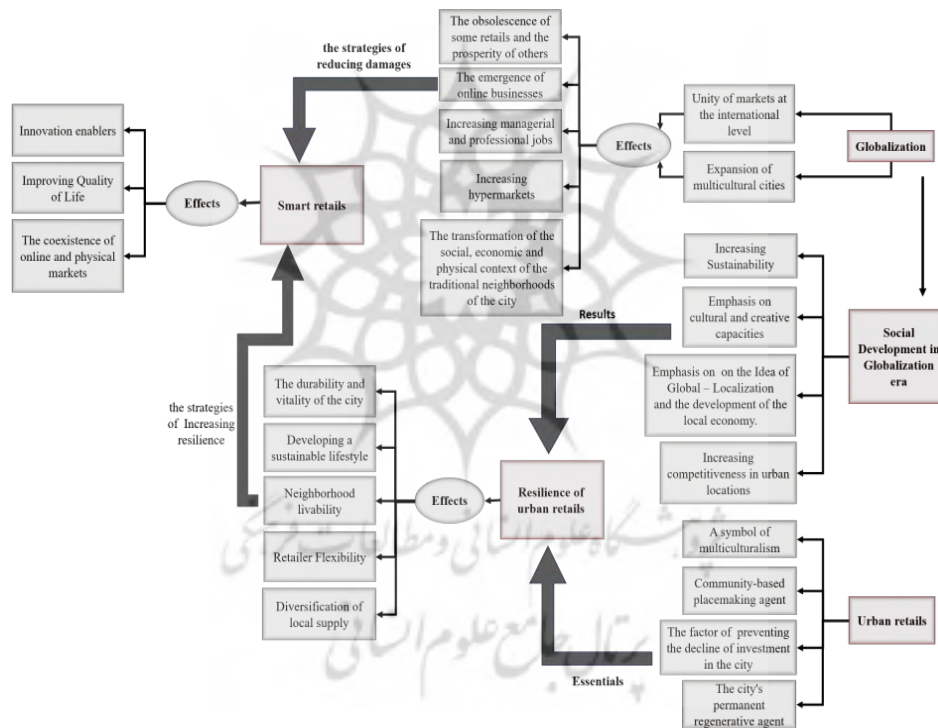
- What are the main damages caused by the transformation of retails in district 2 of Rasht?
- What solutions can be provided to reduce the damages caused by the transformation of retails in the city and the lives of citizens?

2. Literature Review

Ford (2015) states that artificial intelligence will make even the best jobs obsolete and lead to massive unemployment and economic inequality (Ford, 2015: 284). Accordingly, it is believed that humanity is moving towards a "world without work" (Thompson, 2015), which is of course an exaggerated point of view. The negative and positive aspects of new technologies in the near future have been analyzed by Brynjolfsson and McAfee (2014). According to them, since the types of professions will change fundamentally, companies will have to adapt to the new requirements. The fear of losing jobs has been repeating for many years and has been widely discussed throughout the industrial revolution. Rifkin (2011) explains how the spread of automation has not led to job losses, but to the creation of millions new jobs. Barat (2023) refers to the "end of the human era" as a result of the widespread use of artificial intelligence and states that so far artificial intelligence has had a competitor: humans; however, their coexistence is no longer possible (Barat, 2023: 531). However, Carreras & Frago (2022) present a study that aims to define a city without retail in the future and to examine its possibility and sustainability. thinking about the

possibility of a city without retail can help to clarify the real structure and functioning of the contemporary economy of cities (Carreras & Frago, 2022). From the perspective of the retail studies tradition, it seems very difficult to define a city without retail. Retail is often integrated with the real social life of the city; before smart commerce, store closures were due to the presence of hypermarkets and large shopping malls. This process mainly affected low-density areas, but the closures caused by smart commerce are general and affect the most dynamic urban centers. Figure 1 shows the theoretical framework of the research.

Figure 1
theoretical framework of the research



3. Methodology

This study is classified as a qualitative method. It is developed by conducting semi-structured interviews with old citizens that were retail owners, presence in the study field, and field observations of retail spaces. For this purpose, 15 old retailers of the city were interviewed to achieve

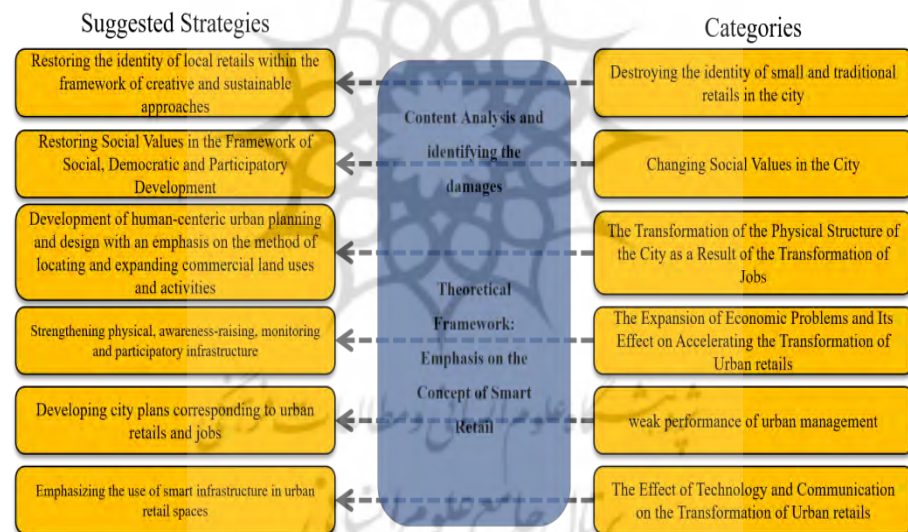
theoretical saturation. The results of the semi-structured in-depth interviews are examined using the content analysis method.

4. Results

Six main categories were explained after the content analysis levels; then, based on these categories, various strategies were proposed in accordance with the identified damages. Therefore, considering the theoretical framework of the research and the importance of the concept of smart retailing in the survival and empowerment of small retails, the authors presented six general strategies based on the six categories resulting from the content analysis and the theoretical framework of the research, which are presented in Figure 2.

Figure 2

Exploration categories and presenting suggested strategies



6. Conclusion

In total, 67 damages resulting from changes in retailing have been identified in 20 concepts and 6 dimensions (in coding levels). Based on this categorization, a total of 6 strategies and 46 solutions have been suggested to reduce the damages, which can be used in urban plans, especially in the distribution and dispersion of land uses and commercial activities in cities. It is also suggested that a spatial perspective should replace a coercive and

authoritarian perspective. Under such conditions, it is possible to reduce the damages caused by changes in businesses in cities through the development of democratic programs, such as neighborhood planning and urban retail planning. Contrary to anti-capitalist views that are pessimistic about the free circulation of capital, this research states that capital circulation is one of the main factors in reproducing the life and innovation of the city in social, economic, cultural and physical dimensions, provided that those economic affairs and relations be optimally regulated in the city and the value of production replaces more accumulation. With such an approach, instead of imposing privative laws that lead to stagnation of urban spaces and interactions, the proposed solutions are presented with a resilient perspective and in line with innovative, creative and smart trends so that the social life and vitality existing in District Two, as the most dynamic part of Rasht city, can be developed.

Keywords: Content Analysis, Rapid Changes, Urban Space, Urban Retail, Semi-Structured Interview





ارائه راهکارهای برون‌رفت از آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر؛ مطالعه موردی: منطقه دو شهر رشت^۱

دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

محمد نوری‌پور سدهی

دانشیار گروه شهرسازی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

حسن احمدی *

چکیده

در اثر تحولات سریع در عرصه شهرها، مشاغل خرد آسیب‌پذیر شده‌اند. اهمیت این پژوهش آن است که با بررسی تحول مشاغل خرد شهری، آسیب‌های ناشی از تغییرات مشاغل شناخته شوند و اثرات آن‌ها در عرصه شهر و زندگی شهروندان مورد مطالعه قرار گیرند تا راهبردها و راهکارهای مناسبی جهت رفع و کاهش آسیب‌های ناشی از تحولات مشاغل خرد شهری ارائه شوند. به همین منظور از روش تحلیل محتوا استفاده شده و گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته، مشاهدات میدانی و مطالعات اسنادی انجام شده است. مجموعاً ۶۷ آسیب ناشی از تحول مشاغل در مفاهیم ۲۰ گانه و مقوله‌های ۶ گانه شناسایی شدند و طبق همین دسته‌بندی، مجموعاً ۶ راهبرد و ۴۶ راهکار در جهت کاهش آسیب‌ها ارائه شدند که می‌توانند در طرح‌ها و برنامه‌های شهری خصوصاً در زمینه‌ی چگونگی توزیع و پراکنش کاربری‌ها و فعالیت‌های تجاری شهر مورد استفاده قرار گیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود که نگاه فضایی به معنای اصیل، جایگزین نگاه جبری و آمرانه شود. تحت چنین شرایطی می‌توان با توسعه‌ی برنامه‌های دموکراتیک، مانند برنامه‌ریزی محله‌ای و برنامه‌ریزی خرده‌فروشی شهری، آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل در شهرها را کاهش داد.

کلیدواژه: تحلیل محتوا، تحولات سریع، فضای شهری، مشاغل خرد شهری، مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته

۱- مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی شهری دانشگاه گیلان با عنوان «جستجوی راهکارهای برون‌رفت از آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر؛ مطالعه موردی: منطقه دو شهر رشت» است.

* نویسنده مسئول: Hamed@guilan.ac.ir

بیان مسئله

مشاغل خرد، نمود حیات اقتصادی و زندگی اجتماعی، تحرک، پویایی و فعالیت در شهر هستند و تأثیر چشمگیری در شکل‌گیری بافت شهرها دارند. این مشاغل همواره با تغییر مدار نیازهای بشری دچار تغییرات و تحولات گسترده‌ای شده‌اند و در این گذار، تغییرات مشاغل همواره بر ساختارهای کالبدی، محیطی، اجتماعی و اقتصادی شهر اثر مستقیم داشته است و انتظار می‌رود که فعالیت‌ها و مشاغل جدیدی مطابق با تحولات و نیازهای جدید شهروندان در شهرها گسترش یابند و بسیاری از مشاغل قدیمی‌تر را به نابودی کشانند. در حالی که امروزه در جوامع توسعه‌یافته مفاهیمی همچون برنامه‌ریزی فضاهای خرده‌فروشی^۱، تاب‌آوری مشاغل خرد شهری^۲ و... کاملاً در دانش شهرسازی و برنامه‌ریزی شهری به رسمیت شناخته شده است، در ایران، برنامه‌ریزی مرتبط با فضاهای اشتغال در حد برنامه‌ریزی کاربری زمین باقی مانده است.

چین جیکوبز بیش از شصت سال پیش استدلال کرد که شهرها شاخه‌هایی برای نوآوری، تحمل‌پذیری، تنوع، نوظهوری، شگفتی و از همه مهم‌تر شکوفایی اقتصادی هستند (Jacobs, 1961)؛ بنابراین خواه‌ناخواه شهرها به‌سوی تغییراتی برای نوآوری و همگام‌شدن با مناسبات و تعاملات جدید انسانی پیش خواهند رفت اما تخلیه مشاغل خرد از محله‌ها سبب بروز آسیب‌های کالبدی مانند متروک شدن و رهاشدگی مکان‌ها و نیز سبب بروز بحران‌های هویتی و از بین رفتن روح مکان می‌شود؛ همچنین از طرفی دیگر، ممکن است صاحبان این‌گونه مشاغل که بیکار شده‌اند و دارای تخصص‌های دیگری نیستند به مشاغل کاذب و یا فعالیت‌های واسطه‌گری روی آورند و گسترش این فعالیت‌ها بر سازمان فضایی شهر اثر منفی گذارد. با جایگزینی و تحول مشاغل لازم است تا نحوه مکان‌یابی، توزیع و پراکنش بسیاری از کاربری‌ها و فعالیت‌ها در فضاهای شهری موردبازنگری و تجدیدنظر قرار گیرند. با این حال تحول این مشاغل تنها محدود به چگونگی مکان‌یابی

1. retail planning

2. urban retail resilience

کاربری‌ها، تعیین سرانه‌ها و تغییرات تراکم شهری نیست، چراکه صاحبان مشاغل خرد به‌عنوان شهروندانی تلقی می‌شوند که کسب و کارشان بیش‌ازپیش تهدید می‌شود و بر سلامت ذهنی و روانی آنان اثر می‌گذارد و در چنین شرایطی بروز معضلاتی مانند افسردگی، استرس، پرخاشگری و تأثیر منفی آن بر کیفیت حیات اجتماعی شهر و تعاملات اجتماعی دور از انتظار نیست؛ شهر به‌عنوان اصلی‌ترین زیست‌گاه انسان معاصر و مشاغل شهری به‌عنوان عوامل تحرک، پویایی و حیات شهرها مفهومی تک‌بعدی نیستند. تحول مشاغل اثرات مثبت و منفی متعددی در شهر دارد و باید راهکارهایی برای مقابله با آسیب‌های احتمالی کالبدی و محیطی، اجتماعی و اقتصادی و غیره ارائه شود. به‌همین منظور منطقه دو شهر رشت به‌عنوان یکی از بخش‌های پویا، متنوع و همچنین هسته مرکزی و تاریخی شهر که متحمل بیشترین تغییرات و تحولات شهری در طول تاریخ شکل‌گیری رشت بوده، مورد مطالعه قرار گرفته است. بسیاری از مشاغل برخاسته از فرهنگ‌های بومی، هویتی و اقلیمی این منطقه جغرافیایی بوده‌اند و نقش مهمی در شکل‌گیری هویت و شخصیت شهر رشت داشته‌اند. فعالیت‌های بومی خاص و منحصر در محله‌های این منطقه هم‌اکنون از بین رفته و یا در حال نابودی‌اند. بازارهای قدیمی این بخش از شهر مانند بازار مسگران کارکرد تولیدی خود را ازدست‌داده‌اند و کسب و کار آنلاین، انواع پست و پیک‌های موتوری عملکرد بیشتری در جریان‌های شهری ایفا می‌کنند؛ بسیاری از مغازه‌ها در عمق بازار بدون فعالیت (تعطیل) هستند و فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای جایگزین خرده‌فروشی‌ها شده‌اند و بسیاری از دگرگونی‌ها در شهر ایجاد شده است و این تغییرات بدون برنامه‌ریزی‌های مدون، سبب بروز آسیب در ابعاد مختلف شهر شده است. مشاغل خرد جزء مهمی از فضاهاى شهری هستند که به عقیده لوفور (۱۹۹۱) منجر به تولید فضا می‌شوند و نقش مهمی در حیات اجتماعی، اقتصادی و نیز فرم کالبدی شهر دارند. این پژوهش درصدد است تا با شناخت و بررسی تحول مشاغل خرد در شهر، راهکارهایی را به‌منظور جبران آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل در عرصه شهر و زندگی شهروندان ارائه

ارائه راهکارهای برون‌رفت از آسیب‌های ناشی از...، نوری‌پور و احمدی | ۹۹

و آسیب‌های ناشی از آن که بر بافت شهر مستولی می‌شوند را کاهش دهد؛ بنابراین پرسش‌های پژوهش عبارت‌اند از:

≠ عمده‌ترین آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در منطقه دو شهر رشت کدام است؟

≠ چه راهکارهایی را می‌توان جهت کاهش آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر و زندگی شهروندان ارائه کرد؟

مبانی نظری

جهانی‌سازی و اقتصاد محلی

استراتژی‌های تاب‌آوری خرده‌فروشان محلی و داخلی و نواحی سنتی خرده‌فروشی در دوران جهانی‌سازی یکی از جنبه‌های موردبررسی در مبانی نظری این پژوهش است که اغلب نقش فضایی و پیوند آن‌ها با برنامه‌ریزی شهری نادیده گرفته می‌شود و به لطف جهانی‌شدن و ظهور فروشگاه‌های بزرگ، تحولات برجسته‌ای در چشم‌انداز اراضی مختص به خرده‌فروشی و رفتارهای مصرف‌کننده ایجاد شده است (Barata-Salgueiro & Cachinho, 2021). سرمایه‌داری و جهانی‌سازی به دلیل تمرکز بر انباشت سرمایه در شهر، همان‌طور که پرویز پیران (۲۰۰۳) اشاره کرده است، به مثابه دو روی سکه، ماهیتی متضاد یعنی دو عملکرد سازنده و ویرانگر دارند. اکنون با توسعه اجتماعی در عصر جهانی‌سازی، باید گفت که اندیشه‌ی سرمایه‌داری که قرن‌ها با زندگی بشر در شکل‌های متنوعی نمایان شده، نابودشدنی نیست و اساساً سرمایه‌داری به‌طور ذاتی دارای بار منفی نیست؛ اما می‌توان با تأکید بر امتزاج فرهنگ‌ها و هویت هر جامعه و نیز سیاست‌گذاری‌های درست، چارچوب‌هایی را در عصر جهانی‌سازی توسعه داد و سرمایه‌داری را با برنامه‌های فرهنگی، هویتی مدار در عرصه شهر بازتولید کرد.

