جایگاه کارآفرینی در روند مدیریت شهری
به صورت موردی سازمان زیبا سازی شهرداری شهر تهران

محمد مهدی محمدی فارق التحصیل مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه تهران رشته ی کارآفرینی گرایش فناوری
خیرالله همتی دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی گرایش تخصصی مدیریت شهری

چکیده:

چالش های گوناگون در زندگی،به ویژه درشهر های بزرگ ماحصل نبود تعادل نسبی در روند زندگی شهری،افزایش نیازهای شهروندان، مطابقت نداشتن نیازها و خواسته ها با منافع مالی و ظرفیت‌های اداری، کم اطلاعی شهروندان از حقوق و تکالیف شهروندی، تضعیف روابط و مناسبات اجتماعی، مدیریت شهری را با مشکلات روز افزونی مواجه می‌سازد. در طی دهه اخیر مفهوم ساختار اجتماعی و زندانی شدن آن در اتخاذ تصمیم‌های کلان مورد توجه عموم قرار گرفته و از سمت دیگر انتقادهایی را نیز به همراه داشته است. با در نظر گرفتن توزیع قدرت در ساختار ناحیه محوری و افزایش اختیارات در مقیاس کوچک در نظام پیچیده اجتماعی فعلی یکی از راهکارهای مدیریت شهری قلمداد می‌گردد. از این رو کارکردهای سیستمی در این دیدگاه نیاز به همسویی تمامی امکانات مردمی و اجرایی دارد و در ساختار توسعه کارآفرینی که هنوز مفهوم مشارکت مدنی و نرخ مشارکت اجتماعی در مقایسه با بسیاری از کشورها پایین است نیاز به تلاش و راهکارهای افزایش فرهنگ کارآفرینی در حوزه شهری می‌باشد. پرداختن به این موضوعات با نگاهی به سند چشم انداز ۱۴۰۴ از حداقل از دو دیدگاه مهم بوده و یا کارکرد دارد اول اینکه باعث توسعه اقتصاد شهری شده و می‌تواند در تولید ناخالص داخلی شهرها اثر گذاشته و عملکرد اشتغال پایه و تولید مولد مناطق شهری را تحت تأثیر قرارداده و از سوی دیگر با توسعه کارآفرینی اجتماعی که مقابله با آسیب‌های اجتماعی را هدف قرارداده است موجبات پایداری اجتماعی را فراهم سازد در این مقاله سعی شده است ضمن تشریح وضعیت موجود، دیدگاه‌های مختلف در حوزه کارآفرینی و توانمندسازی شهروندان مبتنی بر رویکرد افزایش ظرفیت در مناطق مختلف شهری ارائه و در نهایت راهبردهای عملیاتی برای توسعه کارآفرینی در مقیاس خرد محله و ناحیه محوری با رویکردهای: توسعه زیرساخت‌ها، راهبردهای آموزشی و ترویجی، راهبردهای حمایتی و پشتیبانی وراهبردهای شبکه سازی اجتماعی و بین بخشی درمسیرتحقق اهداف چشم انداز ۱۴۰۴درمدیریت شهری پیشنهاد گردد. در پژوهش حاضر با مطالعه بر روی شاخص های کارآفرینی در مدیریت شهری عوامل کلیدی را با نظر خبرگان در سازمان زیباسازی شهرداری تهران با کمک روش دلفی امتیاز بندی شده است و نقاط ضعف و قوت سازمان زیباسازی شهرداری شهر تهران در این شاخص ها و زیر شاخص هایشان مشخص گردید.

واژگان کلیدی: کارآفرینی ، توانمندسازی شهری ، مدیریت شهری، توسعه در کارآفرینی

مقدمه

کارآفرینی همواره به یک مفهوم ضمنی و عملی از ابتدای زندگی انسان با او همراه بوده است و همیشه به عنوان یک عامل جهت کسب درآمد و تامین مایحتاج انسانها،پا به عرضه گذاشته است.پژوهشهای زیادی در این زمینه انجام پذیرفته است که چگونه می توان برای افراد بستر کارآفرینی را فراهم ساخت که افراد بتواند اقدامات لازم را در جهت بهبود وضعیت اقتصادی،اجتماعی و فرهنگی جامعه انجام می دهد؛در ضمن سازمانها برای حفظ بقا و تداوم در بازارهای رقابتی امروز نیازمند ایده های نو،روش و ایده های جدید هستند،زیرا آنها همچون روح در کالبد سازمان رفته و آنها را از مرگ و نیستی نجات می بخشد.

