



اطلاعات جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

(خلاصه مطالعات)

مشاور:
شرکت مهندسی شهریک



تاریخ تهیه:
آذرماه ۱۴۰۴

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

شناسنامه

شهرداری تهران
سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکتهای مردمی
معاونت برنامه ریزی و توسعه مشارکتهای

عنوان کتاب: اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران (خلاصه مطالعات)
کارفرما: سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری تهران
هماهنگی و برنامه‌ریزی: معاونت برنامه‌ریزی و توسعه مشارکتهای
تهیه و تدوین طرح: شرکت مهندسی شهریگ
مدیر پروژه: میثم نصری تاج آبادی

آذر ماه ۱۴۰۴

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار معاون مالی و اقتصاد شهری شهرداری تهران
۱۰	پیشگفتار مدیر عامل سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران
۱۱	پیشگفتار معاون برنامه‌ریزی و توسعه مشارکت‌های سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران
۱۳	پیشگفتار مدیر طرح تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران
۱۷	فصل اول- مقدمه
۲۳	فصل دوم- تصویری از اقتصاد کلان‌شهر تهران
۲۴	۱- ترسیم و تحلیل ساختار تولید ناخالص داخلی شهر تهران
۲۹	۲- بررسی و تحلیل وضعیت فعالیت و اشتغال در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران
	فصل سوم- عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران از گذشته تا دوره معاصر
۴۳	و تبعات آن
۴۴	۱- عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران از گذشته تا دوره معاصر
۴۵	۱-۱- اقتصاد نفتی و تأثیر آن بر رونق ساخت و ساز در تهران
۵۰	۲-۱- عوامل تقاضا و تأثیر آن بر رونق ساخت و ساز در تهران
۵۲	۳-۱- قانون استقلال مالی شهرداری‌ها
۵۲	۲- جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران
۵۴	۳- تبعات جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران
۵۶	۳-۱- الگوی فضایی نابرابری توسعه در تهران و مناطق آن
۶۱	۳-۲- توزیع فضایی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران
۶۵	۳-۳- تحلیل فقر در سطح شهر تهران
۷۳	۴-۳- جمع‌بندی تبعات جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران
	۴- آیا عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران در گذشته، در زمان حال هم به همان میزان مؤثرند؟
۷۳	فصل چهارم- اهمیت سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری با بخش خصوصی در آینده
۸۳	اقتصاد شهر و شهرداری تهران و نقش شهرداری در توسعه آن
۹۵	فصل پنجم- اصول اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران
۱۰۹	فصل ششم- اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران
۱۱۰	۱- مبانی نظری تحلیل و احصاء پروژه‌های دارای مزیت در شهر تهران
۱۱۰	۱-۱- ماهیت مزیت رقابتی و چگونگی دستیابی به آن
۱۱۶	۲-۱- چارچوب نظری مزیت رقابتی ملل بر مبنای مدل الماس پورتر
۱۱۹	۱-۲-۱- شرایط عامل تولید
۱۲۲	۲-۲-۱- شرایط تقاضا
۱۲۴	۳-۲-۱- صنایع مرتبط و پشتیبان
۱۲۵	۴-۲-۱- استراتژی شرکت، ساختار و رقابت
۱۲۸	۵-۲-۱- شانس

۱۲۹	 دولت	۶-۲-۱
۱۳۰	 پویایی‌های مزیت رقابتی	۷-۲-۱
۱۳۱	 جایگاه بخش خدمات در مزیت رقابتی یک واحد جغرافیایی، به ویژه شهرها	۳-۱
۱۳۱	 نقش رو به رشد خدمات در اقتصاد شهرها و کشورها	۱-۳-۱
۱۳۳	 انواع رقابت در بخش خدمات	۲-۳-۱
۱۳۴	 محورهای رقابتی شدن خدمات	۳-۳-۱
۱۳۵	 بررسی مزیت رقابتی در بخش خدمات بر مبنای مدل الماس پورتر	۴-۳-۱
	۲- تحلیل مزیت‌های شهر تهران در حوزه جذب سرمایه‌گذاری، ناشی از مقیاس و موقعیت این کلانشهر و جایگاه آن در اقتصاد کشور	۱۳۷
۱۳۷	 ۱-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط عامل تولید	۱۳۷
۱۴۲	 ۲-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط تقاضا	۱۴۲
۱۴۴	 ۳-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط صنایع مرتبط و پشتیبان	۱۴۴
۱۴۵	 ۴-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط شدت رقابت	۱۴۵
۱۴۷	 ۵-۲- وضعیت شهر تهران از نظر استفاده از شانس	۱۴۷
۱۴۸	 ۶-۲- وضعیت شهر تهران از نظر تأثیر شهرداری به عنوان بخش از دولت محلی	۱۴۸
۱۵۳	 ۳- معرفی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران	۱۵۳
۱۷۶	 ۴- اولویت‌بندی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران	۱۷۶
۱۸۰	 ۵- تعیین اولویت‌های موضوعی و موضعی سرمایه‌گذاری در شهر تهران	۱۸۰
	۶- توزیع محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری شهر تهران در سطح مناطق	۱۸۵
۲۰۰	 ۷- خلاصه‌ای از ارزیابی پتانسل‌های سرمایه‌گذاری مناطق مختلف شهر تهران	۲۰۰
	ضمیمه: فهرست عناوین فرصت‌های سرمایه‌گذاری اطلس جامع سرمایه‌گذاری	
۲۲۳	 شهرداری تهران	۲۲۳

فهرست جداول

۳۴	جدول ۱- وضعیت مناطق ۲۲ گانه شهر تهران از حیث شاخص‌های بازار کار
۳۷	جدول ۲- وضعیت شاغلان بر اساس گروه‌های عمده فعالیت، شغلی و وضعیت شغلی
	جدول ۳- رتبه‌بندی مناطق شهر تهران در بخش‌های مختلف بر اساس شاخص‌های توسعه
۵۷	جدول ۴- معیارهای پیمایش شده در رتبه‌بندی سطح برخورداری مناطق شهر تهران
۵۸	جدول ۵- رتبه‌بندی مناطق مختلف تهران و خوشه‌بندی آنها در زمینه توسعه یافتگی
۶۵	جدول ۶- معیارهای فقر چند بعدی
۶۶	جدول ۷- فقر از بعد سلامت در کشور و تهران (درصد)
۶۶	جدول ۸- فقر از بعد آموزش در کشور و تهران (درصد)
۶۷	جدول ۹- فقر از بعد مسکن در کشور و تهران (درصد)
۶۷	جدول ۱۰- فقر از بعد اشتغال در کشور و تهران (درصد)
۶۸	جدول ۱۱- فقر از بعد استانداردهای زندگی در کشور و تهران (درصد)
۷۰	جدول ۱۲- ماتریس امتیازات عاملی استاندارد شده عوامل فقر در مناطق شهر تهران
	جدول ۱۳- بررسی روند تعداد پروانه‌های ساختمانی صادره توسط شهرداری‌های کشور در مقایسه با شهر تهران
۷۷	جدول ۱۴- بررسی روند مساحت زیربنای مندرج پروانه‌های ساختمانی صادره توسط شهرداری‌های کشور در مقایسه با شهر تهران (هزار متر مربع)
۷۹	جدول ۱۵- بررسی روند تعداد واحدهای مسکونی مندرج پروانه‌های ساختمانی صادره توسط شهرداری‌های کشور در مقایسه با شهر تهران
۸۰	جدول ۱۶- اولویت‌بندی محورهای سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی
۱۷۹	جدول ۱۷- تعیین اولویت مناطق جهت استقرار فعالیت‌های مرتبط با محورهای سرمایه‌گذاری شهر تهران
۱۸۸	جدول ۱۸- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه یک
۱۸۹	جدول ۱۹- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه دو
۱۹۰	جدول ۲۰- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه سه
۱۹۱	جدول ۲۱- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه چهار
۱۹۱	جدول ۲۲- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه پنج
۱۹۲	جدول ۲۳- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه شش
۱۹۲	جدول ۲۴- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هفت
۱۹۳	جدول ۲۵- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هشت
۱۹۳	جدول ۲۶- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه نه
۱۹۴	جدول ۲۷- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه ده
۱۹۴	جدول ۲۸- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه یازده
۱۹۵	جدول ۲۹- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه دوازده

۱۹۵	جدول ۳۰- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه سیزده
۱۹۶	جدول ۳۱- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه چهارده
۱۹۶	جدول ۳۲- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه پانزده
۱۹۷	جدول ۳۳- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه شانزده
۱۹۷	جدول ۳۴- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هفده
۱۹۸	جدول ۳۵- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هجده
۱۹۸	جدول ۳۶- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه نوزده
۱۹۹	جدول ۳۷- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه بیست
۱۹۹	جدول ۳۸- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه بیست و یک
۲۰۰	جدول ۳۹- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه بیست و دو
۲۰۱	جدول ۴۰- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه یک شهر تهران
۲۰۲	جدول ۴۱- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه دو شهر تهران
۲۰۳	جدول ۴۲- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه سه شهر تهران
۲۰۴	جدول ۴۳- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه چهار شهر تهران
۲۰۵	جدول ۴۴- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه پنج شهر تهران
۲۰۶	جدول ۴۵- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه شش شهر تهران
۲۰۷	جدول ۴۶- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هفت شهر تهران
۲۰۸	جدول ۴۷- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هشت شهر تهران
۲۰۹	جدول ۴۸- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه نه شهر تهران
۲۱۰	جدول ۴۹- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه ده شهر تهران
۲۱۱	جدول ۵۰- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه یازده شهر تهران
۲۱۲	جدول ۵۱- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه دوازده شهر تهران
۲۱۳	جدول ۵۲- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه سیزده شهر تهران
۲۱۴	جدول ۵۳- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه چهارده شهر تهران
۲۱۵	جدول ۵۴- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه پانزده شهر تهران
۲۱۶	جدول ۵۵- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه شانزده شهر تهران
۲۱۷	جدول ۵۶- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هفده شهر تهران
۲۱۸	جدول ۵۷- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هجده شهر تهران
۲۱۹	جدول ۵۸- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه نوزده شهر تهران
۲۲۰	جدول ۵۹- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه بیست شهر تهران
۲۲۱	جدول ۶۰- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه بیست و یک شهر تهران
۲۲	جدول ۶۱- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه بیست و دو شهر تهران
۲۲۴	جدول ۶۲- فهرست فرصت‌های سرمایه‌گذاری اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

فهرست تصاویر

- تصویر ۱- سهم هر یک از فعالیت‌ها از تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی اول (درصد) ۲۶
- تصویر ۲- سهم هر یک از فعالیت‌ها از تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی دوم (درصد) ۲۷
- تصویر ۳- سهم هر یک از فعالیت‌ها از تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی سوم (درصد) ۲۸
- تصویر ۴- پهنه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی در شهر تهران ۳۱
- تصویر ۵- پهنه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی در شهر تهران ۳۱
- تصویر ۶- جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران متأثر از عوامل کلان ۵۴
- تصویر ۷- وضعیت توزیع فضایی مجموع خدمات شهری در مناطق شهر تهران ۶۰
- تصویر ۸- توزیع فضایی اعتیاد و خشونت در شهر تهران ۶۲
- تصویر ۹- توزیع فضایی طلاق و زنان سرپرست خانوار در شهر تهران ۶۲
- تصویر ۱۰- توزیع فضایی خط فقر و بیکاری در شهر تهران ۶۳
- تصویر ۱۱- پهنه‌بندی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران ۶۴
- تصویر ۱۲- درصد خانوارهای دارای فقر درآمدی و فقر چند بعدی در تهران ۶۹
- تصویر ۱۳- درصد خانوارهای دارای فقر درآمدی و فقر چند بعدی در کل کشور ۶۹
- تصویر ۱۴- امتیاز استاندارد شده فقر مسکن در مناطق شهر تهران ۷۱
- تصویر ۱۵- امتیاز استاندارد شده فقر اقتصادی در مناطق شهر تهران ۷۱
- تصویر ۱۶- امتیاز استاندارد شده فقر اجتماعی در مناطق شهر تهران ۷۲
- تصویر ۱۷- امتیاز استاندارد شده فقر آموزشی و فرهنگی در مناطق شهر تهران ۷۲
- تصویر ۱۸- امتیاز استاندارد شده فقر در مناطق شهر تهران ۷۲
- تصویر ۱۹- روند تحولات تعداد پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری تهران در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ ۷۸
- تصویر ۲۰- روند تحولات سهم شهر تهران از تعداد پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری‌های کشور در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ (درصد) ۷۸
- تصویر ۲۱- روند تحولات مساحت زیربنای مندرج در پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری تهران در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ (هزار متر مربع) ۷۹
- تصویر ۲۲- روند تحولات سهم شهر تهران از مساحت زیربنای مندرج در پروانه‌های ساختمانی صادره در نقاط شهری کشور در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ درصد ۸۰
- تصویر ۲۳- روند تحولات تعداد واحدهای مسکونی مندرج در پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری تهران در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ ۸۱
- تصویر ۲۴- روند تحولات سهم شهر تهران از تعداد واحد مسکونی مندرج در پروانه‌های ساختمانی صادره در نقاط شهری کشور در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ درصد ۸۱
- تصویر ۲۵- اصل منافع در تأمین مالی شهری ۸۵
- تصویر ۲۶- درآمدها و هزینه‌های شهرداری و نحوه تأمین کسری بودجه ۸۶
- تصویر ۲۷- عصرهای تولید ۹۹
- تصویر ۲۸- عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی (مدل الماس پورتر) ۱۱۷

پیشگفتار معاون مالی و اقتصاد شهری شهرداری تهران

شهر تهران در دهه‌های گذشته، به واسطه تمرکز گسترده اقتصادی، سیاسی و جمعیتی، فرصت‌ها و چالش‌های مهمی را هم‌زمان تجربه کرده است. از یک‌سو برخورداری از سهم قابل توجه در تولید ملی و انباشت سرمایه انسانی و زیرساختی، این کلان‌شهر را به کانون اصلی فعالیت‌های اقتصادی کشور بدل کرده و از سوی دیگر، تبعات ناشی از این تمرکز مانند فشار بر زیرساخت‌ها، نابرابری فضایی، آسیب‌های اجتماعی و ناپایداری درآمدی، ضرورت تغییر رویکرد در حکمرانی مالی و مدیریت سرمایه‌گذاری شهر را بیش از پیش نمایان ساخته است. امروز، با توجه به شرایط جدید اقتصاد ملی و شهری، ایجاد ساز و کارهای پایدار، شفاف و رقابت‌پذیر برای سرمایه‌گذاری در شهر تهران، نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت بنیادین است.

«اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران» پاسخی است نظام‌مند به این ضرورت. این سند راهبردی، که بر اساس تحلیل وضعیت موجود ساختار اقتصاد شهر، شناسایی مزیت‌های رقابتی و تبیین جریان‌های مؤثر بر سرمایه‌گذاری تدوین شده، نقشه راهی برای توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی عمومی- خصوصی ارائه می‌دهد. هدف مطلوب آن است که با فاصله گرفتن از اتکای تاریخی بر درآمدهای ناپایدار، مسیر تازه‌ای به سوی جذب سرمایه، توسعه متوازن شهری، تقویت عدالت فضایی و افزایش بهره‌وری اقتصاد شهری گشوده شود. امید است تقارن رونمایی اطلس و نامگذاری سال جاری توسط رهبر معظم انقلاب به عنوان سرمایه‌گذاری برای تولید چارچوبی جامع، اولویت‌مند و علمی برای شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در تمامی مناطق شهر فراهم کرده، بتواند زمینه‌ساز جهشی جدی در هم‌افزایی میان مدیریت شهری و سرمایه‌گذاران شده و در تحقق اهداف ملی در حوزه رونق تولید و گسترش مشارکت‌های مردمی، نقش‌آفرین باشد.

در پایان از حمایت‌های همه جانبه شهردار محترم تهران جناب آقای دکتر زاکانی و سایر عوامل موثر در تهیه و تدوین اطلس سرمایه‌گذاری شهرداری تهران تقدیر می‌نمایم.

سجاد محمدعلی نژاد

معاون مالی و اقتصاد شهری شهرداری تهران

پیشگفتار مدیر عامل سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران

تهران، به‌عنوان مهم‌ترین کلان‌شهر کشور، طی دهه‌های اخیر شاهد دگرگونی‌های گسترده‌ای در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی بوده است. تمرکز شدید فعالیت‌ها، مهاجرت، توسعه نامتوازن و اتکای تاریخی مدیریت شهری به درآمدهای ناپایدار، مجموعه‌ای از چالش‌های پیچیده را شکل داده که حل آنها امروز نیازمند نگاه و رویکردی نو در حوزه تأمین مالی شهری است. در چنین شرایطی، حرکت به‌سوی سرمایه‌گذاری مشارکتی و مبتنی بر مزیت‌های واقعی شهر ضرورتی غیرقابل انکار است؛ ضرورتی که همسو با رشد تولید، بهره‌وری و تقویت نقش‌آفرینی مردم و بخش خصوصی، آینده‌ای پایدارتر برای حکمرانی اقتصادی شهر رقم می‌زند.

«اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران» نتیجه تلاشی منسجم، علمی و مبتنی بر تحلیل‌های چندبعدی است که با هدف شناسایی فرصت‌ها، مزیت‌ها و اولویت‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران تدوین شده است. این سند برای نخستین بار چارچوبی جامع برای ارزیابی ظرفیت‌های ۲۲ منطقه، تعریف محورهای اساسی سرمایه‌گذاری، تعیین اولویت‌های موضوعی و موضعی، و شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری قابل مشارکت با بخش خصوصی ارائه می‌دهد. سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران بر این باور است که این اطلس می‌تواند به‌عنوان مرجعی معتبر برای سرمایه‌گذاران، مدیران شهری و نهادهای سیاست‌گذار عمل کرده و زمینه‌ساز تحولی جدی در مسیر گذار از درآمدهای ناپایدار به تأمین مالی هوشمند، پایدار و مشارکت محور شود.

اینجانب از جناب آقای دکتر زاکانی و معاونین محترم شهرداری تهران، شهرداران محترم و روسای محترم ادارات سرمایه‌گذاری و مشارکت مناطق ۲۲ گانه، تمامی کارشناسان، متخصصان و همکارانی که در تهیه این سند نقش‌آفرین بوده‌اند قدردانی می‌کنم و امیدوارم این اطلس بتواند گامی مؤثر در جهت ارتقای کیفیت تصمیم‌سازی، افزایش شفافیت، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و توسعه پایدار شهر تهران باشد. بدون تردید تحقق این مسیر، در گرو همکاری سازنده و مشارکت فعال بخش خصوصی و شهروندان خواهد بود.