اگرچه از مصادیق جهانی‌سازی، ارتباط اقتصادی و اجتماعی فرامرزی است، با این حال در بسیاری از موارد، خصوصاً ارتباطات اقتصادی آزاد بین‌المللی، جامعه‌ی ایران در ایزوله

قرار دارد و نمی‌توان اظهار کرد که جهانی‌سازی به‌طور کامل در جامعه‌ی ما نهادینه شده است؛ اما درعین‌حال بسیاری از ظواهر آن در شکل و جریانات شهری گسترده است. در دنیای جهانی‌شده امروز، تأکید فزاینده‌ای بر به رسمیت شناختن اهمیت دموکراسی در سطح محلی وجود دارد. سطح محلی نزدیک‌ترین سطح به شهروندان و فضایی است که شهروندان عمل به دموکراسی را هر روز تجربه می‌کنند (Kozehgar & Rezaei, 2021). در این میان می‌توان استدلال کرد که فروشگاه‌های محلی نقش اجتماعی و همچنین اقتصادی خاصی را در مکان‌های شهری ایفا می‌کنند. رایشفسکا و اسپارکز (۲۰۲۰)، چارچوبی مفهومی را بر تأثیر فروشگاه‌های محلی بر اقتصاد محلی ارائه کرده‌اند که در شکل ۱ قابل مشاهده است.

شکل ۱: تأثیر فروشگاه‌های محلی بر اقتصاد محلی؛ مأخذ: Rybaczewska & sparks, 2020



طبق تحلیل‌های رایشفسکا و اسپارکز (۲۰۲۰) می‌توان استدلال کرد که همه فروشگاه‌های خرده‌فروشی بر اقتصاد محلی تأثیر دارند. فروشگاه‌های محلی اجتماع‌پذیری

و امنیت را تقویت می‌کنند، انزوا را کاهش می‌دهند و از استقلال ساکنان حمایت می‌کنند (Rybczewska & sparks, 2020: 2). نتایج نشان می‌دهد که روابط بین فروشگاه‌های محلی و اقتصاد محلی نشان‌دهنده‌ی وابستگی‌های متقابل است؛ برای این که چنین مشاغل محلی در بازار کار کنند، مشتریان باید متقاعد شوند که از آنجا خرید کنند؛ هم‌چنین می‌تواند به‌شدت بر مقدار پول در گردش در اقتصاد محلی تأثیر بگذارد (Rybczewska & sparks, 2020: 7).

اقتصادهای محلی موفق آن‌هایی هستند که گردش داخلی کارآمد دارند و جریان ایده‌ها و دانش که توسط تراکم مراکز شهری تحریک می‌شود، تأثیرات رو به رشدی را ایجاد می‌کند (Delgado-de Miguel et al, 2019). به‌طور خاص، طرح‌های بازسازی با تمرکز بر خرده‌فروشی، سود خالصی را در اقتصاد محلی ایجاد می‌کند. در بسیاری از نمونه‌های موفق بازآفرینی مکان‌های شهری، مقامات محلی بازآفرینی خرده‌فروشی مناطق داخلی محروم شهری را ترویج کرده‌اند تا محل‌های عقب‌مانده را برای ایجاد رشد اقتصادی واقعی، مشاغل و فضاهای شهری خلاقانه و هیجان‌انگیز آغاز کنند (Lowe, 2005). خرده‌فروشان به دلیل موقعیت آن‌ها در زنجیره تأمین بین تولیدکنندگان و مشتریان، تأثیر قابل توجهی بر مسائل پایداری دارند (Wilson, 2015).

مشاغل خرد شهری

فروشگاه‌های کوچک نقش بسیار مهمی برای شهر و بازسازی دائمی آن دارند. حضور خرده‌فروشی در مراکز شهری برای جلوگیری از خنثی کردن علاقه مردم به زندگی در خارج از محله‌شان، کلیدی است (Warnaby et al, 2005). فروشگاه‌های کوچک روند رو به رشد بیابان‌زایی شهری و در نتیجه رهاشدن ساختمان‌ها و افول سرمایه‌گذاری در خدمات عمومی را کاهش می‌دهند. از دست دادن فعالیت تجاری یکی از برجسته‌ترین شاخص‌های انحطاط مراکز شهری است. هیچ شهری بدون تجارت وجود ندارد، زیرا تجارت، چارچوب شهری و ساختار اجتماعی شهر را تقویت می‌کند (Delgado-de

(Miguel et al, 2019). خرده‌فروشی همیشه نقشی کلیدی در شهرها و در روابط و کیفیت زندگی مردم داشته است و دائماً با تغییرات عرضه و تقاضا، همراه با نوآوری‌ها در فناوری و خود صنعت سازگار می‌شوند (Barata-Salgueiro & Cachinho, 2021). ساختار خرده‌فروشی یک شهر تأثیر مستقیمی بر ساختار اقتصاد شهری دارد؛ و همچنین منجر به افزایش جریان سفرهای خرید خانگی می‌شود (Gonzalez-Feliu et al, 2017). فروشگاه‌ها و خدمات کوچک در سطح خیابان‌ها اغلب به عنوان فضاهایی شناخته می‌شوند که کیفیت زندگی و شهرنشینی را افزایش می‌دهند. کاهش خرده‌فروشی‌های کوچک بر زندگی عمومی و زیست‌پذیری فضاها تأثیر می‌گذارد. زیست‌پذیری نشانه مکان‌سازی بوده و فضا یک نمود فیزیکی و اجتماعی است که مملو از معانی و اعمال اجتماعی روزمره است؛ بنابراین خرده‌فروشی می‌تواند به عنوان یک کاتالیزور در محله‌هایی که با کاهش کسب‌وکار مواجه هستند عمل کند. علاوه بر این، خرده‌فروشی محلی نماد آشکاری از چندفرهنگی است و می‌تواند به تقویت مکان‌سازی جامعه‌محور کمک کند و پتانسیل آن را دارد که یک محرک اقتصادی اساسی برای رشد باشد (Lilius & Hewidy, 2021).

خرده‌فروشان به دلیل موقعیتی که در زنجیره تأمین بین تولیدکنندگان و مشتریان، در اشتغال، در زندگی اجتماعی و زیست‌پذیری مکان‌ها دارند، نقش مهمی در پایداری و انعطاف‌پذیری ایفا می‌کنند؛ بنابراین، استفاده از خرده‌فروشی توسط سیاست‌گذاران برای ساختار شهرها و ارتقاء مکان‌های قابل زندگی و رشد اقتصادی به خوبی درک شده است. به دنبال پویایی صنعت خرده‌فروشی و تغییر در شیوه زندگی شهروندان، سیاست‌ها در طول زمان تغییر کرده‌اند. به تدریج، اهداف سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به وضوح با رشد اقتصادی پایدار و انعطاف‌پذیری مرتبط شد و تلاش برای افزایش دوام و سرزندگی مراکز شهرها به عنوان مکان‌های مهم برای اقتصاد و اجتماعات محلی بود. مقامات محلی طرح‌های بازسازی مبتنی بر خرده‌فروشی را در شهرهای محروم، ادغام خرده‌فروشی و خدمات برای جذب کسب‌وکارها و کاربران جدید، باهدف بهبود سرزندگی و افزایش خلاقیت، ترویج کرده‌اند (Barata-Salgueiro & Cachinho, 2021).

تاب‌آوری مشاغل خرد شهری

تاب‌آوری، فرآیند کاهش آسیب‌پذیری در برابر شوک‌ها و انباشت مجموعه‌ای از دارایی‌ها است که سیستم‌ها یا جوامع را قادر می‌سازد تا از بحران‌ها عبور کنند، به گونه‌ای که به انجام وظایف خود ادامه دهند (Barata-Salgueiro & Erkip, 2014). مفهوم تاب‌آوری در بحث‌های شهرسازی مورد توجه قرار گرفته است. باین‌حال، کاربرد آن در بخش‌های خاص، مانند خرده‌فروشی، نسبتاً کمیاب است.

استفاده پایدار از فضای خرده‌فروشی شهری را می‌توان با ایجاد تعادل در نیازهای محیطی، اجتماعی و اقتصادی به دست آورد. از آنجایی که چالش‌های پیش روی خرده‌فروشی‌ها همچنان در حال رشد هستند، مأموریت جهانی به سمت پایداری و انعطاف‌پذیری همچنان یک کار دشوار است (Adebayo et al, 2022: 2).

تاب‌آوری در زمینه مراکز خرده‌فروشی برای اولین بار توسط دولگا و ریگلی (۲۰۱۱) به‌طور تجربی مورد توجه قرار گرفت که پویایی عملکرد مراکز شهرهای بریتانیا و سازگاری آن‌ها با شوک بحران اقتصادی جهانی و سایر نیروهای تغییر را بررسی کردند که به‌موجب آن تاب‌آوری به‌عنوان یک فرآیند پویا و تکاملی در نظر گرفته شد. پیامدهای بحران اقتصادی، در کنار افزایش فروش اینترنتی و تغییر فرهنگ مصرف‌کننده به سمت راحتی و ارزش، به‌طور گسترده به‌عنوان اختلالات کلیدی بر محیط‌های شکننده مراکز خرده‌فروشی در نظر گرفته می‌شوند. پایداری شهری مستلزم دوام و سرزندگی مرکز شهر است که بخشی از آن مستلزم انعطاف‌پذیری انواع خرده‌فروشان است (Erkip et al, 2013). برای افزایش زندگی شهری و توسعه شبکه زندگی پایدار، مکان‌ها و فعالیت‌های خرده‌فروشی را نمی‌توان از اهداف انسجام و شمول اجتماعی جدا کرد (Barata-Salgueiro & Cachinho, 2021). پایداری شهری با حفظ مجموعه‌ای از سیستم‌های خرده‌فروشی متعادل همراه است؛ علاوه بر این، زیست‌پذیری محله‌ای یکی از ابعاد پایداری شهری است و خرده‌فروشی بدون شک یکی از عناصر این زیست‌پذیری است. عرضه

خدمات و خرده‌فروشی غنی‌تر در سطح محله، پیوندها و انسجام اجتماعات را تقویت می‌کند و کیفیت زندگی را افزایش می‌دهد (Barata-Salgueiro & Erkip, 2014).

گسترش سریع خرده‌فروشی‌های آنلاین مدت‌هاست که این نگرانی را ایجاد کرده است که مغازه‌ها و مراکز خرید ممکن است رها و در نتیجه منجر به کاهش شهرنشینی شوند. در برابر این دیدگاه، راثو (۲۰۱۹) از مفهوم تاب‌آوری خرده‌فروشی برای کشف راه‌هایی استفاده می‌کند که در آن اشکال مختلف خرید ممکن است با تکثیر خرده‌فروشی آنلاین تداوم داشته باشند. وی به این نتیجه رسید که فضای خرده‌فروشی فیزیکی در شهر از بین نمی‌رود؛ بلکه به‌طور فزاینده‌ای در حال توسعه است که برای تجربه شهری (ترکیبی از تراکم، کاربری‌های مختلط و قابلیت پیاده‌روی) طراحی شده‌اند و بنابراین ممکن است با خرده‌فروشی‌های آنلاین سازگار شوند (Rao, 2019).

همبستگی بین خرده‌فروشی محلی، فضا و مکان در پویایی تغییرات شهری به‌طور گسترده نادیده گرفته شده است؛ چراکه هم خرده‌فروشی‌های کوچک و محلی و هم مشاغل بومی خرده‌مقیاس با محدودیت‌های جهانی‌سازی به دلیل توسعه‌ی فروشگاه‌های زنجیره‌ای از یک سو و از سوی دیگر با گسترش تجارت و کسب‌وکار آنلاین مواجه‌اند؛ و همان‌طور که اسپارکس (Sparks, 2021) نیز اشاره کرده است، عوامل اصلی منتسب به کاهش خرده‌فروشی خیابانی، خرید خارج از شهر و افزایش خرید آنلاین یا اینترنتی است. وی همچنین به‌منظور مقابله با این جریان تغییر کانال‌های خرید و فروش، پیشنهاد کرده است که ارائه یک بازار آنلاین محلی می‌تواند بر موانعی که برخی خرده‌فروشان در دسترسی به تجارت الکترونیک پیدا می‌کنند غلبه کرده و در نتیجه به بقای خود ادامه دهند (Sparks, 2021). همچنین نیاز به مارکتینگ و برندسازی مکان، همراه با افزایش عمومی تحرک و توریسم شهری، نشان می‌دهد که فعالیت‌های خرده‌فروشی و اوقات فراغت به‌طور فزاینده‌ای در بازسازی فضاهای روبه‌زوال، نقش داشته باشند (Barata-Salgueiro & Cachinho, 2021).

خرده‌فروشی هوشمند

خرده‌فروشی هوشمند به عنوان بخشی از مفهوم گسترده‌تر شهرهای هوشمند با تمرکز بر رویکردی جدید در مدیریت خرده‌فروشی ظاهر می‌شود که فناوری‌ها را به عنوان توانمندکننده‌های نوآوری و بهبود کیفیت زندگی مصرف‌کنندگان در نظر می‌گیرد (Pantano & Timmermans, 2014). ایده نوظهور خرده‌فروشی هوشمند منعکس‌کننده ایده خاصی از خرده‌فروشی است، جایی که شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان از فناوری برای تقویت نقش خود در اقتصاد، خدمات جدید با بهبود کیفیت تجارب خرید خود استفاده می‌کنند. درواقع، خرده‌فروشان باید تغییرات محیطی را درک کنند که به سمت معرفی فناوری هوشمند پیش می‌رود. از این رو، آن‌ها باید توانایی درک سناریوی رقابتی جدید را توسعه دهند که نوآوری و استراتژی اقدام مرتبط را با ادغام و پیکربندی مجدد مهارت‌ها، شایستگی‌ها، منابع و فناوری‌های داخلی و خارجی ممکن می‌سازد؛ بنابراین با ازدیاد ناگزیر خرده‌فروشی‌های هوشمند، چه در بستر شهر هوشمند و چه در بستر یک شهر سنتی که با زیرساخت‌های هوشمند کاملاً ادغام نشده، مشاغل سنتی باید کسب‌وکار خود را با فناوری‌های هوشمند منطبق کرده تا تعادلی بین مشاغل خرد فیزیکی و سنتی و مشاغل هوشمند و آنلاین ایجاد شود و هر کدام بتوانند در جریان‌های تجاری و اقتصادی شهر به طور متناسب و متعادل با یکدیگر فعالیت کنند.