در عصر حاضر برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود،باید جریلن نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی جلوگیری شود.(الوانی،۱۳۸۵:۲۵)

جالب است اشاره ای به وضعیت اشتغال کارآفرینان در کشورهای مختلف اشاره کرد که ۹۱٪ در کشورهای با درآمد بالا،۸۱٪در کشورهای با درآمد متوسط و ۷۷٪در کشورهای با درآمد پایین دارای شغل هستند که آمار قابل توجهی می باشد.در حقیقت کارآفرینی نه تنها به عنوان یک نیروی محرک و سازنده اقتصادی،بلکه در بعد گسترده تر به عنوان یک عامل پویایی اجتماعی مطرح شده است. کارآفرینی علاوه بر نقشی که در گسترش فعالیت های اقتصادی بخش خصوصی،کاهش بیکاری،افزایش مهارت های تولیدی و بازرگانی و نیز سودآوری اقتصادی دارد؛متحول کننده سطح اجتماعی می باشد.از جمله منافع که توسعه و گسترش کارآفرینی در جامعه را می توان نام برد.گسترش شبکه اجتماعی،افزایش مهارت های شهروندان ،استفادهبهینه از منابع را نام برد.قاعدتا مدیریت شهری می تواند نقش حیاتی و اصلی را در جذب و استفاده از این مزایا بازی کند؛زیرا به عنوان نهادی که ارتباط مستقیمی با شهروندان و مسائل اجتماعی و اقتصادی دارد و همواره با آم سر و کار دارد.همچنین می توان بیان کرد که درگیر شدن شهروندان با کارآفرینی باعث بهبود خدمات رسانی در حوزه مدیریت شهری خواهد بود.(مقدم و همکاران،۱۳۹۱).

بنابراین در این پژوهش برآنیم علاوه بر شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی و توسعه آن،به الویت بندی آن پرداخته و در نهایت به بررسی اینکه چگونه می توان به فراهم ساختن بسترهای ممکن در مدیریت شهری پساخ دهد.

اهمیت ضرورت کارآفرینی در مدیریت شهری

در کشورهای در حال توسعه، اغلب کمبود سرمایه و نیروی کار مانع اصلی در توسعه اقتصادی محسوب نمی شود بلکه کمبود برنامه های کارآفرینی پویا مشکل اصلی است (Organization Nations United,1999)در همین جهت بسیاری از کشورهای جهان هم اکنون پایگاهی برای حمایت از کارآفرینان ایجاد کرده اند تا بتوانند از کارآفرینان به شکلی احسن حمایت کنند. بنابراین با توجه به افزایش جمعیت بیکار در کشور لزوم بطور کامل پرداختن به این موضوع احساس می شود. ساختار اقتصادی دنیای امروز با گذشته بطور اساسی تفاوت دارد.شاخص های سخت افزاری و داراییهای مشهود که دیروز در جایگاه یک بنگاه اقتصادی نقش تعیین کننده داشت جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و دارایهای نرم افزاری داده است. اگر دیروز ثروتمندترین افراد دنیا آنهایی بودند که منابع مالی بیشتری در اختیار داشتند، امروز ثروتمند ترین افراد دنیا افرادی دانش مدار و کارآفرین می باشند.لذا توسعه اقتصادی دنیای امروز بر پایه نوآوری ، خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. در این میان تداوم بقا و حیات سازمان های ها نیازمند روشها و راه حل های نو است، و کارآفرینی به عنوان یک رویکرد استراتژیک و مزیت آفرین و

عامل چابک در نظام اقتصادی ،می تواند الگویی کارآمد جهت حصول به اهداف توسعه اقتصادی اجتماعی قلمداد گردد .(فرجی قناتی ، ۱۳۸۹)