نوید خاصه باف

مدیر عامل سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران

پیشگفتار معاون برنامه‌ریزی و توسعه مشارکت‌های سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران

در سال‌های اخیر، ضرورت بازنگری در الگوی برنامه‌ریزی اقتصادی شهر تهران بیش از هر زمان دیگری آشکار شده است. گستره و پیچیدگی مسائل شهری از نابرابری فضایی تا فشارهای ناشی از تمرکز فعالیت‌ها و محدودیت‌های درآمدی نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی توسعه دیگر نمی‌تواند صرفاً به رویکردهای سنتی اداره شهر متکی باشد.

سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران با درک این واقعیت و در راستای اجرای حکم شماره ۱۲۸ برنامه چهارم تحول و پیشرفت شهر تهران بر مبنای تحقق عدالت شهری، تدوین «اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران» را به عنوان یکی از ابزارهای اصلی برنامه‌ریزی راهبردی در دستور کار قرار داد؛ ابزاری که با تحلیل ساختار اقتصاد شهر، ارزیابی مزیت‌های رقابتی و شناسایی ظرفیت‌های مناطق ۲۲گانه، امکان نگاهی آینده‌نگر، مبتنی بر داده و هماهنگ با اولویت‌های ملی برای رشد تولید و گسترش اقتصاد مردمی را فراهم می‌سازد.

شناسایی و تعریف روش مند و علمی فرصت‌های سرمایه‌گذاری شهرداری تهران بر مبنای مزیت‌های رقابتی شهر تهران و با نگاهی بر توسعه متوازن و پایدار همواره یکی از دغدغه‌های اصلی حوزه سرمایه‌گذاری و مشارکت‌ها شهرداری تهران بوده است. اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران در پی رفع این چالش می‌باشد. همچنین اجرای موفق این مهم، مستلزم ارتقای مستمر دانش و تخصص مشارکت عمومی- خصوصی و روش‌های تامین مالی در بین کارشناسان و کارکنان شهرداری تهران و سیاست‌گذاران حوزه مدیریت شهری می‌باشد.

سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی در اقدامی موثر، ضمن تدوین بسته آموزشی ارائه گواهینامه صلاحیت حرفه‌ای کارکنان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌ها نسبت به برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در طی دو سال اخیر به میزان ۴۰،۷۳۶ نفر ساعت اقدام نموده است. در گام‌های بعدی، آموزش مروجین اطلس جامع سرمایه‌گذاری، تدوین سند اجرایی، توسعه سامانه مبتنی بر اطلاعات مکانی و توصیفی سرمایه‌گذاری، شناسایی مستمر و مطالعات امکانسنجی فنی و اقتصادی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و تکمیل و به روز رسانی اطلاعات در دستور کار قرار دارد.

در پایان از حمایت‌های مدیران ارشد شهرداری تهران و تلاش‌های بی وقفه معاونین، مدیران و کارشناسان سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی و

روسای ادارات سرمایه‌گذاری مناطق ۲۲ گانه و مشاوران موثر در تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران و همکاران معاونت برنامه‌ریزی و توسعه مشارکت‌های سازمان، سرکار خانم گل آرا میرزاجیمی (مدیر مطالعه و ارتباط با سرمایه پذیران)، سرکار خانم مرضیه گلبهاری (مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات)، جناب آقای امیر گلاب زائی (مدیر برنامه و بودجه و امور شورا) و کارشناسان محترم؛ جناب آقای رضا کبریایی، سرکار خانم زهرا قندهای، سرکار خانم مینا زردوست، سرکار خانم لاله فریدیان و جناب آقای محمد عربی تقدیر و تشکر می‌نمایم.

علی انصاری

معاون برنامه‌ریزی و توسعه مشارکت‌های سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران

پیشگفتار مدیر طرح تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

کتاب حاضر خلاصه‌ای از طرح تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران است. این طرح سعی دارد دو موضوع مجزا، اما همراستا، را تبیین نماید. موضوع اول به تشریح اهمیت و ضرورت توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی اختصاص دارد و هدفش آن است بر این موضوع تأکید کند که اگر توصیه به توسعه سرمایه‌گذاری، به ویژه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی، در دو دهه گذشته، یک توصیه روشنفکرانه و آینده نگرانه به حساب می‌آمد، اما در شرایط کنونی یک الزام است و شهرداری تهران می‌تواند در جهت پیشبرد اهداف خود از این ابزار به طرز مناسبی استفاده نماید.

این ضرورت حاصل چند دهه تمرکز اقتصادی، سیاسی و جمعیتی در شهر تهران است. این تمرکز اقتصادی، سیاسی و جمعیتی، یک ماه عسل اقتصادی برای شهر تهران در دهه‌های ۵۰ تا ۸۰ ایجاد کرد و پس از آن فشارها و بحرانها یکی پس از دیگری از راه رسیدند. از بحران ترافیک، سوداگری زمین و ساختمان و ناپایداری درآمدهای شهرداری گرفته تا ابر بحرانهای کمبود آب و برق و آلودگی هوا و فرونشست زمین.

حل چنین بحرانهایی نیازمند طرز فکری متفاوت از گذشته است و همانطور که در طرح اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، تبیین شده، یکی از راه حلها، توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی است. اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، نقشه راه توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی در شهرداری است و سعی کرده بر مبنای اصول علمی، مزیت‌های این شهر را استخراج نموده و از این مزیتها در تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری استفاده نماید و در نهایت بر مبنای پتانسیلها و ظرفیت‌های مناطق و در راستای توجه به عدالت توزیعی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، تصویری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق شهر ارائه دهد.

مبنای حقوقی الزام به تهیه سند اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران را می‌توان در «برنامه چهارم تحول و پیشرفت شهر تهران بر مبنای تحقق عدالت شهری در دوره ۱۴۰۱-۱۴۰۴» و «سند جامع سرمایه‌گذاری و مشارکت شهرداری تهران مصوب دیماه ۱۳۹۸» یافت. در حکم شماره ۱۲۸ برنامه چهارم تحول و پیشرفت شهر تهران، شهرداری موظف شده به منظور جلب سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی و عمومی اقداماتی چون شناسایی، اولویت‌بندی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و ظرفیت‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری شهر و راه اندازی و بروز

رسانی اطلس سرمایه‌گذاری شهرداری را انجام دهد. همچنین در ماده ۴ فصل چهارم سند جامع سرمایه‌گذاری و مشارکت شهرداری تهران تأکید شده که به منظور ایجاد رونق اقتصادی و بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت‌های اقتصادی شهر تهران از طریق سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران مکلف به شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در محلات و مناطق شهر متناسب با طرح جامع و طرح تفصیلی و شناسایی فرصت‌های مشارکت اقتصادی و سرمایه‌گذاری مشترک با شهرداری در پهنه‌های کالبدی شهر و حوزه‌های مأموریتی شده و باید اطلاعات فرصت‌های سرمایه‌گذاری را در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهد. همچنین شهرداری موظف به راه اندازی پایگاه اطلاع رسانی فرصت‌های سرمایه‌گذاری تهران و انتشار اطلاعات آنها در چارچوبی بین‌المللی به زبان‌های مختلف شده است. همچنین در ماده ۳۳ همین سند شهرداری مکلف به اعلان عمومی و برخط فرصت‌های سرمایه‌گذاری و مشارکت با شهرداری بر روی نقشه شهر تهران در وب سایت شفافیت شده است.

بر این مینا در شهریور ماه ۱۴۰۳ طی برگزاری یک مناقصه عمومی، شرکت مهندسی شریگ به عنوان مشاور تهیه طرح اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران انتخاب شد و کتاب حاضر خلاصه این طرح است که به منظور استفاده مدیریت شهری تهران، ذی‌نفعان و ذی‌نفوذان، سرمایه‌گذاران، پژوهشگران و علاقمندان حوزه توسعه، منتشر شده است.

پس تلاشی حدوداً شانزده ماهه و تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، لازم می‌دانم از همه کسانی که یاری رسان ما در این مسیر بودند، کمال تشکر و قدردانی را ابراز نمایم. آقای دکتر زاکانی، شهردار محترم تهران، آقای دکتر محمد علی نژاد، معاون مالی و اقتصاد شهری شهرداری تهران، آقای دکتر خاصه باف، مدیر عامل سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران، آقای علی انصاری، معاون برنامه‌ریزی و توسعه مشارکت‌های سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران، اعضای هیئت مدیره سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران و کلیه همکاران عزیزم در شرکت مهندسی شریگ که با تخصص و صبر خود، ما را در این مسیر همراهی کردند.

در پایان به عنوان مدیر طرح تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران ذکر این نکته را ضروری می‌دانم که تهیه طرح اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران بی تردید قدم اول تغییر رویکرد در مالیه شهرداری تهران و شهرداری‌های کشور است و قطعاً باید در جهت پرورش و تقویت آن در آینده

گام‌های بزرگی برداشته شود و برداشتن گام‌های بزرگتر آینده بر عهده جامعه علمی کشور و متخصصین این حوزه خواهد بود. لذا با علم به محدودیت‌ها و کمبودهای احتمالی این طرح، از کلیه متخصصان، سرمایه‌گذاران و علاقمندان به توسعه کشورمان تقاضا دارم ما را از نظرات، انتقادات و پیشنهادات خود محروم ننمایند.

میثم نصری تاج آبادی
شرکت مهندسی شهریک
آذر ماه ۱۴۰۴

فصل اول

مقدمه

کلان‌شهر تهران، پایتخت جمهوری اسلامی ایران و بزرگترین کلان‌شهر از نظر جمعیت در کشور، به طور همزمان هم نماد قدرت سیاسی، اداری و فرهنگی کشور است و هم قطب اصلی فعالیت‌های اقتصادی ملی. این شهر تنها با داشتن حدود ده درصد از جمعیت کشور، سهمی قابل توجه از اقتصاد ملی را به خود اختصاص داده است و به طور مستقیم و غیرمستقیم، کنترل کننده بخش اعظمی از منابع انسانی، مالی، سرمایه‌ای و زیرساختی کشور است. این تمرکز گسترده، از یک سو فرصت‌های منحصر به فردی برای رشد و توسعه فراهم کرده، اما از سوی دیگر شهر تهران را به بستری آسیب‌پذیر برای فشارهای ساختاری اقتصاد ملی تبدیل نموده است.

تمرکز اقتصادی، سیاسی و جمعیتی، یک ماه عسل اقتصادی برای شهر تهران در دهه‌های ۵۰ تا ۸۰ ایجاد کرد و پس از آن فشارها و بحرانها یکی پس از دیگری از راه رسیدند. از بحران ترافیک، سوداگری زمین و ساختمان و ناپایداری درآمدهای شهرداری گرفته تا ابر بحرانهای کمبود آب و برق و آلودگی هوا و فرونشست زمین.

شناخت و تحلیل دقیق عوامل کلان ایجاد چنین وضعیتی، می‌تواند در طراحی راه‌حل‌های برون رفت از بحرانهای مذکور راهگشا باشد. شاید اگر قرار باشد تنها یک عامل اصلی برای بروز چنین پدیده‌ای در تهران معرفی شود، بتوان به ساختار اقتصادی متکی بر نفت اشاره کرد. ساختار اقتصاد نفتی و رانت‌های ناشی از آن، توسعه ساخت و ساز را در شهر تهران ایجاد کرد، بسیار فراتر از تاب و تحمل این شهر. رانت‌های نفتی در کنار فشارهای سمت تقاضا (متأثر از رشد شدید جمعیت کشور در دهه ۶۰ که افزایش تقاضای مصرفی را به همراه داشت و رشد تقاضای سرمایه‌ای زمین و ساختمان در تهران)، تهران را به یکی از بزرگترین کارگاه‌های ساختمانی کشور تبدیل کرد. در چنین شرایطی قانون استقلال مالی شهرداری‌ها نیز از راه رسید و شهرداری تهران را به سمت وابستگی به درآمدهای ساخت و ساز سوق داد.

نتیجه سه عامل کلان فوق‌الذکر (رانت‌های اقتصاد نفتی، توسعه سمت تقاضا و استقلال مالی شهرداری‌ها)، جریانی از سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان تهران ایجاد کرد که نتیجه آن رونق شمال و شمال غرب و عقب افتادگی تدریجی جنوب و جنوب شرق تهران بود. توسعه اختلاف طبقاتی در شمال و جنوب تهران و انباشت آسیب‌های اجتماعی در جنوب و جنوب شرق شهر، از تبعات این جریان سرمایه در تهران بود. بی تردید در ایجاد چنین جریانی از سرمایه‌گذاری و تبعات ناشی از آن در شهر تهران، علاوه بر سه عامل کلان فوق‌الذکر، عوامل متعدد دیگری نیز دخیل بوده اند، اما عوامل کلان فوق‌الذکر، موتور محرکه اصلی آن

بوده‌اند.

در دوره معاصر (دهه ۹۰ به بعد) به نظر می‌رسد دو موتور محرکه ساخت و ساز در تهران، یعنی اقتصاد نفتی و فشار سمت تقاضا (هم مصرفی و هم سرمایه‌ای)، بسیار کمتر شده‌اند، اما تبعات چهار دهه رونق ساخت و ساز در تهران (دوره رونق سرمایه‌گذاری ساختمانی در تهران) همچنان باقیست، تبعاتی مانند آسیب‌های اجتماعی، فاصله طبقاتی شمال و جنوب شهر، ترافیک و آلودگی هوا، کمبود آب و برق و شاید مهمترین آنها که سایر تبعات را تقویت می‌کند، وابستگی مالیه شهرداری تهران به ساخت و ساز است. دیر یا زود ردیفهای درآمدی مرتبط با ساخت و ساز در شهرداری تهران سهم خود را از کل منابع مورد نیاز شهرداری از دست می‌دهند و اینجاست که بحران مالی شدید شهرداری نمایان می‌شود. سوال اساسی آن است که در چنین شرایطی راه حل چیست؟ پاسخ به این سوال اساس کتاب حاضر است.

مطالب این کتاب را می‌توان به دو بخش مجزا، اما همراستا، تقسیم کرد. بخش اول مربوط به تشریح اهمیت و ضرورت توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی اختصاص دارد. هدف از این بخش آن است که بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته بر این موضوع تأکید شود که اگر توصیه به توسعه سرمایه‌گذاری، به ویژه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی، در دو دهه گذشته، یک توصیه روشنفکرانه و آینده نگرانه به حساب می‌آید، اما در شرایط کنونی یک الزام است و شهرداری تهران می‌تواند از این ابزار جهت پیشبرد اهداف خود استفاده نماید.

برای تشریح این موضوع در اسناد پشتیبان مطالعات تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، مطالعات مفصلی در حوزه شناخت و تحلیل وضع موجود شهر تهران از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، شهرسازی و ...، صورت گرفته است که در کتاب حاضر تنهای به شکلی بسیار مختصر به حوزه اقتصاد کلان شهر تهران (فصل دوم) اشاره شده است. در فصل سوم کتاب بر مبنای مطالعات وضع موجود، سعی شده تا تحلیلی از عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران، از گذشته تا دوره معاصر، ارائه گردد. این عوامل کلان، در کنار عوامل اقتصادی، اجتماعی و ساختاری دیگر، جریانی از سرمایه‌گذاری را در شهر تهران ایجاد کرده‌اند که تبعات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی قابل توجهی را برای شهر در پی داشته است.

پس تشریح جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران و تبعات آن، این سوال مطرح می‌شود که آیا عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری شهر تهران، در آینده نیز می‌توانند به شکل گذشته بر سرمایه‌گذاری شهر تهران تأثیر داشته باشند؟ پاسخ به این سوال اساس طرح اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران است. بر

مبنای پاسخ به سوال فوق‌الذکر، در فصل چهارم سعی شده تحلیلی از اهمیت و ضرورت توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی ارائه گردد.

پس از تشریح اهمیت و ضرورت توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران و بخش خصوصی، این سوال مطرح می‌شود که چگونه باید این کار انجام شود. از اینجا داستان چرایی و چگونگی تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران آغاز می‌شود. در فصل پنجم ابتدا ماهیت اطلس جامع سرمایه‌گذاری تشریح می‌شود و سپس اصول چهارگانه آن معرفی و تبیین می‌گردد. دو اصل اول از اصول چهارگانه اطلس به حوزه برنامه‌ریزی اختصاص دارد و دو اصل بعدی نیز به حوزه اجرای اطلس. اصل اول به این نکته اشاره دارند که در اقتصاد امروز شهرها، کشورها و هر منطقه جغرافیایی دیگر در جذب سرمایه به شدت با هم رقابت می‌کنند و بنابراین شهرها و کشورها نمی‌توانند بر همه حوزه‌های اقتصادی تمرکز کنند و باید چند حوزه فعالیت خاص را انتخاب کنند. اصل دوم به این موضوع می‌پردازد که انتخاب از میان حوزه‌های مختلف چگونه انجام شود. در اصل سوم به این موضوع پرداخته می‌شود که در اقتصاد رقابتی امروز، به منظور تحقق برنامه‌های توسعه سرمایه‌گذاری، باید تقسیم کار بهینه‌ای بین بخش عمومی و بخش خصوصی اتفاق افتد و در نهایت در اصل چهارم این موضوع تبیین می‌شود که امروزه جذب سرمایه‌گذار یک فعالیت حرفه‌ای و تخصصی است و توصیه می‌کند مراکز سرمایه‌پذیر، مانند شهرداری‌ها، در این حوزه تقویت شوند.

در فصل ششم نیز بر مبنای اصول معرفی شده، بخش‌های مختلف طرح اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران ارائه می‌گردد. اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، در واقع نقشه راه توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی در شهرداری تهران است.

فصل ششم با تبیین مبانی نظری تحلیل و شناسایی مزیت‌های رقابتی شهر تهران آغاز می‌شود و سپس بر مبنای مدل معرفی شده، مزیت‌های رقابتی شهر تشریح می‌گردد. البته در خصوص مزیت‌های رقابتی شهر تهران، در اسناد پشتیبان اطلس، مطالعات مفصلی وجود دارد که در کتاب حاضر بخشی از آن ارائه شده است. پس از شناخت مزیت‌های رقابتی شهر تهران، محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در تهران معرفی می‌شوند. این محورهای ۲۲ گانه، چارچوبی را در اختیار می‌گذارد که بر مبنای آنها می‌توان انواع پروژه‌های سرمایه‌گذاری را تعریف کرد. محورهای مذکور بر مبنای شاخص‌های مختلفی اولویت‌بندی شده‌اند تا شهرداری بتواند حوزه تمرکز خود را تعیین نماید.