همزیستی بازار الکترونیک و فروشگاه‌های فیزیکی که توسط خرده‌فروشان انجام می‌شود، می‌تواند تأثیر مثبتی بر پایداری شهری داشته باشد: از یک سو با تقویت اقتصادی و نوسازی مراکز تاریخی و از سوی دیگر با حفظ جمعیت و روابط اجتماعی سنتی. فروشگاه‌های کوچک محلی یک فضای کلیدی برای زندگی محله‌ها هستند، آن‌ها فضاهای اساسی برای ساختن اجتماع و همزیستی هستند. نقش فروشگاه فیزیکی در حال تغییر است و تحول خرده‌فروشی یک واقعیت است. مدل کسب‌وکار سنتی با فشار دیجیتالی شدن که توسط رقبای آنلاین تحمیل شده است، به چالش کشیده

می‌شود. از یک سو با ظهور فروشگاه‌های آنلاین جدید، بدون هزینه فیزیکی همراه با گسترش سریع خرید آنلاین و از سوی دیگر با گسترش فروشگاه‌های تخفیف‌دار و ازدیاد مراکز خرید بزرگ حومه شهر. تکمیل فروش با کمک کانال آنلاین در این زمینه به عنوان یک جاذبه بالقوه ارائه می‌شود (Delgado-de Miguel et al, 2019)؛ اما به طور کلی تصمیم به خرید آنلاین نیز به نگرش گسترده‌تر مصرف‌کنندگان بستگی دارد. برخی از افراد ممکن است نگرش‌های خرید «فراغت‌محور» داشته باشند و خرید آنلاین را آرامش‌بخش یا سرگرم‌کننده بدانند. نگرش‌ها نیز توسط تجربیات گذشته مصرف‌کنندگان شکل می‌گیرد. افرادی که تجربیات مثبتی برای خرید آنلاین دارند، ممکن است بیشتر به صورت آنلاین جستجو و خرید کنند و افرادی که تجربیات مثبت در فروشگاه‌های فیزیکی دارند، به احتمال زیاد از فروشگاه‌ها خرید می‌کنند (Etminani-Ghasrdashti & Hamidi, 2020).

فورد (۲۰۱۵) در کتاب^۱ خود بیان می‌کند که هوش مصنوعی حتی بهترین مشاغل را به حرفه‌های منسوخ تبدیل می‌کند و منجر به بیکاری عظیم و نابرابری اقتصادی می‌شود (Ford, 2015: 284). بر این اساس، اعتقاد بر این است که بشر به سمت «دنیای بدون کار» پیش می‌رود (Thompson, 2015) که البته دیدگاهی اغراق‌آمیز است. جنبه‌های منفی و مثبت فناوری‌های جدید در آینده نزدیک توسط برینیولفسن و مک‌آفی (۲۰۱۴) تحلیل شده است. به گفته آنان، از آنجایی که انواع حرفه‌ها به طور اساسی تغییر خواهند کرد، شرکت‌ها باید خود را با الزامات جدید وفق دهند. ترس از دست دادن شغل برای سال‌های متمادی تکرار شده و در سراسر انقلاب صنعتی نیز بحث‌های زیادی مطرح شده است. جی ریفکین (۲۰۱۱) توضیح می‌دهد که چگونه گسترش اتوماسیون منجر به از دست رفتن شغل نشده، بلکه به ایجاد ده‌ها میلیون شغل جدید منجر شده است؛ در عصر فناوری جدید کارگران به طور کامل از مشاغل خسته‌کننده و تکراری رها می‌شوند و در عوض، فعالیت‌های خلاقانه‌ای را انجام

1. rise of robots: technology and the threat of be less future

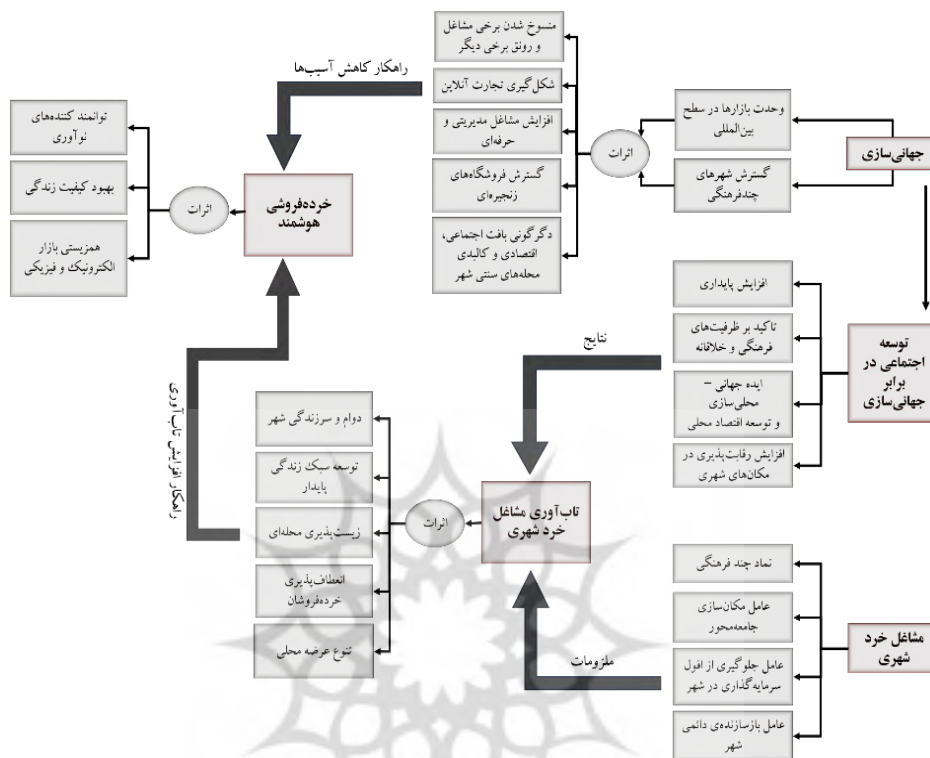
می‌دهند که نمونه‌ای از عصر هوشمند است. بارات (۲۰۲۳) در کتاب خود به «پایان عصر بشر» در نتیجه استفاده گسترده از هوش مصنوعی اشاره می‌کند و بیان می‌کند که تاکنون هوش مصنوعی یک رقیب داشته است: انسان؛ با این حال، همزیستی آن‌ها دیگر ممکن نیست (Barat, 2023: 531)؛ اما کارراس و فراگو (۲۰۲۲) پژوهشی را ارائه می‌کنند که هدف آن تعریف یک شهر بدون خرده‌فروشی در آینده و بررسی امکان‌پذیری و پایداری آن است. شهر بدون خرده‌فروشی به‌طور واضح مفهوم جدیدی است که با تمرکز بر پیامدهای مادی تغییرات در فعالیت‌های خرده‌فروشی که در طول تاریخ در بافت شهری وجود داشته است، بازسازی آینده احتمالی شهرها را در سراسر جهان تصور کند. این یک مفهوم جدید است که می‌تواند با بسیاری از مفاهیم دیگر مانند شهر دانش‌بنیان، شهر هوشمند و... که سعی در تعریف ویژگی‌های اصلی اقتصادهای شهری کنونی دارد، همزیستی کند. علاوه بر این، تفکر در مورد امکان شهری بدون خرده‌فروشی می‌تواند به روشن شدن ساختار واقعی و عملکرد اقتصاد معاصر شهرها کمک کند (Carreras & Frago, 2022). از نقطه نظر سنت مطالعات خرده‌فروشی، تعریف یک شهر بدون خرده‌فروشی بسیار دشوار به نظر می‌رسد. خرده‌فروشی اغلب با زندگی اجتماعی واقعی شهری ادغام شده است؛ تا پیش از تجارت هوشمند، تعطیلی فروشگاه‌ها به دلیل وجود هایپرمارکت‌ها و مراکز خرید بزرگ بود. این فرآیند عمدتاً مناطق کم‌تراکم را تحت تأثیر قرار داد اما تعطیلی‌های ناشی از تجارت هوشمند، عمومی است و پویاترین مراکز شهری را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

چارچوب نظری

با مرور مبانی نظری پژوهش، باید گفت که خواه‌ناخواه شهرها به‌سوی فناوری‌های نوین پیش خواهند رفت و در این میان چگونگی رویارویی با تحولات نوین است که سبب‌ساز اثرات مخرب یا مثبت در عرصه‌ی شهر می‌شود. به‌عنوان مثال جهانی‌سازی در

کنار عناصر سازنده‌اش، در صورت توجه ناکافی و فقدان اندیشه برنامه‌ریزی سبب تغییر و تحول سریع مشاغل خرد و سنتی می‌شود که نمودی از آسیب‌های ناشی از تحولات نوآورانه‌ی شهر است و در صورت تفکر متناسب برنامه‌ریزی، می‌توان راهکارهایی را برای حفظ و ادامه‌ی روند فعالیت مشاغل خرد و سنتی در این دوران گذار ارائه کرد. به همین منظور در بخش مبانی نظری، نقش اقتصاد محلی و توسعه اجتماعی در برابر آثار جهانی‌سازی مورد مطالعه قرار گرفتند و مصادیق آن معرفی شدند. همچنین اهمیت وجود مشاغل خرد (عامل بازسازنده‌ی دائمی شهر، نماد چند فرهنگی و عامل مکان‌سازی جامعه‌محور و...) در شهر بررسی شدند. در این میان، تاب‌آوری مشاغل خرد را می‌توان نتیجه‌ی توسعه‌ی اجتماعی در برابر آثار جهانی‌سازی و از ملزومات حفظ مشاغل خرد شهری قلمداد کرد. تاب‌آوری مشاغل خرد شهری با افزایش زیست‌پذیری، توسعه سبک زندگی پایدار، ایجاد تنوع و غیره می‌تواند در جهت حفظ مشاغل خرد شهری اثرگذار باشد. به همین دلیل توجه به رویکردهای نوین و دیدگاه‌های جدید برای حفظ مشاغل سنتی در دورانی که فناوری بسیار بر افول موجودیت مشاغل خرد در عرصه‌ی شهر اثر گذاشته است، اهمیت می‌یابد. از این رو، مفهوم خرده‌فروشی هوشمند با تمرکز بر رویکردهای جدید و ایده‌های نوظهور و خلاقانه می‌تواند راهکاری در جهت افزایش تاب‌آوری و توانمندکننده‌ی مشاغل خرد در این دوران که مشاغل به سرعت در حال تغییر و تحول‌اند، باشد. شکل ۲، چارچوب نظری پژوهش را نشان می‌دهد.

شکل ۲: چارچوب نظری پژوهش



روش‌شناسی

پژوهش حاضر در زمره روش‌های کیفی قرار می‌گیرد. این نوع تحقیق، تحقیقی است که اطلاعات خود را با ارجاع به عقاید، ارزش‌ها و رفتارها در بستر اجتماعی دست‌نخورده به‌دست می‌آورد (Mohammadpour, 2022: 69)؛ و از لحاظ هدف در دسته‌ی پژوهش‌های کاربردی جای دارد که با انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته از شهروندان قدیمی و صاحبان مشاغل خرد، حضور در میدان مطالعاتی و مشاهدات میدانی از فضاهای کسب‌وکار توسعه می‌یابد. به‌همین منظور ۱۵ نفر از صاحبان مشاغل قدیمی شهر مورد مصاحبه قرار گرفتند تا اشباع نظری حاصل شود. در چرایی میزان حجم نمونه باید گفت که حجم نمونه در تحقیقات کیفی وابسته به ویژگی‌های خاص هر مطالعه است اما عموماً

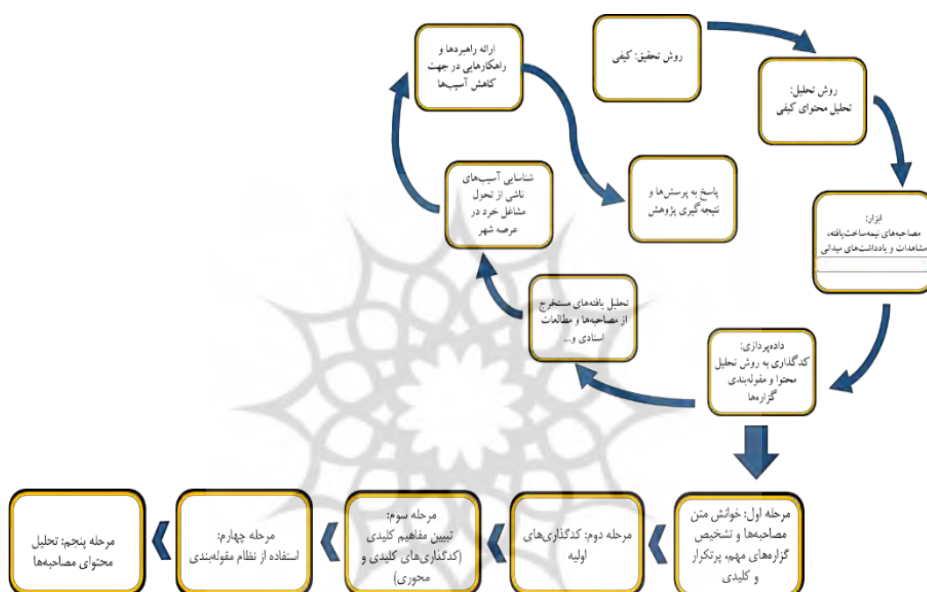
نمونه‌ای بین ۱۲ تا ۲۶ نفر در مطالعات کیفی، یافته‌های این مطالعات را قابل‌اتکا می‌سازد (Lubrosky & Rubinstein, 1995). با توجه به اینکه پژوهش حاضر متمرکز بر تحول مشاغل خرد و قدیمی واجد ارزش در منطقه‌ی دو شهر رشت که بافت تاریخی شهر را در برمی‌گیرد، صاحبان کسب و کارهای قدیمی این قلمرو مکانی، مهم‌ترین جامعه آماری این پژوهش محسوب می‌شوند که خاطرات و تجربیات دقیقی از فضاهای شهری در گذشته و حال داشته‌اند و دارای اطلاعات شفاهی ارزشمندی از روابط و پیچیدگی‌های مکانی و تجربیات زیسته‌ی ساکنان و تعاملات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی هستند. مدت‌زمان هر مصاحبه نیز بین ۳۰ الی ۸۰ دقیقه بود که ضمن ضبط صدای مصاحبه‌شوندگان و یادداشت‌برداری در طول مصاحبه‌ها، تمامی مصاحبه‌ها از صوت به متن تبدیل شدند و مورد تحلیل محتوا قرار گرفتند.