کارآفرینی سهم عمده ای درایجاد شغل های جدید، ایجاد ثروت، کاهش فقر و ایجاد درآمد برای افراد و دولت هادارد (Salisu Abubakr,۲۰۱۰)نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت اقتصادی و اجتماعی است. به همین دلیل امروزه نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها آن قدر کلیدی است که از آن به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام برده می شود .(احمدیان راد،۱۳۸۹) در راستای توسعه اقتصادی کشورها، مدیریت شهری نقش مهمی را ایفا می کند، مدیریت شهری به زبان ساده پیاده فنون و اصول سازی مدیریت در کالبد و اجتماع شهر است. شهر به عنوان پیچیده ترین مصنوع بشر نیازمند به مدیریتی با دارا بودن طیفی از ادراک این پیچیدگی ها است .بنابراین شهرها به جای این که مکان هایی بی ثمر برای سرمایه گذاری 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. در واقع می توان گفت شهرها کارآفرینی و اشتغال زایی جمعیت ساکن در آن،بلکه جمعیت تمامی کشور باشند. درگیر شدن شهروندان با فعالیتهای کارآفرینی سبب ظرفیت سازی برای خدمت رسانی به شهر خواهد شد با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی که تمام اهتمام دولت و نظام را در عرصه اقتصادی به خود معطوف داشته است، واگذار کردن امور به بخش خصوصی از جمله اصل هایی است که باید در مدیریت شهری رعایت شود. شناسایی عوامل مؤثر در گسترش و توسعه کارآفرینی میتواند به مدیریت شهری در فراهم سازی بسترهای ممکن کمک کند تا هم شهروندان و هم مدیریت شهری از این توسعه منتفع شوند. (خواجه ئیان،۱۳۸۹)

بر اساس آنچه که گفته شد و از آنجا که اشتغالزایی و ایجاد روحیه کارآفرینی در میان شهروندان یکی از مهمترین دغدغه ها در حوزه مدیریت شهری است، پرداختن به موضوع جایگاه آفرینی در مدیریت شهری بیش از پیش احساس می شود ، بنابراین ما با پژوهش بر سازمان زیباسازی شهرداری شهر تهران تلاش کرده ایم تا شاخص های کارآفرینی را در این حوزه ی بسیار کاربردی و مهم مورد مطالعه و بررسی قرار دهیم.

مراحل فرآیند کارآفرینی

۱) شناسایی مسایل و فرصت‌های مرتبط با مسایل موجود در محیط اجتماعی.
۲) تدوین چشمنداز راهبردی و ماموریتهای عملیاتی در خصوص حل مسئله با بهره‌گیری نوآورانه از فرصت‌های موجود
۳) تدوین طرحی نوآورانه و در عین حال، عملی مبتنی بر رویکرد حل مسئله
۴) برآورد و تأمین منابع و دارایی‌ها.
۵) ساختار سازی برای مدیریت و رهبری انعطاف پذیر.
۶) شناسایی، رایزنی و جلب همکاری شرکا و دست اندرکاران.
۷) تدوین راهبرد مورد نظر برای تأمین مالی بر پایه یک الگوی مالی و عملیاتی مناسب.
۸) پیاده سازی الگوها توأم با پایش، ارزشیابی و بازخوردگیری به جهت بهبود آتی فرآیند.

افزایش توانایی در راستای افزایش کارآفرینی شهروندان در مدیریت شهری

به منظور رسیدن به یک ادبیات واحد به برخی از تعاریف مرتبط با توانمندسازی می‌پردازیم:
توانمندسازی یک مفهوم سیاسی، اجتماعی که متعلق به مشارکت سیاسی رسمی و افزایش آگاهی است یک تعریف کامل از توانمند سازی باید شامل مؤلفه‌های شناخت روانشناختی، سیاسی و اقتصادی باشد .
گزارش توسعه ی انسانی سازمان ملل در دهه ی نود نشان می دهد که مشارکت کامل مردم در تصمیم‌ها و فرآیندهایی که به زندگی شان توانمندی آنان را در راستای کارآفرینی شهروند محور شکل می‌دهد.

توانمندسازی فرآیندی است که باعث افزایش ظرفیت‌ها و سرمایه‌های افراد یا گروه‌ها برای انتخاب می‌شود و انتخاب‌ها را به صوی نتیجه‌ها و اعمال مطلوب سوق می‌دهد. (Alosp and Heinsobn, 2005)

در مراحل توانمندسازی و داشتن قدرت سه جنبه مورد نیاز است: الف) دستیابی به کنترل منابع؛ ب) عاملیت (توانایی استفاده از این منابع برای بوجود آوردن فرصت‌های جدید)؛ ج) دست‌یابی‌ها به درآمدهای اجتماعی (Kabeer, 1999)

توانمندسازی محلات شهر در راستای کارآفرینی به این معنی است که با ارتقای فرهنگ کارآفرینی، استفاده از فرصت‌های موجود در نواحی شهری، مدیریت منابع مالی و بکارگیری خلاقیت و نوآوری‌ها و با افزایش فرصت‌های اقتصادی در جهت پایداری اجتماعی تلاش نمود. در این رویکرد چهار حوزهٔ ساختار اجتماع، اقتصاد، ویژگی‌های اجتماعی، ظرفیت مدیریتی و سازماندهی مورد بررسی قرار می‌گیرد و مهمترین موضوعاتی که باید به آن توجه داشت می‌توان موارد زیر را برشمرد:

- آیا ساختار فرصت‌های اشتغال و کیفیت افزایش صنایع شهری و اقتصادی در راستای رفع مشکلات ساکنین می‌باشد؟
-تأثیر پروژه‌های اقتصادی فرامنطقه‌ای در سطح محله و ناحیه چگونه و چه اثرات اجتماعی در بر خواهد داشت.
- تغییر در ساختار فرصت‌های گردشگری، فراغت، تفریح و کسب و کارهای نوین با کردار مذهبی و فرهنگ بومی سازگاری دارد؟
- چگونه ایده‌های شهروندان در مسیر نوآوری ارتقاء یافته و به سمت ارزش آفرینی پیش رود؟
- تغییرات جمعیتی و تفاوت فرهنگی و موقعیت جغرافیایی محلات مختلف شهر چه تأثیری در رویکردهای کارآفرینی داشته و کارآفرینان هریک چه ویژگی‌های متمایزی دارند؟

از عوامل بازدارنده در تحقق اهداف توانمندسازی زمینه کارآفرینی می‌توان دو دسته عوامل فردی و عوامل بیرونی را در نظر گرفت.

از جمله عوامل فردی پایین بودن مهارت عمومی، ویژگی‌های فیزیکی و روحی و تمایلات، عدم اعتماد به نفس، کمبود آگاهی‌ها و اطلاعات از حقوق شهروندی و عدم شناخت از توانایی خود که می‌تواند در خدمت بهبود شهری قرار گیرد.

از جمله عوامل بیرونی: پایین بودن نرخ مشارکت و فرهنگ خاص مردم هر ناحیه، تبعیض اقتصادی در انجام پروژه‌های مختلف شهری در نواحی مختلف، تفاوت سطح تولید داخلی محلات را می‌توان نام برد. پس از مشارکت، توسعه اجتماعی فرآیندی است که در آن سطح بالایی از مشارکت فعال مردم در کلیه جوانب فعالیت‌های یک مداخله وجود دارد و در واقع مرحله بالاتری از سازماندهی اجتماعی در یک دوره بلند مدت است و در توسعه اجتماعی تأکید و تمرکز به طور عمده بر مداخله‌ها و برنامه‌های روانشناختی و توسعه اقتصادی می‌شود و هدف از آن ارتقاء و بهبود همه جانبهٔ توانایی‌های فردی و شاخص‌های اقتصادی از قبیل نرخ رشد، میزان اشتغال طرح‌های زیربنایی می‌باشد در سازماندهی اجتماعی، ظرفیت و توانایی جوامع در حل مشکلات جدید ضروری افزایش و تسریع می‌شود .

اقدامات لازم جهت توانمندسازی شهروندان در جهت کارآفرینی در مدیریت شهری

در ارتباط با توانمندسازی و ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه شهروندان ،مختلف پنج رویکرد را می‌توان ذکر کرد:

۱. توانمندسازی آموزشی: آموزش و بازسازی سیستماتیک برنامه‌های آموشی کارآفرینی با هدف توانمندسازی علمی – مهارتی و فنی گروه‌های رسمی و غیر دولتی و کانون‌های مردمی، تشکل کلاس‌ها، کارگاه‌ها و برنامه‌های ترویجی از طریق انجمن‌ها و سازمان‌های غیردولتی بدلیل داشتن پایگاه اجتماعی و دسترسی آسان آن‌ها به سایر گروه‌های اجتماعی

۲. توانمندسازی مالی و اقتصادی: علاوه بر دستگاه‌های اجرایی مسئول، مدیریت شهری نیز با برنامه‌ریزی می‌تواند در موارد زیر مؤثر باشد:

- تدوین برنامه‌هایی که با برآورد و محاسبه ظرفیت اقتصادی و مالی جامع و کارآفرینان محلی صورت می‌گیرد.
-شناخت منابع علمی و بومی جوامع محلی که منشاء مالی و اقتصادی دارند.
- تلاش برای جلب کمک‌های مردمی و مالی برای تحقق برنامه‌های توانمندسازی و نوآوری‌های اقتصادی.
- جلب حمایت مالی سازمان‌های اجتماعی از طرح‌های اقتصادی اجتماعی کارآفرینان.

