

## طراحی الگوی توسعه شهر کارآفرین با رویکرد فرایندی

مهدی ریزوندی<sup>۱\*</sup>، مهدی مهجور<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله : ۱۳۹۹/۰۵/۰۶

تاریخ پذیرش مقاله : ۱۳۹۹/۰۹/۱۵

### چکیده

در عصر حاضر، با وجود تراکم سرمایه های انسانی و اجتماعی در شهرها که ۸۰٪ از رشد تولید ناخالص داخلی کشورها را تامین می کنند، سرریز دانش و نوآوری و تنوع تخصص ها می توانند فرصت های کارآفرینی شهری را بستر مناسبی برای مقابله با بحران بیکاری و حل چالش های شهرنشینی نمایند؛ بنابراین شهر پویا شده و به عنوان نیروی اصلی محرکه اقتصاد ملی تبدیل می گردد. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن یکی از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. در این راستا یک شهر کارآفرین به لحاظ ارزشی و سیاست گذاری می تواند با استفاده از سرمایه های فکری و اجتماعی و شناسایی و ارزیابی و بهره برداری از فرصت های شهری موجب توسعه کارآفرینی در شهر گردد و علاوه بر حل معضلات شهری، سبب ترمیم ساختارهای شهری و رشد و شکوفایی کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرها خواهد شد و در نتیجه بخشی از چشم انداز توسعه کارآفرینی برای یک شهر فراهم خواهد شد. در این مقاله با روش کیفی و استفاده از ابزار مصاحبه با تعداد ۸ نفر از خبرگان شهری شهر قزوین و استراتژی تحقیق تحلیل محتوا الگوی مناسب برای توسعه شهر کارآفرین استخراج شده است. نتیجه نهایی از این پژوهش شناسایی عامل مهمی به نام مشارکت شهروندان برای توسعه شهر کارآفرین است.

**کلمات کلیدی:** شهر کارآفرین، توسعه، فرایند کارآفرینی، مشارکت

۱. دکتری کارآفرینی، مدرس دانشگاه جامع علمی و کاربردی مرکز شهرداری قزوین (نویسنده مسئول). Riz56\_m@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی m.mahjoor1360@gmail.com

دانشمندان معتقدند که مشروعیت یک‌رشته در گرو توسعه نظریه و روش آن است. به نظر آن‌ها توسعه تئوری و روش لازم و ملزوم یکدیگر هستند (وکیلی و انصاری، ۱۳۹۰). از سویی نظریه مرزهای رشته را تعیین می‌کند و از دیگر سو روش است که آزمون چنین نظریه‌هایی را ممکن می‌سازد. کارآفرینی نیز به‌عنوان یک‌رشته نوظهور و علمی بین‌رشته‌ای به دنبال افزایش مشروعیت خویش در میان پژوهشگران است. اگر در یک حوزه علمی و فکری تناسبی بین موضوع و روش وجود نداشته باشد و یا ضعیف باشد، آن حوزه در آموزش یادگیری به مخاطبان ناتوان است (الوانی و بودلانی، ۱۳۸۹). کارآفرینی به‌عنوان رشته‌ای نوپا که ماهیتی میان‌رشته‌ای دارد، نیازمند سیاست‌گذاری با توجه به تغییرات محیطی است. تا سه دهی گذشته به نقشی که کارآفرینان در توسعه اجتماعی-اقتصادی داشتند، توجه نمی‌شد؛ اما تحقیقات نشان می‌دهد امروزه کارآفرینی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نقشی مهم دارد، زیرا ایجاد کسب‌وکار جدید را به همراه دارد که موجب ایجاد اشتغال، شدت رقابت و افزایش بهره‌وری می‌شود (جم، ۲۰۱۳). شین معتقد است کارآفرینی باید پدیده‌هایی تجربی را توصیف و پیش‌بینی می‌کند که مدیریت راهبردی قادر به توصیف و پیش‌بینی آن‌ها نیست و این وجه تمایز کارآفرینی نسبت به رشته‌های دیگر است (شین، ۲۰۱۲). در این میان، توجه به مطالعات میان‌رشته‌ای همواره اهمیت شایانی دارد و اندازه‌گیری آن نیز با چالش‌هایی روبه‌رو بوده است (وگنر و همکاران، ۲۰۱۱). امروزه کیفیت زندگی شهری و ارتقاء آن، به هدف اصلی بسیاری از سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات مدیریت شهری تبدیل شده است؛ و به‌عنوان شاخصی برای ارزیابی و نظارت بر عملکرد تصمیم‌گیران و مدیران مورد استفاده قرار می‌گیرد. وجود مشکلاتی مانند ضعف منابع درآمدی، کمبود وسایل حمل‌ونقل عمومی، سنگینی ترافیک و تراکم خودروها و ائتلاف وقت شهرنشینان در تردهای شهری، کمبود فرصت‌ها و موقعیت‌های شغلی مناسب، کمبود مراکز درمانی، گرانی و کمبود مسکن مناسب، مشکلات و آسیب‌های ناشی از نابرابری‌های اجتماعی، تغذیه نامناسب، آلودگی آب، آلودگی هوا، آلودگی محیط، کمبود فضای سبز، کمبود امکانات فرهنگی، ورزشی و فراغتی، جرائم، ناامنی و آسیب‌های اجتماعی و ... زندگی شهری را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است و بر لزوم توجه به کیفیت زندگی شهری بیش‌ازپیش افزوده است (کوهن و مونز، ۲۰۱۵). کارآفرینی شهری یکی از موضوعاتی است که می‌تواند در عصر حاضر به رویکردی منجر شود که نتیجه‌ی آن افزایش کیفیت زندگی مردم در شهرها خواهد بود (معصومی راد، ۱۳۹۰). در حال حاضر کارآفرینی در شهرهای مختلف دنیا نقشی اساسی در توسعه ملی و رقابت‌های جهانی بازی می‌نماید. بدین‌سان مقیاس تأثیرگذاری شهرها از سطح محلی تا جهانی گسترش یافته و پدیده جهانی محلی شدن را بر سر زبان‌ها آورده است. شهرها برای توفیق در فضای رقابتی نیاز به خلاقیت دارند، خلاقیت در ارائه خدمات، خلاقیت در تولید کالاها، خلاقیت‌های شهری عبارت‌اند از فرهنگی، هنری، علمی، اجتماعی (KEA، ۲۰۰۵). اهمیت این موضوع در حدی است که شهرها می‌بایست در سازوکارهای مدیریتی خود تغییراتی ایجاد نمایند این تغییرات در قالب مدیریت شهری و چه در قالب مدیریت سرمایه‌های اجتماعی، سرمایه‌های انسانی است. در سال ۱۹۸۵، اجلاس در شهر اورلئان فرانسه برگزار شد که در آن اقشار مختلف دانشگاهی، صاحبان کسب‌وکار و سیاست‌گذاران هفت کشور برتر سرمایه‌داری شرکت داشتند. هدف این اجلاس، تبیین فعالیت‌هایی بود که می‌بایست توسط دولتمردان و در واکنش به از دست رفتن جایگاه اقتصادی و مالی بسیاری از شهرهای بزرگ جوامع سرمایه‌داری، صورت می‌گرفت. نتایج این اجلاس که همگان در رابطه با آن اتفاق نظر داشتند عبارت بود از اینکه: مقامات رسمی شهرها باید توجه ویژه‌ای را به نوآوری و کارآفرینی مبذول داشته و از طریق درآمدهای حاصل از چنین فعالیت‌هایی، آینده‌ای بهتر را برای شهروندانشان به ارمغان بیاورند. تنها موردی که در رابطه با آن اختلاف نظر وجود داشت، نحوه دستیابی به این هدف بود که آیا مقامات رسمی شهرها می‌بایست به صورت مستقیم اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید کنند؟ در صورت مثبت بودن پاسخ، این دخالت باید تا چه حدی باشد؟ آیا آن‌ها خودشان باید به‌عنوان منبع استخدام و اشتغال‌زایی باشند؟ آیا آن‌ها باید خود را متعهد به ایجاد زیرساخت‌هایی کنند که موجب رونق فعالیت‌های اقتصادی گردد؟ به عبارت ساده می‌توان بیان داشت که رویکرد مدیریتی شهرهای بزرگ که در دهه ۱۹۶۰ میلادی حاکم بود، در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی جای خود را به رویکردی نوآورانه و کارآفرینانه داد. به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر، اتفاق نظر گسترده‌ای در کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری مبنی بر استفاده از رویکرد کارآفرینانه به‌منظور توسعه اقتصادی، وجود دارد (هاروی، ۱۹۸۹). براین اساس رویکردی جدید در شهرها به‌عنوان استراتژی در شهرها مورد توجه قرار گرفت که روند لزوم دستیابی به مفهوم جدیدی به نام کارآفرینی شهری احساس گردید.