نتایج حاصل از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته، با روش تحلیل محتوا بررسی شدند. بر اساس این روش تحلیلی، کدگذاری مصاحبه‌ها در سه مرحله‌ی کدگذاری اولیه، کدگذاری محوری (شناسایی مفاهیم کلیدی) و سپس مقوله‌بندی مفاهیم انجام می‌شود که این مرحله در پژوهش‌های کیفی داده‌پردازی نام دارد. در ادامه از برآیند تحلیل‌های انتقادی مستخرج از مصاحبه‌ها و چارچوب نظری پژوهش، به شناسایی آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر و ارائه‌ی راهبردها و راهکارهایی برای کاهش آسیب‌ها پرداخته می‌شود. استراتژی کدگذاری باز، محوری و گزینشی محقق را قادر می‌سازد تا مقایسه داده‌ها، افزایش یا کاهش آن‌ها و تحلیل داده‌ها امکان‌پذیر شود و محقق را ملزم می‌کند تا با خوانش و بازخوانی مداوم داده‌های جمع‌آوری‌شده، داده‌ها را از نزدیک درک کند (Williams & Moser, 2019: 47).

برای شروع مصاحبه از صاحبان مشاغل خرد، ابتدا اطمینان حاصل شد که مصاحبه‌شونده از کاسبان قدیمی و دائمی محله بوده و سپس با طرح سؤالاتی از قبیل مدت‌زمان سکونت، توضیح خاطراتی از زمان کودکی، محل زندگی و نحوه امرارمعاش، محل خرید و خاطراتی که از مکان به‌جامانده، فرایند مصاحبه و گفتگو آغاز شد و

پرسش‌های اصلی یک‌به‌یک مطرح شدند. شکل ۳ چارچوبی کلی از روش به کار گرفته شده، جامعه آماری، تکنیک‌های جمع‌آوری داده و فرایند تحلیل محتوا را در پژوهش نشان می‌دهد.

شکل ۳- فرایند پژوهش و تحلیل محتوا



معرفی قلمرو پژوهش

منطقه‌ی دو شهر رشت تقریباً شامل تمامی محله‌های قدیمی و بافت تاریخی و سنتی شهر می‌شود. لذا مهم‌ترین مراکز اقتصادی و کسب‌وکار در رشت از دیرباز در قلمرو مکانی منطقه دو شهر شکل گرفته‌اند. برای نمونه محله‌ی بازار که قلب تپنده‌ی جریان‌های اقتصادی شهر بوده و بسیاری از محلات دیگر نیز دارای بازارچه‌های جداگانه‌ای بودند که اهمیت صنایع و کسب‌وکار در آن‌ها تا حدی زیاد بود که برخی از محلات، نام خود را از پیشه‌ها و صنایع جاری در آن مکان گرفتند؛ برای نمونه محله‌های خمیران (خمگران)، ساغریسازان، صیقلان، بازار مسگران و... که بسیاری از این صنایع امروزه از بین رفته یا در

حال نابودی‌اند، اما بازارها و بازارچه‌ها با تغییراتی در شکل، کاربری، محتوا و عملکرد، همچنان در جای‌جای این محله‌ها وجود دارند و مشاغل خرد بسیاری در بطن آن‌ها به حیات خود ادامه می‌دهند که با توجه به هدف پژوهش، در ادامه‌ی تحقیق، مورد آسیب‌شناسی قرار خواهند گرفت. شکل ۴، نقشه قلمرو مکانی منطقه ۲ را در شهر رشت و با محله‌های عرفی‌اش نشان می‌دهد. همچنین چند نمونه‌ی تصویری از آسیب‌های موجود در محله‌های سنتی منطقه ۲ از جمله حجره‌های تعطیل و فاقد فعالیت در عمق بازار بزرگ شهر رشت، مکان‌یابی نادرست فروشگاه‌های زنجیره‌ای در بافت میانی محله‌ی پیرسرا، روند شکل‌گیری مجتمع‌های تجاری در داخل بافت فضایی محله چله‌خانه ارائه شده است که پیوندها و کیفیات فضایی و شبکه‌های اجتماعی و اقتصادی درون‌محله‌ای را به‌طور کلی دستخوش تغییرات کرده‌اند.

شکل ۴: قلمرو مکانی پژوهش



یافته‌ها و بحث

نمونه‌هایی از واحدهای معنایی از متن مصاحبه‌ها

با توجه به حجم بسیار زیاد مصاحبه‌ها، برخی از گزاره‌های مهم از متن مصاحبه‌ها به‌عنوان نمونه واحدهای معنایی در جدول ۱ ارائه شده‌اند. همچنین فرایند کدگذاری پس از خوانش چندباره‌ی متن همه مصاحبه‌ها و حذف بخش‌های نامرتبط از مصاحبه‌ها انجام شده است.

جدول ۱: گزاره‌های مهم از متن مصاحبه‌ها

ردیف	واحدهای معنایی (عبارات مهم و کلیدی)
۱	اصلاً تو بافت قدیمی شهر به‌خصوص تو مرکزیتش نباید دخل و تصرفی کرد؛ ما آگه قراره یه شهری رو گسترش بدیم نباید بافت قدیمیش رو از بین ببریم، بلکه باید در اطراف بافت قدیمی بافت جدید رو توسعه بدیم، ولی ما متأسفانه بیشتر تخریب‌گریم تا مبتکر تو قضیه. این بزرگ‌ترین معضل ما تو بحث شهرسازی؛ چون وقتی که سنت یه شهری رو از بین می‌بری از نظر اجتماعی، فرهنگ قدیمی اون شهر هم از بین می‌ره.
۲	الآن کار نیست، اون موقع کار بود، پسر من الآن کجاست؟ ۱۸، ۱۹ ساله همین‌جا داره کار میکنه با تحصیلات مهندسی! همه کارا هم بلده ولی کار نداره که! آگه کار داری که هیچی، کار گيرت نیاد باید سرگردان بشی دست‌وپا بزنی، این شبُ یکنی روز، روزُ شبُ یکنی، شبُ روزُ یکنی یهو ببینی سن رفته بالا بعد دیگه جایی تو اداره جات نداری، میری ماشین خرید و فروش می‌کنی، خونه‌سازی می‌کنی، این کارا خوبین بنظرت؟
۳	شکل قدیمی شهر جالب بود و برای آدم مأنوس بود، یعنی آدم نزدیک بود از لحاظ احساسی ولی الآن نه، آدم احساس بیگانگی میکنه. دلیلش خود وجود همون فروشگاه‌ها، همون مردم، اون فروشندگان، آدم‌ها باعث می‌شدن که آدم احساس نزدیکی، احساس الفت، احساس آرامش و راحتی می‌کرد. الآن روابط این‌طور نیست، دلیلش اخلاق عوض شده، اخلاق مردم تغییر کرده، راستی درستی‌ها کم شده. سودجویی و اینا هست، ولی قدیم کم‌تر بود.
۴	کلاً باید به مشاغل سنتی امکاناتی بدن مثل پارک شهر؛ بیان غرفه بسازن به استادکارها بدن، به کسانی که کننده‌ی کارن یاد بدن، این خیلی به نفع ما میشه، خیلی اصلاً به نفع گیلان میشه. ولی امروز فکر نمی‌کنم جایی باشه، مثلاً اهل فن هستن ولی عرصه‌شو ندارن. مثلاً کار من رو همیشه میگم یاد بگیرید، یعنی من بمیرم از بین میرم! ولی من امروز نمردم، فعلاً می‌تونید از من سؤال کنید! خب خلاصه دولت میتونه حمایت کنه ولی نمیکنه آخه! اصلاً سرمایه‌داران اجازه نمی‌دن، اجناس چینی رو غالب می‌کنن.
۵	شاید دیگه وراثت دوست نداشته باشن این ملکی که اینجا هستش، این سرمایه‌ای که اینجا خوابیده، همین‌جوری بمونه برای خودش. شاید بخوان از این سرمایه استفاده‌ی بهینه ببرن. پس اگر قصد چنین کاری هم در نظر ما باشه، باید با یک حمایت‌های مالی سنگین از طرف میراث فرهنگی همراه بشه؛ یعنی ادارات مثل شهرداری‌ها، میراث فرهنگی یه حمایتی بکنن که صنعت چاپ قدیمی موزه بشه که

ردیف	واحد‌های معنایی (عبارات مهم و کلیدی)
	دیگرانم بتونن بیان بازدید و در کنار بازدید ازش اطلاعاتی هم به‌دست بیارن.
۶	اون زمان من ۱۲ سال رئیس صنف بودم، صنف خرازی‌ها. برای مجوز کار ۱۰۰۰ متر، ۱۵۰۰ متر فاصله می‌داشتیم (برای مغازه‌های با یک عملکرد و فعالیت مشابه)، هر یه مغازه ۱۵۰۰ متر. کسی حق نداشت اینجا یه مغازه باز کنه که کنارشم همون مغازه باشه. بازنشستگان را نمی‌داشتن مغازه‌دار باشن. حالا قدم‌به‌قدم یه خواربارفروشیه، اینجا خواربارفروشیه، بغلش خواربارفروشیه!
۷	دولت باید کمک بکنه دیگه، مشاغلارو اینا دارن میگشن. اینا باید به کارهایی که وجهه عمومی داره کمک کنن. منی که تعمیر کار لوازم گاز هستم باید به من کمک کنن نه اینکه جیب منو بززن؛ دارایی بگیره، بانک بگیره، اونور بگیره، اینور بگیره که همین کارها هم، مکانیکی، صافکاری، نقاشی هم با این کارها کم کم نابود میشه. پسری مشاغل هستن زور بهشون وارده، بیش از حد فشار بهشون وارده.
۸	این کباب گاری‌ها دوباره درست شدن، همه جدیدن. بله اینم داستان داره؛ از قدیم تاجر از بندر پیربازار میومد معلوم نبود شب میاد یا روز میاد به‌خاطر همین این کباب گاری‌ها تا شب میموندن کار می‌کردن، هویت این گاری‌ها به اون زمان برمیگرده، مسافر خانه‌ها هم همینطور! قدیما بار میاوردن از بندر، این مسافر خانه‌ها غلغله بود الآن همه‌شون خالین، فرسوده شدن.
۹	اینما میخوان یکاری کنن برسن به اون سنت قدیمی ولی نمیتونن! همین محله ما خلیم اینجا دانشمند بود، خیلی بزرگان بودن اینجا، چند سال پیش یه پخشنامه از شهرداری اومد گفت از اول اینجا خیابون سعدی تا خونه میرزا کوچک خان دویست متر اونور تر هر خونه‌ای میخواد درست بشه به سبک قدیم درست شه. یه مهندس اومد گفت آجرنما یه نفر اومد گفت سر باید کاهی باشه، آقا نمیشه! یه تصمیم نمیتونن بگیرن!
۱۰	از لحاظ اینکه مردم معاشرت‌شون چجوری بوده، الآن مردم معاشرت‌شون به‌خاطر فقر فرهنگی، فقر جامعه، فقر مالی، یه مشت خاک دارن صبح پا میشن به چشم این و اون بیندازن، علشتم فقره، یعنی تمام این بدبختی ما تو زندگی فقره. اون زمان این جوری نبوده، اون زمان مرده میومده بدون قول می‌داده، این قدر رو قولش پایبند بوده، متأسفانه الآن دیگه نیست، هیچ کس رو قول خودش پایبند نیست.
۱۱	مثلاً کفش ملی و بِلّا که اومد، کم کم کارشون (کفاشی‌ها) ضعیف شد و بساط اینا جمع شد.

شناسایی کدهای اولیه و کدگذاری محوری

با مطالعه متن مصاحبه‌ها، با توجه به پرسش‌های پژوهش مبنی بر شناخت آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل و چگونگی کاهش آن‌ها، ۱۶۵ کد پس از حذف موارد تکراری، به عنوان

کدهای اولیه استخراج شدند که به دلیل حجم بالای کدها، چند نمونه در جدول ۲ مستند شدند. این کدها در ۲۰ کد محوری یا مفهوم کلیدی دسته‌بندی شدند.

جدول ۲: نمونه کدهای اولیه و کدهای محوری

کدهای اولیه (کدهای باز)	کدهای محوری
تأثیر تبلیغات در جابجایی مشاغل - تغییر فعالیت‌های بازار با توجه به نیاز زمانه - تغییر فعالیت راسته مسگران به فروشگاه‌های پوشاک - فوت کاسبان قدیمی و زوال مشاغل - کم‌سودای بازاری‌های قدیمی - گسترش فروشگاه‌ها از دهه ۵۰ شمسی - خروج شهر از رکود توسط گسترش مشاغل جدید - تغییر راسته حلب‌سازان و چراغ‌سازان به بورس پوشاک و پلاسکو - تحولات بنیادین شهر در دهه ۵۰ شمسی - صرفه‌های اقتصادی مشاغل نوظهور نسبت به گونه‌های قدیمی - گسترش دانش و کاهش کار فیزیکی - به‌روزرسانی مشاغل و وقوع دگرگونی در آن‌ها - جایگزینی فعالیت‌های خرد جدید با فعالیت‌های خرد قدیمی - افزایش بازار پوشاک - عدم استقبال از صنایع سنتی - تأثیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای در تضعیف فعالیت مشاغل سنتی	جابجایی مشاغل کهنه با نو
احساس الفت با فعالیت‌های قدیمی در محله‌ها - دمه‌شدن و از دورافتادگی مشاغل قدیمی - فقدان متقاضی برای محصولات دست‌ساز و سنتی - عدم تمایل فرزندان به ادامه دادن شغل پدر - تمایل تجمل‌گرایی در زندگی - تمایل شخصی شاغل متقدم بر سایر موارد جهت زنده‌نگاه داشتن مشاغل - استقبال شهروندان از پدیده‌های نوظهور بازار - تغییر فرهنگ خرید	تغییر سلايق و ذائقه‌های شهروندان
روند افزایش جمعیت و نیاز بیشتر به عرصه‌های تجاری - ناکارآمدی بازار سنتی در برابر افزایش حجم جریان‌های اقتصادی شهر - جمعیت پایین شهری و فقدان بیکاری ناشی از تغییر مشاغل در رشت قدیم - پاسخ‌دهی به نیاز جمعیت توسط مشاغل سنتی در گذشته - عدم پاسخ‌دهی تجارت سنتی به تراکم جمعیتی کنونی شهر - افزایش تراکم ساختمانی - کوچک بودن رشت قدیم و محدود بودن مغازه‌ها - مهاجرت روستائیان به شهر	رشد جمعیت و عدم تکافوی بازارهای سنتی
کاریابی آسان در گذشته - کم‌بودن استرس و ناراحتی‌های اعصاب در بافت اجتماعی قدیم - جاری بودن آرامش در گذرهای قدیمی - افزایش ترافیک و آلودگی صوتی در شهر - احساس بیگانگی در بافت جدید - افزایش گرفتاری‌ها در زندگی روزمره شهروندان - بالا بودن حس مکان در بافت قدیمی - گرفتاری و مشغله زیاد در دوران کنونی	افزایش استرس و کاهش بهداشت روانی شهروندان
حذف صورت مسئله و تولید مسائل جدید - تخریب‌گری به جای ابتکار در مواجهه با مسائل شهری - لزوم افزایش حمایت‌های دولتی از کسب و کارهای خرد - فقدان دانش کافی مدیران شهری در بازآفرینی محله‌های سنتی - عملکرد نامناسب در انتصاب مدیران شهری رشت - لزوم همکاری درون‌سازمانی ادارات شهری جهت توانمندسازی مشاغل	عملکرد نامناسب مدیریت شهری
از بین رفت بافت قدیمی شهر در اثر افزایش جمعیت - تغییر بافت شهر در اثر گسترش آپارتمان‌سازی - افزایش تولید خودرو و فقدان ظرفیت معابر قدیمی شهر - لزوم گسترش فضاهای باز - تغییر اجباری بافت کالبدی شهر - معضل ترافیک در اثر گسترش و پراکندگی شهر - مأنوس‌بودن بافت قدیمی شهر - از بین رفتن نظام شهری در اثر گسترش شهر - بافت شهر متناسب با	تغییرات کالبدی سودجویانه در عرصه شهر

کدهای اولیه (کدهای باز)	کدهای محوری
جریان پیاده‌محوری در گذشته - روند گسترش آپارتمان‌سازی به دلیل سودجویی بیشتر - تبدیل فضاهای کوچک تجاری به فضاهای بزرگ‌تر و اثر بر شکل شهر - بهبود بافت شهر در اثر تغییرات کالبدی - تغییر شکل بازارهای شهر از بافت متمرکز به بافت پراکنده - لزوم توسعه بافت جدید در اطراف بافت قدیم - زیان‌بردن شهر از تراکم بالای ساختمانی	

کدگذاری مصاحبه‌ها و مقوله‌بندی مفاهیم شناسایی شده

بر اساس چارچوب تحلیل محتوای کیفی، کدهای محوری شناسایی شده در شش مقوله‌ی مجزا در بخش‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، مدیریتی و... سامان‌دهی شدند که در جدول ۳ قابل مطالعه است.