۳. توانمندسازی اجتماعی: برای توانمندسازی اجتماعی می‌توان اقدامات زیر را انجام داد:
- توسعه مراکز رشد وکارآفرینی، خانه‌های کارآفرینی در سطح نواحی و محلات.
-راه‌اندازی خدمات اجتماعی و اساسی جهت رفع نیازها و انتظارات جوامع.
-تقسیم عادلانه هزینه خدمات در میان اقشار و گروه‌های اجتماعی.
-رفع موانع اداری و تسهیل در امور کارآفرینان.

۴. توانمندسازی نهادی و شبکه سازی اجتماعی: از جمله اقدامات لازم موارد زیر قابل ذکر است:
- تشکیل و راه اندازی موسسات اجتماعی جهت عضویت افراد و گوه‌های مختلف مردمی.
- حمایت و تقویت نهادهای سنتی موجود در محلات که از توان رهبری و حمایتی مهمی برخوردار هستند.
- شبکه سازی و ایجاد ارتباط پویا بین تشکل‌ها، نهادها و کارآفرینان و متخصصین محلی.

۵. توانمندسازی فنی و محیطی: به لحاظ ویژی‌های خاص هر منطقه و هر ناحیه ظرفیت‌ها و خصوصیات محیطی در توانمندسازی مؤثرند:
-شناخت تکنولوژی‌های بومی و مدرن موجود در جامعه.
-تقویت مهارت‌های مدیریت و نظارتی.
-حمایت از طرح‌های بومی و واگذاری آنها به مردم و کارآفرینان محلات.
-ایجاد با اطلاعات کسب و کار محلات و ایده‌های شهروندی و طرح‌های تجاری موضوعی.

با توجه به این معیار ها و تعاریف گفته شده در سازمان زیباسازی شهرداری شهر تهران تلاش شد تا کارآفرینی در مدیریت شهری بومی شود و با کمک توانمندسازی های شهری در مدیریت شهری با نگاه کارآفرینانه بتواند موثر و مفید و کاربردی واقع شود.

پیشینه تحقیق:

«ویلکن» (۱۹۹۲) چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می شمارد:

۱) عوامل اقتصادی: مزیت های بازار، فراهم بودن سرمایه

۲) عوامل غیر اقتصادی: مقبولیت کارآفرینی (از نظر فرهنگی)، تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل.

۳) عوامل روان شناختی: نیاز به توفیق، انگیزه ها و مخاطره پذیری

۴) ترکیب عوامل تولید: به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات.

در ستا ۱۹۸۵ در پژوهشگر به نام های «استیونسون» و «گامپرت» بیان کردند کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها می باشد. از آنجا که کارآفرین عیچگاه بر تمامی منابع لازم تسلط ندارد، دنبال کردن فرصت، مستلزم «پر کردن شکاف منابع» خواهد بود. ای فرآیند نیز به نوبه خود

مستلزم یک رشته انتخاب هایی است که باید به نحوی اتخاذ گردد، تا هم به لحاظ درونی با بازار همخوانی داشته، و هم به لحاظ برونی با آن متناسب باشد.

هم چنین فرای در سال ۱۳۹۳ الگویی را برای کارآفرینی پیشنهاد داد که الگوی رویدادی فرای معروف شد. از نظر او سه عامل در انگیزه کارآفرین برای تاسیس یک شرکت نوپا دخالت دارند. این سه عامل عبارند از: متغیرهای پیشینه، متعییرهای تسریع کننده و متغیر های توانبخش. هر سه گروه از این متغییرها به عنوان نیروی انگیزشی در تصمیم گیری کارآفرین، دخالت دارند. (احمدپور داریانی ۱۳۷۸)

عامل پیشینه × عامل تسریع کننده × عامل نیروبخش = احتمال تاسیس شرکت نوپا

وامل نیرو بخش شامل : فرصت یا موقعیت ها ، منابع

عوامل تسریع کننده شامل : ابداع یا فکری نو ، پیشنهاد شراکت ، خطر از دست دادن شغل

عوامل پیشینه شامل: تجربیات ، تحصیلات ، خلاقیت ، زمینه یا بستر

همچنین او پنج جزو اصلی در فرآیند کارآفرینی شامل، کارآفرین، فرصت، ساختار، منابع و راهبرد را لازم و ضروری می دانست و بر همین اساس همین فرآیند ها الگوی خود را عرضه کرد.