علاوه بر محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری، در بخش بعدی، اولویت‌های موضعی و موضوعی سرمایه‌گذاری نیز تعیین شده‌اند. این اولویت‌ها می‌خواهند به دو موضوع اشاره کنند. اول اینکه به موضوع اهمیت توسعه خوشه‌ای سرمایه‌گذاری تأکید می‌کنند، چرا که یکی از استراتژی‌های توسعه توان رقابت‌پذیری شهرها، توسعه خوشه‌های فعالیتی است و بنابراین سعی شده به موضوع سرمایه‌گذاری نیز به صورت خوشه‌ای نگاه شود. موضوع دوم به نوعی بر تقسیم کار میان بخش عمومی و بخش خصوصی اشاره دارد. به منظور توسعه سرمایه‌گذاری در اولویت‌های موضعی و موضوعی، وظیفه انجام برخی فعالیت‌های بر عهده شهرداری است و بخشی نیز بر عهده سرمایه‌گذار بخش خصوصی. یکی از پارامترهای موفقیت در توسعه سرمایه‌گذاری در شهر تهران آن است که اولاً شهرداری در این حوزه وظیفه خود را به درستی بداند و دوماً بتواند به این وظیفه به شکلی قابل ارزیابی، درست عمل نماید.

در بخش بعدی سعی شده تا با استفاده از شاخص‌هایی، اولویت مناطق شهر تهران جهت استقرار محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری، تعیین گردد. در این بخش برای هر منطقه، ده اولویت اول محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری اولویت‌بندی و در قالب جداولی ارائه شده‌اند.

در انتهای فصل ششم خلاصه‌ای از ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران ارائه شده است. همچنین فهرستی از پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران بر مبنای محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری و نیز در تعامل با مناطق، سازمان‌ها و شرکت‌های شهرداری تهران، ارائه شده است.

فصل دوم

تصویری از اقتصاد کلان شهر تهران

در این فصل سعی شده تا تصویری بسیار مختصر از اقتصاد کلان شهر تهران ارائه گردد. برای این منظور ابتدا ساختار تولید در شهر تهران ترسیم شده و سپس با بررسی ابعاد مختلف بازار کار شهر و جایگاه مناطق در آن، بحث پایان یافته است.

۱- ترسیم و تحلیل ساختار تولید ناخالص داخلی شهر تهران

بررسی منابع آماری مختلف نشان می‌دهد در ایران تولید ناخالص داخلی در سطوح ملی و استانی تهیه و منتشر می‌شود. در سطح ملی، بانک مرکزی و مرکز آمار ایران ارقام و آمار تولید ناخالص داخلی را با روش‌های مختلف و به قیمت جاری و ثابت تولید منتشر می‌کنند، اما در سطوح استانی، مرکز آمار ایران در قالب حساب‌های منطقه‌ای، تولید ناخالص داخلی تمامی استان‌های کشور را تهیه و منتشر می‌کند.

با این توصیف بهترین و تنها روش در دسترس به منظور ترسیم ساختار ارزش افزوده شهر تهران، استفاده از بانک اطلاعات حساب‌های منطقه‌ای مرکز آمار ایران است. از سویی دیگر تنها داده مفیدی که در سطح شهر تهران در دسترس است، اشتغال به تفکیک گروه‌های فعالیت است. بنابراین برآورد تولید ناخالص داخلی شهر تهران در گرو ایجاد ارتباطی مناسب میان داده‌های اشتغال شهر تهران و تولید ناخالص استان تهران است. به طور کلی تابع تولید یک کشور یا یک منطقه را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

که در آن L نیروی کار و K سرمایه است، یعنی تولید در یک منطقه تابعی است از میزان نیروی کار و سرمایه‌گذاری. البته این مدل ساده برخی از جنبه‌های مهم فناوری و سرمایه انسانی ثابت در نظر گرفته می‌شوند. با این حال به منظور ترسیم ساختار ارزش افزوده شهر تهران با توجه به محدودیت‌های آماری و اطلاعاتی، استفاده از این مدل ساده اجتناب‌ناپذیر است.

از سویی دیگر هیچ اطلاعات و آماری از میزان تشکیل سرمایه یا سرمایه‌گذاری در سطوح استانی و شهری وجود ندارد، از این رو به اجبار اولاً فرض می‌شود که سرمایه در شهر تهران رابطه‌ای یک به یک با میزان اشتغال دارد، دوماً بهره‌وری سرمایه در تمامی رشته فعالیت‌ها در سطح استان و شهر تهران ثابت و برابر است. با این فروض اجتناب‌ناپذیر، ارزش افزوده شهر تهران بیشتر متمرکز بر میزان اشتغال در فعالیت‌های مختلف برآورد خواهد شد. با این حال به منظور تدقیق رابطه اشتغال و ارزش افزوده و در نهایت برآورد تولید ناخالص داخلی شهر تهران، باید فرض‌های مختلفی را مورد توجه قرار داد. از این منظر از سه روش با فرض‌های تقریباً متفاوت یا فرض‌های تکمیلی استفاده می‌شود. این سه روش از قرار زیر هستند:

۱- سناریوی اول: برآورد ارزش افزوده شهر تهران بر اساس سهم اشتغال در فعالیت‌های اقتصادی

۲- سناریوی دوم: برآورد ارزش افزوده شهر تهران بر اساس بهره‌وری نیروی کار در هر یک از فعالیت‌های اقتصادی

۳- سناریوی سوم: برآورد ارزش افزوده شهر تهران منطبق بر بهره‌وری نیروی کار تعدیل شده بر اساس ویژگی‌های نیروی کار در هر یک از فعالیت‌های اقتصادی در این بخش، از گزارش «اقتصاد کلان‌شهر تهران، بررسی تولید ناخالص داخلی و ساختار اقتصادی، فعالیت و اشتغال» که در سال ۱۳۹۷ توسط معاونت برنامه‌ریزی، توسعه شهری و امور شورای شهرداری تهران تهیه شده، استفاده شده است.

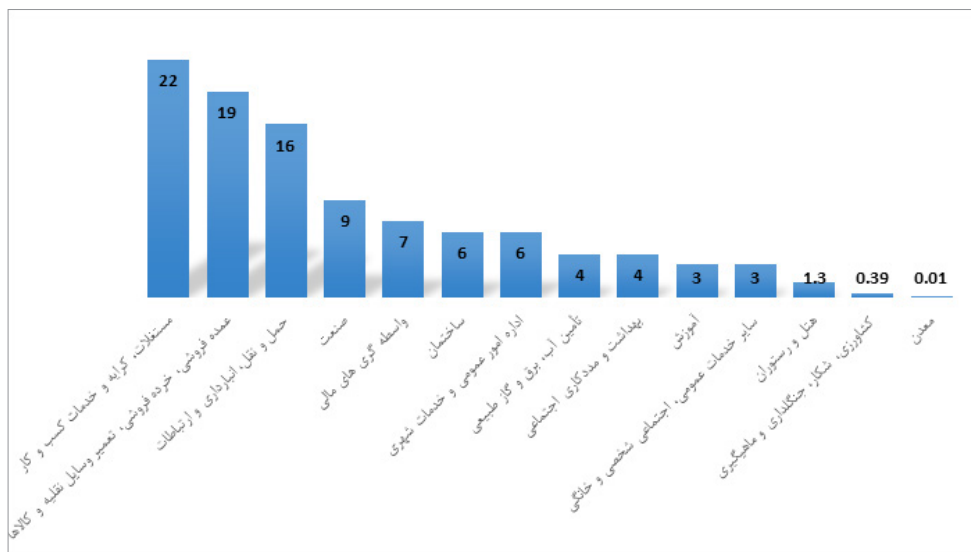
الف- برآورد ساختار ارزش افزوده شهر تهران بر اساس سهم اشتغال در فعالیت‌های اقتصادی

علاوه بر فروشی که در بالا به آن‌ها اشاره شد، در این روش فرض می‌شود که رابطه‌ای یک به یک میان اشتغال هر بخش و ارزش افزوده آن بخش وجود دارد. با این فرض هر شهر یا شهرستان‌های استان تهران متناسب با سهمی که از اشتغال کل استان در هر یک از رشته فعالیت‌ها در اختیار دارند، بخشی از ارزش افزوده استان تهران در آن رشته خاص را به خود اختصاص می‌دهند. برای مثال اگر شهرستان یا شهری ۲۰ درصد از اشتغال فعالیت معدن را در اختیار داشته باشد، ۲۰ درصد از ارزش افزوده استان در رشته معدن به این شهرستان یا شهر اختصاص می‌یابد.

البته همچنان‌که قبلاً نیز بیان شد برای تدقیق برآوردها در برخی رشته‌ها از جمله معدن، از اطلاعات تکمیلی دیگر نیز استفاده شده است. با در نظر گرفتن این شرایط پس از محاسبه سهم هر یک از فعالیت‌های اقتصادی شهر تهران از اشتغال فعالیت‌های اقتصادی استان تهران، سهم‌های به دست آمده در ارزش افزوده نظیر به نظیر استان تهران ضرب شده تا برآوردی از تولید ناخالص داخلی شهر تهران تحت سناریوی اول ایجاد شود. نتایج این مراحل در تصویر زیر منعکس شده است.

لازم به ذکر است که بر اساس این سناریو ۶۷ درصد از ارزش افزوده تولید شده در استان تهران، به شهر تهران اختصاص داشته است.

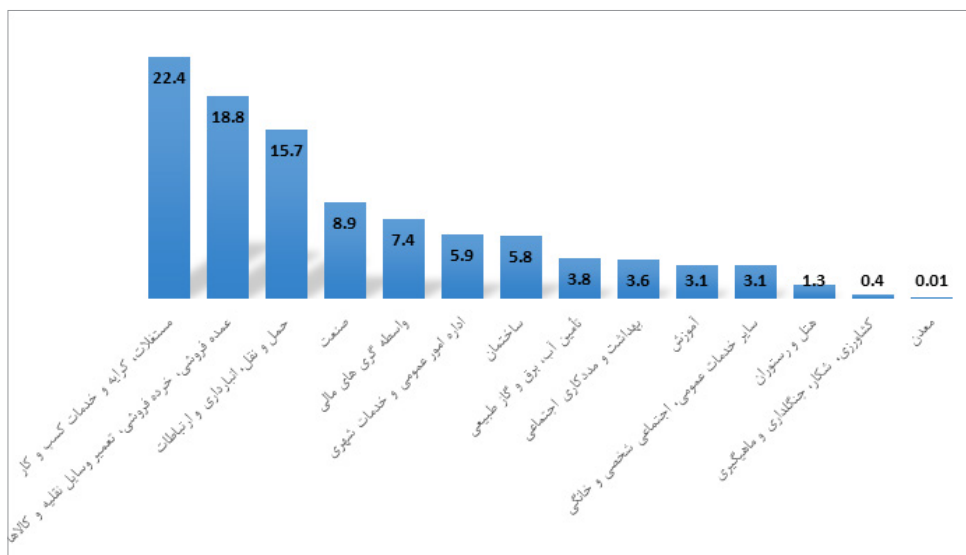
تصویر ۱- سهم هر یک از فعالیت‌ها از تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی اول (درصد)



ب- برآورد ساختار ارزش افزوده شهر تهران بر اساس بهره‌وری نیروی کار در هر یک از فعالیت‌های اقتصادی

در سناریوی دوم فرض بر آن است که بهره‌وری نیروی کار در استان و شهر برابر با یکدیگر هستند، بنابراین برای برآورد ارزش افزوده شهر تهران ابتدا نسبت تولید به اشتغال در هر یک از بخش‌های اقتصادی در سطح استان تهران محاسبه شده و سپس بر اساس این نسبت و میزان اشتغال شهر تهران در هر یک از بخش‌های اقتصادی، ارزش افزوده هر بخش اقتصادی برای شهر تهران محاسبه شده، سپس با جمع ارزش افزوده برآوردی تمامی بخش‌های اقتصادی، تولید ناخالص داخلی شهر تهران برآورد شده است. تصویر زیر ساختار تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی دوم را نشان می‌دهد. در این سناریو سهم شهر تهران از ارزش افزوده کل استان تهران بیشتر از سناریوی اول است. بر اساس این سناریو ۷۰ درصد از ارزش افزوده تولید شده در استان تهران، به شهر تهران اختصاص داشته است.

تصویر ۲- سهم هر یک از فعالیت‌ها از تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی دوم (درصد)



پ- برآورد ساختار ارزش افزوده شهر تهران منطبق بر بهره‌وری نیروی کار تعدیل‌شده بر اساس ویژگی‌های نیروی کار در هر یک از فعالیت‌های اقتصادی در این سناریو مانند سناریوی دوم از بهره‌وری نیروی کار به عنوان ابزار برآورد ارزش افزوده شهر تهران استفاده شده، اما فرض دیگری نیز مد نظر قرار گرفته است. بر خلاف سناریوی دوم که بهره‌وری نیروی کار را در استان و شهر تهران برابر در نظر قرار گرفته، در این سناریو فرض می‌شود میزان تحصیلات نیروی کار شاغل در هر بخش اقتصادی بر بهره‌وری آن بخش تأثیرگذار است.

در مطالعه سوری و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان رابطه بهره‌وری و دستمزد با تأکید بر تحصیلات نیروی کار اذعان شده است که میان تحصیلات و بهره‌وری نیروی کار در ایران رابطه مثبتی وجود دارد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد اثر تحصیلات عالی بر بهره‌وری نیروی کار معنادار و مثبت است. در واقع تحصیلات عالی باعث شده ارزش افزوده به ازای هر کارگر افزایش یابد. از طرف دیگر متوسط کشش بهره‌وری نیروی کار نسبت به متوسط سهم شاغلان دارای تحصیلات عالی برابر است با ۰/۱۷ درصد، بنابراین به طور متوسط، یک درصد افزایش در سهم نسبی نیروی کار با تحصیلات عالی منجر به ۰/۱۷ درصد افزایش بهره‌وری می‌شود (سوری و همکاران، ۱۳۸۷).

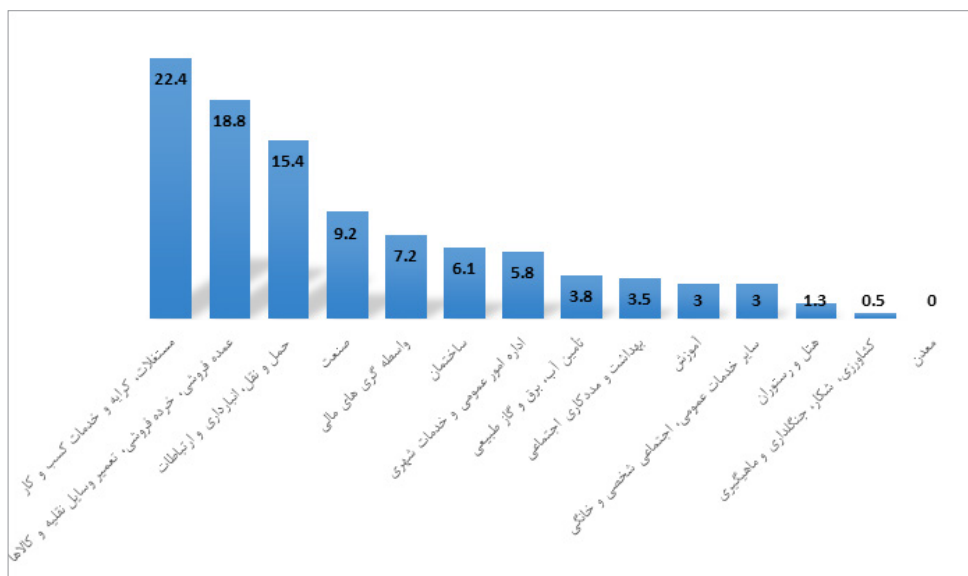
اگر نتایج این مطالعه را برای شهر تهران تعمیم دهیم، انتظار خواهیم داشت به ازای هر یک درصد افزایش در سهم نیروی کار با تحصیلات عالی در بخش‌های مختلف اقتصادی، بهره‌وری ۰/۱۷ درصد بالاتر رود. از این رو فرض شده است به

ازای هر درصد اختلاف میان سهم شاغلان دارای تحصیلات عالی در استان و شهر تهران، بهره‌وری شهر تهران دچار تغییر شود. با اتکا به این یافته و این فرض، برآورد ارزش افزوده شهر تهران در سناریو با طی مراحل زیر انجام شده است:

- ۱- محاسبه سهم شاغلان با تحصیلات عالی در استان و شهر تهران
- ۲- درصد تغییرات سهم شاغلان با تحصیلات عالی میان استان و شهر تهران
- ۳- افزایش یا کاهش ۱۷٪ درصدی بهره‌وری شاغلان شهر تهران به ازای هر درصد بیشتر یا کمتر بودن سهم شاغلان دارای تحصیلات عالی در تهران در مقایسه با استان تهران

با طی این سه مرحله، ساختار ارزش افزوده بخش‌های مختلف اقتصادی و در نتیجه تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی سوم برآورد شده که نتایج آن در تصویر زیر منعکس شده است. بر اساس نتایج به دست آمده تحت این سناریو، تولید ناخالص داخلی شهر تهران و ارزش افزوده بخش‌های اقتصادی در مقایسه با دو سناریوی دیگر ارقام بالاتری را نشان می‌دهند. این وضعیت تحت تأثیر بالاتر بودن سهم شاغلان دارای تحصیلات عالی در شهر تهران در مقایسه با متوسط استان تهران است. در این سناریو ۷۲ درصد از ارزش افزوده تولیدی استان تهران، به شهر تهران اختصاص دارد.