جدول ۳: مقوله‌بندی مفاهیم کلیدی

کدهای محوری (مفاهیم کلیدی)	کدهای گزینشی (مقوله‌های اصلی)
جابجایی مشاغل کهنه با نو	نابودی هویت مشاغل خرد و سنتی در عرصه شهر
بازار بزرگ رشت، کانون اقتصادی شهر	
از بین رفتن میراث مشاغل خرد و سنتی در عرصه شهر	
نقش پررنگ بازارچه‌های درون محله‌ای در عرصه زندگی شهروندان	
تغییر ارزش‌های اخلاقی شهروندان	چرخش ارزش‌های اجتماعی در عرصه شهر
تغییر سلاقی و ذائقه‌های شهروندان	
افزایش استرس و کاهش بهداشت روانی شهروندان	
تغییر ارزش و الگوهای مصرف در زندگی شهری	
افزایش رفاه و آسایش توسط ظهور مشاغل جدید	
تغییرات کالبدی سودجویانه در عرصه شهر	تحول ساختار کالبدی شهر در اثر تحول مشاغل
اهمال در نظارت صحیح بر نحوه توزیع کاربری‌های تجاری	
رشد جمعیت و عدم تکافوی بازارهای سنتی	
سودجویی وراثت و کالایی شدن فضاهای زندگی	
فقدان صرفه‌های اقتصادی حفظ مشاغل خرد و سنتی	گسترش معضلات اقتصادی و اثر آن بر تسریع تحولات مشاغل شهری
فقر و گرانی، عامل مؤثر در زوال مشاغل خرد	

کدهای محوری (مفاهیم کلیدی)	کدهای گزینشی (مقوله‌های اصلی)
گسترش پدیده مشاغل واسطه‌گری در عرصه شهر	
سودجویی بیشتر در روابط اقتصادی	
عملکرد نامناسب مدیریت شهری	عملکرد نامناسب مدیریت شهری
تأثیر فناوری در ناپدید شدن مشاغل خرد	اثر فناوری و ارتباطات بر تحول مشاغل شهری
زوال مشاغل خرد در پی دیجیتالی شدن	

تحلیل محتوای مقوله‌ها

نابودی هویت مشاغل خرد و سنتی در عرصه شهر

یکی از آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل، به‌طور مشخص زوال مشاغل قدیمی و نابودی هویت آن‌ها در عرصه‌ی شهر است. تغییرات آنی و سریع مشاغلی که کارکرد خود را از دست می‌دهند و جایگزینی آن‌ها با مشاغل جدیدتر، مسئله‌ای است که کمتر بدان توجه می‌شود. وجود هر شغلی که با اتمسفر فضای شهری اطراف خود آمیخته است، به‌عنوان میراثی از مکان تلقی می‌شود که شخصیتی به مکان می‌بخشد و سبب ایجاد تعلقات خاطر افراد به مکان است. این احساس تعلق، ناشی از برقراری حس مکان در چارچوب ارتباط فرد با محیط زندگی بوده و بدیهی است که ناپدید شدن یک‌باره‌ی مشاغلی که سال‌ها در فضا فعالیت داشته‌اند، زمینه‌ساز افول حس فضا و تعلقات خاطر شهروندان می‌شود. هویت یک مکان به فعالیت‌های جاری در مکان وابسته است و بدون در نظر گرفتن نقش فعالیت‌ها نمی‌توان به بازیابی هویت دست یافت. از همین رو، توجه به مشاغل خرد، خصوصاً مشاغل سنتی که مهر حضور خود را بر مکان زده‌اند و با فضای شهر و محله آمیخته‌اند، حائز اهمیت هستند. بر اساس مصاحبه‌های انجام شده، «علاقه و رغبت شهروندان»، یکی از عوامل مؤثر در زنده نگاه داشتن مشاغل سنتی و با هویت است؛ یعنی مادامی که شهروندان علاقه و رغبتی به استقبال از این‌گونه مشاغل نداشته باشند، برنامه‌ریزی در جهت بازآفرینی مشاغل موفقیت‌آمیز نخواهد بود. لذا در درجه اول، علاقه و رغبت شهروندان عامل مؤثری

در احیاء مشاغل خرد و سنتی و توانمندسازی آن‌ها محسوب می‌شود که در راستای احیاء یا توانمندسازی مشاغل باید به این عامل توجه داشت.

توجه به چگونگی پراکنش و توزیع کاربری‌ها و فعالیت آن‌ها در درون محله‌ها در جهت کاهش آسیب به مشاغل خرد، از اهمیت زیادی برخوردار است و عدم توجه کافی به این مسئله، سبب از بین رفتن محیط‌های خرد تجاری و از بین رفتن هویت محله‌ها می‌شود. بدیهی است که محله‌ها مکانی برای زندگی اجتماعی شهروندان هستند و باید در راستای افزایش تعاملات اجتماعی و افزایش کیفیت زندگی اثرگذار باشند. در این میان مشاغل خرد در عرصه‌ی محله‌ها نقش مهمی در افزایش کیفیت‌های محیطی ایفا می‌کنند اما یکی از بزرگ‌ترین معضلاتی که در محله‌ها مشاهده می‌شود و از مصاحبه‌ها می‌توان آن را استنتاج کرد، رواج فروشگاه‌های همواره تخفیف در بافت درون محله‌ها بوده که با توجه به گسترش فقر و معضلات اقتصادی و در نتیجه مراجعه شهروندان به این گونه فروشگاه‌های تخفیفی، این فروشگاه‌ها بیش‌ازپیش در بافت درون محله‌ها توسعه یافته‌اند. باید توجه داشت که مکان‌یابی این گونه مشاغل در داخل محله‌ها با توجه به ماهیت عملکردی‌شان نادرست بوده و باید در مکان‌های مطلوب و سازگار با نوع فعالیتشان مانند خیابان‌هایی با عملکرد اجتماعی - دسترسی مکان‌یابی شوند.

چرخش ارزش‌های اجتماعی در عرصه شهر

زمانی که نیازها و ترجیحات افراد تغییر می‌کند، این تغییرات به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر مشاغل شهری تأثیر می‌گذارند، تغییر ارزش‌های اخلاقی شهروندان و تغییر سلايق و ذائقه‌های مصرف‌کنندگان از عوامل پرتکرار در مصاحبه‌ها بودند. اگرچه ارزش‌های اجتماعی دستخوش تغییرات زیادی شده و الگوهای زندگی تغییر کرده است، اما در شرایط کنونی که مقوله مصرف شکل شهرها و الگوهای زندگی اجتماعی را تغییر داده، یکی از سیاست‌های مقابله با جبران آسیب‌ها، بهره‌گیری از مصادیق توسعه اجتماعی است؛ بهره‌مندی از مصادیق توسعه اجتماعی که با توجه به شرایط بومی هر منطقه می‌تواند بسیار

متنوع باشد، از قطبی شدن شدید و یکپارچگی کامل جوامع در چگونگی نحوه مصرف جلوگیری می‌کند و با ایجاد خلاقیت و تکیه بر سرمایه‌های اجتماعی و سایر دارایی‌های مادی و معنوی، برای نمونه ایجاد اشتغال خلاق به پایداری اجتماعی و اقتصادی و محیطی کمک می‌کند. شهر محل تولید و انباشت سرمایه است و نوآوری را می‌توان از دلایل گردش سرمایه در بازارها دانست. این نوآوری‌ها که ناگزیر در شهرها به وقوع می‌پیوندند، همیشه شیوه «مصرف» را تحت تأثیر قرار داده‌اند. تغییر شیوه‌های مصرف بر شکل فضا اثر می‌گذارد و فضاهای جدیدی را در عرصه شهر می‌گستراند. گسترش فعالیت‌های جدید اگر بدون توجه به سازگاری، مطلوبیت و وابستگی باشند، به مشاغل خرد آسیب می‌زنند و در چنین شرایطی تحول مشاغل، تحولی منفی و آسیب‌زا است. با تغییر شیوه‌های مصرف در رهیافت زندگی مدرن و مظاهر آن، نمی‌توان شهری مانند رشت را که همیشه از تغییرات دوره‌های مختلف تحت کنترل جریان سرمایه تحول یافته، بدون فعالیت‌های تجاری مدرن متصور شد. از طرفی دیگر نمی‌توان در مقابل گسترش مشاغلی ایستاد که بر پایه «منطق مصرف بیشتر و رفاه بیشتر» گسترش یافته‌اند؛ اما برای گسترش فعالیت‌های تجاری در فضاهای شهری می‌توان سلسله‌مراتبی را تعیین کرد که به موازات آن فضاها معنادار شوند. اگر قرار است که شهری در تناسب و یکپارچگی رشد کند، باید مکان‌یابی کاربری‌ها را کنترل کرد و این به معنای بازدارندگی یا وضع قوانین سلبی نیست. بلکه باید قوانین شهری طبق سلسله‌مراتبی خاص و در چارچوب برنامه‌ریزی‌های انسان‌مدار تهیه شوند و همچنین باید به سازگاری کاربری‌ها در مکان‌های مختلف شهر توجه مضاعف کرد و این بدان معنا نیست که از گسترش مشاغل جدید جلوگیری شود؛ بلکه کاربری‌های مختلف باید طوری اجازه‌ی رشد داشته باشند که مکانیزم سرمایه‌داری کارکرد مطلوبی داشته و خدشه‌ای به یکپارچگی شهر وارد نکند و از کالایی شدن فضاها جلوگیری شود.

باید توجه داشت که روابط جاری افراد در چارچوب فضاها شکل می‌گیرد و وقتی ارزش‌های اخلاقی تغییر می‌کنند، فضاهای تجاری نیز تحت تأثیر تغییر روابط متحول می‌شوند و شهروندان را ترغیب به ایجاد ارتباط صرفاً بر اساس عرضه و تقاضای کالا و نه

گسترش روابط اجتماعی بیشتر می‌کند. در چنین شرایطی شکل فضا عوض می‌شود و اگر افرادی به شکل دهی فضاهای سنتی کسب و کار مبادرت ورزند، بازهم نمی‌توان به‌طور کامل ادعا کرد که مشاغل خرد و سنتی از آسیب تحول مشاغل در امان بمانند؛ چون در حالی که فضا به‌طور کلی متحول شده است، تنها با حضور مشاغل قدیمی یا سنتی، نمی‌توان معنا و اصالت فضا را بازگرداند؛ بنابراین در شرایطی که فضاها بر اثر تغییر خلق و خو و صفات جمعی متحول شده‌اند، صرفاً نمی‌توان پیشنهاد کرد که مشاغل به شکل سنتی و یا خرد گسترش یابند، چرا که اصالت این گونه مشاغل در قرارگیری در فضای صمیمی و ایجاد حس مکان است که اهمیت دارد و نه صرفاً ادامه حیات یک کسب و کار. مشاغل خرد از اجزای فضا هستند و افراد در قامت شهروند و یا گردشگر با قرارگیری در فضای شهری در جستجوی معنا، هویت و حس مکان هستند؛ بنابراین راهکارهای پیشنهادی برای کاهش تحولات ناشی از مشاغل خرد نباید ظاهری باشند؛ بلکه باید بازیابی اصالت و هویت فضایی نیز مورد توجه قرار گیرد و بخشی از بازیابی این هویت و اصالت نیز منوط به بازگشت ارزش‌های اخلاقی شهروندان در تعاملات جاری در فضاهاست.

تحول ساختار کالبدی شهر در اثر تحول مشاغل

از شروع تغییرات بنیادین و پرسرعت در دهه پنجاه شمسی و با افول رونق زندگی روستایی، در پی عدم حمایت از تولید، افت شدید ارزش پول، افزایش متمرکز سرانه خدمات در شهر و به‌طور کلی عدم حمایت‌های مادی و معنوی از جامعه‌ی روستایی، هویت و فرهنگ اشتغال در حوزه کشاورزی در نسل‌های جدید بسیار کمرنگ شده است. لذا تنظیم امور اقتصادی به‌گونه‌ای بوده که معضلاتی مانند فروش زمین‌های کشاورزی در جامعه امروزی به‌طور تصاعدی شدت گرفته و نیز مشاغل شبه کاذبی همچون دلالی و واسطه‌گری در فروش زمین‌های روستایی یا حاشیه‌ای شهر افزایش یافته‌اند. ادامه این پدیده موجب افزایش روند کالایی شدن فضاهای شهری و افزایش آپارتمان‌سازی و در نتیجه تغییرات کالبدی سودجویانه تحت سیطره تفکر انباشت سرمایه شده است. این تغییرات کالبدی سودجویانه

سبب رشد نامنظم بافت خصوصاً در نقاط مرکزی شهر می‌شود. از سوی دیگر، در گذشته فضاهای تجاری، فضاهای خردی بودند که در راسته‌های مختلف در کنار یکدیگر به فعالیت می‌پرداختند. با تحولات مشاغل و افزایش پراکندگی فعالیت‌های تجاری و همچنین درشت‌دانگی قطعات جدید، الگوی ساختار کالبدی متحول شده و شهر را دستخوش تغییر کرده است و در بسیاری از موارد، با از بین بردن بافت قدیمی، فضاهای تجاری جدیدی در نواحی تجاری سنتی شهر گسترده شدند و مشاغل سنتی و خرد را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. این بدان معنا نیست که نباید هیچ‌گونه مداخله‌ای در بافت‌های قدیمی انجام شود، چراکه عدم بهسازی، بازسازی و نوسازی بافت‌های قدیمی، موجبات فرسودگی فضایی و کالبدی را ایجاد می‌کند؛ اما پیشنهاد می‌شود که مداخلات شهرسازانه در داخل بافت‌های سنتی تحت نظارت و ارائه‌ی چارچوب‌های مدون و برنامه‌ریزی‌شده انجام شوند و از توسعه‌ی درون‌زای بدون طرح و برنامه جلوگیری شود.