## ۲. پیشینه پژوهش

شهر سکونت‌گاهی، نسبتاً بزرگ و دائمی است. سازمان ملل متحد، در سال ۱۳۶۷ خورشیدی، شهر را چنین، تعریف می‌کند. شهر، مکانی با تراکم بالای جمعیت و مرکزیت سیاسی، اداری و تاریخی است که در آن، فعالیت اصلی مردم، غیر کشاورزی است و دارای مختصات شهری بوده که از طریق دولتی محلی، اداره می‌شود. طی دهه‌های اخیر، از سوی اندیشمندان جغرافیا، جامعه‌شناسی، اقتصاد، جمعیت‌شناسی و برخی علوم دیگر، تعاریف متعددی از شهر ارائه شده است و جامعه‌شناسان از جمله انگلسو مارکس، شهر را محل تمرکز جمعیت، ابزار تولید، سرمایه، نیازها و احتیاجات و غیره می‌دانند که تقسیم‌کار اجتماعی، در آنجا صورت گرفته است. جغرافی‌دانان، شهر را منظره‌ای مصنوعی از خیابان‌ها، ساختمان‌ها، دستگاه‌ها و بناهایی می‌دانند که زندگی شهری را امکان‌پذیر می‌سازد. مورخان، شهر را با توجه به قدمت آن، تعریف می‌کنند و از نظر اقتصاددانان، شهر به جایی اطلاق می‌شود که معیشت غالب ساکنان آن، بر پایه کشاورزی نباشد. جمعیت‌شناسان نیز، تعداد جمعیت یک نقطه را، ملاک شهری بودن آن نقطه می‌دانند. اندیشمندان طراحی شهری شهر را مجموعه پیچیده‌ی سازمان‌یافته‌ای می‌دانند که متشکل از سه مؤلفه اصلی کالبد، تصورات و فعالیت است که پیوسته در حال تغییر و تحول است. شهرشناسان، شهر را محلی می‌دانند که بشر دست از زمین کشیده و فکر کردن را آغاز می‌کند (راعی، ۱۳۹۶). بر اساس نظرات کوهن و مونز در سال ۲۰۱۵ وجود مشکلات شهرنشینی زندگی شهری را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است و بر لزوم توجه به کیفیت زندگی شهری بیش‌ازپیش افزوده است. بدین لحاظ مسئله اصلی پژوهش، این است که شهر کارآفرین با چه مدلی امکان تأثیرگذاری در کیفیت زندگی شهروندان را دارد. بر اساس آنچه از ادبیات و پیشینه تحقیق استنتاج می‌شود و به‌عنوان مسئله‌ای مهم در این پژوهش قابل بررسی است. خروجی ناشی از نوع شناسی ابعاد، مفاهیم و شاخص‌های شهر کارآفرین است که منجر به ارزش‌آفرینی در شهرها می‌گردد؛ و نتیجه آن توسعه همه‌جانبه در شهر خواهد بود.