تصویر ۳- سهم هر یک از فعالیت‌ها از تولید ناخالص شهر تهران در سناریوی سوم (درصد)



ت- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری و تحلیل مقایسه‌ای سناریوهای ساختار ارزش افزوده

شهر تهران

همچنان که بیان شده آمار و ارقام ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی فقط در سطوح ملی و استانی در ایران تهیه می‌شوند، از این رو ایجاد تصویری از اقتصاد کلان در برش‌هایی مانند یک شهر، نیازمند به کارگیری ابزارها و روش‌های ابتکاری هستند که برآوردهای نسبتاً مناسبی را از آن‌ها تولید کنند. در این بخش از مطالعه با به کارگیری سه سناریو مبتنی بر فروض مختلف و محدودیت‌های اطلاعاتی، ساختار ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی شهر تهران برآورد شد. بر مبنای محاسبات انجام شده به طور متوسط ۷۰ درصد از ارزش افزوده تولید شده در استان تهران به شهر تهران اختصاص دارد. همچنین ساختار تولید در شهر تهران متکی بر هفت گروه عمده فعالیت است. در جایگاه‌های اول تا سوم، سه گروه فعالیت «مستغلات، کرایه و خدمات کسب و کار»، «عمده فروشی، خرده فروشی، تعمیر وسایل نقلیه و کالاهای» و «حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات» قرار دارند که در مجموع ۵۷ درصد از ارزش افزوده تولیدی شهر را به خود اختصاص داده اند و در جایگاه‌های چهارم تا هفتم نیز چهار گروه فعالیت «صنعت»، «واسطه گریهای مالی»، «ساختمان» و «اداره امور عمومی و خدمات شهری» قرار دارند که در مجموع ۲۸ درصد از ارزش افزوده شهر تهران را تولید می‌کنند. هفت گروه عمده فعالیت مذکور در مجموع ۸۵ درصد از ارزش افزوده شهر را ایجاد می‌کنند. هفت گروه عمده فعالیت دیگر، در مجموع دارای سهم ۱۵ درصدی از ارزش افزوده تولیدی شهر هستند.

۲- بررسی و تحلیل وضعیت فعالیت و اشتغال در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران

بررسی توزیع فعالیت‌های مختلف اقتصادی در سطح شهر تهران، تا حدود زیادی توجیه کننده پراکنش شاغلان، جمعیت اجتماعی ساکن، رفتارهای فرهنگی، وضعیت زمین و مسکن و ... است. تصویر زیر، پراکنش فعالیت‌های عمده اقتصادی شهر تهران را نشان می‌دهد. همان‌طور که از راهنمای تصویر مشخص است، دایره‌های بنفش رنگ بیان کننده نسبت پهنه فعالیت به کل مساحت منطقه است. دیده می‌شود که مناطق مرکزی و جنوبی شهر تهران، بزرگ‌ترین پهنه‌های فعالیت با تجمع بازار تجاری، خدماتی، فرهنگی و اداری را دارند و می‌توان علت این موضوع را در مناطق مرکزی، وجود بازار بزرگ تهران که در بر گیرنده اولین و بزرگ‌ترین بازار عمده فروشی و خرده فروشی شهر و جاذب جمعیت بسیار زیادی از داخل و خارج شهر تهران است، دانست، به طوری که با توجه به ایجاد صرفه‌های ناشی از مقیاس و تجمع، شاهد توسعه بیشتر بازار تهران هستیم.

مناطق جنوبی شهر نیز در برگیرنده تراکم بسیار بالایی از کارگاه‌های تولیدی و عمده فروشی است. عملکردهای تجاری نوین نیز با وجود رشد و توسعه شهر در دو حوزه شرقی و غربی، همچنان در مناطق حوزه مرکزی به سمت شمال گسترش یافته است.

به طور کلی سازمان فضایی مرکز تجاری شهر تهران (CBD)، عمدتاً در حوزه مرکزی شهر و در امتداد معابر شریانی شهر و متناسب با گسترش کالبدی شهر در معابر شریانی به صورت شعاعی منتهی به مراکز فعالیت شهر، شکل گرفته است. ویژگی مکانی تهران و روند تاریخی آن موجب شده است الگوی استقرار جمعیت و فعالیت در آن مانند بسیاری از شهرهای جهان تغییراتی در دهه‌های اخیر تجربه کند. مرکز شهر همچنان با کاهش جمعیت رو به رو است و در مقابل بر تراکم فعالیت‌های فراشهری آن افزوده می‌شود.

درباره سازمان فضایی اداری، تجاری، خدماتی و صنعتی شهر، چند نکته مهم به شرح زیر است.

- مراکز اصلی فعالیت با تمرکز بر نوع و وسعت فعالیت، به طور کلی در مرکز تجاری اصلی شهر (بازار) شکل گرفته‌اند.

- فضاهای عمومی شهر، در امتداد راسته‌های تجاری با عملکرد فضای عمومی شکل گرفته‌اند و تبدیل به فضای مختلط از خرید و گذران اوقات فراغت شده است.

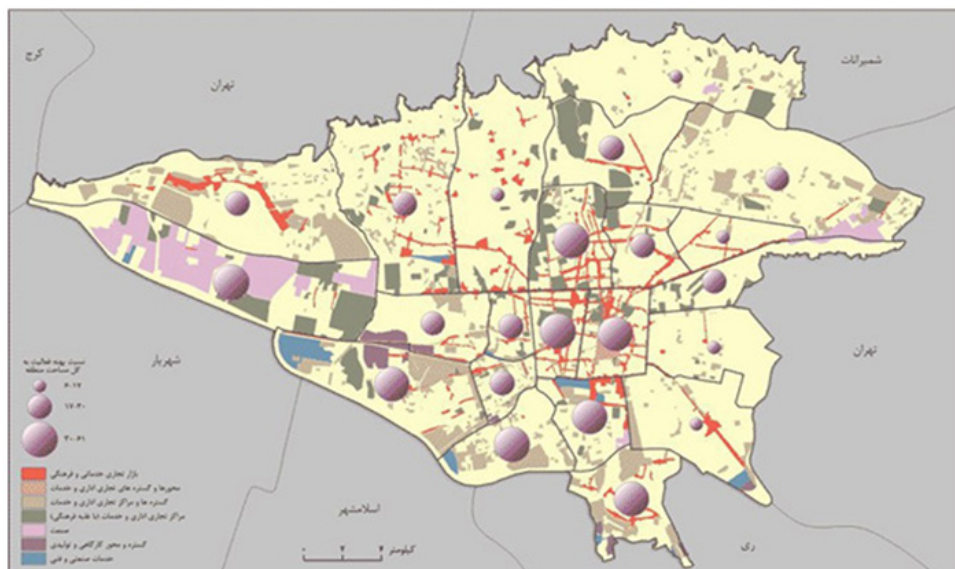
- حد فاصل خیابان‌های انقلاب و حوالی خیابان شهید بهشتی (عباس‌آباد)، که مهم‌ترین مرکز دانشگاهی کشور، راسته کتاب فروشی‌های خیابان انقلاب و سطح وسیعی از کاربری‌های اداری و کانون‌های فعالیت دولتی را در بر می‌گیرد، از محورهای فرهنگی و در عین حال تجاری مهم شهر با مقیاس شهری و فراشهری هستند.

- محدوده میدان تجریش و امام‌زاده صالح و پیرامون آن نیز از دیگر مراکز تجاری مهم و در منطقه شمال شهر تهران است.

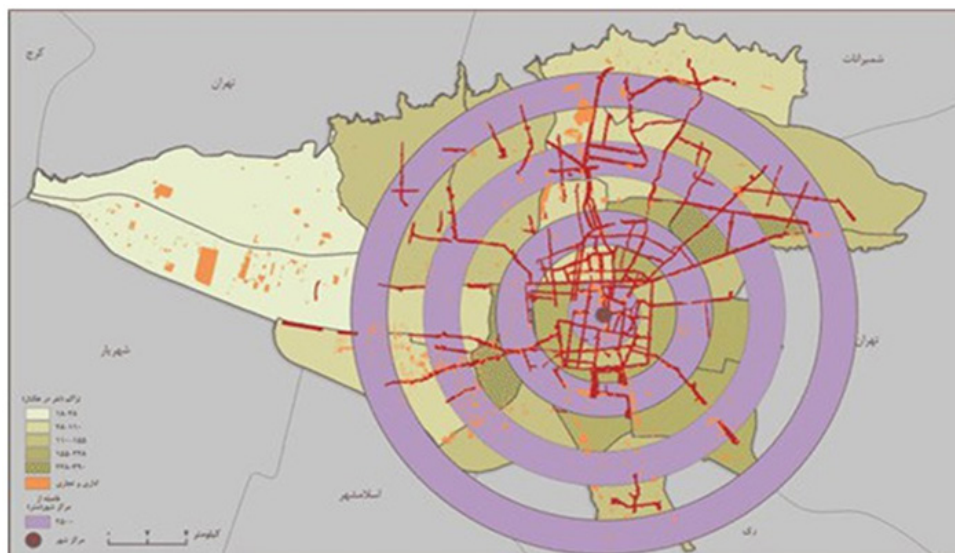
آنچه این روزها نیز در سطح شهر تهران شاهد آن هستیم، فضاهای جذاب تجاری و تفریحی تازه تأسیس و بسیار جذاب برای مردم، در مناطق شمال و غرب شهر است (منطقه یک شمال شهر تهران، مجتمع‌هایی مانند پالادیوم و ...، منطقه ۲۲ در غرب تهران و مجتمع بام‌لند در منطقه چیتگر و ایران مال).

محورها و دوایر رسم‌شده روی تصویر زیر نشان می‌دهند که دوایر مرکزی که در بخش مرکزی شهر هستند، تسلط کارکرد تجاری دارند و دوایر میانی نیز فضاهای ترکیبی را نشان می‌دهد که اختلاط بین کارکرد مسکونی، تجاری، تفریحی و فرهنگی را بیان می‌کنند. در محورهای جنوبی نیز کارکرد صنعتی قابل مشاهده است. دوایر بیرونی، شامل فضاهای توسعه‌ای جدید است که با تراکم کمتر سکونت و فضاهای باز و عمومی شهری هویت می‌یابند.

تصویر ۴- پهنه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی در شهر تهران



تصویر ۵- پهنه‌بندی فعالیت‌های اقتصادی در شهر تهران



بازار کار یک کشور و یا منطقه از این جهت دارای اهمیت است که اولاً ترکیب اشتغال، میزان دانش محوری اشتغال و کیفیت نیروی انسانی، رشد اقتصادی، بهره‌وری و نوآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، دوماً خود به عنوان یک پیامد

اصلی رشد اقتصادی همواره مورد رصد و اندازه‌گیری قرار می‌گیرد. به بیانی دیگر اشتغال و بازار کار میزان الحراره اقتصاد یک منطقه است. همچنان‌که رشد اقتصادی اتفاق می‌افتد، در صورتی که اشتغال نیز افزایش نیابد، ممکن است شکاف و نابرابری درآمدی نیز افزایش یابد. این در حالی است که بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که حداقل در بلند مدت و میان مدت نابرابری رابطه‌ای عکس با رشد اقتصادی دارد. از این روی، بررسی و تحلیل بازار کار در شهر تهران از اهمیت بسزایی برخوردار است.

در اولین جدول زیر تحت عنوان «وضعیت مناطق ۲۲ گانه شهر تهران از حیث شاخص‌های بازار کار» به مروری بر وضعیت نیروی کار شهر تهران اعم از جمعیت فعال، شاغل، بیکار و ... پرداخته شده است. بر اساس این جدول مناطق ۲، ۴ و ۵، غالباً در شاخص‌های سنجش شده مانند سهم جمعیت فعال به شهر، نرخ مشارکت، سهم جمعیت بیکار به شهر و حتی نرخ بیکاری، ارقام بسیار بالایی را نشان می‌دهند. در نگاه اول، شاید این مسئله نشان از پویایی بسیار بالاتر این مناطق نسبت به سایر مناطق شهر داشته باشد، اما با بررسی سهم جمعیتی، مشاهده می‌شود که یکی از دلایل مهم این مسئله، جمعیت بالای این مناطق نسبت به شهر است و گواه این موضوع را می‌توان در برخی شاخص‌های داخلی منطقه مانند نرخ اشتغال مناطق مشاهده کرد، زیرا این مناطق طبق تحلیل‌های به دست آمده، نرخ اشتغالی متوسط، کم یا بسیار کم داشته است، اما آمار نشان از نرخ اشتغال نسبی بالاتر در مناطق جنوبی شهر مانند ۱۱ تا ۲۰ دارد.

همچنین اطلاعات نشان می‌دهند که به طور متوسط، نرخ بیکاری زنان در مناطق شمالی شهر، از نرخ بیکاری مردان کمتر است و هر چه به سمت جنوب حرکت می‌کنیم، از این رقم کاسته می‌شود. می‌توان این‌گونه برداشت کرد که زنان در مناطقی مانند مناطق ۱، ۲، ۵، ۶ و ...، نسبت به مردان همین مناطق، فعالیت شغلی بیشتری دارند و این موضوع با حرکت به سمت جنوب تهران، تقلیل یافته و به طور کلی به نفع مردان خواهد بود. در زمینه بررسی ساختار اشتغال مناطق نیز مسئله بالا بودن سهم جمعیتی برخی مناطق با تأکید بر مناطق ۴ و ۵ حاکم بوده و سهم بالای اشتغال در برخی رشته فعالیت‌ها با این مسئله قابل توجیه است.

یافته‌ها نشان می‌دهند که برخی بخش‌ها مانند کشاورزی و معدن سهم بسیار پاییینی از اشتغال شهر را به خود اختصاص داده‌اند، اما همین سهم اندک نیز در مناطق شمال و شمال شرق مانند ۱، ۲، ۳ و ۴، مشارکت بیشتری در شهر دارند. بررسی بخش صنعت نشان می‌دهد که شاغلان این بخش در مناطق ۴

و ۵ در نیمه شمالی و ۱۶ و ۱۸ در نیمه جنوبی شهر است. در زمینه بخش صنعت- ساخت نیز مناطق ۱۵، ۱۷، ۱۸ و ۱۹ سهم بسیار بالایی داشته‌اند و با توجه به توضیحات ذکر شده درباره مناطق ۴ و ۵، می‌توان گفت که شاغلان مناطق جنوبی، به طور تخصصی‌تری در حرفه صنعت مشغول به کار هستند. این مطلب درباره عمده‌فروشی و خرده‌فروشی نیز صادق بوده است و تمرکز شاغلان این بخش را در نیمه جنوبی شهر شاهد هستیم. پراکنش کارگاه‌ها و خدمات صنعتی و فنی در نیمه جنوبی شهر می‌تواند دلیل محکمی بر تراکم بالاتر شاغلان این بخش‌های فعالیت در شهر و در مناطق یاد شده باشد. همچنین تجمع مراکز اداری، خدماتی و فرهنگی، در نیمه مرکزی و شمالی شهر است و آمارها نیز نشان می‌دهند که در بخش‌های فعالیتی مرتبط مانند مالی و بیمه، هنر، سرگرمی و تفریح نیز تمرکز شاغلان در بخش‌های مرکزی و شمالی شهر است.

تمرکز بالای شاغلان فعالیت‌های علمی و حرفه‌ای، آموزش و سلامت در مناطق شمالی شهر، بنا به خاستگاه‌های اجتماعی و مسائل فرهنگی صورت گرفته و در زمینه سهم بالای شاغلان بخش املاک در مناطق مرکزی و شمالی شهر نیز، یکی از علت‌ها را می‌توان ارزش بالای املاک در این مناطق و کسب‌وکار بهتر آن‌ها دانست. همچنان که بخش ساختمان نیز در مناطق مذکور، سهم زیادی از شاغلان را در سطح شهر به خود اختصاص داده‌اند. موارد یاد شده در بررسی شاغلان بر اساس گروه شغلی و وضعیت شغلی نیز مشاهده می‌شود. به طوری که شاغلان متخصص، تکنسین‌ها و دستیاران در مناطق شمالی سهم بیشتری داشته‌اند. برای ایجاد تصویری روشن‌تر از پیش گفته‌ها، در جدول بعدی خلاصه‌ای از وضعیت شاغلان بر اساس گروه‌های عمده فعالیتی و شغلی و وضعیت شغلی هر کدام آمده است.

جدول ۱- وضعیت مناطق ۲۲ گانه شهر تهران از حیث شاخص‌های بازار کار

نرخ بیکاری مردان	کم	بسیار زیاد	کم	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد
نرخ بیکاری زنان	کم	متوسط	کم	زیاد	متوسط	بسیار کم	بسیار کم	متوسط	بسیار زیاد
نرخ بیکاری	متوسط	بسیار زیاد	متوسط	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد
سهام بیکاران زن منطقه از کل بیکاران زن شهر	زیاد	بسیار زیاد	زیاد	بسیار زیاد	بسیار زیاد	متوسط	متوسط	زیاد	کم
سهام بیکاران مرد منطقه از کل بیکاران مرد شهر	متوسط	بسیار زیاد	متوسط	بسیار زیاد	بسیار زیاد	کم	متوسط	زیاد	کم
سهام جمعیت بیکار نسبت به شهر	زیاد	بسیار زیاد	متوسط	بسیار زیاد	بسیار زیاد	کم	متوسط	زیاد	بسیار کم
نرخ اشتغال منطقه	متوسط	بسیار کم	متوسط	متوسط	کم	کم	متوسط	کم	کم
سهام جمعیت شاغل منطقه به کل شهر	زیاد	بسیار زیاد	متوسط	بسیار زیاد	بسیار زیاد	کم	متوسط	زیاد	بسیار کم
نرخ مشارکت اقتصادی	کم	متوسط	متوسط	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	زیاد	زیاد	زیاد
سهام جمعیت در سن کار نسبت به شهر	متوسط	بسیار زیاد	متوسط	بسیار زیاد	بسیار زیاد	کم	متوسط	متوسط	بسیار کم
سهام جمعیت فعال نسبت به شهر	زیاد	زیاد	متوسط	بسیار زیاد	بسیار زیاد	کم	متوسط	متوسط	بسیار کم
شهر	منطقه ۱	منطقه ۲	منطقه ۳	منطقه ۴	منطقه ۵	منطقه ۶	منطقه ۷	منطقه ۸	منطقه ۹

نرخ بیکاری مردان	زیاد	کم	بسیار کم	زیاد	کم	بسیار کم	زیاد	زیاد	کم
نرخ بیکاری زنان	متوسط	بسیار کم	بسیار کم	زیاد	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط
نرخ بیکاری	زیاد	کم	بسیار کم	متوسط	کم	بسیار کم	کم	کم	کم
سهم بیکاران زن منطقه از کل بیکاران زن شهر	زیاد	متوسط	کم	متوسط	زیاد	زیاد	کم	کم	متوسط
سهم بیکاران مرد منطقه از کل بیکاران مرد شهر	متوسط	متوسط	کم	کم	زیاد	زیاد	متوسط	متوسط	زیاد
سهم جمعیت بیکار نسبت به شهر	متوسط	کم	بسیار کم	کم	زیاد	زیاد	کم	کم	متوسط
نرخ اشتغال منطقه	کم	زیاد	بسیار زیاد	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	زیاد	زیاد	زیاد
سهم جمعیت شاغل منطقه به کل شهر	متوسط	متوسط	کم	کم	زیاد	بسیار زیاد	متوسط	کم	زیاد
نرخ مشارکت اقتصادی	بسیار زیاد	بسیار زیاد	متوسط	کم	زیاد	کم	کم	متوسط	زیاد
سهم جمعیت در سن کار نسبت به شهر	متوسط	متوسط	کم	کم	زیاد	زیاد	کم	کم	متوسط
سهم جمعیت فعال نسبت به شهر	متوسط	متوسط	کم	کم	زیاد	زیاد	کم	کم	متوسط
شهر	منطقه ۱۰	منطقه ۱۱	منطقه ۱۲	منطقه ۱۳	منطقه ۱۴	منطقه ۱۵	منطقه ۱۶	منطقه ۱۷	منطقه ۱۸