در مطالعه دیگری، محیط به عنوان یک عامل تاثیر گذار شناسایی شده است. آمیت و مولر در مطالعه ای، محیط فرآیند راه اندازی را شامل جنبه های اجتماعی خرد (مثل محدودیت های خانوادگی، حمایت) و جنبه های اجتماعی کلان (شبکه های اجتماعی بر پایه تجربیات شغلی قبلی) دانستند. محقق دیگری به نام برد نیز آثار محیطی را به عنوان یک ضرورت قوی و ویژه برای آغاز یک کسب و کار جدید تعریف کرده است، مثلاً به دلیل اخراج از شغ قبلی، شخص به سوی کارآفرینی سوق داده شده است. تاثیر دیگر محیط وجود الگوهای نقش است، هم در سطح اجتماعی خرد مثل داشتن والدین کارآفرین و هم در زمینه های اجتماعی کلان. (کرونکا و همکاران ۲۰۰۳)

شکل یک- الگوی اقتباسی فرای نقل از خواجئیان (۱۳۸۹)

از سوی دیگر در مطالعه ای برای شناسایی عوامل موثر در کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید، عوامل زیر شناسایی شد: امکان تامین مالی، مقررات حمایتی دولت، فرصت های بازار، دست یابی به خدمات حمایتی، عرضه کارگر ماهر و مقررات حمایتی دولت. (بگلی و همکاران، ۲۰۰۵) در مطالعه دیگری درباره عوامل اقتصادی و سیاسی موثر بر شکل گیری کسب و کارهای کوچک، «سریرام» و همکاران (۲۰۰۷) را به سه عامل محرک کارآفرینی رساند: انگیزه کارآفرینی، مهارت مورد نیاز و منابع مورد نیاز ، آنان معتقد بودند که این سه محرک نقش بسیار مهمی در ارتقا و توسعه ی کارآفرینی دارند.

روش تحقیق

هدف تحقیق حاضر بررسی جایگاه کارآفرینی در مدیریت شهری در سازمان زیبا سازی شهر تهران می باشد.این تحقیق از حیث ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی است و از لحاظ هدف تحقیق کاربردی محسوب می شود.جامعه آماری شامل مدیران و سرپرستان سازمان زیبا سازی شهر تهران در نیمه اول سال ۹۵ می باشد.به دلیل پایین بودن حجم جامعه (۱۷ نفر)از روش سرشماری استفاده شده است و تمام افراد مورد مطالعه قرار گرفتند.برای گردآوری شاخص ها و عوامل کارآفرینی در مدیریت شهری ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه ای به جمع آوری داده ها پرداخته شد .سپس عوامل و شاخص ها را به نظر خبرگان علم مدیریت در فضای دانشگاهی رسانده شد و پس از اجماع نظر خبرگان به عوامل زیر دست پیدا کردیم.

جدول یک – تعیین شاخص های تاثیرگذار

عوامل	شاخص های تاثیر گذار
شخصیتی و	۱) میزان تحصیلات ۲) درصد شرکت کنندگان کارآفرین در گروه‌های اجتماعی

سیاسی	۳) میزان زمان اختصاص داده شده به فعالیت در گروه ۴) میزان حضور در سطوح مختلف اجتماعی در مشارکت‌ها (زنان، مردان و جوانان)
اقتصادی	۱) سطح درآمد و وضعیت اقتصادی خانواده‌ها ۲) داشتن مهارت‌های عمومی و تخصصی جهت فعالیت‌های کارآفرینانه ۳) میزان مشارکت اقتصادی شهروندان در مناسبت‌های محلی و ناحیه‌ای ۴) تعداد صندوق مالی در سطح نواحی و محلات
اجتماعی و فرهنگی	۱) کیفیت حضور در تجمعات صنفی و کارگروه‌های کارآفرینی ۲) وضعیت فعالیت مداوم کانون‌های کارآفرینی ۳) میزان مشارکت در برگزاری مناسبت‌ها و مراسم تقدیر از کارآفرینان ۴) میزان تمایل به راه‌اندازی مؤسسات خیریه، تشکل‌های فرهنگی و سازمان‌های مردم نهاد و صندوق‌های مالی محلی
حقوقی و قانونی و اداری	۱) کیفیت ارائه خدمات با رعایت حقوق شهروندی ۲) نحوه برقراری عدالت اجتماعی در سطح محله و ناحیه و منطقه ۳) آشنایی با حقوق کارآفرینان و چگونگی ایفای حقوق خود ۴) ساختار اداری بین مدیریت شهری و فعالیت‌های کارآفرینان

سپس داده ها به خبرگان کسب کار در فضای مورد مطالعه داده شد و از آنان تقاضا شد اقدام به بومی سازی متغییر ها شود تا شاخص های استاندارد دارای قابلیت فهمیدن برای سرپرستان و مدیران این سازمان داشته باشد.