در عصر حاضر که جهان به سمت شهرنشینی بیشتر حرکت می‌کند. بر اساس پیش‌بینی‌ها تا سال ۲۰۲۵، صد شهر برتر جهان حدود ۳۵ درصد از اقتصاد جهانی را در اختیار خود خواهند داشت. در جهان حاضر ثروتمندترین شهرها آن‌هایی هستند که زایش دائمی فرایند کارآفرینی را در خود پرورش داده‌اند. در کشور ما، تهران به‌عنوان پایتخت و ۷ شهر بزرگ بالای یک میلیون نفر جمعیت شامل مشهد، اصفهان، کرج، شیراز، تبریز، اهواز و قم با شرایط پیچیده مدیریت شهری دست‌وپنجه نرم می‌کنند. مدیریت چنین کلان‌شهرهایی در دوران حاضر نیازمند استفاده از استراتژی‌های روزآمد توسعه شهری و توجه ویژه به مباحث توسعه اقتصاد شهری است. حدود دو دهه است که در ادبیات رشد شهری، مباحث کارآفرینی به شکلی پرنرگ مطرح شده و به کار گرفته می‌شود. بر اساس این دیدگاه یک شهر کارآفرین می‌تواند به خلق ثروت پایدار بپردازد (جعفری و همکاران، ۱۳۹۷).

کارآفرینی، نزد افراد مختلف تعاریف متفاوتی دارد. محققان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی نیز تعاریف مختلفی را از این پدیده شایع ارائه داده‌اند؛ اما واقعیت کارآفرینی چیست؟ کارآفرینی یکی از رشته‌های جدید حوزه کسب‌وکار است. همگان بر اهمیت کارآفرینی به‌عنوان «موتور محرکه اقتصاد» صحنه می‌گذارند. با این وجود درک مناسبی از این پدیده در میان اقشار جامعه وجود ندارد. لازمه هر فعالیت درآمدزا، برخورداری از روحیات کارآفرینی و مهم‌تر از همه، قدرت عملی کردن ایده و خلاقیت است. قدرتی که هر کارآفرین را قادر می‌سازد با استفاده از تجربه و دانش شخصی خود، شناخت و به‌کارگیری تجارب دیگران و اطلاع کامل از فرصت‌ها، ایده خود را به فعالیت جذب از لحاظ ارزش سرمایه‌گذاری، کسب درآمد و سودآوری تبدیل کند (پور نصر، ۱۳۹۱).

بر اساس آنچه بیان مسئله گفته شد، نگاهی متفاوت به ایجاد کارآفرینی در شهر به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی وجود دارد. حال سؤال اینجاست که چگونه و با چه مدلی کارآفرینی در شهر با مفهوم جدیدی از کارآفرینی با رویکرد عمل‌گرایانه امکان‌پذیر است. کارآفرینی در شهر فرصت‌های کارآفرینی حاصل ارزش خلق شده در سطح محلی در شهرهاست و نتیجه کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های سوم شخص به فرصت‌های اول شخص هست که باید اکشن شوند (مولن و شفر، ۲۰۰۶).

### ۲-۱. خلاقیت شهری جوهره شهر کارآفرین

در سال‌های اخیر مفاهیمی مانند شهرهای خلاق و کارآفرین به‌عنوان کلید حل مسائل متعدد شهری همچون بیکاری، مهاجرت، بزهکاری و غیره شناخته شده است؛ اما بدیهی است که تحقق و توسعه این مفاهیم، بدون وجود سبک چابکی از حکمرانی که به مسائل و چالش‌های شهری پاسخی خلاقانه و کارآفرینانه دهد، امکان‌پذیر باشد. همه می‌دانند که مسیر کارآفرین از نوآوری می‌گذرد

## طراحی الگوی توسعه شهر کارآفرین با رویکرد فرایندی

و پایه و اساس نوآوری چیزی نیست جز خلاقیت؛ که با جذب ایده‌ها و غربال‌گری آن‌ها می‌توان با فن آفرینی و بررسی تهدیدات و فرصت‌ها از آن‌ها کسب ارزش کرد که مفهوم کارآفرین مستقر در شهر است (ریزونندی و همکاران، ۱۳۹۵). حال اگر این خلاقیت در محیط شهر و فضاهای شهری و حتی تمام‌المان‌های شهری اتفاق بیافتد شما ببینید چه فرصت‌هایی را می‌تواند ایجاد و خلق کند... تمامی افرادی که به‌عنوان بازیگر در ایجاد کسب‌وکارها نقش دارند می‌توانند فرصت‌های موجود در شهر را از یک فرصت اجباری به یک فرصت بهبود گرا تبدیل نمایند. خلاقیت شهری می‌تواند منجر به ایجاد شهرهای خلاق شده و شهرهای خلاق نیز نوآوری را پایه‌گذاری کرده و منجر به ایجاد ارزش در یک محله و یا مکان شهری می‌شوند و میانگین این ایده‌های خلاقانه می‌تواند موجب پویایی همه‌جانبه گردد (جعفری و همکاران، ۱۳۹۷). در شهر خلاق برخی مؤلفه‌ها وجود دارد که می‌تواند شهر را به سمت خلاقیت تداوم بخشد این عناصر مثل فرهنگ یک شهر مثل سرمایه انسانی و سرمایه‌های اجتماعی شهر مثل فضاهای شهر قابل بهره‌برداری حتی جنسیت و حتی قومیت می‌توانند منجر به کشف سرمایه‌های انسانی متفاوتی بشود که این‌ها با داشتن هوش‌های هیجانی بالا و نبوغ بالا در شهرها خلاقیت می‌کنند. یک سری منابع فیزیکی، سرمایه‌های فیزیکی، سرریز دانش، تحقیق و توسعه، دانشگاه‌ها، نیروهای کار غیر ماهر و ماهر به‌عنوان سرمایه‌های انسانی، طبقه خلق و نوآور بر اساس طبقه‌بندی ریچارد فلوریدا که در ایالات‌متحده ۴۰ میلیون کارگر را به‌عنوان طبقه خلاق شناسایی کرده است و در شهرهای بزرگ اروپا مثل مونیخ، هامبورگ، استکهلم و هلسینکی بیشترین سهم از نیروی خلاق را دارند. می‌توانند این خلاقیت را در شهرها شکوفا کنند (کریا و کاستا، ۲۰۱۴) فلوریدا نشان داد که استراتژی‌های رقابت بر اساس سرریز دانش در شهرها بر اساس سرمایه‌های انسانی منجر به اشتغال به‌واسطه استعدادها و تنوعی که در نژاد، قومیت و جمعیت مناطق پرتراکم وجود دارد می‌تواند به کارآفرینی منجر شود (لی و فلوریدا، ۲۰۱۲). در شهر خلاق میزان استعدادها، تنوع‌ها و فناوری‌ها بر اساس نظریه فلوریدا اندازه‌گیری می‌شود.