نرخ بیکاری مردان	کم	کم	زیاد	بسیار زیاد
نرخ بیکاری زنان	زیاد	بسیار کم	بسیار کم	بسیار زیاد
نرخ بیکاری	کم	کم	بسیار زیاد	بسیار زیاد
سهم بیکاران زن منطقه از کل بیکاران زن شهر	کم	متوسط	متوسط	
سهم بیکاران مرد منطقه از کل بیکاران مرد شهر	کم	متوسط	کم	کم
سهم جمعیت بیکار نسبت به شهر	بسیار کم	کم	بسیار کم	بسیار کم
نرخ اشتغال منطقه	زیاد	زیاد	بسیار کم	بسیار کم
سهم جمعیت شاغل منطقه به کل شهر	متوسط	زیاد	بسیار کم	بسیار کم
نرخ مشارکت اقتصادی	زیاد	متوسط	متوسط	متوسط
سهم جمعیت در سن کار نسبت به شهر	متوسط	متوسط	بسیار کم	بسیار کم
سهم جمعیت فعال نسبت به شهر	متوسط	متوسط	بسیار کم	بسیار کم
شهر	منطقه ۱۹	منطقه ۲۰	منطقه ۲۱	منطقه ۲۲

جدول ۲- وضعیت شاغلان بر اساس گروه‌های عمده فعالیت، شغلی و وضعیت شغلی

شهر	تمرکز شاغلان بر اساس گروه های عمده شغلی	تمرکز نوع وضعیت شغلی	تمرکز بر اساس گروه شغلی
منطقه ۱	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری کشت و صنعت ساختمان خدمات مربوط به جا و غذا اطلاعات و مستغلات حرفه ای، علمی و فنی آموزش سلامت انسان و مددکاری اجتماعی هنر، سرگرمی و تفریح	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی	شاغلان متخصص شهر تکنسین ها و دستیاران کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری کارگران ساده
منطقه ۲	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری معدن تولید صنعتی کشت و صنعت تأمین برق، گاز و ... ساختمان عمده فروشی و خرده فروشی حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا اطلاعات و ارتباطات مالی و بیمه املاک و مستغلات حرفه ای، علمی و فنی امور عمومی و دفاع آموزش سلامت انسان و مددکاری اجتماعی هنر، سرگرمی و تفریح	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر کارفرمایان مزدبگیران بخش عمومی	شاغلان کتخصص شهر تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری
منطقه ۳	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری معدن کشت و صنعت حرفه ای، علمی و فنی سلامت انسان و مددکاری اجتماعی هنر، سرگرمی و تفریح	کارفرمایان	شاغلان متخصص شهر
منطقه ۴	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری معدن تولید صنعتی کشت و صنعت تأمین برق، گاز و ...	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر کارفرمایان مزدبگیران بخش خصوصی	شاغلان متخصص شهر تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشگاهی فروشگاه ها و بازارهای شهر

کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه متصدیان و مونتاژکاران ماشین آلات و دستگاه ها و رانندگان وسایل نقلیه کارگران ساده		فعالیت آب رسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و ... ساختمان عمده فروشی و خرده فروشی حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا اطلاعات و ارتباطات مالی و بیمه املاک و مستغلات حرفه ای، علمی و فنی آموزش سلامت انسان و مددکاری اجتماعی هنر، سرگرمی و تفریح	
شاغلان متخصص شهر تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشگاهی فروشگاه ها و بازارهای شهر کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه متصدیان و مونتاژکاران ماشین آلات و دستگاه ها و رانندگان وسایل نقلیه کارگران ساده	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر کارفرمایان مزدبگیران بخش خصوصی	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری معدن تولید صنعتی کشت و صنعت تأمین برق، گاز و ... فعالیت آب رسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و ... ساختمان عمده فروشی و خرده فروشی حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا اطلاعات و ارتباطات مالی و بیمه املاک و مستغلات حرفه ای، علمی و فنی آموزش سلامت انسان و مددکاری اجتماعی هنر، سرگرمی و تفریح	منطقه ۵
شاغلان متخصص شهر	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر کارفرمایان مزدبگیران بخش خصوصی	حرفه ای، علمی و فنی	منطقه ۶
شاغلان متخصص شهر تکنسین ها و دستیاران	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان مستقل شهر کارفرمایان مزدبگیران بخش خصوصی	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری اطلاعات و ارتباطات حرفه ای، علمی و فنی هنر، سرگرمی و تفریح	منطقه ۷

منطقه ۸	حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا اطلاعات و ارتباطات مالی و بیمه حرفه ای، علمی و فنی آموزش	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی	شاغلان متخصص شهر تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه
منطقه ۹	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر کارگران ساده
منطقه ۱۰	مالی و بیمه	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری
منطقه ۱۱	اطلاعات و ارتباطات	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری
منطقه ۱۲	تولید صنعتی عمده فروشی و خرده فروشی حمل و نقل و انبارداری املاک و مستغلات	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه کارگران ساده
منطقه ۱۳	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر کارگران ساده
منطقه ۱۴	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا اطلاعات و ارتباطات مالی و بیمه حرفه ای، علمی و فنی آموزش	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه کارگران ساده
منطقه ۱۵	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری تولید صنعتی فعالیت آب رسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و ... ساختمان عمده فروشی و خرده فروشی حمل و نقل و انبارداری املاک و مستغلات	کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر کارفرمایان	تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه متصدیان و مونتازاران

ماشین آلات و دستگاه ها و رانندگان وسایل نقلیه کارگران ساده			
صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه کارگران ساده		حمل و نقل و انبارداری	منطقه ۱۶
کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه کارگران ساده	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تولید صنعتی عمده فروشی و خرده فروشی حمل و نقل و انبارداری املاک و مستغلات	منطقه ۱۷
صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه متصدیان و مونتاژکاران ماشین آلات و دستگاه ها و رانندگان وسایل نقلیه کارگران ساده	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر	تولید صنعتی کشت و صنعت حمل و نقل و انبارداری خدمات مربوط به جا و غذا	منطقه ۱۸
کارگران ساده	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری حمل و نقل و انبارداری	منطقه ۱۹
صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه متصدیان و مونتاژکاران ماشین آلات و دستگاه ها و رانندگان وسایل نقلیه	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی کارکنان فامیلی بدون مزد کارکنان مستقل شهر	کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری کشت و صنعت حمل و نقل و انبارداری	منطقه ۲۰
صنعتگران و کارکنان مشاغل مربوطه متصدیان و مونتاژکاران ماشین آلات و دستگاه ها و رانندگان وسایل نقلیه	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	تولید صنعتی حمل و نقل و انبارداری	منطقه ۲۱
تکنسین ها و دستیاران امور اداری و دفتری کارکنان خدماتی و فروشندگان فروشگاه ها و بازارهای شهر کارگران ساده	مزد و حقوق بگیران بخش خصوصی مزدبگیران بخش عمومی	املاک و مستغلات ساختمان عمده فروشی و خرده فروشی خدمات مربوط به جا و غذا	منطقه ۲۲

عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران از گذشته تا دوره معاصر و تبعات آن

هدف اصلی فصل حاضر ترسیم تصویری از آینده سرمایه‌گذاری در بخش ساخت و ساز در شهر تهران است، بخشی که طی سالیان گذشته منبع اصلی درآمدهای شهرداری تهران بوده است. برای این منظور ابتدا سعی شده تا عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان در شهر تهران در چند دهه گذشته تا دوره معاصر مورد بررسی قرار گیرد. این عوامل کلان در واقع موتور محرکه صنعت ساختمان در شهر تهران بوده‌اند.

سه عامل کلان مورد بررسی قرار گرفته اند که عبارتند از «اقتصاد نفتی و تأثیر آن بر رونق ساخت و ساز در تهران»، «عوامل سمت تقاضا و تأثیر آنها بر ساخت و ساز در تهران» و «استقلال مالی شهرداری‌ها در قانون بودجه سال ۱۳۶۲». از دل بررسی عوامل کلان، جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران استخراج شده که در واقع تصویر کالبدی تأثیر عوامل کلان بر شهر تهران است.

پس از بررسی عوامل کلان و تعیین جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران، سعی شده به اختصار تبعات اقتصادی و اجتماعی چنین جریانی در شهر تهران مورد بررسی قرار گیرد. بررسی تبعات اقتصادی و اجتماعی جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران، نشان دهنده عقب ماندگی تدریجی مناطق جنوبی، به ویژه جنوب شرقی تهران در چند دهه گذشته در مقایسه با سایر مناطق شهر است. این عقب ماندگی در حوزه جذب سرمایه‌گذاری، مناطق مذکور را با انباشتی از معضلات اجتماعی و اقتصادی مواجه کرده است. لازم به ذکر است سه عامل فوق‌الذکر، عوامل کلان ایجاد کننده چنین جریانی از سرمایه‌گذاری در شهر تهران بوده اند و قطعاً در کنار آنها، عواملی دیگر نیز در ایجاد این جریان و تبعات آن دخیل بوده‌اند.

در انتهای این فصل نیز پس از بررسی تبعات اقتصادی و اجتماعی جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران، این سوال مطرح می‌شود که با توجه به اهمیت درآمدهای ساخت و ساز در ساختار مالی شهرداری تهران، آیا عوامل کلان مؤثر بر ساخت و ساز شهر تهران در آینده نیز با همین قدرت به روند خود ادامه می‌دهند یا خیر؟ پاسخ به این سوال می‌توان جهت سیاست‌گذاری مالی در شهرداری تهران را به تغییرات اساسی مواجه سازد.

۱- عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران از گذشته تا دوره معاصر

در این بخش عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از آنجا که موضوع اصلی این کتاب در خصوص مسائل شهرداری تهران در حوزه سرمایه‌گذاری است، عوامل مورد بررسی عمدتاً به سرمایه‌گذاری‌های

مرتبط با ساخت و ساز (که منبع اصلی درآمدی شهرداری تهران است) مربوط است. این عوامل کلان به سه بخش اصلی تقسیم شده‌اند. ابتدا به بررسی حاکمیت اقتصاد نفتی در کشور و تأثیر آن بر رونق ساخت و ساز در تهران پرداخته شده، سپس عوامل مؤثر بر سمت تقاضای ساختمان در تهران، هم تقاضای مصرفی و هم تقاضای سرمایه‌ای، تشریح شده‌اند. در نهایت نیز به قانون استقلال مالی شهرداری‌ها اشاره می‌شود که سرآغازی برای وابستگی شهرداری‌ها، به ویژه شهرداری تهران، به درآمدهای حوزه ساخت و ساز بوده است.

لازم به ذکر است سه عامل مورد بررسی در این بخش، عوامل کلان تأثیرگذار هستند و قطعاً عواملی متعدد دیگری نیز در این مسیر تأثیر خود را گذاشته‌اند.

۱-۱- اقتصاد نفتی و تأثیر آن بر رونق ساخت و ساز در تهران

یکی از ویژگی‌های مشترک اقتصادهای نفتی در کشورهای در حال توسعه این است که دولتها مرکز انباشت اقتصادی و دریافت درآمدهای نفتی هستند. این عامل سبب می‌شود دولت استقلال اقتصادی بی سابقه و بی مانندی از جامعه داشته باشد و به دولت اجازه و توانایی حضوری گسترده و وسیع در اقتصاد بدهد. این استقلال اقتصادی سبب می‌شود که دولت از ایجاد انگیزه و فراهم کردن زمینه مساعد برای بخش تولیدی برای جذب درآمدهای مالیاتی بیشتر، غافل بماند. مطالعات زیادی تأثیر منفی و مخرب درآمدهای نفتی را بر حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و ... و به صورت کلی، بر مسیر توسعه کشورهای صادر کننده نفت اثبات کرده‌اند. درآمد ارزی حاصل از نفت به عنوان عاملی ضد تولید در اقتصاد عمل می‌کند و هر گاه درآمدهای نفتی سهم عمده‌ای از تولید ملی را به خود اختصاص داده اند، سهم بخش‌های مولد صنعت و کشاورزی در درآمد ملی کاهش یافته و در عوض بخش ساختمان و مستغلات رشد زیادی را تجربه کرده است. به طور کلی افزایش درآمد این کشورها در اثر کشف نفت موجب تمرکز سرمایه و رشد روز افزون شهرها و به دنبال آن افزایش زیرساخت‌ها و رونق ساخت و ساز و در نتیجه تأثیر منفی و مخرب آن بر بخش تولید، انگیزه سرمایه دارها را برای سرمایه‌گذاری در محیط مصنوع افزایش داده است. بنابراین انتظار می‌رود در پایتختهای متکی به اقتصاد نفتی و درآمدهای حاصل از آن، فرایند تولید فضا متفاوت از سایر شهرها و پایتختهایی باشد که اقتصادی متنوع، پویا و مبتنی بر تولید دارند.

تورم، یکی از معضلات پایه‌ای اقتصادهای متکی بر رانت نفت است. وقتی که درآمدهای نفتی بالاست و درآمد حاصل از صادرات نفت بخش بزرگی از درآمد

کشور را تشکیل می‌دهد، تزریق کل این درآمد به اقتصاد موجب پیدایش موجهای تورمی شدید می‌گردد. در واقع تزریق درآمد نفت به اقتصاد مانند چاپ اسکناس عمل می‌کند که شدیداً تورم را ایجاد می‌کند. در کشورهای نفت خیز توسعه نیافته و در حال رشد، وقتی فشار تورم شدید می‌شود، دولت‌ها سعی می‌کنند تا با افزایش واردات، فشار تورم را خنثی و کنترل کنند. اما انجام این کار در مورد بخش‌هایی مانند مسکن و ساختمان میسر نیست. ساختمان مانند هر کالای دیگر دارای جنبه اقتصادی است. ساختمان کالایی است که جانشین ندارد، بادوام است، غیرمنقول و وابسته به مکان است، لذا در شرایط تورمی که اطمینان سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌های اقتصادی پایین است، خرید و احداث ساختمان نوعی سرمایه‌گذاری مطمئن و یک کالای سرمایه‌ای به حساب می‌آید. در نهایت تزریق درآمدهای فزاینده نفت در میان اقشار جامعه و مخصوصاً به صورت نامتعادل، این سرمایه‌ها را به سمت بازار زمین و ساختمان روانه می‌کند.

کشور ما به عنوان یک کشوری با اقتصاد نفتی، سالیان درازی است که با تورم و نقدینگی بالا روبروست. در علم اقتصاد، این اتفاق که عموماً کشورهای نفتی بدان دچار هستند را بیماری هلندی نام نهاده‌اند. بیماری هلندی، یک مفهوم اقتصادی است که تلاش دارد رابطه بین بهره‌برداری بی رویه از منابع طبیعی (همچون نفت، گاز و...) و رکود اقتصادی در کشورها را تبیین نماید. ریشه بیماری هلندی به کشور هلند باز می‌گردد. اولین بار در کشور هلند و به واسطه اکتشاف منابع طبیعی در این کشور، درآمدهای این کشور از این محل به صورت ناگهانی افزایش یافت و پس از آن، ارزش پولی این کشور نیز روز به روز با رشد مواجه شد. این اتفاق موجب برداشت بی رویه از منابع طبیعی شد که به دنبال آن به واسطه درآمدهای سرشار ناشی از فروش این منابع، سرمایه‌گذاری‌ها در این کشور به صورت چشم‌گیری روند رو به رشدی به خود گرفت. این تحولات نهایتاً منجر به افزایش تقاضا و رشد کم نظیر نقدینگی در بخش صنعت این کشور شد و به دنبال آن تورم فزاینده در سایه عدم توانایی صنعت در پاسخگویی به تقاضای مازاد در مدت زمان کوتاه هم زمان با رشد درآمدها شد. ورود بیماری هلندی به اقتصاد کشور ما در اوایل دهه ۵۰ و هم زمان با افزایش بی سابقه قیمت جهانی نفت رخ داد که تا به امروز نیز با آن دست و پنجه نرم می‌کنیم.

اکثر اقتصاددانان، بیماری هلندی را با رکود در بخش قابل مبادله (قابل واردات) صنعت و رونق در بخش غیرقابل مبادله (بازار مسکن و به طور کلی صنعت ساختمان)، طی دوره رشد اقتصادی ناشی از افزایش درآمدهای نفتی کشورها، معرفی می‌کنند. در واقع به هنگام افزایش قیمت جهانی نفت و درآمدهای ناشی از صادرات آن در کشوری با اقتصاد نفتی همچون ایران، به طور معمول

دولت‌ها با بودجه سالیانه قوی مواجه می‌شوند. چنانچه پس از این اتفاق، دولت سیاست انبساطی پولی و رشد نقدینگی در جامعه را در پیش بگیرد، سمت تقاضای عمده صنایع در جامعه، طی مدت زمانی کوتاه رشد چشم‌گیری خواهد یافت که موجب تورم و افزایش سطح عمومی قیمت‌ها، به واسطه کمبود عرضه در بازار خواهد شد.