شهرداری رشت با فروش تراکم ساختمانی، مجوز توسعه کاربری‌های تجاری و مسکونی را صادر می‌کند و این معضل تراکم‌فروشی یکی از اهرم‌های فشار بر مشاغل خرد و از عوامل زوال آن‌ها است. با اهمال نظارت بر نحوه‌ی توزیع کاربری‌های تجاری و روند مجتمع‌سازی خصوصاً در بافت درون محله‌ها، بدون در نظر گرفتن سازگاری‌ها، مطلوبیت‌ها، وابستگی‌ها، مشاغل خرد و محلی ضعیف‌تر از پیش می‌شوند. در حالی که باید بر اساس ماتریس کاربری‌ها، بر مکان‌یابی صحیح کاربری‌های تجاری نظارت کرد و نیز از سایر ابزارهایی مانند تکنیک مکان‌سنجی که مبتنی بر ترجیحات شهروندان است، استفاده شود و فضاها و فعالیت‌های درون آن‌ها مناسب‌سازی شوند.

سودجویی وراثت از دیگر عواملی است که شکل شهر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. البته این سودجویی صرفاً دارای بار منفی نیست اما با شدت گرفتن تنگناهای اقتصادی در کشور و از سوی دیگر با گسترش تنوع در مشاغل، گسترش فناوری و تغییر سبک زندگی، الگوی «دنباله‌روی کار پدر و استادکار» در عرصه شهرها کمرنگ شده است. هم‌اکنون انتخاب شغل بر اساس روابط خونی همگام با تغییرات اجتماعی مانند شکل‌گیری خانواده‌های

تک‌هسته‌ای و گسترش پدیده‌هایی همچون پساخانواده‌گرایی از بین رفته و پس از تقسیم میراث، ورثه اقدام به فروش ملک می‌کنند. با توجه به ارزش بالای زمین در منطقه دو شهر رشت و نگاه اقتصادی به ملک در شرایطی که چند ورثه از ملکی ارث می‌برند، در بیشتر مواقع فروشگاه‌ها، حجره‌ها و دکان‌ها توسط افرادی به‌منظور «بسازوبفروش» خریداری شده و از این راه فضا و شکل کالبدی مکان تحت تأثیر قرار می‌گیرد و در پی عدم وجود دستورالعمل‌های مدون به‌منظور چگونگی ساخت فضاهای جدید، سازندگان خودسرانه اقدام به ساخت فضاهای تجاری جدید بدون توجه ساختار فضایی محله‌ها می‌کنند. در این خصوص باید گفت که بحث حقوق مالکیت در ایران همواره بر شکل فضاهای شهری اثر داشته است. تقسیم میراث و تکه‌تکه شدن قطعات موجب تحول شکل شهر می‌شود. در این خصوص نیز وضع قوانین سلبی برای مثال وضع قوانینی مبنی بر عدم فروش املاک ارثی و گسترش کسب‌وکار در آن‌ها، نه تنها به احیاء بافت‌های سنتی نمی‌انجامد، بلکه ممکن است منجر به مرگ بافت نیز شود؛ بنابراین باید به جای وضع قوانین سلبی در جستجوی راهکارهای جایگزین مانند حق انتقال توسعه و سایر طرح‌های تشویقی به‌منظور حفظ شکل مطلوب شهر برآمد.

گسترش معضلات اقتصادی و اثر آن بر تسریع تحولات مشاغل شهری

در زمان رکودهای اقتصادی، کاهش قدرت خرید جامعه، کاهش تقاضا و کاهش فروش رخ می‌دهد و همین عوامل ازجمله عوامل تأثیرگذار در انتخاب فروشگاه‌های همواره تخفیف و زنجیره‌ای در انتخاب مقصد شهروندان هستند. در چنین شرایطی مراجعه به مراکز خرید سنتی و مشاغل خرد به دلیل بالا بودن قیمت کالا و خدمات کاهش می‌یابد و باعث افزایش سختی و فشارهای مالی برای صاحبان کسب‌وکارها می‌شود و در نتیجه سرمایه‌گذاری در مشاغل خرد کاهش یافته و گرایش به مشاغل غیررسمی و کاذب مانند دست‌فروشی زیاد می‌شود. با توجه به مصاحبه‌های انجام شده و طبق مشاهدات مصاحبه‌شوندگان، در گذشته فقط در قسمت‌های بازار دوره‌گردان به فعالیت می‌پرداختند

و دست‌فروشی در خیابان‌ها وجود نداشت؛ در حالی که در دهه‌های اخیر در بسیاری از خیابان‌های این قلمرو مکانی دست‌فروشی افزایش یافته است و معضلات اقتصادی موجب کاهش تمرکز خلاقه شهروندان و افرادی می‌شود که به مشاغل کاذب روی آورده‌اند.

در طول مصاحبه‌های انجام شده، صاحبان کسب‌وکارهای قدیمی و سنتی اعم از حلب‌ساز، پیراهن‌دوز، کفاش، کت‌وشلواردوز و... به‌طور کلی به این مسئله اشاره کرده‌اند که وقتی کالایی به‌طور انبوه تولید و روانه بازار می‌شود، برای مصرف‌کننده صرفه اقتصادی ندارد که کالایی را به‌طور سفارشی خریداری کند و این عامل مشاغل قدیمی را بسیار تضعیف کرده و با بازنشستگی صاحبان مشاغل و تعطیلی کسب‌وکارها، فضاها متحول شده‌اند. باید توجه داشت که فضاها نباید به‌طور تام و تمام در اختیار فروشگاه‌های بزرگ عرضه کالا قرار گیرند. چرا که مشاغل خرد و سنتی به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی و تاریخی شهر باید به حیات خود ادامه دهند. در این میان گسترش بیش‌ازاندازه‌ی مشاغل واسطه‌ای مانند مشاورین املاک را می‌توان ناشی از چندین مورد دانست؛ اول اینکه فعالیت این بخش منوط به خرید و فروش املاک است و وفور این فعالیت نشان از آن دارد که با توجه به عدم تعادل و وضعیت ناسالم اقتصادی جامعه، املاک دائماً در حال خرید و فروش هستند و این عامل کالبد و فضاها را شهری، از جمله فضاها را خرد تجاری و فضاها را مسکونی را در پی تحولات آنی و سریع ناپایدار می‌کند. دوم اینکه با توجه به دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان، ازدیاد این مشاغل خود ناشی از بیکاری و عدم کسب موقعیت مناسب در بازارهای اقتصادی سالم بوده که سبب شده در جای‌جای شهر مشاغل واسطه‌ای نظیر مشاورین املاک به‌طور قارچ‌گونه پراکنده و از حالت تعادل خارج شوند. سوم اینکه بسیاری از صاحبان کسب‌وکارهای خرد پس از مدتی به‌دلیل شرایط نامتعادل بازار، فعالیت خود را تعطیل کرده و به این گونه مشاغل روی آورده‌اند که این خود عامل مهمی در از بین رفتن کسب‌وکارهای خرد و فعالیت‌های تجاری محلی در عرصه شهر است که سبب افول کیفیت و اصالت مکان می‌شود. چهارم اینکه رشد این گونه مشاغل علاوه بر آسیب به فضاها را شهری و کسب‌وکارهای خرد، سبب ایجاد تغییرات ناهنجار در بافت و سیمای

شهرها می‌شود. بدین صورت که با تبلیغات سوداگرایانه، زمین و املاک با سرعت بیشتری خرید و فروش می‌شوند و شهر تحت افزایش تراکم و رشد درون‌زا اما فراتر از ظرفیت زمین قرار می‌گیرد و در نتیجه سبب اشغال فضاهای زندگی می‌شود و شهر را دستخوش تغییرات با بار منفی می‌کند. این نکته حائز اهمیت است که مشاغل واسطه‌ای نیز با توجه به نیازهای زمانه از جمله مشاغلی هستند که باید در عرصه شهر فعالیت کنند اما عدم توجه به افزایش و توزیع آن، هم‌اکنون خسارات زیادی بر پیکره شهر و مشاغل خرد وارد شده است.

عملکرد نامناسب مدیریت شهری

مقوله عملکرد نامناسب مدیریت شهری تنها از یک مفهوم کلیدی تحت همین عنوان استخراج شده است. لزوم افزایش حمایت‌های دولتی از مشاغل خرد از مهم‌ترین پیشنهادهایی است که مصاحبه‌شوندگان بدان اشاره داشته‌اند؛ اما بدیهی است که مدیریت شهری در مواجهه با این گونه مسائل عملکرد بسیار ضعیفی داشته است. یکی از مهم‌ترین ضعف‌های مدیریتی در شهر، عدم توزیع مناسب کاربری‌ها و فعالیت‌های شهری بوده است که سبب از بین رفتن نظام محله‌ای و شهری شده است. در بحث مدیریت شهری، پایه‌ای‌ترین مسائل مانند بررسی مطلوبیت و سازگاری کاربری‌ها با یکدیگر و چگونگی تعیین و پراکنش کاربری‌ها در فضاهای شهری در مدیریت شهری رشت مورد توجه قرار نمی‌گیرد. به‌منظور کاهش آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل، لازم است تا ابتدا مدیریت شهری از پایه‌ای‌ترین اصول شهرسازی در تعیین کاربری‌ها و سپس صدور مجوز اقدام نماید تا پراکنش کاربری‌ها در شهر به‌طور متعادل و اصولی انجام شود. برای نمونه عدم صدور مجوز جهت احداث مجتمع‌های تجاری و یا فعالیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در درون بافت محله‌ها از مواردی است که مدیریت شهری باید به‌جای همکاری با سازندگان و سرمایه‌داران، این فعالیت‌ها را متوقف کرده و به مکان مطلوب‌تر که در واقع لبه‌های خیابان‌هایی با کارکرد اجتماعی و دسترسی هستند، جابه‌جا کند. تحت چنین شرایطی است که می‌توان انتظار داشت که در گام‌های بعدی، آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل در عرصه شهر و محله‌ها کاهش یابند.

اثر فناوری و ارتباطات بر تحول مشاغل شهری

تأثیر فناوری و ارتباطات بر تحول مشاغل از بدیهی‌ترین و درعین‌حال پررنگ‌ترین مسائلی است که پیشرفت آن ضمن تسهیل زندگی شهری، آسیب‌هایی را هم به مشاغل خرد وارد کرده است. اگرچه فناوری مزایای بسیاری برای مشاغل شهری داشته، اما درعین‌حال می‌تواند باعث نابودی یا تضعیف فعالیت مشاغل خرد شوند که طبق مصاحبه‌ها و کدهای مستخرج می‌توان به کاهش نیاز به نیروی انسانی و عدم نیاز به نیروی کار محلی اشاره کرد. هم‌چنین فناوری و اینترنت به شکل قابل‌توجهی تجارت الکترونیک و فروشگاه‌های آنلاین را ترویج کرده است و با گسترش تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی و با تغییر الگوهای زندگی، شهروندان کمتر به خرده‌فروشگاه‌های تجاری در محله‌هایشان مراجعه می‌کنند و از این‌رو مشاغل خرد آسیب‌پذیرتر از پیش می‌شوند؛ بنابراین باید راهکارهایی را جستجو کرد که مطابق آن مشاغل خرد با فناوری‌های روز سازگار شوند. به‌طور کلی ناپدید شدن مشاغل خرد و جایگزینی آن‌ها با فروشگاه‌های آنلاین و خدمات اینترنتی منظر شهر را تغییر می‌دهد و رفته‌رفته فروشگاه‌های محلی و مشاغل خردی که به‌صورت فیزیکی و در مکان‌های مشخص واقع شده‌اند، جای خود را به فضاهای خالی یا ساختمان‌های نوساز جدید می‌دهند و با توجه به چارچوب نظری پژوهش، یکی از شروط دوام مشاغل خرد، سازگاری با فناوری‌های جدید و خرده‌فروشی هوشمند است. لایه‌های جدیدی در ابعاد فیزیکی و غیرفیزیکی شهر در جریان‌اند و بر شکل شهر اثرگذارند. برای نمونه به اسنپ و تپسی و این‌گونه مشاغل می‌توان اشاره کرد که موجب کاهش تاکسی تلفنی‌ها شده و یا دیجی‌کالا که با نتورک کردن انبارهای مختلف، جریان بازار را از شکل فیزیکی به بازارهای آنلاین می‌کشاند و انبارها جایگزین مغازه‌ها برای نگهداری و جابجایی کالاها می‌شوند و این‌گونه است که دیجیتالی شدن و افزایش استفاده از زیرساخت‌های هوشمند، موجب اثرگذاری بر فضاهای شهری شده و شکل شهر را دستخوش تغییر می‌کنند. یا در نمونه‌ای دیگر که از متن مصاحبه‌ها برآمده می‌توان به «دیوار» اشاره کرد که سبب تعطیلی بسیاری از سمساری‌ها در محله خواهر امام شده و هم‌اکنون بسیاری از این مغازه‌ها در پی

مشاهده‌های میدانی تهی از فعالیت هستند؛ بنابراین لازم است تا برنامه‌ریزی‌های مدونی با توجه به ظرفیت‌ها و دارایی‌های محله‌ای برای این گونه مغازه‌های فاقد فعالیت شود. همچنین لزوم نوآوری و ارتباط بیشتر صاحبان کسب و کار با مشتریان به‌طور آنلاین برای مشاغل خرد وجود دارد. همان‌طور که از مصاحبه‌ها قابل استنتاج است، از ویژگی‌های مشاغل جدید، سهولت در ایجاد ارتباط با مصرف‌کننده است که این سهولت و دسترسی هم‌اکنون در مشاغل خرد و قدیمی کمتر است، لذا باید مشاغل خرد همگام با پیشرفت‌های تکنولوژیک و توسعه دیجیتال، خود را با این شرایط جدید سازگار نموده تا در رقابت‌پذیری با سایر مشاغل حذف نشده و سبب افت کیفیت‌های فضایی شهر به‌دلیل خروج و تعطیلی کسب و کارهای خرد نشوند.

شناسایی آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر

بر اساس تحلیل محتوای شش مقوله منتج از متن مصاحبه‌ها، آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در منطقه دو شهر رشت شناسایی شدند که در جدول ۴ بر اساس مقوله‌های شش‌گانه و بیست مفهوم کلیدی یا همان کدهای محوری، دسته‌بندی شدند.