## ۲-۲. کارآفرینی شهری

کارآفرینی شهری مفهوم اصلی برای تبیین شهر کارآفرین است. کارآفرینی شهری موضوعی است که در آن شهر به‌واسطه بهره‌گیری از روش‌های خلاق و استفاده از استراتژی‌های فعال در این زمینه، ظرفیت شهری برای افزایش ارزش دارایی، رشد اشتغال و سطح رفاه گسترش می‌دهد (هاروی، ۲۰۰۸). کارآفرینی شهری یکی از جدیدترین موضوعاتی است که در عرصه‌ی مدیریت در شهرها مورد تأکید قرار گرفته است. کارآفرینی در شهر دارای سه ویژگی‌های اصلی است: ۱- مشارکت بخش خصوصی با عمومی جهت جذب سرمایه‌گذاری در حوزه‌های نوین (مسکن بهتر، تحصیلات، سلامتی و بهداشت و...) ۲- رفتار بخش خصوصی، عمومی که دقیقاً کارآفرینانه باید باشد به این معنا که جسارتی برخلاف آنچه در رفتارهای عقلایی برنامه‌ریزی‌شده معمول مشاهده شود رخ دهد. ۳- توجه ویژه به اثرات سیاسی به‌ویژه توزیع قدرت به هنگام انجام پروژه‌های شهری در قیاس با توجه به صرفه مکانی و اقتصادی در توسعه شهر (هاروی، ۱۹۸۹)؛ و نیز هاروی معتقد است که استراتژی‌های کارآفرینی شهری شامل، ۱- تقویت موقعیت رقابتی به کمک استفاده از منابع موجود برای ایجاد مزیت در تولید کالا و خدمات، مثلاً در تگزاس نفت، کالیفرنیا بر اساس موقعیت جغرافیایی ارزش‌گذاری می‌شوند ۲- تقویت موقعیت رقابتی به کمک مصرف: تلاش برای ساختن شهر به‌عنوان مکانی برای زیست بهتر و گذراندن وقت، به‌این‌ترتیب به‌ویژه در شرایط رکود اقتصادی جذب گردشگر خارجی شیوه مناسبی است. یا مثلاً ایجاد مراکز رفاهی، تفریحی، ورزشی و فرهنگی ۳- تقویت موقعیت رقابتی به کمک ایجاد زیرساخت‌ها، مدیریت مالی و تسهیل در ارتباطات بین‌المللی در کنار تربیت نیروی ماهر برای بهره‌گیری از روش‌های نوین و فناوری‌های پیشرفته، نمونه‌ای که در انگلستان استفاده شد (همان منبع). آرتورو و بانوو در سال ۲۰۱۴ کارآفرینی شهری را تراکم بالای زندگی مردم در شهرها باوجود افرادی درگیر در موضوع ایجاد کسب‌وکارها جهت تأمین نیازهای آنان برآورده است می‌داند و به آن کارآفرینی شهری گفته می‌شود. در واقع کارآفرینی در فضاهای شهری و خارج از فضاهای شهری خدماتی است برای ساکنان شهرها. تعاریف کارآفرینی شهری در جدول شماره ۱ به‌صورت خلاصه آورده شده است.