دولت‌ها به منظور کنترل روند افزایشی قیمت‌ها و تعدیل آن‌ها، دست به واردات کالاهای قابل مبادله (همچون مواد اولیه صنایع، مواد خوراکی، کالاهای لوکس و...) می‌زنند تا با جبران کمبود عرضه در بازار، تعادل عرضه و تقاضای صنایع را حکم فرما کنند. این امر موجب جلوگیری از رشد فزاینده قیمت‌ها و عدم تقاضای سوداگری در این بازارها خواهد شد، به طوری که این بازارها، محل خوبی برای کسب سودهای بالا نخواهند بود. بخش مسکن و ساختمان، در سایه رشد نقدینگی حاصل از افزایش درآمدهای نفتی (که به صورت تسهیلات بانکی در اختیار فعالان و بنگاه‌های اقتصادی همانند سازندگان و خریداران بخش مسکن قرار خواهد گرفت)، به واسطه ماهیت غیرقابل مبادله آن (عدم توانایی واردات)، در مقابل افزایش تقاضای خرید، ساخت و معاملات، واکنش تورمی از خود نشان داده و به سمت رونق سوق خواهد یافت، چرا که پتانسیل عرضه، در مدت زمان کوتاه پاسخگوی تقاضای موجود در بازار نخواهد بود و موجب افزایش شاخص بهای خدمات ساختمانی، قیمت زمین و در نهایت بهای تمام شده مسکن خواهد شد. از این رو بازار مسکن به هنگام افزایش درآمدهای نفتی دولت و وقوع بیماری هلندی، محل کسب سودهای کلان خواهد بود و از این رو تقاضای سرمایه‌ای و یا سرگردان در بازارها را به خود جذب خواهد کرد. امروزه استراتژی‌های نئولیبرالی در روح و روان شهرها ریشه دوانده و قریب به اتفاق شهرها با مکانیسم‌های نظام سرمایه داری آمیخته شده اند و موجب شده تا فضای شهری به صورت تنگاتنگ تحت نیروهای سیاسی و اقتصادی بازتولید شوند که محملی برای تسهیل روابط سرمایه داری باشد. لذا تولید فضا پدیده ایست در راستای تحکیم روابط انباشت، گردش و سود، به عنوان مؤلفه‌های اصلی سرمایه داری.

از جایی که سرمایه باید تولید اضافی ایجاد کند تا بتواند ارزش اضافی به وجود آورد و این به نوبه خود باید دوباره سرمایه‌گذاری شود تا بتواند ارزش اضافی بیشتری را ایجاد کند، لذا نیاز دائمی به یافتن زمینه‌های سودآور تولید و جذب مازاد سرمایه، سیاست سرمایه داری را شکل می‌دهد. سرمایه به سوی دارایی‌های ثابت (دارایی‌های مصنوع از قبیل فضاهای شهری ساخته شده و...) و وجوه مصرفی جریان می‌یابد که در واقع به آن مدار ثانویه سرمایه اطلاق می‌شود و در

این راستا سرمایه‌گذاری در محیط مصنوع مستلزم ایجاد چشم انداز کاملاً فیزیکی برای تولید، گردش، مبادله و مصرف است. بنابراین از آنجا که توسعه شهری وابسته به بکارگیری تولید اضافی است، ارتباط تنگاتنگی بین توسعه سرمایه داری و توسعه شهری وجود دارد و به گفته دیوید هاروی و هنری لوفور، تولید فضا، به ویژه تولید محیط مصنوع شهر، شرط لازم تولید فرایند انباشت سرمایه، گردش و مصرف سرمایه می‌باشد، یعنی نقش فضا به عنوان عنصری بنیادی در نحوه عمل سرمایه داری.

این وضعیت در کشورهای نفتی نیز حاکم بوده است، یعنی افزایش درآمد این کشورها از محل فروش نفت موجب تمرکز سرمایه و رشد روز افزون شهرها و به دنبال آن افزایش زیرساخت‌ها، رونق ساخت و سازها و شکل‌گیری قوانین مدون، این شهرها را وارد مرحله جدیدی کرد. تولید نفت و استراتژی‌های لیبرالیستی به عنوان دو نیروی پیشران اساسی در انتقال این شهرها به فرایند شهری مدرن محسوب می‌شود و بحث سود، گردش و انباشت سرمایه و ارزش اضافی وارد ادبیات شهرسازی و تحولات فضایی این شهرها شده و بستر برای فعالیت‌های سوداگرانه فراهم می‌شود. به طور کلی، درآمد نفتی به ساخت و ساز، صنایع وابسته، شهرگرایی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها رونق می‌بخشد و فعالیت‌هایی نظیر احتکار و سوداگری که مستقیماً تحت تأثیر سیاست‌های دولتی هستند پررنگ‌تر می‌شوند.

بنابراین موضوع سوداگری، رانت‌جویی از یک طرف و بی عدالتی و شکاف طبقاتی و فضایی منتج از رویه سوداگرانه در فعالیت‌های موجود در شهرهای نفتی که در واقع از تسلط طبقه سرمایه دار ناشی می‌شود، از جمله پدیده‌هایی است که در شهرهای تحت این نظامها و به ویژه کشورهای نفتی تثبیت شده است. کلان‌شهر تهران از یک طرف به عنوان پایتخت کشور، محل تجمع و تبلور بلافصل مکانیزمهای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... کشور محسوب می‌شود و از طرف دیگر بزرگترین شهر کشور از نظر جمعیت بوده و مرکز اقتصادی کشور به شمار می‌آید. چنین تمرکزی، نشان می‌دهد که تهران همواره تحت تسلط روابط انباشت و گردش سرمایه حاصل از درآمدهای نفتی بوده، به طوری که درآمدهای نفتی بعد از سال ۱۹۷۳ موجب مدرنیزاسیون و ساخت و سازهای جدید در آن شده است. همچنین در شهر تهران تفکیک آشکار شمال و جنوب مشاهده می‌شود که به عنوان ویژگی اصلی ساختار فضایی شهر و شرایط اجتماعی محسوب می‌شود. در ادامه سعی شده به صورت مشخص‌تر، تأثیر اقتصاد نفتی بر جریان سرمایه‌گذاری و رفتارهای سوداگرانه و روابط رانتی در فضای شهری تهران، بر اساس نتایج مطالعات انجام شده در این حوزه، به اختصار تشریح گردد:

- **رابطه تعداد واحدهای خالی به کل واحدهای مناطق و نرخ رشد قیمت زمین مسکونی:** در این خصوص رابطه مستقیم و با سطح اطمینان ۹۹ درصد بین این دو متغیر در شهر تهران شناسایی شده است. این بدین معنی است که با افزایش میزان قیمت هر متر مربع زمین مسکونی، تعداد واحدهای خالی نیز افزایش می‌یابد و به عبارتی مؤلفه سود عامل تعیین کننده این رابطه است.

- **رابطه تخلفات ساختمانی و قیمت زمین مسکونی:** در این خصوص رابطه مستقیم با سطح اطمینان ۹۸ درصد مشاهده شد و بدین معنی است که در مناطق با ارزش بالاتر، تخلفات بیشتری صورت می‌گیرد.

- **رابطه تعداد پروانه‌های ساختمانی صادر شده و قیمت زمین مسکونی:** برای بررسی این موضوع از شاخص پروانه‌های ساختمانی صادره بالای ۵۰۰ متر مربع زیربنا در مناطق شهر تهران استفاده شد. نتایج حاکی از رابطه مستقیم این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹/۸ درصدی است و بدین معنی است که در مناطق با قیمت بالاتر زمین مسکونی، حجم بالاتر ساخت و ساز که سود بیشتری نیز دارند، مشاهده می‌شود.

- **رابطه تراکم ساختمانی و قیمت زمین مسکونی:** بین این دو متغیر نیز رابطه مستقیم با سطح اطمینان ۹۹.۵ درصد مشاهده شد. یعنی در مناطق با ارزش بالاتر زمین، مشاهده بالا بودن تراکم ساختمانی هستیم که یکی از دلایل آن وجود رانت بالاتر در مناطق با ارزش بالاتر زمین مسکونی است. بر مبنای مطالب فوق‌الذکر، از طرفی در پی تمایلات سوداگرانه در تولید فضاهای شهری و از سوی دیگر با توجه به تمرکز سرمایه در اختیار گروه‌های سرمایه دار، بخش عمده رانت ناشی از فعالیت‌های انجام گرفته در فضاهای شهری توسط قشر سرمایه دار جذب می‌شود و در نتیجه شکاف طبقاتی بیشتر می‌شود. این شکاف طبقاتی در شهر تهران خود را به صورت اختلاف فزاینده بین قیمت زمین و ساختمان در شمال و جنوب تهران نشان می‌دهد. در واقع نتها فاصله قابل توجهی بین قیمت زمین و ساختمان در شمال و جنوب تهران وجود داشته و دارد، بلکه این اختلاف به مرور زمان بیشتر نیز شده است. به تبع چنین رویدادی، جنوب شهر تهران محل سکونت اقشار ضعیف‌تر جامعه شده و همین امر در سیکل بعدی، موجب کاهش سودآوری ساخت و ساز در این مناطق شده و دوباره منجر به افزایش فاصله قیمت زمین و ساختمان بین شمال و جنوب می‌شود.

نتیجه چنین تحولاتی در چند دهه گذشته آن است که قطبی شدن حاصل از سود ناشی از انباشت سرمایه‌های نفتی در سطح شهر تهران مدام در حال پررنگ‌تر شدن است. این پدیده موجود در تهران را می‌توان با آنچه هاروی از آن تحت عنوان سلب مالکیت از اقشار ضعیف و انباشت سرمایه می‌نامد، تطبیق داد که انباشت سرمایه توسط اقشار سرمایه دار در نواحی مختلف شهر که سود مورد انتظار در آن وجود دارد، صورت می‌گیرد و در واقع مختصات فضایی شهر، مولد سود برای سیستم سرمایه داری است که جایی برای اقشار با سطوح پایین قدرت در خود نخواهد داشت و اینان رانده شدگان از سیستم گردش سرمایه و سود هستند.

۲-۱- عوامل تقاضا و تأثیر آن بر رونق ساخت و ساز در تهران

یکی از جنبه‌های کلیدی رونق ساخت و ساز در شهر تهران در چند دهه گذشته، بی‌تردید عوامل سمت تقاضا بوده است. در این خصوص در گزارش‌ها و مقالات مختلف به ابعاد مختلف موضوع پرداخته شده و لذا در این بخش از تکرار موضوعات خودداری شده و به شکل بسیار مختصر نتایج حاصله بیان می‌گردد.

در بحث تقاضای مسکن و به طور عمده‌تر تقاضای ساختمان، می‌توان تقاضا را به دو بخش تقاضای واقعی (مصرفی) و تقاضای سوداگری (سرمایه ای) تقسیم نمود. در چند دهه اخیر، به ویژه در دو دهه بعد از انقلاب، بخش ساختمان در شهر تهران با افزایش بسیار زیاد سمت تقاضا مواجه شد. این افزایش تقاضا هم در بخش واقعی و هم در بخش سرمایه‌ای به وقوع پیوست.

در بخش پیشین در خصوص ویژگی‌ها و جذابیت‌های بخش سوداگری ساختمان در شهر تهران به تفصیل صحبت شد. در چند دهه گذشته به واسطه تورم بالا و نیز حاشیه سود مناسب سرمایه‌گذاری سوداگرانه، بخش ساختمان در شهر تهران مورد توجه تقاضای سوداگری در کل کشور قرار گرفت. در این دوره خرید و نگهداری ساختمان در شهر تهران برای همه شهروندان کشور به عنوان یک سرمایه‌گذاری مطمئن و سودآور شناخته شد و همین امر حجم تقاضای بسیار بالایی را روانه بازار مسکن و ساختمان تهران کرد. این تقاضا به واسطه حساسیت بیشتر به سودآوری، عمدتاً در مناطق نیمه شمالی شهر (به ویژه مناطق ۶ و ۳ و ۲ و ۱) و مناطقی جدید در غرب تهران (مانند مناطق ۵ و ۲۲) متمرکز شد.

این دوره دقیقاً دوره‌ای است که نظام بانکی کشور ورودی بزرگ به بازار ساختمان و زمین شهر تهران داشت. به واسطه شرایط تورمی موجود در کشور و بالا بودن نرخ سود سپرده‌های بانکی، سرمایه‌گذاری در زمین و ساختمان یک گزینه کم‌ریسک و سودآور برای بانکها بود تا از این محل هم ریسک سرمایه‌گذاری خود را مدیریت کنند و هم سود مناسب جهت باز پرداخت سود سپرده‌گذاران خود را تأمین نمایند.

بنابراین در این دوره بخش قابل توجهی از حجم تقاضای بخش زمین و ساختمان در شهر تهران، به ویژه در مناطق شمالی و شمال غربی شهر، به تقاضای سرمایه‌ای اختصاص یافت. اما در همین دوره حجم تقاضای مصرفی بسیار بزرگی نیز به بازار وارد شد. تقاضای مصرفی زمین و ساختمان در شهر تهران متأثر از تمرکز سیاسی، اقتصادی و جمعیتی در این شهر ایجاد و از آن مسیر تقویت شد. شهر تهران در چند دهه اخیر، به ویژه دهه‌های ۵۰، ۶۰ و ۷۰، با رشد جمعیت بسیار زیادی مواجه شد. جمعیت شهر از ۴.۵ میلیون نفر در سال ۱۳۵۵ به ۶ میلیون نفر در سال ۱۳۶۵، ۶.۸ میلیون نفر در سال ۱۳۷۵، ۷/۸ میلیون نفر در سال ۱۳۸۵ و ۸/۷ میلیون نفر در سال ۱۳۹۵ رسید. در واقع در این دوره جمعیت شهر تهران بالغ بر ۹۴ درصد رشد کرد. این حجم از افزایش جمعیت، علاوه بر مسکن به بیمارستان، مدرسه، مراکز کار و فعالیت (فضای تجاری و اداری) و مراکز خدماتی نیاز داشتند و بنابراین به منظور پوشش نیازهای چنین جمعیتی، ساخت و ساز در شهر تهران رونق چشم‌گیری یافت.

از سوی دیگر شهر تهران مرکز اقتصادی و سیاسی کشور بوده و هست و از این مسیر نیز حجم بالایی از تقاضا در بخش زمین و ساختمان آن ایجاد می‌شود. سهم استان تهران از تولید ناخالص داخلی کشور با احتساب نفت، از ۲۶.۶ درصد در سال ۱۳۷۹ به ۳۲.۴ درصد در سال ۱۳۸۹ افزایش یافته و در سالهای اخیر به طور متوسط ۲۷/۹ درصد در سال است. همچنین سهم استان تهران از تولید ناخالص داخلی کشور بدون احتساب نفت، از ۲۹.۵ درصد در سال ۱۳۷۹ به ۳۴.۴ درصد در سال ۱۳۸۸ افزایش یافته و در سالهای اخیر به طور متوسط حدود ۲۸/۷ درصد بوده است. این در حالی است که سهم جمعیتی استان از کشور در این دوره کاهش یافته و از ۱۸ درصد به ۱۶ درصد رسیده است. همچنین سهم شهر تهران از تولید ناخالص داخلی استان تهران در این دوره به طور متوسط حدود ۷۰ درصد بوده است. این تمرکز فعالیت‌های اقتصادی در استان و شهر تهران، نیاز به فضای کسب و کار دارند و لذا حجم تقاضای بالایی را روانه بازار زمین و ساختمان شهر می‌کنند.

بنابراین به اختصار می‌توان چنین گفت که بازار زمین و ساختمان شهر تهران در چند دهه اخیر، به واسطه تمرکز بخش قابل توجهی از اقتصاد کشور در این شهر، مرکزیت سیاسی و اقتصادی آن در کشور و افزایش جمعیت آن، با حجم بالایی از تقاضای مصرفی و سرمایه‌ای مواجه شده و این افزایش تقاضا، عمدتاً در مناطق شمالی شهر که حاشیه سود مناسبی ایجاد می‌کنند و نیز مناطقی که قابلیت توسعه بیشتری داشتند (مناطق ۵ و ۲۲) متمرکز شده است. این موضوع به جریان سرمایه‌گذاری در این شهر شکل و جهت داده است.

۳-۱- قانون استقلال مالی شهرداری‌ها

از سال ۱۳۶۲ بر اساس بند ب تبصره ۵۲ ماده ۲ قانون بودجه این سال، شهرداری‌ها از نظر مالی مستقل از دولت شده و موظف به تأمین بودجه خود از مسیرهای تعریف شده در قوانین مربوطه شدند. در بند ب تبصره ۵۲ ماده ۲ قانونی بودجه سال ۱۳۶۲ چنین آمده است:

«ب- دولت موظف است حداکثر ظرف ۶ ماه لایحه‌ای به مجلس تقدیم نماید که به موجب آن شهرداری‌های کشور طی یک برنامه‌ریزی ۳ ساله به خودکفایی کامل برسند.»

تصویب این قانون شروع فصلی جدید در مالیه شهرداری‌های ایران، به ویژه کلانشهرها بود. به واسطه این قانون، شهرداری‌ها موظف شدند صد درصد منابع مالی خود را به صورت مستقل از دولت تأمین نمایند و این آغازی بود بر تمرکز شهرداری‌های کشور بر درآمدهای سهل الوصول ساخت و ساز. البته در کنار این قانون، عواملی دیگری نیز در گرایش به سمت درآمدهای ساخت و ساز در شهرداری‌های کشور تأثیرگذار بوده و تنها نمی‌توان چنین گرایشی را به تصویب قانون مذکور نسبت داد، اما بی تردید این قانونی شروعی برای افزایش سهم ساخت و ساز در درآمدهای شهرداری بود.

شهرداری‌های ایران تا اواخر دهه ۱۳۵۰ از شیوه‌های سنتی تأمین مالی (متکی بر بودجه دولت مرکزی) استفاده می‌کردند. سهم کمکهای دولتی در سالهای قبل از ۱۳۶۲ سیر صعودی داشت. ولی بر اساس طرح خودکفایی شهرداری‌ها در سال ۱۳۶۲، مقرر گردید شهرداری‌ها طی یک برنامه‌ریزی سه ساله به خود کفایی برسند. از آن پس سهم کمکهای دولتی کاهش یافت.

همزمان با اعمال سیاست خودکفایی، شهرداری‌ها جهت تأمین هزینه‌های خود به شیوه‌های مختلفی متوسل شدند که مهمترین آنها وضع عوارض جدید یا گسترش عوارض موجود بود، مانند عوارض ساختمانها، فروش تراکم، جریمه تغییر کاربری اراضی، جریمه افزایش تعداد طبقات ساختمان، جریمه حذف پارکینگ از ساختمان و جریمه کمپسون ماده صد یا تخلفات ساختمانی. به همین دلیل شهرداری‌ها به تدریج به درآمدهای ناپایدار و ناسالم متوسط شدند، بدون آنکه به تبعات سوء این درآمدها توجه کنند. این مسئله در شهر تهران شدیدتر از سایر شهرهای کشور اتفاق افتاد و به ناپایداری نظام درآمدی و تأمین مالی شهر تهران روز به روز بیشتر دامن زد.