جدول ۴: شناسایی آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر

مقوله‌های اصلی	مفاهیم کلیدی	شناسایی آسیب‌ها
نابودی هویت مشاغل خرد و سنتی در عرصه شهر	جابجایی مشاغل کهنه با نو	- از بین رفتن هویت مشاغل سنتی - طرد شدن و عدم استقبال از بازارهای صنایع دستی - از بین رفتن کارکرد مشاغل سنتی در برابر مشاغل جدید - افول حس مکان و کاهش تعلقات شهروندان
	بازار بزرگ رشت، کانون اقتصادی شهر	- فرسودگی کاروانسراها و حجره‌های قدیمی - روند فعالیت عمده‌فروشی‌ها و اختلال در شبکه‌های ترافیکی و کاهش کیفیت فضایی بازار - گسترش مجتمع‌های تجاری نامتناسب در داخل بافت بازار بزرگ رشت
	از بین رفتن میراث	- بی‌میلی و کم‌رغبتی شهروندان در مراجعه به مشاغل خرد و سنتی

مقوله‌های اصلی	مفاهیم کلیدی	شناسایی آسیب‌ها
	مشاغل خرد و سنتی در عرصه شهر	- فقدان عرصه‌های فعالیتی جهت آموزش و فراگیری مشاغل سنتی که نیازمند مهارت‌اند
	نقش پررنگ بازارچه‌های درون‌محله‌ای در عرصه زندگی شهروندان	- ناسازگاری فعالیت‌ها در درون بافت محله‌ها - گسترش کاربری‌های تجاری و اداری فراتر از ظرفیت‌های محیطی محله‌ها - گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای و همواره تخفیف در داخل بافت محله‌ها
	تغییر ارزش‌های اخلاقی شهروندان	- کمبود اعتماد، احترام، خوش‌قولی و... در روابط تجاری کنونی - کاهش احساس امنیت در فضاهای شهری - کمرنگ‌شدن سبک زندگی سنتی - کاهش تعاملات اجتماعی در عرصه شهر - کاهش دلبستگی به مکان
چرخش ارزش‌های اجتماعی در عرصه شهر	تغییر سلايق و ذائقه‌های شهروندان	- فقدان تقاضا و کاهش تمایل شهروندان برای مراجعه به فضاهای تجاری سنتی - تغییر سبک و فرهنگ خرید - کاهش کیفیت‌های مکان به دلیل تحول سریع مشاغل منطبق با تغییرات آئی سلايق جامعه
	افزایش استرس و کاهش بهداشت روانی شهروندان	- افزایش ترافیک و آلودگی صوتی در شهر - از دست رفتن تمرکز خلاقه شهروندان - افزایش حس بیگانگی در شهر - افزایش پرخاشگری و کاهش تعاملات مطلوب اجتماعی در فضاهای شهری
	تغییر ارزش و الگوهای مصرف در زندگی شهری	- تهی شدن فضاهای شهری از معنا و اصالت - تغییر شکل فضا و از بین رفتن خرده‌فضاهای تجاری - گسترش فعالیت‌های تجاری بی‌خاصیت و ناپایدار در فضاهای شهری
	افزایش رفاه و آسایش توسط ظهور مشاغل جدید	- کاهش استقبال از فضاهای تجاری خرد به دلیل دسترسی آسان و سهولت استفاده از فضای فروشگاه‌های بزرگ

مقوله‌های اصلی	مفاهیم کلیدی	شناسایی آسیب‌ها
تحول ساختار کالبدی شهر در اثر تحول مشاغل	تغییرات کالبدی سودجویانه در عرصه شهر	- کالایی شدن فضاهای شهری - از بین رفتن بافت سنتی محله‌ها و جایگزینی خرده‌فضاهای تجاری با آپارتمان‌ها و مجتمع‌های جدید - ناتوانی بازارهای سنتی در پاسخ‌دهی به نیاز شهروندان و افزایش تراکم فضاهای تجاری جدید - گسترش قطعات تجاری درشت‌دانه و برهم‌زدن ساختار فضایی مکان‌های زندگی - از بین رفتن کولاژ شهر - عدم هماهنگی و تناسب نقش و زمینه در تغییرات کالبدی جدید
	اهمال در نظارت صحیح بر نحوه توزیع کاربری‌های تجاری	- فروش تراکم توسط شهرداری - عدم نظارت اصناف بر توزیع و پراکنش کاربری‌ها - گسترش کاربری‌ها و فعالیت‌های ناسازگار با جو و اتمسفر عرصه‌های تجاری شهر خصوصاً محله‌ها - ضعیف شدن نقش خرده‌فضاهای تجاری در برابر کاربری‌های تجاری جدید و ناسازگار با فضا - ورود حجم بالای ترافیک به بافت‌های محله‌ای و تعدد پارکینگ‌های عمومی و ایجاد اختلال در شبکه‌های ارتباط اجتماعی - افزایش هرج و مرج در کاربری‌ها به‌جای اختلاط کاربری‌ها - اشباع شدن محله‌ها از فعالیت‌های تجاری ناسازگار با محیط
	رشد جمعیت و عدم تکافوی بازارهای سنتی	- افزایش تراکم ساختمانی در بافت قدیمی شهر در جهت پاسخ به نیاز شهروندان به بازارهای جدید - رشد و گسترش مشاغل غیررسمی خصوصاً در قالب دست‌فروشی در حاشیه پیاده‌روها - گسترش بیش‌ازحد فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مجتمع‌های تجاری در بافت مرکزی شهر و تغییر بافت واجد ارزش و با هویت محله‌ها
	سودجویی وراثت و کالایی شدن فضاهای زندگی	- از بین رفتن فضاهای تجاری خرد در پی فروش ملک توسط وراثت و عدم پیگیری شغل پدر یا استاد کار - جایگزینی آپارتمان و مجتمع‌های تجاری با فضاهای تجاری خرد

مقوله‌های اصلی	مفاهیم کلیدی	شناسایی آسیب‌ها
		- نگاه کالایی به فضای تجاری خرد و فروش آن به سازندگان و یا ساختمان‌سازی توسط وراثت
گسترش معضلات اقتصادی و اثر آن بر تسریع تحولات مشاغل شهری	فقدان صرفه‌های اقتصادی حفظ مشاغل خرد و سنتی	- از بین رفتن عرصه‌های فعالیتی در پی به‌صرفه‌بودن تولید صنایع به‌روش سنتی - بروز پدیده مرگ مشاغل در اثر نابرابری‌ها و فشارهای اقتصادی - بازنشستگی خودخواسته‌ی صاحبان مشاغل در اثر کم‌کاری
	فقر و گرانی، عامل مؤثر در زوال مشاغل خرد	- ترجیح خرید از ارزانسراها به‌جای مراجعه به فضاهای تجاری خرد توسط شهروندان - گسترش فرسودگی در ساختار فضاهای تجاری خرد در اثر کاهش جریان سرمایه و گسترش فقر در این مشاغل
	گسترش پدیده مشاغل واسطه‌گری در عرصه شهر	- جایگزینی بازار سوداگرانه با بازارهای سنتی دارای شبکه‌های اجتماعی و همسایگی - رشد قارچ گونه بنگاه‌های املاک و... در عرصه‌های تجاری و غیرتجاری شهر و اشباع بیش‌ازاندازه‌ی شهر از این مشاغل - دامن‌زدن به گسترش ساختمان‌سازی‌های به‌اصطلاح «بسازوبفروش» و افول کیفیت شبکه‌های اجتماعی محیط‌های زندگی و کسب‌وکار شهروندان
	سودجویی بیشتر در روابط اقتصادی	- تغییر روابط نزدیک و صمیمی کاسب و مشتری به روابط صرفاً بر پایه سود و منفعت - رقابت‌پذیری نابرابر مشاغل قدیمی با مشاغل جدید - جایگزینی ارزش‌های اخلاقی جمعی با منفعت‌طلبی
عملکرد نامناسب مدیریت شهری	عملکرد نامناسب مدیریت شهری	- از بین رفتن نظام محله‌ای در پی توزیع نامتناسب کاربری‌ها - برخورد سودجویانه به‌جای برخورد مبتکرانه در مواجهه با مسائل شهری - عدم تعادل پراکنش کاربری‌های تجاری به‌دلیل فقدان نظارت کافی در صدور مجوز برای انواع کسب‌وکارهای تجاری - عدم حمایت‌های مادی و معنوی از مشاغل خرد و تحمیل فشار بر این مشاغل از طریق کسب عوارض، مالیات و...
اثر فناوری و	تأثیر فناوری در ناپدید	- عدم تطبیق مشاغل قدیمی، سنتی و خرد با نوآوری‌های فناورانه

مقوله‌های اصلی	مفاهیم کلیدی	شناسایی آسیب‌ها
ارتباطات بر تحول مشاغل شهری	شدن مشاغل خرد	- ایجاد فاصله شهروند و شهر در پی استفاده از شبکه‌های ارتباطی آنلاین
	زوال مشاغل خرد در پی دیجیتالی شدن	- جابه‌جایی مشاغل آنلاین با مشاغل خرد فیزیکی شهر و ناپدید شدن مشاغل خرد در فضای شهرها - زوال کسب‌وکارهای سنتی و تغییر منظر شهری - جابجایی کالاها از مغازه‌ها و فروشگاه‌ها به انبارهای نگهداری کالا و تغییر کارکرد فضاهای تجاری در شهر

ارائه راهبردهای پیشنهادی

در جهت هدف پژوهش و ارائه‌ی راهکارهایی برای کاهش آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر، ابتدا نیاز به راهبردهایی است تا راهکارها ذیل اندیشه‌های راهبردی ارائه شوند. با توجه به مراحل تحلیل محتوا که منجر به شناسایی آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل شد، شش مقوله‌ی اصلی در این زمینه تبیین شدند؛ به همین منظور نگارندگان اهتمام خود را بر آن داشته‌اند که بر اساس مقوله‌های شناسایی شده که هر کدام موضوعیت خاص دارند، راهبردهایی متنوع اما مطابق با آسیب‌های شناسایی شده پیشنهاد دهند؛ بنابراین با توجه به چارچوب نظری پژوهش و اهمیت مفهوم خرده‌فروشی هوشمند در بقاء و توانمندسازی مشاغل خرد و قدیمی، نگارندگان شش راهبرد کلی را بر مبنای شش مقوله‌ی برآمده از تحلیل محتوا و نیز چارچوب نظری پژوهش ارائه کرده‌اند که در شکل ۵ قابل مشاهده است.

شکل ۵: ارائه راهبردهای پیشنهادی



نتیجه‌گیری

شهرها همیشه محل نوآوری و انباشت سرمایه بوده‌اند و نوآوری و گردش سرمایه همیشه در ارتباطی تنگاتنگ در عرصه شهر تولید و بازتولید شده‌اند. در این میان شهرها به‌طور طبیعی و غیرطبیعی متحول شدند و در برخی مواقع این تحولات آن‌چنان آنی و سریع ایجاد شدند که در این میان، آسیب‌های زیادی به مشاغل خرد وارد شد و آن‌ها را روبه‌زوال برد؛ بنابراین باید گفت که لازمه‌ی هر تغییر و تحولی در فضاهای گوناگون شهری نیازمند گذر زمان به‌جای تحولات آنی و همگام شدن تغییر و تحولات با زمینه‌های کالبدی، اجتماعی و اقتصادی در طول زمان است. تحت چنین شرایطی می‌توان انتظار داشت که مشاغل خرد در برابر تغییر و تحولات، به‌جای ناپایداری و نابودی سریع، با ایجاد برنامه‌ریزی، نوآوری و همگام شدن با پیشرفت‌های شهر در برابر آسیب‌ها تاب‌آور شوند. با توجه به چارچوب نظری پژوهش، به‌منظور ایجاد نوآوری، تاب‌آوری، ایجاد خلاقیت و پایداری در مشاغل قدیمی در عرصه شهر، این مشاغل مستلزم آن هستند تا به‌سوی الگوهای خرده‌فروشی هوشمند پیش روند و خود را با فناوری‌های نوین تطبیق دهند.

با توجه به پرسش‌های پژوهش، ابتدا آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در منطقه دو شهر رشت طبق فرایند مراحل تحلیل محتوا (در جدول ۴) شناسایی شدند و سپس راهبردهای پژوهش با توجه به شش مقوله‌ی منتج از تحلیل محتوا و با در نظر گرفتن مفهوم خرده‌فروشی هوشمند از چارچوب نظری ارائه شدند. ذیل این راهبردها، راهکارهایی به‌منظور کاهش آسیب‌های شناسایی‌شده پیشنهاد می‌شوند که در راستای پاسخ به پرسش‌های پژوهش در جدول ۵ بدان پرداخته شده است. راهکارهایی نظیر افزایش فضاهای دموکراتیک در عرصه‌های زندگی جمعی نظیر تأسیس مؤسسه‌های مدنی برای حضور مؤثر شهروندان، تبدیل فضاهای رهاشده‌ی بافت میانی بازار به رستوران‌های محلی طبق نمونه فضاهای موجود در بازار رشت، طراحی فضاهای عمومی آرام و مبتنی بر نیازهای روانی انسان مانند فضاهای سبز، پاتوق‌ها، توسعه‌ی گردشگری خلاق با رویکرد باززنده‌سازی حمام‌های تاریخی شهر رشت و ایجاد و گسترش مکان‌های سوم در مقیاس محله‌ها باهدف کاهش انزوا و افزایش تعاملات اجتماعی-اقتصادی و اوقات فراغت فعال مطرح شدند که هرکدام از این راهکارها با دیدگاهی متنوع ذیل راهبردهای پیشنهادی، اشاره به مناسب‌سازی و توسعه‌ی فضاهایی در شهر دارند که درنهایت در زنده‌نگاه‌داشتن مشاغل خرد و حیات فضاهای اشتغال سنتی شهر تأثیر گذارند.

این پژوهش برخلاف دیدگاه‌های ضدسرمایه‌داری که به گردش آزاد سرمایه بدبین هستند، بیان می‌کند که گردش بالای سرمایه، یکی از عوامل اصلی بازتولید حیات و نوآوری شهر در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و کالبدی است، مشروط بر اینکه امور و روابط اقتصادی به‌طور بهینه در عرصه شهر تنظیم شوند و ارزش تولید جایگزین انباشت بیشتر گردد. با چنین دیدگاهی، راهکارهای پیشنهادی به‌جای وضع قوانین سلبی که منجر به رکود فضاها و تعاملات شهری می‌شوند، با نگاهی تاب‌آورانه و منطبق با جریان‌های نوآورانه، خلاقانه و هوشمند ارائه شده‌اند تا حیات اجتماعی و سرزندگی موجود در منطقه دو، به‌عنوان پویاترین بخش شهر رشت، توسعه یابد.

جدول ۵- راهکارهای پیشنهادی در راستای کاهش آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد شهری

راهبردهای پیشنهادی	راهکارهای پیشنهادی
تدوین طرح‌های توجیهی متناظر با برنامه‌ریزی مشاغل خرد شهری	- پیشنهاد تهیه طرح توجیهی سیاست‌های مکان‌یابی کاربری‌های محله‌ای در ارتباط با توسعه مشاغل خرد آتی با تکیه بر ظرفیت‌ها و دارایی‌های محلی و مکان‌یابی آن‌ها در چارچوب تهیه ماتریس کاربری‌ها و تکنیک مکان‌سنجی (رابرت کوان) و الزام به اجرای آن.
تأکید بر بهره‌مندی از زیرساخت‌های هوشمند در مشاغل خرد	- لزوم نوآوری و آموزش مهارت‌های جدید و استقبال از ورود فناوری به عرصه مشاغل سنتی و ایجاد رقابت‌پذیری با مشاغل جدید و به‌روز باهدف ماندگاری و دوام این مشاغل - لزوم نتورک‌شدن مشاغل خرد و سنتی در پلتفرم‌های آنلاین فروش محصولات و ایجاد رقابت‌پذیری با سایر مشاغل آنلاین. - استفاده از سیستم‌های هوشمند و همگام شدن مشاغل سنتی یا خرد با زیرساخت‌های هوشمند، نظیر اقتصاد هوشمند که سبب سهولت در برقراری ارتباطات با مشتری می‌شود.
بازیابی هویت مشاغل سنتی در چارچوب رویکردهای خلاق و پایدار	- تشویق به ایجاد همکاری مشاغل خرد و قدیمی با سازمان‌های غیرانتفاعی، NGOها و شرکت‌های خصوصی در حوزه برندسازی مشاغل و استارت‌آپ‌های کارآفرینانه - توسعه گردشگری خلاق با رویکرد باززنده‌سازی خلاقانه حمام‌های تاریخی شهر رشت - هدایت عمده‌فروشی‌ها از فضای کاروانسراها و مکان‌یابی آن‌ها در اطراف شریان‌های اصلی شهر از طریق ابزار حق انتقال توسعه با تأکید بر کاهش ترافیک و دسترسی آسان - ایجاد اشتغال خلاق در فضای کاروانسراها به‌عنوان فضای فرهنگی-اقتصادی با رویکرد برندسازی مشاغل بومی و با هویت (که در شرایط کنونی با توجیه اقتصادی شرایط احیاء دارند). - تبدیل فضاهای رهاشده بازار به رستوران‌های محلی با رویکرد شهر خلاق خوراک با توجه به سابقه‌ی تعدد غذاخوری‌ها در فضای بازار - حمایت مادی و معنوی از مشاغل فعال و بومی در اوقات شبانهگاهی مانند کباب‌گاری‌ها و که از گذشته در شهر فعال بوده‌اند و جزئی از میراث شهری محسوب می‌شوند. - تهیه طرح توجیهی توانمندسازی و توسعه‌ی پایدار بازارچه‌های محله‌ای با رویکرد اشتغال خلاق بر مبنای دارایی‌ها و ظرفیت‌های هر محله؛ برای نمونه بازآفرینی بازارچه‌ی ساغریسازان و خواهرامام با ایده محوری ساماندهی و گسترش آنتیک‌فروشی‌ها، بازآفرینی محله چله‌خانه به‌عنوان محله‌ی موزه‌های مدرن شهر رشت و...