## طراحی الگوی توسعه شهر کارآفرین با رویکرد فرایندی

جدول ۱: تعاریف کارآفرینی شهری

ردیف	محققین	رویکرد	تعریف
۱	هاروی، ۲۰۰۸	توسعه‌ی اقتصادی و سرمایه‌گذاری شهری	شهری که به‌واسطه بهره‌گیری از روش‌های خلاق و استفاده از استراتژی‌های فعال در این زمینه، ظرفیت شهر را برای افزایش ارزش‌های دارایی، رشد اشتغال و سطح رفاه گسترش می‌دهد.
۲	م. احمد پور داریانی، ۱۳۷۸	توسعه‌ی پایدار شهری	کارآفرینی شهری به آن دسته از فعالیت‌های کارآفرینانه اطلاق می‌شود که در حوزه جغرافیایی شهر انجام‌شده و در راستای بهبود سطح زندگی، تأمین خدمات موردنیاز، درآمدزایی، ایجاد اشتغال و غیره برای یک یا تعدادی از شهروندان انجام می‌گیرد. از جمله مصادیق کارآفرینی شهری می‌توان به کارآفرینی در کسب‌وکارهای خانگی، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اشاره کرد. کارآفرینی شهری به‌عنوان یک رویکرد اساسی برای توسعه مشارکت بخش خصوصی، تعاونی‌ها و نهادهای مردمی، به‌ویژه سازمان‌های غیردولتی، به شمار رفته و پایه‌ای برای تقویت بخش خصوصی و تأمین زیرساخت‌های لازم برای این بخش محسوب می‌شود. با استفاده از کارآفرینی شهری، می‌توان بسیاری از اموری را که اکنون به دست شهرداری‌ها و نهادهای متولی امور شهری انجام می‌شود، به شهروندان و بخش خصوصی سپرد. این امر علاوه‌بر موجب مشارکت جدی بخشی از شهروندان در توسعه اقتصاد شهری می‌شود.
۳	آرتورو و بانوو، ۲۰۱۴	کیفیت زندگی	تراکم بالای زندگی مردم در شهرها افرادی را درگیر در موضوع ایجاد کسب‌وکارها جهت تأمین نیازهای آنان برآورده است که به آن کارآفرینی شهری اطلاق می‌گردد. درواقع کارآفرینی در فضاهای شهری و خارج از فضاهای شهری خدمتی است برای ساکنان شهرها.
۴	کوهن و مونز، ۲۰۱۵	اقتصاد و توسعه سرمایه‌گذاری	نتایج این پژوهش تعریفی از کارآفرینی شهری را به‌عنوان اقدامی در جهت بهبود رفاه شهری در گستره‌ی دولتی و خصوصی و همکاری با مردم بیان می‌کند؛ که هدف آن ایجاد راه‌حل‌های مناسب برای حل مشکلات شهری بین بخش دولتی و خصوصی است.

### ۲-۳. توسعه شهر کارآفرین

خلاقیت، مهم‌ترین ویژگی افراد کارآفرین و جوهره کارآفرینی است. کارآفرینان، افراد نوآوری هستند که کمبودها و نواقص موجود در محصولات (و خدمات) را درک می‌کنند. کارآفرین موفق فردی است که نسبت به اطلاعاتی که دریافت می‌کند از هوشیاری بالایی برخوردار است و این اطلاعات را به‌عنوان ابزاری برای موفقیت در کسب‌وکار موردتوجه قرار می‌دهد. بنا به نظر شومپتر، ۱۹۸۰، محیط، مهم‌ترین منبع فرصت‌های کارآفرینی است؛ بدین معنی که فرصت‌های کارآفرینی که در جامعه وجود دارند از محیط سرچشمه می‌گیرند. محیط را می‌توان به محیط خرد و کلان تقسیم نمود. به‌منظور تحلیل محیط کسب‌وکار، الگوها و مدل‌های مشخصی وجود دارد که می‌توان به کمک آن‌ها به تحلیل محیط و ارزیابی فرصت‌های کسب‌وکار پرداخت (فلوریدا، ۲۰۰۲). کارآفرینی، فعالیتی شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، به‌منظور معرفی محصولات و خدمات، روش‌های سازمان‌دهی، بازارها، فرآیندها و مواد اولیه جدید، از طریق تلاش‌های سازمان‌یافته‌ای است که قبلاً صورت نگرفته است. تعریف فوق را می‌توان به چند بخش اصلی تقسیم کرد: ۱- فرصت؛ ۲- فرآیند کارآفرینی؛ شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها ۳- انواع نوآوری. این اجزا، پیکره کارآفرینی را تشکیل داده و فعالیتی که هر یک از این اجزا را نداشته باشد نمی‌توان به‌عنوان کارآفرینی در نظر

## طراحی الگوی توسعه شهر کارآفرین با رویکرد فرایندی

گرفت (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۴). ممکن است بیان شود که شهرهای کارآفرین قرن‌ها است که وجود دارند. در اصطلاح ساختارهای رسمی و استراتژی‌هایی که خلاقیت اقتصادی را حمایت می‌کنند، این موضوع واقعیت دارد؛ اما این بحث‌ها، شهر را به‌عنوان ماشین‌هایی که ایجاد ثروت می‌کنند (بدون در نظر گرفتن شکل خاص آن)، نگاه می‌کنند. بنابراین در اندیشیدن به اهمیت نقش شهرهای کارآفرینی در ایجاد ثروت غافل می‌شوند. ادبیات سیستم رشد و توسعه شهری، خلق ثروت را با مزیت پویایی سرمایه ترکیب نمی‌کند و شباهت‌های کمی با دیدگاه‌های ما دارد؛ اما مطالعات دستگاه رشد شهری بیشتر مرتبط با استراتژی‌های توسعه‌یافته شهری و اتحاد سیاسی است تا مباحث محاسبات عددی که از آن‌ها حمایت می‌کند (راهدار، ۱۳۹۶). کارآفرینی شهری، آن قبیل فعالیت‌ها و اقداماتی را تشویق می‌کند که ظرفیت شهر برای افزایش ارزش دارائی‌ها، مبنای مالیاتی و رشد اشتغال افراد را افزایش دهد. به‌طور خاص، تعریف شهر کارآفرین در سه بعد ارائه می‌گردد: ۱- شهر کارآفرین استراتژی‌های خلاقیت رقابت اقتصادی را از طریق دیگر شهرها و محیط‌های اقتصادی حفظ می‌کند و افزایش می‌شود ۲- این استراتژی‌ها واقعی و انعطاف‌پذیرند و استراتژی‌های مشروط نیستند، بلکه به‌طور واضحی فرمول‌بندی شده و در شکل کارآفرین به‌طور فعال دنبال می‌شود ۳- مؤسسان شهرهای کارآفرین مباحث کارآفرینی را می‌پذیرند و شهرها را به‌عنوان یک کارآفرین توصیف کرده و به‌عنوان کارآفرین عرضه می‌کنند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۷). اولین و دومین معیار، شهرهایی با عملکرد خوب اقتصادی را از شهرهای کارآفرین متمایز می‌کند. هر شهری که عملکرد خوبی دارد کارآفرین نیست و هر شهر کارآفرین، لزوماً عملکرد خوبی ندارد. معیار دوم مستقیماً به شرایطی که در آن شهرها می‌توانند ادعا کنند که به‌صورت یکپارچه و استراتژیک عمل می‌کند و در آن شرایط اجتماعی خاص قادر است منافع شهر را در آینده تأمین کند اشاره دارد. معیار سوم برای تمایز بین شهر کارآفرین از سیستم شهر غیر کارآفرین، استفاده از این سه معیار با نگاه هدف‌گرایانه پیگیری می‌شود که شهرها به‌جای آنکه مکان‌هایی بی‌ثمر برای سرمایه‌گذاری اقتصادی یا تراکم کارگران بیکار با انبوه مشکلات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی باشند، باید به مراکز رشد و پویایی اقتصادی و اجتماعی، در چارچوب توسعه ملی تبدیل شوند. درواقع مقصود آن است که شهرها باید آفرینش‌گر فرصت‌هایی ارزنده برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی جمعیت ساکن در آن شهر و تمام جمعیت کشور باشند.

