

۱۳۵۷۳۰۳
۹۴۹,۳

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نواحی بهبود کسب و کار (BID) به مناسبت بهبود اقتصاد شهری در ایران

تألیف

دکتر محمدحسین شریفزادگان

(دانشیار توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی منطقه‌ای دانشگاه شهید بهشتی)

بهزاد ملک‌پور اصل



شماره مسلسل ۸۵۰۰

شماره انتشار ۳۶۴۵

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه	: شریفزادگان، محمدحسین، ۱۳۳۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: نواحی بهبود کسب و کار (BID) به مثابه بهبود اقتصاد شهری در ایران / تألیف محمدحسین شریفزادگان، بهزاد ملک‌پور اصل.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۰ ص. : مصور، جدول، نمودار.
فروست	: انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۳۶۴۵.
شابک	: 978-964-03-6841-1
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه.
یادداشت	: نمایه.
موضوع	: کسب و کار - - ایران
موضوع	: موفقیت در کسب و کار - - ایران
موضوع	: نهایی صنعتی - - ایران
موضوع	: توسعه شهری - - ایران
موضوع	: توسعه اقتصادی
شناسه افزوده	: ملک‌پور اصل، بهزاد، ۱۳۶۳ -
شناسه افزوده	: دانشگاه تهران؛ مؤسسه انتشارات
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۰ / ۹ الف / ۵ / HF ۵۳۸۲
رده‌بندی دیویی	: ۵۵ / ۱۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۸۸۶۶۳۸

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. بجز کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبسایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود.

ISBN: 964-03-6841-1



9 789640 368411

عنوان: نواحی بهبود کسب‌وکار (BID) به‌مثابه بهبود اقتصاد شهری در ایران

تألیف: دکتر محمدحسین شریفزادگان - بهزاد ملک‌پور اصل

ویراستار: فاطمه جهانگیری

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۴

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

بها: ۱۰۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>

بخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

فهرست مطالب

د مقدمه
۱	بخش اول: بهبود محیط کسب و کار.....
۱	۱-۱- پیشینه بهبود فضای کسب و کار.....
۱۰	۲-۱- محیط کسب و کار در بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط.....
۱۲	۳-۱- نگاهی به موقعیت اقتصادی بنگاه‌های تولید و خدماتی کوچک و متوسط در جهان.....
۱۷	۴-۱- موقعیت بنگاه‌های صنایع کوچک و متوسط در ایران.....
۲۳	۵-۱- جمع‌بندی.....
۲۵	منابع بخش اول:.....
۲۷	بخش دوم: نواحی بهبود کسب و کار، (BID) (تعاریف، زمینه‌ها و کارکردها).....
۲۷	۱-۲- مقدمه.....
۲۹	۲-۲- روند تاریخی شکلگیری نواحی بهبود کسب و کار.....
۳۰	۳-۲- مفهوم نواحی بهبود کسب و کار.....
۳۳	۴-۲- ویژگی‌ها و اصول ساختاری نواحی بهبود کسب و کار.....
۳۶	۵-۲- منافع به دست آمدنی از BIDها.....
۳۷	۶-۲- منابع مالی و برنامه‌ریزی هزینه‌ای نواحی بهبود کسب و کار.....
۳۸	۷-۲- فرآیند اجرای ناحیه بهبود کسب و کار.....
۴۳	۸-۲- تجارب مرتبط با نواحی بهبود کسب و کار.....
۴۳	۱-۸-۲- تجارب و نمونه‌های نواحی بهبود کسب و کار در نیویورک.....
۴۶	۲-۸-۲- ناحیه بهبود کسب و کار خیابان ۱۲۵ در نیویورک.....
۴۸	۳-۸-۲- ناحیه بهبود کسب و کار آلیانس.....
۴۹	۴-۸-۲- بررسی BIDهای موجود در آلمان.....
۵۱	۹-۲- بنیادهای قانونی و ساختار BIDها.....
۵۱	۱۰-۲- آینده BIDها.....
۵۳	۱۱-۲- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....
۵۴	منابع بخش دوم:.....