سپس پس از گردآوری داده ها،عوامل و شاخص ها را در به صورت جداگانه با استفاده از روش AHP و با بهره گیری از نرم افزار Expert Choice تجزیه و تحیل شد که شامل وزن دهی،رتبه بندی عوامل و شاخص ها پرداخته شد.این امتیاز دهی از روش دلفی بوسیله مدیران و سرپرستان سازمان زیبا سازی شهر تهران که شامل ۱۷ نفر بودند صورت پذیرفت.

پس از امتیاز دهی عوامل کارآفرینی به ترتیب زیر اولویت بندی شد.

جدول دو – اولویت عوامل کارآفرینی بر اساس نظر خبرگان

اولویت بندی	عوامل کارآفرینی
۱	اجتماعی و فرهنگی
۲	اقتصادی
۳	شخصیتی و سیاسی
۴	حقوقی و قانونی و اداری

پس از مشخص شدن عوامل کاآفرینی در مدیریت شهری به شاخص های تاثیرگذار بر روی هر کی از عوامل در پرسشنامه های جداگانه طراحی شد که عوامل به صورت مقایسه زوجی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و به ترتیب اهمیت در جداول زیر ارایه شده است.

جدول سه – اولویت بندی زیر شاخه های شاخص اجتماعی و فرهنگی

اولویت بندی	شاخص های تاثیرگذار در بخش اجتماعی و فرهنگی
۱	میزان مشارکت در برگزاری مناسبت‌ها و مراسم تقدیر از کارآفرینان
۲	وضعیت فعالیت مداوم کانون‌های کارآفرینی
۳	کیفیت حضور در تجمعات صنفی و کارگروه‌های کارآفرینی
۴	میزان تمایل به راه‌اندازی مؤسسات خیریه، تشکل‌های فرهنگی و سازمان‌های مردم نهاد و صندوق‌های مالی محلی

جدول چهار – اولویت بندی زیر شاخه های شاخص اقتصادی

اولویت بندی	شاخص های تاثیرگذار در بخش اقتصادی
۱	سطح درآمد و وضعیت اقتصادی خانواده‌ها
۲	داشتن مهارت‌های عمومی و تخصصی جهت فعالیت‌های کارآفرینانه
۳	میزان مشارکت اقتصادی شهروندان در مناسبت‌های محلی و ناحیه‌ای
۴	تعداد صندوق مالی در سطح نواحی و محلات

جدول پنج – اولویت بندی زیر شاخص های شخصیتی و سیاسی

اولویت بندی	شاخص های تاثیرگذار در بخش
۱	درصد شرکت کنندگان کارآفرین در گروه‌های اجتماعی
۲	میزان حضور در سطوح مختلف اجتماعی در مشارکت‌ها (زنان، مردان و جوانان)
۳	میزان تحصیلات
۴	میزان زمان اختصاص داده شده به فعالیت در گروه

جدول شش – اولویت بندی زیر شاخص های حقوقی و قانونی و اداری

اولویت بندی	شاخص های تاثیرگذار در بخش حقوقی و قانونی و اداری
۱	نحوه برقراری عدالت اجتماعی در سطح محله و ناحیه و منطقه
۲	کیفیت ارائه خدمات با رعایت حقوق شهروندی
۳	آشنایی با حقوق کارآفرینان و چگونگی ایفای حقوق خود
۴	ساختار اداری بین مدیریت شهری و فعالیت‌های کارآفرینان

نتیجه گیری

بنابراین می توان نتیجه گرفت سازمان مورد مطالعه از حیث کلی در شاخص های اجتماعی و اقتصادی در وضعیت مطلوبی قرار دارد و در شاخص شخصیتی نیاز به بازنگری در سازمان وجود دارد و شاخص اداری و قانونی نیازمند اصلاح در سازمان می باشد تا سرپرستان و مدیران بتوانند کارآفرینی را در سازمان خود بسط و توسعه دهند. همچنین طبق نظر خبرگان سازمان زیباسازی شهرداری شهر تهران هر شاخص تعیین شده در حوزه های شخصیتی ، حقوقی ، اقتصادی ، اجتماعی ضمن اولویت بندی آنان در هر شاخص زیر شاخص هایی تعیین و امتیاز بندی شد که مشخص شد در حوزه شاخص اجتماعی زیر شاخص هایی همچون : میزان تمایل به راه‌اندازی مؤسسات خیریه، تشکل‌های فرهنگی و سازمان‌های مردم نهاد و صندوق‌های مالی محلی ، کیفیت حضور در تجمعات صنفی و کارگروه‌های کارآفرینی کمترین اثربخشی را در کارآفرینی در مدیریت شهری را داراست .