یک شهر کارآفرین، استراتژی‌های خلاقیت رقابت اقتصادی را از طریق دیگر شهرها و محیط‌های اقتصادی حفظ و افزایش می‌دهد. استراتژی‌های خلاقیت در شهر کارآفرین، واقعی و انعطاف‌پذیرند و استراتژی‌های مشروط نیستند، بلکه به‌طور کم یا زیادی به‌طور واضحی فرمول‌بندی شده و در شکل کارآفرین به‌طور فعال دنبال می‌شود (جوزف، ۱۹۹۸). مؤسسان شهرهای کارآفرین مباحث کارآفرینی را می‌پذیرند و شهرها را به‌عنوان یک کارآفرین توصیف کرده و به‌عنوان کارآفرین عرضه می‌کنند. مهم‌ترین معیار برای تمایز بین شهر کارآفرین از سیستم شهر غیر کارآفرین، سیستم‌های شهری و بلوک‌های شهر، انواع مختلف استراتژی‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی - فرهنگی را دنبال می‌کند. فقط برخی پذیرفتند که کارآفرینی در شهر به‌طور واضحی با استراتژی کارآفرینی انطباق دارد (احمد پورداریانی، ۱۳۸۷). در خلال دو دهه اخیر، تمام تلاش‌ها بر این بوده که نقش شهری شدن را در تغییرات اجتماعی و به‌خصوص تحت شرایطی که ارتباطات اجتماعی عمدتاً بر اساس سرمایه‌داری شکل گرفته‌اند، تشریح شود. از آنجائی که فرآیندهای شهری، بر اساس منطق سرمایه‌داری و تجمع سرمایه شکل گرفته‌اند، به‌نوبه خود شرایطی را برای تجمع سرمایه فراهم می‌آورند. طرفداران منطق سرمایه‌داری، همچون هر فرد دیگری از تاریخچه رویکرد خود دفاع می‌کنند، اما نباید از شرایط و ویژگی‌های بروز این منطق دفاع کنند، درحالی‌که خودشان سهم عمده‌ای در به وجود آمدن این شرایط داشته‌اند. باین‌حال، همواره شهری شدن جدای سایر تغییرات اجتماعی در نظر گرفته شده است. پیشرفت فناوری، توسعه ارتباطات اجتماعی، عادت‌های مشتریان، سبک‌های زندگی و مواردی از این دست، مواردی هستند که باید در موضوعات مرتبط با شهری شدن و نظام سرمایه‌داری مورد لحاظ قرار بگیرند. البته این موضوع که شهر کارآفرین ابتدا در جوامع سرمایه‌داری شکل گرفته، به‌هیچ‌عنوان به این معنی نیست که سایر حکومت‌ها امکان استفاده از و پیاده‌سازی آن را ندارند. زیرا در هر جایی که امکانات و فضای مناسب مهیا گردد، بستر برای توسعه وجود خواهد داشت. بر این اساس نکته حائز اهمیت، نفوذ و نهادینه شدن این رویکرد در میان سیاست‌گذاران شهرهای مختلف جهان است (هاروی، ۱۹۸۹).

## ۳. روش پژوهش

پژوهش فوق بر اساس مدل پیاز پژوهش دانایی فر و همکاران تهیه و اجرا می‌گردد. در حقیقت بنا به این مدل، فلسفه و جهان‌بینی پژوهشگر، پایه و اساس پژوهش را شکل می‌دهد، چراکه هر یک از مراحل بعدی پژوهش از انتخاب رویکرد پژوهش تا جمع‌آوری و تحلیل داده بر اساس جهان‌بینی و نگرش پژوهشگر صورت می‌گیرد. از این‌رو، پژوهشگر می‌بایست در ابتدای هر کار پژوهشی،

مبنای فلسفی کار و نوع نگرش و جهان بینی خود را مشخص سازند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳). از لحاظ جهان بینی این پژوهش دارای نگاه پراگماتیسم بوده و دارای رویکرد استقرایی است. از لحاظ روش مطالعه فوق به روش کیفی انتخاب شده است و روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی انجام می‌شود. استراتژی این تحقیق تحلیل محتوا و استفاده از کدهای باز و محوری است و از لحاظ هدف پژوهشی کاربردی است. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق مصاحبه‌های عمیق با ۸ نفر از خبرگان حوزه شهری از جمله مدیران و کارآفرینان موفق شهری تدوین گردیده است. در این پژوهش روایی سؤالات مصاحبه با تعدادی از اساتید حوزه کارآفرینی مورد بررسی و قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از فن خود بازبینی محقق در طی فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده، توسط پژوهشگر انجام شد.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

بر اساس سؤالات مصاحبه انجام شده کدهای باز و محوری و نحوه تکرار آن‌ها مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت؛ و مطابق با جدول زیر گویه‌ها دسته‌بندی و روابط آن‌ها مشخص شد.