بخش سوم: نواحی بهبود کسب و کار به مثابه سازوکاری برای شکل دهی مجدد به مصرف.....	۵۵
۱-۳- مقدمه.....	۵۵
۲-۳- آن چه از مصرف در ذهن وجود دارد، چیست؟.....	۶۰
۳-۳- نظریه های مصرف و دگرگونی شهری.....	۶۳
۴-۳- مسائل اجتماعی مصرف و شکل گیری فضاهای عمومی خرید.....	۶۸
۵-۳- مصرف به عنوان یک رفتار جمعی.....	۷۲
۶-۳- دگرگونی در فضاهای عمومی خرید به عنوان شکلی از مصرف.....	۷۵
۷-۳- به آرگیری مشارکت جامعه به عنوان رهیافتی در راستای احیای مراکز خرید.....	۸۰
۸-۳- مصرف و تغییرات شهری به عنوان بستر ارتباط با نواحی بهبود کسب و کار.....	۸۲
منابع بخش سوم.....	۸۶
بخش چهارم: شواهد تاریخی در ایران، قدیم و معاصر.....	۸۷
۱-۴- مقدمه.....	۸۷
۲-۴- بررسی اصناف در دوران ایران متأخر.....	۹۱
۱-۲-۴- نقش فروشگاه های کفش ملی در شکل گیری فضای های عمومی شهری برای عرضه و تقاضا در شهرهای ایران در دهه های ۴۰ و ۵۰ خورشیدی.....	۹۴
۲-۲-۴- نقش فروشگاه های لوازم خانگی با دوام در شکل گیری فضاهای عمومی برای عرضه و تقاضای شهری در دهه های ۴۰ و ۵۰ خورشیدی ایران.....	۹۸
منابع بخش چهارم.....	۱۰۲
بخش پنجم: نواحی بهبود کسب و کار و رابطه آن با حکمروایی خوب شهری.....	۱۰۵
۱-۵- مقدمه.....	۱۰۵
۲-۵- تغییرات در رهبری سیاسی شهری (گذار از حکومت و حکمرانی به حکمروایی شهری).....	۱۰۶
۳-۵- اهداف تحقق حکمروایی خوب شهری و اشتراک آن با نواحی بهبود کسب و کار.....	۱۰۹
۴-۵- نهادها و عوامل نهادی تاثیرگذار در حکمروایی خوب شهری و نواحی بهبود کسب و کار.....	۱۱۲
۵-۵- سرمایه اجتماعی به عنوان برون داد مشترک حکمروایی خوب شهری و نواحی بهبود کسب و کار.....	۱۱۵
۱-۵-۵- مؤلفه های سرمایه اجتماعی.....	۱۱۹
۲-۵-۵- ارتباط مردم سالاری و جامعه مدنی و سرمایه اجتماعی.....	۱۲۱

- ۱۲۵..... ۵-۳-۵- اثر سرمایه اجتماعی بر حکمروایی خوب (الگوهای نظری).
- ۱۳۱..... منابع بخش پنجم:
- بخش ششم: الگویی برای حکمروایی شهری و "نواحی بهبود کسب و کار نوین ایران" ۱۳۳
- ۱-۶- زمینه ۱۳۳
- ۲-۶- تشریح الگویی برای حکمروایی شهری در ایران بر مبنای چارچوب نظری جهانی و تجارب تاریخی ایران؛ نواحی بهبود کسب و کار نوین ایران ۱۳۴
- ۳-۶- تحلیل عاملی و تعیین اثرگذاری شاخص‌های فضای کسب و کار، حکمروایی خوب و بنگاه‌های کوچک و متوسط بر نواحی بهبود کسب و کار (BID) ۱۴۵
- ۱-۳-۶- مراحل انجام تحلیل عاملی ۱۴۶
- ۶.۳.۲. تحلیل عاملی اثرگذارها بر نواحی بهبود کسب و کار ۱۴۷
- ۱۵۶..... منابع بخش ششم
- ۱۵۷..... نمایه