همچنین در امتیازبندی به روش دلفی در شاخص اقتصادی زیر شاخص هایی همچون : میزان مشارکت اقتصادی شهروندان در مناسبت‌های محلی و ناحیه‌ای ، تعداد صندوق مالی در سطح نواحی و محلات ؛ همچنان نیاز به ارتقا و پیشرفت دارند

بعلاوه در امتیاز بندی روش دلفی در شاخص شخصیتی زیر شاخص هایی همچون : میزان زمان اختصاص داده شده به فعالیت در گروه ؛ میزان تحصیلات نیاز به اصلاحات اساسی دارد

همچنین در شاخص قانونی زیر شاخص های حقوقی و قانونی و اداری بر اساس امتیاز بندی دلفی : کیفیت ارائه خدمات با رعایت حقوق شهروندی ، آشنایی با حقوق کارآفرینان و چگونگی ایفای حقوق خود ، ساختار اداری بین مدیریت شهری و فعالیت‌های کارآفرینان نیاز به تغیرات اساسی دارد.

همچنین برای تحقیقات آتی پیشنهاد می گردد تا پژوهشگران شاخص های کلیدی را بعد از ثبت نظر مدیران از کارمندان نیز جویا شوند و آن را در سیستم های هوش مصنوعی پیاده سازی کنند تا به صورت ریشه ای مشکلات موجود را مورد موشکافی قرار دهند در ادامه پیشنهاد می گردد تا پژوهشگران سعی در بومی سازی در این شاخص های کارآفرینی در مدیریت شهری کنند و ضمن توجه به فرهنگ های سازمانی بومی به صورت استاندارد مدلی ارائه کنند.

منابع

۱. الوانی ، سید مهدی.(۱۳۸۵).مدیریت عمومی.نشر نی.چاپ بیست و هفتم.تهران.

۲. حسنی مقدم،صادق.رضایی مقدم،علی.یوسف پور،وحید.عبداللهی،سمیه.(۱۳۹۱).رائه ی یک مدل مفهومی از توسعه ی کارآفرینی در بستر مدیریت شهری.چهارمین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری.مشهد

3. United Nation Organization.(1999).Enterpreneurship Development Evaluation office

۴. فرجی قناتی،سعید(۱۳۸۹).استراتژی توسعه کارآفرینی با رویکرد سازمان های آینده . خانه کارآفرینان آینده

5. Abubakr Salisu,Garba(2010).Refousing Education System to wards Enterpreneurship Development In Nigeria : A Tool for Poverty Eradication.European Journal of Social Sciences-volume15

6. Sadler-Smith,E.,Hampson,Y.,Chaston,I.,Badger,B.(2003).Managerial Behavior: Enterpreneurial style and small frim performance.Journal of Small Business Management.41(1).pp:47-68

۷. احمدیان راد،حمیده.(۱۳۸۹).زمینه هایی که فرهنگ اسلامی برای کارآفرینی ایجاد می کند.سایت مرجع صفر بیست

۸. خواجه ئیان ،داتیس.سعید راد،سعید.(۱۳۸۹).تدوین مدل هدایتگر مدیریت شهری برای توسعه کارآفرینی.فصلنامه مطالعات مدیریت شهری.سال دوم.شماره سوم

۹. مقیمی،محمد.(۱۳۸۳).کارآفرینی در نهاد های جامعه ی مدنی.چاپ دوم.تهران.دانشگاه تهران.

۱۰. احمدپور داریانی،محمود.(۱۳۸۷).کارآفرینی:تعاریف،مفاهیم و الگوها،چاپ هشتم،انتشارات جاجرمی،تهران،صص۱۷-۱۳۳

11. Korunka,Christian.,Frank,Hermann.,Luger,Manfred.,Mugier,Josef(2003).The Interpreneurial Personality in The Context of Resources, Environment and the Startup Process-A Configurational Approach Enterpreneurship Theory and Practice,fall2003

12. Begley,Thomas M., Tan,Wee-Liang., Schoch,Herbert(2005).Politic Economic Factors Associated with Interest in Starting a Bussiness : A Multy-Country Study. Interpreneurship Theory and Practice.January

13. Seriram,Ven., Mersha, Tigineh., Herron,Lanny(2007).Drivers of urban interpreneurship: An Integrative model. International Journal of Enterpreneurial Behaviour & Research , Vol.13 , No.4 , pp:235-251.

۱۴. حافظ نیا ، محمدرضا.(۱۳۸۲).مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی.انتشارات سمت.تهران