راهبردهای پیشنهادی	راهکارهای پیشنهادی
	- ارائه فرصت‌های بازاریابی هوشمند در قالب اپلیکیشن‌های مشترک باهدف رقابت‌پذیری این فضاهاى تجارى با جريان‌هاى جديد تجارت در شهر به‌منظور ماندگارى و دوام شكل سنتى اين مشاغل در عرصه شهر
تقویت زیرساخت‌های کالبدی، مهارت‌آموزی و آگاهی‌بخشی، نظارتی و مشارکتی	- تنظيم قوانين و مقررات جديد در چارچوب تنظيم قوانين مالياتى منصفانه جهت توانمندسازى مشاغل خرد و سنتى در رقابت‌پذيرى با مشاغل بزرگ و جديد - تشكيل اتحاديه‌ها و انجمن‌هاى تجارى محلى با مشاركت و هماهنگى اصناف، به‌منظور حفظ حقوق و منافع مشاغل خرد و توسعه مطلوب محله‌اى - همكارى و شبكه‌سازى كسب و كارها با جامعه‌ى محلى از طريق همكارى با نهادهاى محلى، همكارى در رويداها و فعاليت‌هاى محلى - تشويق به سرمايه‌گذارى در چارچوب اقتصاد پايدار و خلاقانه با ايديه‌هاى محورى در بافت‌هاى روبه‌زوال و بهره‌ورى از فضاهاى مرده شهرى - نظارت اتحاديه صنف مشاورين املاك بر روند گسترش قارچى اين شغل در عرصه شهر - استفاده از ظرفيت پلتفرم‌هاى اينترنتى و تقويت خريده و فروش مستقيم به‌جاي مراجعه به واسطه‌گر به منظورى جلوگيرى از رشد مشاغل كاذب - تأكيد بر توسعه اقتصادى محله‌اى در پارادايم برنامه‌ريزى محله‌اى - افزايش مشاركت واقعى شهروندان در راستاى توليد فضاهاى دوست‌داشتنى از طريق تفويض قدرت و كنترل شهروندى
بازيابى ارزش‌هاى اجتماعى در چارچوب توسعه‌ى اجتماعى، دموكراتيك و مشاركت‌مبنا	- بازيابى روابط پيشين تجارى - محله‌اى در چارچوب توسعه‌ى اجتماعى و بهره‌مندى از اصول توسعه مشاركت دارايى‌مبنا؛ براى نمونه تشويق به همكارى و همبستگى محلى از طريق تشكيل اتحاديه‌ها و انجمن‌هاى محله‌اى و ترويج فرصت‌هاى تجارى مشترك در عرصه‌ى مشاغل خرد شهرى - افزايش فضاهاى دموكراتيك در عرصه‌هاى زندگى جمعى نظير تاسيس مؤسسه‌هاى مدنى براى حضور مؤثر شهروندان و شكل‌گيرى تعلقات و دلبستگى به مكان - افزايش اختلاط کاربرى‌ها (در برابر ناهنجارى کاربرى‌ها) در شهر با تأكيد بر تنوع و تطبيق با شرايط محيطى و نيازهاى شهروندان - ايجاد نوآورى و افزايش انعطاف‌پذيرى مشاغل خرد در برابر تغيير سلايق و ترجيحات جديد شهروندان - ايجاد سلسله‌مراتبى جهت معنادار كردن فضاى شهرى مانند ممانعت از ترويج کاربرى‌ها و فعاليت‌هاى فاقد معنا (كه عمدتاً بازتاب سرمايه‌دارى و هدف كشورهاى در حال توسعه‌اند) - ايجاد خلاقيت و ابتكار در ارائه محصولات و خدمات منحصربه‌فرد و يكتا در

راهکارهای پیشنهادی	راهبردهای پیشنهادی
جهت جذب شهروندان - ترویج سیاست‌های کارآفرینی در مقیاس‌های خرد و ارائه آموزش و تسهیلات برای افراد متمایل به راه‌اندازی کسب و کارهای خرد در جهت رفع معضلاتی مانند بیکاری و افزایش تنوع و اختلاط کاربری در محله‌ها با هدف ایجاد اقتصاد پایدار محله‌ای - ایجاد و گسترش مکان‌های سوم در مقیاس محله‌ها باهدف کاهش انزوا و افزایش تعاملات اجتماعی و اوقات فراغت فعال با قرارگیری افراد در چارچوب فضاهای مختص مکان سوم - طراحی فضاهای عمومی آرام و مبتنی بر نیازهای روانی انسان، مانند فضاهای سبز، پاتوق‌ها و... - هدایت جریان گسترش فعالیت‌ها توسط مدیریت شهری و جلوگیری از افزایش رشد قارچ‌گونه مشاغل نامرتبط با عرصه‌های زندگی و پهنه‌های مسکونی - انتقال فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تخفیفی و ارزانسراها از داخل بافت محله‌ها و هدایت به سوی حاشیه خیابان‌های اصلی شهر - تشویق و حمایت از خرده‌دستفروشی‌های محصولات بومی و محلی به‌عنوان نماد خرده‌فرهنگ‌های بومی، در برابر آثار جهانی‌سازی و سرمایه‌داری - توسعه و گسترش فضاهای عمومی در اطراف محورهای تجاری خرد به‌منظور مراجعه بیشتر به فضا و ایجاد سهولت در دسترسی به این فعالیت‌ها - ارائه تجربه خرید منحصر به فرد توسط مشاغل خرد شهری جهت بازگشت مجدد شهروندان به این فضاهای تجاری شهر	
- استفاده از تکنیک مکان‌سنجی (Placecheck) در طراحی فضاهای شهری با ضرورت مشارکت مردم - اعمال محدودیت و وضع مقرراتی در ساخت و ساز فضاهای تجاری جدید در بافت قدیمی شهر و تغییر کاربری آن‌ها - کاهش سطح سرانه کاربری‌های تجاری فرامحله‌ای و جلوگیری از احداث سازه‌های درشت‌دانه تجاری با سطح اشغال بالا در پهنه‌های مسکونی - تعیین تقریبی محتوا و حدود فعالیت کاربری‌ها (سازگار و متناسب با نیازها و تأمین مصارف روزانه) در طرح‌های آماده‌سازی زمین، برنامه‌ریزی کاربری زمین و سایر طرح‌های مشابه - حفظ تناسب و یکپارچگی فضاهای تجاری شهر با ممانعت از صدور مجوز جهت فعالیت کاربری‌های بی‌خاصیت و بی‌محتوا (مشاغل اصطلاحاً مد روز که انعکاس سرمایه‌داری و هدف کشورهای در حال توسعه هستند و نه سلب تنوع در فعالیت‌ها) - جابه‌جایی کاربری‌های ناهنجار (خارج از ظرفیت و مطلوبیت فضا) و انتقال حق توسعه	توسعه‌ی برنامه‌ریزی و طراحی شهری انسان‌محور با تأکید بر نحوه‌ی مکان‌یابی و گسترش کاربری‌ها و فعالیت‌های تجاری

راهبردهای پیشنهادی	راهکارهای پیشنهادی
	این مشاغل در مکان‌هایی متناسب با عملکرد؛ مانند انتقال خط ماشین (راسته‌ی مکانیکی‌ها و تراشکاران اتومبیل در مرکز شهر) در محله‌ی شیخ‌آباد - الزام صدور مجوز ساخت مجتمع‌های تجاری به شرط احداث پارکینگ طبقاتی یا زیرزمینی - توسعه و بهبود زیرساخت‌های شهری به‌منظور جلوگیری از فرسودگی بافت‌های تجاری سنتی - تشکیل کمیته پیگیری اجرای سند توسعه محلات (مصوب سال ۱۳۹۴) توسط شورای محله‌های عرفی منطقه دو شهر رشت. - ترویج توریسم و گردشگری خلاق (با توجه به موارد ذکر شده در بندهای پیشین مانند توسعه پایدار بازارچه‌های محله‌ای با رویکرد اشتغال خلاق بر مبنای دارایی‌ها و ظرفیت‌های هر محله) - ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه و پایدار به‌جای فروش مغازه‌ها و املاک - استفاده از ابزار TDR یا انتقال حق توسعه به‌عنوان راهکار جایگزین به‌جای سلب حق مداخله در بافت که سبب حفظ بافت سنتی محله‌ها می‌شود.

تعارض منافع

تعارض منافع نداریم.

ORCID

Mohamad Nouripour Sedehi  <https://orcid.org/0000-0001-7695-7157>

Hasan Ahmadi  <https://orcid.org/0000-0002-8087-0975>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Adebayo, A. A., Greenhalgh, P., Muldoon-Smith, K., & Ovedokun, T. (2022). Towards attaining sustainable retail property locations: The relationships between supply, demand, and accessibility of retail spaces. *Sustainability*, 14(7), 3846. <https://doi.org/10.3390/su14073846>
- Barata-Salgueiro, T., & Cachinho, H. (2021). Urban retail systems: Vulnerability, resilience and sustainability. Introduction to the special issue. *Sustainability*, 13(24), 13639. <https://doi.org/10.3390/su132413639>
- Barata-Salgueiro, T., & Erkip, F. (2014). Retail planning and urban resilience. *Cities*, 36, 107-111. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.01.007>
- Barrat, J. (2023). *Our final invention: Artificial intelligence and the end of the human era*. Hachette UK.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress and prosperity in a time of brilliant technologies*. New York: W. W. Norton & Company.
- Carreras, C., & Frago, L. (2022). Could a retail-less city be sustainable? The digitalization of the urban economy against the city. *Sustainability*, 14(8), 4641. <https://doi.org/10.3390/su14084641>
- Delgado-de Miguel, J. F., Buil-Lopez Menchero, T., Esteban-Navarro, M. Á., & García-Madurga, M. Á. (2019). Proximity trade and urban sustainability: Small retailers' expectations towards local online marketplaces. *Sustainability*, 11(24). <https://doi.org/10.3390/su11247199>
- Erkip, F., Kızılgün, Ö., & Mugan, G. (2013). The role of retailing in urban sustainability: The Turkish case. *European Urban and Regional Studies*, 20(3), 329-342. <https://doi.org/10.1177/0969776411434846>
- Etminani-Ghasrodashti, R., & Hamidi, S. (2020). Online shopping as a substitute or complement to in-store shopping trips in Iran? *Cities*, 103, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102768>
- Ford, M. (2015). *Rise of robots: Technology and the threat of jobless future*. New York: Basic Books.
- Gonzalez-Feliu, J., & Peris-Pla, C. (2017). Impacts of retailing attractiveness on freight and shopping trip attraction rates. *Research in Transportation Business & Management*, 24, 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2017.07.004>
- Jacobs, J. (1961). The death and life of great American cities. *The New Yorker*, 21(1), 13-25.
- Kozehgar Kaleji, L., & Rezaei, M. (2021). Development approach; Decentralization from national government to local government. *Sustainable Development of Geographical Environment*, 2(3), 149-168. (in Persian) <https://doi.org/10.52547/sdge.2.3.149>
- Lefebvre, H. (2003). *The urban revolution*. University of Minnesota Press.
- Lilius, J., & Hewidy, H. (2021). The taste of diversity: Ethnic restaurants in Helsinki and the importance of networks for attracting a mainstream clientele. *Etnografia e ricerca qualitativa*, 14(2), 301-320. <https://doi.org/10.3240/101573>
- Lowe, M. (2005). The regional shopping centre in the inner city: A study of retail-led urban regeneration. *Urban Studies*, 42(3), 449-470. <https://doi.org/10.1080/00420980500035139>

- Luborsky, M. R., & Rubinstein, R. L. (1995). Sampling in qualitative research: Rationale, issues, and methods. *Research on Aging*, 17(1), 89-113. <https://doi.org/10.1177/0164027595171005>
- Mohammadpour, A. (2022). *Zed-e ravesh [Against method]*. Tehran: Logos. (in Persian)
- Pantano, E., & Timmermans, H. (2014). What is smart for retailing? *Procedia Environmental Sciences*, 22, 101-107. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2014.11.010>
- Piran, P. (2003). Social policy, social development and its necessity in Iran: The criticism of Copenhagen Convention. *Refahj*, 3(10), 121-154. (in Persian) URL: <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-1994-en.html>
- Rao, F. (2019). Resilient forms of shopping centers amid the rise of online retailing: Towards the urban experience. *Sustainability*, 11(15), 3999. <https://doi.org/10.3390/su11153999>
- Rifkin, J. (2011). *The third industrial revolution*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rybczewska, M., & Sparks, L. (2020). Locally-owned convenience stores and the local economy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101939. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101939>
- Sparks, L. (2021). Towns, high streets and resilience in Scotland: A question for policy? *Sustainability*, 13(10), 5631. <https://doi.org/10.3390/su13105631>
- Thompson, D. (2015). A world without work. *The Atlantic*, 316(1), 50-61.
- Warnaby, G., Bennison, D., & Davies, B. J. (2005). Marketing communications in planned shopping centres: Evidence from the UK. *Retail & Distribution Management*, 33(12), 893-904. <https://doi.org/10.1108/09590550510634620>
- Williams, M., & Moser, T. (2019). The art of coding and thematic exploration in qualitative research. *International Management Review*, 15(1), 45-55.
- Wilson, J. P. (2015). The triple bottom line: Undertaking an economic, social, and environmental retail sustainability strategy. *Retail & Distribution Management*, 43(4/5), 432-447. <https://doi.org/10.1108/IJRD-11-2013-0210>
- Wrigley, N., & Dolega, L. (2011). Resilience, fragility, and adaptation: New evidence on the performance of UK high streets during global economic crisis and its policy implications. *Environment and Planning A*, 43(10), 2337-2363. <https://doi.org/10.1068/a44270>

استناد به این مقاله: نوری‌پور سدهی، محمد و احمدی، حسن. (۱۴۰۴). ارائه راهکارهای برون‌رفت از آسیب‌های ناشی از تحول مشاغل خرد در عرصه شهر؛ مطالعه موردی: منطقه دو شهر رشت، فصلنامه برنامه‌ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای، ۱۰(۳۲)، ۹۱-۱۳۸.



Urban and Regional Development Planning is licensed under a ...Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License