فهرست جداول

- جدول ۱.۱. هزینه‌های محیط کسب و کار به قیمت فروش کالایی شرکت‌ها..... ۴
- جدول ۱.۲. مقایسه جایگاه ایران در رتبه تجمعی کسب و کار با کشورهای در حال توسعه، جهان سوم و توسعه یافته در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵..... ۷
- جدول ۱.۳. مقایسه جایگاه ایران در شاخص‌های کسب و کار در جهان، جهان سوم و کشورهای توسعه یافته در سال ۲۰۱۴..... ۷
- جدول ۱.۴. مقایسه جایگاه ایران در شاخص‌های کسب و کار در جهان، جهان سوم و کشورهای توسعه یافته در سال ۲۰۱۵..... ۸
- جدول ۱.۵. جایگاه ایران در شاخص ادراک فساد در یازده سال گذشته..... ۹
- جدول ۱.۶. مقایسه وضعیت حکمرانی شایسته ایران با ۲۱۳ کشور..... ۹
- جدول ۱.۷. رتبه و امتیاز ایران در شاخص‌های مرتبط با رقابت‌پذیری اقتصاد در سال ۲۰۱۴..... ۱۰
- جدول ۱.۸. امتیاز آزادی اقتصاد ایران در مقایسه با سایر نقاط جهان در سال ۲۰۱۴..... ۱۰
- جدول ۱.۹. امتیاز آزادی اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴..... ۱۰
- جدول ۱.۱۰. تعریف تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط در کره جنوبی..... ۱۳
- جدول ۱.۱۱. سهم اشتغال در شرکت‌های اتحادیه اروپا زایت آمریکا..... ۱۴
- جدول ۱.۱۲. رشد سالانه ارزش افزوده و اشتغال (۲۰۱۰-۲۰۱۱) در اتحادیه اروپا..... ۱۵
- جدول ۱.۱۳. تعداد بنگاه‌های بر اساس بخش و اندازه..... ۱۹
- جدول ۱.۱۴. ویژگی‌های صنایع کوچک و متوسط براساس اندازه..... ۱۹
- جدول ۱.۱۵. سهم ارزش افزوده صنایع در کشورهای آسیایی و ایران (سال ۲۰۰۰، درصد)..... ۲۰
- جدول شماره ۲.۱. تعیین مالیات در نواحی بهبود کسب و کار براساس معیار هر کشور..... ۳۸
- جدول ۵.۱. تعاریف سرمایه اجتماعی از اندیشمندان مختلف..... ۱۱۸
- جدول ۶.۱. توصیف‌گرهای ماتریس ICOLD..... ۱۳۵
- جدول ۶.۲. توصیف کننده کمی ماتریس ایکلد..... ۱۳۶
- جدول شماره ۶.۳. خصوصیات کارکردی متناظر انجمن‌های صنفی شهرهای اسلامی و BID و دوران نیمه مدرن ایران برای امکان توسعه و انطباق در ایران..... ۱۳۷
- جدول ۶.۴. نام عوامل و مقادیر ویژه هر یک..... ۱۴۷
- جدول ۶.۵. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل اول..... ۱۴۷
- جدول ۶.۶. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل دوم..... ۱۴۸

- جدول ۶.۷. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل سوم ۱۴۸
- جدول ۶.۸. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل چهارم ۱۴۹
- جدول ۶.۹. آزمون بارتلت و کایزر - مایر - اوکلین ۱۵۰

مقدمه

هدف همهٔ توسعه‌دهندگان و برنامه‌ریزان این است که با تجربهٔ گذشته و آموزه‌های امروز، آینده را تغییر داده و آن را توسعه دهند. منظور از تغییر و توسعه، زندگی بهتر و رفاه اجتماعی برای جامعه برمبنای ارزش‌های انسانی و اخلاق اجتماعی است. توسعه پدیده‌ای است که بر اساس دانش و تجربه برای حل مسائل جامعه و ترسیم آینده شکل می‌گیرد و در واقع مبتنی است بر داستان محیط اجتماعی که این پدیده فرار است در آن اتفاق بیفتد. به همین دلیل، توسعه امری تقلیدی نیست و باید در هر محیط اجتماعی آن طراحی شود و برای همان محیط اجتماعی به قامت عمل درآورد. بنابراین الگوها، روش‌ها و تجارب توسعه در کشورهای دیگر نمی‌تواند عیناً به کار گرفته شود و محتاج طراحی براساس ضرورت‌ها، نیازها و خصوصیات جامعه مورد نظر است؛ اگر چه نمی‌توان هرگز بدون دست یازیدن به دانش توسعه و تجارب کشورهای مختلف، به طراحی توسعه دست یافت.