جدول ۲: کدهای باز و محوری و تکرار نتایج مصاحبه

کدهای محوری	تعداد تکرار	کدهای باز
ایده پردازی	۷	بسترهای شهری
	۵	سرمایه‌های فکری
	۴	سرمایه‌های اجتماعی
خلاقیت شهری	۶	آموزش‌های عمومی
	۷	مشارکت ذینفعان شهری
	۷	تفکر خلاق شهروندان
	۶	بارش فکری
	۵	نظرات شهروندان
ارزش آفرینی	۴	فضا و مکان برای کسب‌وکار
	۳	نقش مدیریت شهری
	۴	رقابت پذیری در شهر
	۵	سیاست‌گذاری شهری
نوآوری	۸	کیفیت زندگی شهروندان
	۸	بهبود فضای کسب‌وکار
	۵	کشف فرصت شهری
تجاری سازی	۶	خلق فرصت شهری
	۴	ترسیم مدل کسب‌وکار
	۷	مشارکت و گروه سازی شهری
	۸	سرمایه‌گذاری
کارآفرینی	۶	بخش خصوصی
	۷	تغییر رفتار بازار
	۸	اشتغال پایدار
	۸	توسعه‌یافتگی
	۷	موتور محرکه اقتصادی شهر
	۸	رضایت شهروندی
	۵	زیست پذیری شهری
۶	حل مشکلات مدیریت شهری	

طراحی الگوی توسعه شهر کارآفرین با رویکرد فرایندی

مطابق با جدول ۲ و بر اساس فراوانی گویه‌ها ابعاد مفاهیم و ابعاد اصلی شکل‌گیری شهر کارآفرین مشخص شد و با توجه به برداشت‌های اولیه از یافته‌های تحقیق و رویکرد فرایندی کارآفرینی مدل اولیه شهر کارآفرین استخراج گردید؛ که به صورت یک قیف با یک فرایند ۵ مرحله‌ای مطابق با شکل ۱ بر اساس نظریه محقق الوات‌گذاری و ترسیم گردید.



شکل ۱: قیف فرایند شهر کارآفرین، ریزوندی و همکاران، ۱۳۹۷

در مدل فرایند قیف فرایند شهر کارآفرین که با یک‌روند عمودی از بالا به پایین قرار گرفته است. در بالا و ابتدای جامعه بازیگران شهری یا همان طبقه خلاق فلوریدا که شامل سه دسته ۱- دانشگاهیان و نخبگان و خبرگان، دانش آموزان، هنرمندان تحصیل کرده و مدیران شهری ۲- هنرمندان تجربی و افراد شاخص مثل موسیقی‌دان‌ها و افراد غیر فنی هنرمند و ۳- عموم شهروندان شامل همه اقشار به‌غیر از دسته یک و دو قرار دارند حضور دارند که بر اساس تسهیل‌گری مدیریت شهری و سایر عناصر مؤثر بر شهر کارآفرین با برگزاری درس گروهی‌ها و گروه‌های تخصصی آموزش‌های لازم برای خلاقیت را فرامی‌گیرند؛ و به‌اصطلاح با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های فکری به‌صورت تخصصی با تفکر خلاق و واگرایی ذهن آشنا خواهند شد. در ادامه با فراگیری فن‌های ایده‌پردازی و ارائه مسئله از سوی مدیریت شهری به‌عنوان اولویت‌های شهری بافکری نسبت به ایده‌پردازی اقدام نموده و ایده‌های آنان ارزیابی شده و غربال می‌گردد. خروجی این بخش برگزاری کافه خلاقیت و باغ ایده و همایش‌های تداکس است. مطابق با فرایند در مرحله بعدی ایده‌های ارزیابی شده اولیه وارد مرحله منتورینگ و پرورش ایده می‌شوند که حاصل آن برگزاری استارت‌آپ و یک‌کندها و شروع فعالیت استارت‌آپ‌های شهری است. در مرحله تجاری‌سازی ایده‌های ناب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و با فن آفرینی آماده مذاکره برای ارائه به بازار می‌گردد. در این مرحله بسیاری از ایده‌ها ممکن است شکست بخورند؛ و مجدد به چرخه ایده‌پردازی بازگردند؛ و در نهایت فرایند شهر کارآفرین با تغییر رفتار بازار و ایجاد اشتغال پایدار برای کارآفرینانی که ایده‌های آنان مورد پرورش قرار گرفته است. از انتهای قیف خارج شده و با حمایت مدیریت شهری به زنده‌بودن و زیست‌پذیری خود ادامه می‌دهند و توسعه می‌یابند.