به‌کارگیری الگوها، سیاست‌ها و روش‌های توسعه نظیر توسعه اقتصادی، توسعه شهری و منطقه‌ای در سرزمین ایران، مصداق همین مسأله‌ای است که عنوان شد. نویسنده در طی تجارب علمی خود در حوزه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فضایی ایران، تجربه اندک عملی خویش به این اعتقاد رسیده است که یکی از مهم‌ترین علل توسعه‌نیافتگی ایران، استفاده نادرست، سیاست‌ها و الگوهایی است که در محیط اجتماعی خود کارآمد بودند ولی ملاحظات نهادی و اجتماعی سرزمین ایران در آنها در نظر گرفته نشده است.

بهبود فضای کسب‌وکار به عنوان رویکردی که می‌تواند موجب افزایش کارایی اقتصادی شود، حتی می‌تواند بدیل یا پشتیبان خصوصی‌سازی باشد که مورد توجه این کتاب است. نهادسازی و اصلاح نهادهای اقتصادی و اجتماعی به عنوان بهبود فضای کسب و کار در فضای اقتصادی شهرها و بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط می‌تواند موجب افزایش کارآمدی اقتصادی شود.

الگوی نواحی بهبود کسب‌وکار (BID)¹ در شهرهای اروپا و آمریکا با دارا بودن تمایزات خود، توانسته است کارآمدی لازم را در کمک به بهبود فضای کسب‌وکار در فضای اقتصاد شهری نشان دهد. آگاهی از این امر ما را در استفاده از این الگو ترغیب و تشویق می‌کند تا بتوان آن را به عنوان رویکردی

کارآمد به توسعه‌دهندگان برنامه‌ریزی معرفی نمود. از آنجایی که ایرانیان خود تولید کننده این رویکرد براساس شرایط محیطی خود نیستند، با این امر مواجه می‌شویم که "الگوی بهبود فضای کسب و کار شهری"، عیناً تقلید شدنی نیست و باید دوباره طراحی و با ملاحظات جامعه ایران سازگار و برنامه‌ریزی شود. این کتاب دقیقاً همان کاری نیست که در مورد طراحی محیطی و نهادی الگوی بهبود فضای کسب و کار می‌بایست انجام پذیرد؛ بلکه تلاشی است اندک و سیاه‌مشقی که صرفاً بیانگر اندیشه‌ای است که زمینه‌سازی و نهادسازی برای الگوهای توسعه در جامعه ایران را ضروری می‌سازد. در این کتاب سعی شده است با شناخت فضای کسب‌وکار و مسائل آن در ایران در قالب بنگاه‌های اقتصادی خرد، کوچک و متوسط و با تکیه بر تجارب علمی و نظری از BID و نهادسازی براساس حکمروایی خوب شهری و در تطبیق با نهادهای فضای اقتصادی شهری در ایران قدیم و معاصر، "الگوی بهبود فضای کسب و کار نوین" ارائه شود. این تلاش، اندک به همراه تلاش‌هایی است که دیگر تلاش‌گران این نوع نگاه به توسعه به انجام می‌رسانند. امید است کتاب حاضر مورد استفاده پژوهش‌گران، توسعه‌دهندگان و دانشجویان توسعه اقتصادی، توسعه شهری و منطقه‌ای علمی اجتماعی قرار گیرد.

محمدحسین شریف‌زادگان

دانشیار توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی منطقه‌ای

دانشگاه شهید بهشتی