## ۵. نتیجه‌گیری

از آنجایی که ماهیت تعاملی پژوهش مستلزم گفت‌وگو بین پژوهشگر و خبرگان حوزه مورد مطالعه است لذا سوء برداشت‌ها و غفلت‌های پژوهشگر، باید به آگاهی تبدیل می‌شوند. روش انجام تحقیق شهر کارآفرین به‌عنوان رویکردی از مفهوم کارآفرینی شهری را می‌توان از چند بُعد تعیین کرد: این دیدگاه‌ها عبارت‌اند از نظر کیفی و نگاه خبرگان با اثر کیفی و دیگری با اجرای مدل پیشنهادی

در جامعه آماری مشخص با استفاده از طبقه خلاق در قالب مراکز خلاقیت و نوآوری شهری می‌توان شهر را به شهری پویا زیست‌پذیر تبدیل نمود. مهم‌ترین نتیجه و رویکرد شهر کارآفرین مشارکت تمامی اقشار شهروندان به‌عنوان سرمایه‌های اجتماعی شهر است که مدیریت شهری می‌تواند به‌عنوان کلیددار شهر از اجرای این فرایند به دست آورد؛ و جایگاه اجتماعی خود را در شهر مثبت نماید. رویکرد دیگر کمک مدیریت شهری در توسعه کارآفرینی شهری با ایفای نقش حمایتی و تسهیل‌گری در اکوسیستم کارآفرینی شهری است. رویکرد دیگر رویکردی ناب از اقتصاد شهری است. در شهرها در حال حاضر مشکلات اقتصادی ناشی از عدم ساخت‌وسازها به‌عنوان یکی از معضلات اصلی شهرداری‌ها در عدم درآمد زایی مورد توجه قرار می‌گیرد. شهر کارآفرین موتور محرکه اقتصادی شهرهاست که موجب ایجاد اشتغال پایدار و نتیجه آن رضایت شهروندان و در نهایت کیفیت خوب زندگی شهروندان است.

پیشنهاد می‌گردد برای اجرای شهر کارآفرین شهرداری‌ها با راه‌اندازی مراکز خلاقیت و نوآوری در قالب خانه‌های استارت‌آپ شهری و فعال کردن نقش تسهیل‌گری مدیریت شهری با ایجاد شبکه لازم برای کارآفرینان و سرمایه‌گذاران موجب توسعه کارآفرینی در شهرها گردند.

### منابع فارسی و لاتین

- ۱-م احمدپور دارایانی، تعاریف نظریه‌ها و الگوها، انتشارات شرکت پردیس، ۱۳۷۸
- ۲-جعفری و همکاران، سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی شهری، انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
- ۳-زراعی، محسن، استراتژی مدیریت راهبردی شهرها، انتشارات شهرداری کرج، ۱۳۹۶
- ۴-راهدار، یلدا، سلسله مباحث کارآفرینی در شهر، اتاق بازرگانی ایران، ۱۳۹۶
- 5.Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2013). Global Report, available at: ([www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)).
- 6.Shane, S. (2012). "Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*, 37(1), 10–20.
- 7.Wanger, Caroline S. Roessnera, J. D. Bobba, K. Kleinb, J. T. Boyackc, K. W. Keytond, J. Rafolse, I. Börnerf, K. (2011). "Approaches to understanding and measuring interdisciplinary scientific research (IDR): A review of the literature". *Journal of Informatics*, 5(1), 14–26.
- 8.M. and Morgan, J. (2000) "The Role of Creativity in Planning: The 'Creative Practitioner'", *Planning Practice and Research*, 15(1/2).
- 9.Higgins, M. and Morgan, J. (2000), "The Role of Creativity in Planning: The 'Creative Practitioner'", *Planning Practice and Research*, 15(1/2);
- 10.Acs Z, Audretsch D. "Entrepreneurship and Innovation". *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, Max Planck Institute of Economics, Entrepreneurship, Growth and Public Policy Group, 2005.
- 10.Florida, R. (2005). *CITIES AND THE CREATIVE CLASS*. Routledge.
- 11.Florida, R. (2012). *THE RISE OF THE CREATIVE CLASS*. New York: Perseus Book Group.
- 12.Hahn, J. (2011). *Cities of TOMMAROW*. European Union.
- 13.Hahn, J. (2010). *Creative Cities and (Un)Sustainability - Cultural Perespective*. *Cultura21 eBooks Series on Culture and Sustainability*.
- 14.Harvey, David(1989) *From Managerial to Transformation in Urban Governance in Late Capitalism*, *Geogr. Ann.* 71B(1):3-17.
15. Florida, R (2002), the economic geography of talent. *Annals of the Associations of American Geographers* 92(4), 743–755;
- 16.Lee, S. Y. Florida, R.& Acs, Z. (2010). *Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation*. *Regional Studies* 38.8, 879–891.
- 17.Cohen, B. & Munoz, P. (2015). *Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship*. 2.*Organization & Environment*, 1-22.
- 18.Jessopp, B, *The rise of governance and the risks of failure: the case of economic development*, *International social Science*, 199

## An city entrepreneurial development model design with a process approach

Mahdi Rizvandi<sup>1\*</sup>, Mahdi Mahjoor<sup>2</sup>

### Abstract

In the present era, despite the concentration of human and social capital in cities that account for 80% of the country's GDP growth, the overflow of knowledge and innovation and the diversification of expertise can make urban entrepreneurship opportunities a good platform to tackle the unemployment crisis. And solve urbanization challenges, thus becoming dynamic and becoming the main driving force of the national economy. Promoting entrepreneurship and creating the right context for the development of one of the tools of economic development in countries, especially developing countries. In this regard, an entrepreneurial city in terms of value and policy making can utilize intellectual and social capital and identify, evaluate and exploit urban opportunities to promote entrepreneurship in the city and in addition to solving urban problems, improve urban structures and grow and flourish businesses. It will be small and medium-sized in cities, and therefore part of the vision of entrepreneurship development for a city will be provided. In this paper, using qualitative method and interviewing with 8 urban experts of Qazvin city and content analysis research strategy suitable model for entrepreneurship city development has been extracted. The end result of this research is identifying an important factor called citizen participation for entrepreneurial city development.

**Keywords:** Entrepreneur City, Development, Entrepreneurship Process, Participation

---

1. PhD in Entrepreneurship, Lecturer at the Comprehensive University of Science and Technology of Qazvin Municipality (responsible author). Riz56\_m@yahoo.com  
2. Master of Business Administration m.mahjoor1360@gmail.com