۲- جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران

در بخش قبل عوامل کلان تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران در چند دهه

گذشته مورد بررسی قرار گرفتند. اشاره شد که سرمایه‌گذاری در شهر تهران متأثر از اتکای اقتصاد کشور به نفت در حدود شش دهه گذشته سبب شد تا شهرسازی در این شهر با ساز و کارهای سرمایه داری گره خورده و به سمت تولید فضا و ایجاد سرمایه‌های ثابت سوق داده شود. از سوی دیگر در قانون بودجه سال ۱۳۶۲، شهرداری‌ها موظف شدند تا به خودکفایی مالی دست یابند و از بودجه دولت مستقل شوند. در چنین شرایطی شهرداری‌های به سمت درآمدهای سهل الوصول حاصل از ساخت و ساز گرایش پیدا کردند. در این حین، به واسطه افزایش شدید حجم تقاضای سرمایه‌ای و مصرفی در شهر تهران، ساخت و ساز در این شهر بسیار رونق یافت. از یک سو افزایش شدید جمعیت شهر و از سوی دیگر تمرکز اقتصاد کشور در شهر تهران، حجم تقاضای مصرفی بالایی را برای مسکن و فضاهای کار و فعالیت و خدمات روانه بازار تهران کرد و از سوی دیگر به واسطه اقتصاد تورمی ناشی از رانت نفت، بخش ساخت و ساز در تهران به جذاب‌ترین محل در کشور برای ارضای تقاضای سوداگرایی شد.

سه عامل فوق‌الذکر نشان می‌داد که سرمایه‌گذاری در بخش ساخت و ساز شهر تهران، یک کسب و کار پر سود و کم ریسک است و همین مسئله بر رونق این کسب و کار دامن زد. اما مسلماً رونق ساخت و ساز در تهران، در همه مناطق این شهر یکسان نبود و برخی مناطق پر رونق‌تر و پر سودتر از سایر مناطق بودند. حال سوال اینجاست که چه مناطقی در حوزه ساخت و ساز، پر رونق‌تر و پر سودتر سایر مناطق بودند؟

در پاسخ به این سوال باید گفت که مناطقی یکی یا هر دو ویژگی زیر را داشتند، حاشیه سود ساخت و ساز در آنها بیشتر بود و بنابراین بیشتر مورد توجه قرار می‌گرفتند:

الف- مناطقی که قیمت زمین در آنها بالا بود، در نتیجه قیمت ساختمان نیز در آنها بالا خواهد بود

ب- مناطقی که اراضی مناسبی برای توسعه در اختیار داشتند

در واقع مناطقی که در آنها قیمت زمین بالا بود، به تبع آن ساختمان نیز در آنها به میزان قابل توجهی با قیمت بالا قیمتگذاری می‌شد و در نتیجه حاشیه سود در آنها بالاتر بود. از قضا این مناطق، محل اسکان اقشار پر درآمدتر شهر بودند و بنابراین سرعت خرید و فروش نیز در آنها بالاتر بود و جریان چرخش سرمایه سریعتر اتفاق می‌افتاد. این مناطق همچنین به دلیل رشد قیمتی مناسب، مورد توجه تقاضای سرمایه‌ای نیز قرار می‌گرفت و از این محل نیز تقویت می‌شد. بنابراین مناطق شمالی تهران، به ویژه مناطق شش، سه، دو و یک به شدت مورد توجه فعالین

صنعت ساختمان بودند.

از طرف دیگر اگر در میان مناطق شهر تهران، مناطقی یافت می‌شد که هر چند جزء گرانترین مناطق تهران نبودند و از نظر قیمتی پس از این مناطق گران قرار می‌گرفتند، اما اراضی قابل توسعه زیادی داشتند، این مناطق نیز برای ساخت و ساز بسیار جذاب بودند. علت جذابیت این مناطق در مقیاس ساخت و ساز بود. ساخت و ساز در این مناطق هر چند حاشیه سود کمتری نسبت به مناطق گران‌تر داشت، اما به دلیل آنکه در اراضی توسعه نیافته و خالی اتفاق می‌افتاد، حجم ساخت و ساز در آنها بیشتر بود و از این نظر با وجود حاشیه سود کمتر، میزان سود بیشتری را ایجاد می‌کردند. بنابراین بر این اساس ساخت و ساز در مناطق شمال غربی تهران، ابتدا در منطقه پنج، و سپس در منطقه بیست و دو، به شدت گسترش یافت.

بر این اساس، عوامل کلان مورد بررسی قرار گرفته، جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران را به سمت شمال و شمالی غرب شهر ایجاد کرده و توسعه دادند.

تصویر ۶- جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران متأثر از عوامل کلان



۳- تبعات جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران

جریان سرمایه‌گذاری شکل گرفته در شهر تهران در چند دهه گذشته با محوریت ساخت و ساز انواع ساختمان و با تمرکز بر مناطق شمالی و شمال غربی تهران، تبعات مختلف اقتصادی و اجتماعی برای این شهر به ارمغان آورده است. پیش از ورود به بررسی تبعات اقتصادی و اجتماعی جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران باید به دو نکته مهم اشاره کرد که در واقع تأثیر این جریان سرمایه‌گذاری بر

مالیه شهری تهران و تأثیر آن بر مفهوم سرمایه‌گذاری است. جریان سرمایه‌گذاری ساخت و ساز محور در شهر تهران، مالیه شهری تهران را به شدت به درآمدهای سهل الوصول ساخت و ساز وابسته کرد. این وابستگی به گونه‌ای اتفاق افتاد که انگار در ذهن مدیران شهری، چنین درآمدهایی برای همیشه وجود خواهد داشت. در واقع وفور درآمدهای ساخت و ساز و کسب کم زحمت آن سبب می‌شد با وجود علم به ناپایداری این درآمدها، در عمل به شکل درآمدهای پایدار به آنها نگریسته شود و هر سال بیشتر از سال قبل روی آنها حساب باز شود.

این نوع نگاه دو ایراد عمده داشت. ایراد اول آن بود که به واسطه درآمدهای سهل الوصول ساخت و ساز، مدیریت شهری توجه کمتری به سایر ردیفهای درآمدی که اغلب در گروه درآمدهای پایدار نیز بودند، اختصاص می‌دادند. به عبارت دیگر درآمدهای ساخت و ساز به نوعی برای شهرداری تهران، ماهیت درآمد نفت برای دولت را یافته بود و بیماری هلندی را برای شهرداری تهران ایجاد کرده بود. وجود این درآمدها، جذابیت سایر ردیفهای درآمدی که کسب آنها نیاز به برنامه‌ریزی و تلاش بیشتری داشت را از جلوی چشم مدیریت شهری دور می‌کرد.

ایراد دوم این نوع نگاه، مربوط به عدم توجه مدیریت شهری به ماهیت درآمدهای ساخت و ساز بود. در واقع درآمدهای ساخت و ساز که از محل فروش تراکم و تغییر کاربریها بدست می‌آمد، به نوعی حاصل فروش دارایی‌های شهر بود. به عبارت دیگر شهرداری تهران با فروش تراکم، تعهداتی را برای تأمین زیرساخت و ارائه خدمات در آینده به هر ساختمان می‌سپرد که منابع آن را صرف هزینه‌های جاری خود می‌کرد. بر مبنای اصول اولیه کسب و کار و سرمایه‌گذاری، منابع حاصل از فروش دارایی، باید از طریق سرمایه‌گذاری تبدیل به دارایی دیگری گردد تا در بلند مدت سازمان با مشکل مالی مواجه نشود. اما تصور دائمی بودن درآمدهای ساخت و ساز، سبب شد تا این منابع درآمدی بجای سرمایه‌گذاری مجدد با هدف تأمین مالی زیرساخت‌ها و خدماتی که در آینده باید به ساختمانهای جدید ارائه گردد، صرف هزینه‌های جاری شد. مانند دولت که سالها درآمدهای نفتی خود را صرف بودجه جاری کرده و حال در تأمین مالی خود با مشکلات بسیار جدی مواجه است.

جریان سرمایه‌گذاری مطرح شده در شهر تهران یک مسئله مهم دیگر را نیز ایجاد کرد و آن تغییر ماهیت سرمایه‌گذاری و تغییر تعریف سرمایه‌گذار بود. سود حاصل از ساخت و ساز و شرایط تورمی موجود در کشور سبب شد تا تنها پارامتر مورد نیاز برای ورود به حوزه ساخت و ساز، در اختیار داشتن سرمایه باشد. چهار دهه

گذشته مملو از بساز بفروش‌هایی است که اطلاعات بسیار اندکی در خصوص ساختمان و مسائل تخصصی آن داشتند. در واقع در این دوره ماهیت سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذار از شخص یا مجموعه‌ای که علاوه بر توان مالی، توان تخصصی، اجرایی و مدیریتی مورد نیاز جهت ورود به حوزه کسب و کار ساختمان‌سازی را دارد، به شخص یا مجموعه تبدیل شد که فقط سرمایه لازم را برای ورود به چنین کسب و کاری در اختیار دارد. به عبارت دیگر، ماهیت سرمایه‌گذاری در صنعت ساختمان ایران به ساخت و فروش تبدیل شد. پس از این مقدمه کوتاه، در ادامه تبعات اقتصادی و اجتماعی جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران مورد بررسی بسیار کوتاهی قرار گرفته است.

۳-۱- الگوی فضایی نابرابری توسعه در تهران و مناطق آن

شهر تهران در یک قرن گذشته شاهد دو روند موازی رشد سریع و چند جانبه فضایی و اجتماعی و جدایی فزاینده طبقاتی بوده است. روند اول شامل افزایش جمعیت، گسترش فیزیکی، تمرکز نهاد و مدیریت متمرکز، و روند دوم شامل انباشت سریع ثروت و سرمایه توسط لایه نازکی از گروه‌های جمعیت و فقر اکثریت و جدایی فضایی طبقات اجتماعی است. فضای طبیعی محل استقرار تهران، بر کیفیت فضایی شهر تهران تاثیر مهمی گذاشته است. به گونه‌ای که از نظر چشم‌انداز طبیعی و اجتماعی، برتری خاصی به شمال بخشیده است. از اوایل قرن نوزدهم میلادی با افزایش دلالت زمین و توسعه شهر، دو قطبی شدن شهر پایه ریزی شد و این وضعیت با وارد شدن کشور به عرصه سرمایه داری جهانی و تحول ساختار اجتماعی همچنان ادامه داشت.

در دومین مرحله تحول شهر (۱۳۲۰-۱۳۱۰)، با لایه‌بندی اجتماعی، فرایند دو قطبی شدن شتاب بیش‌تری گرفت. در هر دو مرحله، دولت به دلیل حمایت اجتماعی و اقتصادی بازار جدید نقش اساسی داشت. این ناهماهنگی فضایی بوسیله رشته‌ای از فعالیت‌ها رشد کرد و به بازار تولید تبدیل شد. به گونه‌ای که ساز و کار قیمت‌گذاری زمین‌ها و ملک‌ها، تفاوت مناطق شهری را نهادینه کرد. به این معنا که ناهماهنگی فضایی از ابتدا با بازتولید ناهماهنگی اجتماعی، رابطه تنگاتنگی داشته است.

ناهماهنگی فضایی و اجتماعی بین شمال و جنوب تهران، به عنوان ویژگی اصلی ساختار فضایی همچنان پس از وقوع انقلاب اسلامی و جنگ ادامه دارد، به‌طوری که ناهماهنگی فضایی- اجتماعی به روشنی در سطح شهر دیده می‌شود. الگوی جداسازی شمال- جنوب تهران، بازتاب لایه‌بندی درآمدهای جامعه‌ای است که در آن مناسبات به طور فزاینده بر اساس دسترسی افراد به پول تعریف می‌شود. برای تحلیل فضایی و نشان دادن ناهمگونی‌های فضایی مناطق ۲۲ گانه

کلان‌شهر تهران مقاله‌ای توسط مجتبی رفیعیان تهیه شده است؛ که با تلفیق ضرایب اهمیت هر معیار در داده‌های استاندارد شده، امتیاز هر یک از مناطق در بخش‌های مختلف و امتیاز نهایی را محاسبه نموده است. بر اساس تحلیل خوشه‌ای، مناطق شهر تهران در موضوعات مختلف به شرح زیر رده‌بندی شدند: در این مقاله برای گروه‌بندی مناطق مختلف شهر تهران، به لحاظ آموزش از شاخص‌های میزان باسوادی جمعیت ۶ ساله و بیش‌تر، درصد باسوادان دارای تحصیلات عالی و سرانه کاربری فضای آموزشی استفاده شد و مناطق تهران در ۵ سطح مطابق جدول زیر رده‌بندی شدند. به لحاظ آموزش، افتراق فضایی بین مناطق واقع در نیمه جنوبی و شمالی تهران به خوبی آشکار است؛ به طوری که مناطق شمالی در سطح اول و دوم توسعه و مناطق جنوبی در سطح سوم و چهارم و پنجم قرار دارند.

جدول ۳- رتبه‌بندی مناطق شهر تهران در بخش‌های مختلف بر اساس شاخص‌های توسعه

رتبه	نهایی	زیرساخت‌ها	محیط زیست	دسترسی به اطلاعات	اشتغال	جمعیتی	مسکن	آموزش	منطقه
۳	۰.۷۳۵	۰.۰۳۴	۰.۰۵۸	۰.۰۵۱	۰.۲۶۱	۰.۱۱۹	۰.۰۷۳	۰.۱۳۸	۱
۴	۰.۷۰۷	۰.۰۴۹	۰.۰۰۵	۰.۰۰۵	۰.۲۴۳	۰.۱۱۳	۰.۰۷۶	۰.۱۲۶	۲
۱	۰.۷۹۷	۰.۰۳۷	۰.۰۴۵	۰.۰۵۵	۰.۲۶۹	۰.۱۲۸	۰.۰۸۷	۰.۱۷۷	۳
۱۱	۰.۴۴۷	۰.۰۴۳	۰.۰۱۸	۰.۰۲۷	۰.۱۵۱	۰.۰۹۴	۰.۰۴۷	۰.۰۶۷	۴
۵	۰.۶۱۱	۰.۰۳۶	۰.۰۲۸	۰.۰۴۲	۰.۲۲	۰.۱۰۹	۰.۰۶۲	۰.۱۱۴	۵
۲	۰.۷۷۷	۰.۰۳۹	۰.۰۵۴	۰.۰۰۵	۰.۳	۰.۱۱۱	۰.۰۷۶	۰.۱۴۷	۶
۶	۰.۵۶۱	۰.۰۴۲	۰.۰۱۵	۰.۰۲۹	۰.۲۲۷	۰.۱۰۷	۰.۰۵۷	۰.۰۸۴	۷
۸	۰.۴۸	۰.۰۵۲	۰.۰۱۴	۰.۰۲۶	۰.۱۸۸	۰.۰۸۲	۰.۰۵۲	۰.۰۶۶	۸
۱۸	۰.۳۷۳	۰.۰۴۹	۰.۰۰۱	۰.۰۱۳	۰.۱۴	۰.۰۹۵	۰.۰۲۲	۰.۰۴۴	۹
۱۲	۰.۴۲۳	۰.۰۴۴	۰.۰۲۸	۰.۰۱۲	۰.۱۸۶	۰.۰۶۷	۰.۰۴۵	۰.۰۴۲	۱۰
۷	۰.۵۰۴	۰.۰۴۶	۰.۰۳۳	۰.۰۰۲	۰.۲۰	۰.۰۹۲	۰.۰۴۶	۰.۰۶۷	۱۱
۱۴	۰.۴۱	۰.۰۳۳	۰.۰۲۹	۰.۰۱۴	۰.۱۵	۰.۰۸۹	۰.۰۳۴	۰.۰۰۶	۱۲
۹	۰.۴۷۹	۰.۰۰۴	۰.۰۱۱	۰.۰۲۳	۰.۲۰۲	۰.۰۸۶	۰.۰۵۲	۰.۰۶۵	۱۳
۱۶	۰.۴۰۴	۰.۰۵۲	۰.۰۲۲	۰.۰۱۴	۰.۱۶۳	۰.۰۵۵	۰.۰۴۵	۰.۰۵۴	۱۴
۲۲	۰.۲۲۳	۰.۰۴۷	۰.۰۲۱	۰.۰۰۱	۰.۰۵۸	۰.۰۴۸	۰.۰۲۳	۰.۰۲۶	۱۵
۱۳	۰.۴۱۶	۰.۰۴۷	۰.۰۸۵	۰.۰۰۲	۰.۱۰	۰.۰۶۷	۰.۰۳۳	۰.۰۸۲	۱۶
۲۱	۰.۲۳۳	۰.۰۴۴	۰.۰۸۹	۰.۰۰	۰.۰۳۴	۰.۰۳۵	۰.۰۱۴	۰.۰۱۶	۱۷
۱۹	۰.۳۲۲	۰.۰۴۶	۰.۰۵۵	۰.۰۰۲	۰.۰۳۱	۰.۰۷۱	۰.۰۱۸	۰.۰۹۸	۱۸
۲۰	۰.۲۸۳	۰.۰۴۶	۰.۰۰۹	۰.۰۰۲	۰.۰۵۵	۰.۰۵۲	۰.۰۱۹	۰.۰۱۹	۱۹
۱۷	۰.۳۹۷	۰.۰۴۶	۰.۰۸۵	۰.۰۰۷	۰.۱۱۶	۰.۰۰۶	۰.۰۳۲	۰.۰۵۲	۲۰
۱۰	۰.۴۷۱	۰.۰۵۱	۰.۰۱۵	۰.۰۲۵	۰.۱۴	۰.۰۸۷	۰.۰۵۳	۰.۰۹۹	۲۱
۱۵	۰.۴۰۷	۰.۰۰۶	۰.۰۲۵	۰.۰۲۷	۰.۱۲۸	۰.۰۹۷	۰.۰۳۸	۰.۰۸۷	۲۲

همچنین در مقاله‌ای که اکبر احمدی و اسفندیار جهانگرد در سال ۱۳۹۹ تحت عنوان «رتبه‌بندی محلات شهر تهران از نظر سطح برخورداری و کیفیت زندگی» تدوین کرده‌اند که جزییات معیارها به شرح زیر است:

جدول ۴- معیارهای پیمایش شده در رتبه‌بندی سطح برخورداری مناطق شهر تهران

ردیف	گروه	تعداد شاخص‌ها
۱	جمعیت و مشارکت اجتماعی	۱۰
۲	اقتصاد محله	۶
۳	فرهنگ، هویت و حس تعلق محله‌ای	۸
۴	حکمرانی، مدیریت شهری و امنیت اجتماعی	۱۳
۵	محیط زیست محله	۱۰
۶	شهرسازی و امکانات کالبدی	۱۰
۷	اماکن ورزشی، تفریحی و فرهنگی	۵
۸	کیفیت جابجایی و معابر در محله	۳

در این مقاله در نهایت از طریق بررسی اطلاعات میدانی بدست آمده، مناطق ۲۲ گانه به ترتیب در ۴ سطح توسعه یافته، متوسط، کم‌برخوردار و نیازمند مداخله طبقه‌بندی شده‌اند که جزییات نمره مناطق به شرح زیر است:

جدول ۵- رتبه‌بندی مناطق مختلف تهران و خوشه‌بندی آنها در زمینه توسعه یافتگی

منطقه	وضعیت برخورداری	نمره ارزیابی
منطقه ۲	توسعه یافته	۰.۵۳۴۸۰
منطقه ۱	توسعه یافته	۰.۵۳۳۷۲
منطقه ۶	توسعه یافته	۰.۵۳۲۶۶
منطقه ۲۲	توسعه یافته	۰.۵۲۰۹۴
منطقه ۳	توسعه یافته	۰.۵۱۲۱۷
منطقه ۲۱	متوسط	۰.۴۹۱۰۳
منطقه ۵	متوسط	۰.۴۸۸۱۴
منطقه ۸	متوسط	۰.۴۸۱۶۲
منطقه ۱۳	متوسط	۰.۴۶۹۵۱
منطقه ۲۰	متوسط	۰.۴۶۹۱۴
منطقه ۴	متوسط	۰.۴۶۴۶۱
منطقه ۷	کم برخوردار	۰.۴۵۲۷۶

منطقه ۱۶	کم برخوردار	۰.۴۴۶۱۲
منطقه ۱۹	کم برخوردار	۰.۴۴۲۲۲
منطقه ۱۴	کم برخوردار	۰.۴۲۹۳۶
منطقه ۱۱	کم برخوردار	۰.۴۲۵۷۰
منطقه ۱۲	کم برخوردار	۰.۴۲۳۲۴
منطقه ۱۵	کم برخوردار	۰.۴۱۹۸۵
منطقه ۹	کم برخوردار	۰.۴۱۹۵۹
منطقه ۱۷	نیازمند مداخله	۰.۴۰۹۵۴
منطقه ۱۰	نیازمند مداخله	۰.۴۰۷۶۱
منطقه ۱۸	نیازمند مداخله	۰.۴۰۱۵۴

همانگونه که ملاحظه می‌شود وضعیت مناطق به شرح زیر طبقه‌بندی می‌گردد:

- **مناطق توسعه یافته:** به ترتیب شامل مناطق ۲ و ۱ و ۶ و ۲۲ و ۳
- **مناطق متوسط:** به ترتیب شامل مناطق ۲۱ و ۵ و ۸ و ۱۳ و ۲۰ و ۴
- **مناطق کم برخوردار:** به ترتیب شامل مناطق ۷ و ۱۶ و ۱۹ و ۱۴ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۵ و ۹
- **مناطق نیازمند مداخله:** به ترتیب شامل مناطق ۱۷ و ۱۰ و ۱۸

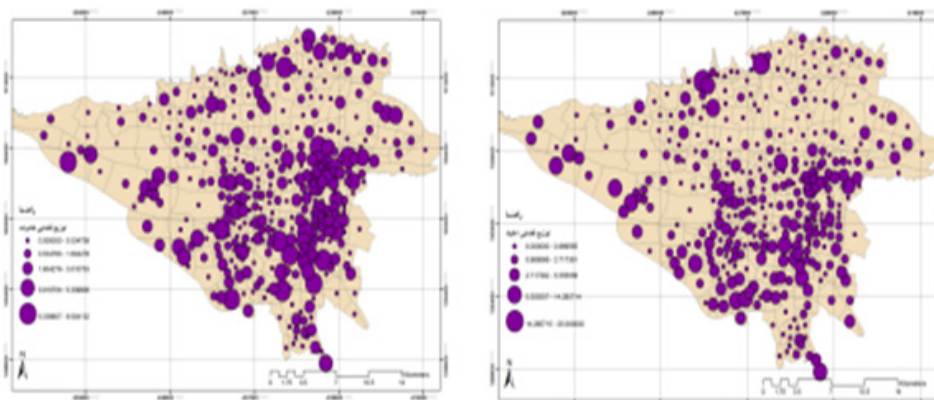
همچنین در مطالعه دیگری تحت عنوان «توزیع فضایی خدمات شهری و نقش آن در توسعه پایدار شهر مطالعه موردی شهر تهران» که در سال ۱۳۹۷ توسط نفیسه مرصوصی و کاظم خزایی تدوین شده است، در نهایت توزیع مجموع خدمات شهری (شامل فضای سبز، آموزشی، بهداشتی، درمانی، ورزشی، فرهنگی، اداری، تفریحی و) در سطح مناطق شهر تهران در سه خوشه پایدار، نیمه پایدار و ناپایدار طبقه‌بندی شده که ۵ منطقه ۹، ۲۱، ۷، ۱۷ و ۱۰ در خوشه ناپایدار واقع شده‌اند. جزییات بیشتر در تصویر زیر ارائه شده است. در این میان مناطق ۱۰ و ۱۷ در بین مناطق شهر تهران دارای بیشترین ناپایداری بوده‌اند.

وجود مناطق محروم و توسعه نیافته نشان دهنده نابرابری فضایی و بی‌عدالتی و همچنین بیانگر این واقعیت است که جمعیت شهری سریع‌تر از آنکه دولت بتواند زیرساخت‌های لازم برای آن را بسازد، در حال رشد است. از این‌رو نتایج بیانگر نابرابری فضایی و منطقه‌ای در شهر تهران است. مناطق کمتر توسعه یافته و توسعه نیافته بیشتر در جنوب و جنوب شرقی شهر هستند، مناطق متوسط و نسبتاً توسعه یافته در مرکز و غرب شهر تهران قرار دارند و مناطق توسعه یافته (برخوردار) در شمال شهر واقع شده‌اند.

۲-۳- توزیع فضایی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران

با توجه به ساختار فضایی طبقه اجتماعی و نیز الگوی فضایی پراکنش پهنه ثروتمند و فقیر نشین در شهر تهران، می‌توان گفت فقر و تفرق یکی از محرک‌های تمرکز انواع آسیب‌های اجتماعی در محلات فقیر نشین است. اما گاه پدیده‌هایی چون کودکان کار، به جهت الگوی مرتبط ساختار فضایی، یعنی عمدتاً چهارراه‌ها و به ویژه در مناطق نسبتاً ثروتمند نشین، ساختار فضایی متفاوتی را نشان می‌دهد. قطعاً نباید از نظر دور داشت که بخش قابل توجهی از آسیب‌های اجتماعی متمرکز و تشدید شده در شهر بزرگی چون تهران نه زاییده خویش بلکه تحمیل شده به آن است. به واقع الگوی وارداتی شهر نشینی و نیز اقتصاد شبه مدرن مونتازری خود محرک اصلی سرریز مشکلات متعدد، از جمله آسیب‌های اجتماعی در چنین شهری است. یکی از فرایندهایی که اثر دو سویه در تشدید یکدیگر دارند، آسیب‌های اجتماعی است. بر اساس آنچه در تصاویر ذیل به نمایش درآمده است، انواع آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران در گره‌گاه فضایی مشخص تمرکز دارد. در تصاویر زیر که برگرفته از مقاله آزاده عظیمی تحت عنوان «تحلیل برهم کنش‌های ساختار فضایی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران» انجام شده می‌توان به راحتی نوعی الگوی فضایی یکسان را در دو آسیب اجتماعی، یعنی اعتیاد و خشونت ملاحظه کرد.

تصویر ۸- توزیع فضایی اعتیاد و خشونت در شهر تهران

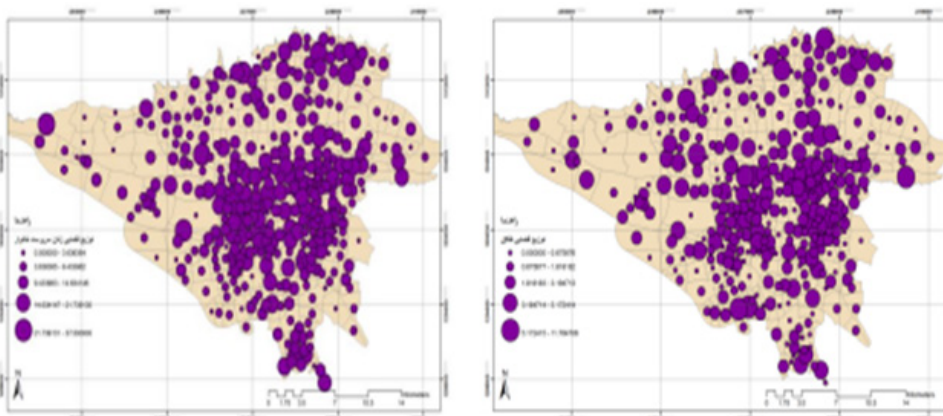


توزیع فضایی خشونت در سطح تهران

توزیع فضایی اعتیاد در شهر تهران

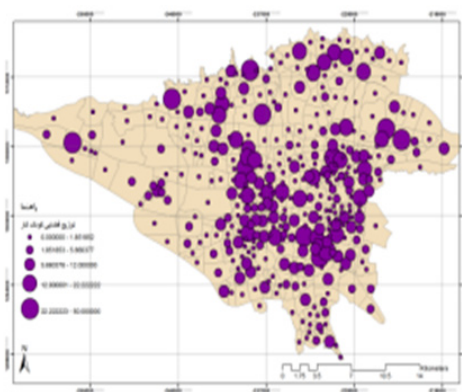
در خصوص توزیع فضایی طلاق و نیز زنان سرپرست خانوار می‌توان الگوهایی مشابه را در پهنه محلات شهر تهران ملاحظه کرد. به واقع اثرگذاری و اثرپذیری این دو پدیده، به جهت قرار گرفتن در یک آسیب اجتماعی، الگویی واحد به تصویر می‌کشد. با کنار هم قرار دادن الگوی فضایی کودک کار، به وضوح می‌توان اثرگذاری آسیب‌های اجتماعی بر یکدیگر را ملاحظه کرد. در بسیاری از موارد آسیب‌های اجتماعی محرک بروز و ظهور دو آسیب اجتماعی دیگر یعنی زنان سرپرست خانوار و کودک کار است. البته گفتنی است لزوماً آسیب‌هایی چون زنان سرپرست خانوار و کودک کار محصول طلاق نیستند. گاه عللی دیگر مسبب ایجاد چنین آسیب‌هایی است چنانکه در تصاویر زیر بروز خارج از قاعده در برخی از محلات حاکی از این ادعا است.

تصویر ۹- توزیع فضایی طلاق و زنان سرپرست خانوار در شهر تهران



توزیع فضایی زنان سرپرست خانوار

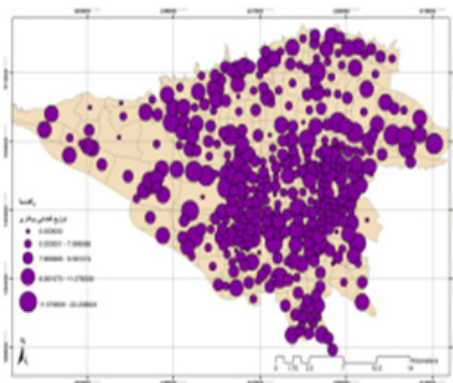
توزیع فضایی طلاق در شهر تهران



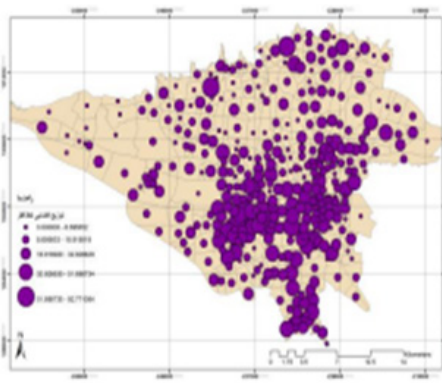
توزیع فضایی کودک کار در شهر تهران

در خصوص تصاویر زیر دو پدیده اجتماعی و اقتصادی یعنی خط فقر و بیکاری، به تصویر کشیده شده است. در خصوص خط فقر، ضمن اینکه می‌توان آن را به جهت ارتباط با درآمد از شاخص‌های اقتصادی دانست، از منظر ارتباط آن با طبقه اجتماعی و ابعاد اثرگذاری آن بر انواع آسیب اجتماعی چون دزدی، پخش و توزیع مواد مخدر، آدم‌ربایی، ضرب و جرح و ... می‌توان آن را در دسته آسیب‌های اجتماعی نیز قرار داد؛ چنانکه بیکاری را یکی از هراس‌آورترین مشکلات اقتصاد یک کشور دانست و بی‌گمان ریشه بسیاری از معضلات اجتماعی و حتی سیاسی را نیز باید در همین عارضه ملی جست و جو کرد.

تصویر ۱۰- توزیع فضایی خط فقر و بیکاری در شهر تهران



توزیع فضایی بیکاری در شهر تهران

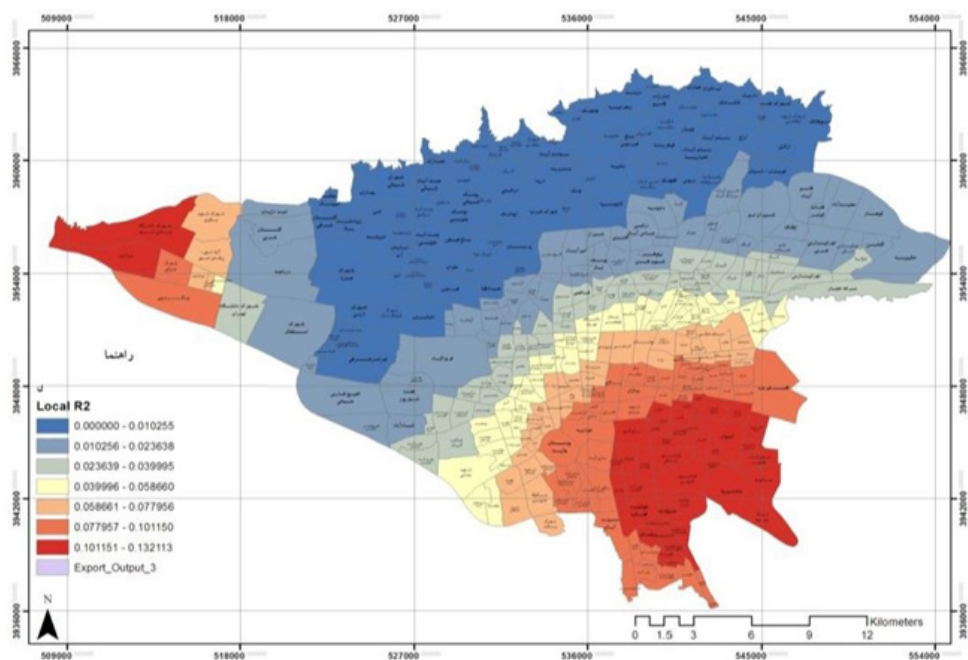


توزیع فضایی خط فقر در شهر تهران

با کنار هم قرار دادن آنچه در تصاویر فوق بررسی شد و داده‌های مرتبط با کیفیت زندگی، می‌توان کنش متقابل و برون‌داد سیستمی مطرح شده را

روی هم ملاحظه کرد. بر مبنای یافته‌های حاتمی‌نژاد و همکارانش، بالاترین امتیازها در مولفه مسکن و مهارت مربوط به نیمه‌های شمالی شهر تهران است. خانوارهای ساکن در نواحی شمال شهر تهران از کیفیت مسکن مناسب‌تر و مهارت بالاتری در مقایسه با سایر نواحی شهر برخوردارند. در مورد مولفه دسترسی به خدمات عمومی با دور شدن از مرکز شهر بصورت شعاعی میزان دسترسی به خدمات کاهش می‌یابد و تمرکز خدمات و قطب‌گرایی خدماتی در مرکز شهر تهران، وضعیت مطلوبی را به لحاظ دسترسی به خدمات عمومی برای ساکنان نواحی مرکزی شهر فراهم آورده‌است؛ در حالی که در مولفه کیفیت محیطی، پایین‌ترین میزان کیفیت مربوط به نواحی مرکزی شهر تهران است که با دور شدن از مرکز به صورت شعاعی، مطلوبیت محیطی افزایش می‌یابد. این یافته‌ها موید این موضوع است که گسست فضایی عناصر عینی در شهر با ماتریس فضایی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران همبستگی دارد. در تصویر زیر با ترکیب انواع آسیب‌های اجتماعی، پهنه‌بندی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران استخراج شده است.

تصویر ۱۱- پهنه‌بندی آسیب‌های اجتماعی در شهر تهران



۳-۳- تحلیل فقر در سطح شهر تهران

فقر مقوله‌ای است جهانی که هم کشورهای در حال توسعه و هم کشورهای توسعه یافته نسبت به آن نگرانی داشته و برای کاهش آن تلاش می‌کنند. علاوه بر این سازمان‌های بین‌المللی نیز برای کاهش فقر به کشورها، کمک‌های فنی و مادی ارائه می‌دهند. امروزه تعاریف و مفاهیم متعددی از فقر وجود دارد که با توجه به شاخص‌های متعدد ارائه شده برای سنجش آن، در این گزارش سعی شده است با استناد به فقر چند بعدی که در آن از شاخص‌ها و معیارهای مختلفی استفاده شده، به بررسی آن در سطح شهر تهران پرداخته شود. با توجه به اینکه هدف، محاسبه فقر چندبعدی تهران است، در این بخش ضمن مقایسه تهران با کل کشور در فقر درآمدی و ابعاد فقر چند بعدی، در نهایت درصد خانوارهای فقیر در هرکدام از ابعاد فقر مشخص خواهد شد.

در این زمینه فقر چند بعدی، فقر را در ابعاد مختلف را بررسی می‌کند. در ادامه شاخص‌ها و مؤلفه‌های مورد استفاده ابعاد فقر چند بعدی برای تهران ارائه می‌شود. با استفاده از فایل خام داده‌های طرح آمارگیری از هزینه و درآمد خانوار شهری و روستایی سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، محاسبات شاخص فقر چندبعدی برای تهران و کل ایران انجام شده است.

جدول ۶- معیارهای فقر چند بعدی

شاخص	مؤلفه
سلامت	سوء تغذیه
	برخوردار نبودن از بیمه درمان
آموزش	خانوارهای دارای عضو کمتر از پنج سال تحصیل
	خانوارهای دارای کودک شش تا ۱۸ سال کمتر از هشت کلاس سواد (متناسب با سن)
مسکن	مصالح بی‌دوام
	سطح زیربنای کمتر از ۱۶ متر مربع
	دسترسی نداشتن به آشپزخانه
استانداردهای زندگی	دسترسی نداشتن به آب و برق
	نداشتن حمام
	نداشتن دارایی مانند اتوموبیل و دوچرخه و ...
	نوع سوخت خانوار برای پخت و پز
	سرپرست بیکار
اشتغال	نداشتن بیمه اجتماعی

بعد سلامت دارای دو معیار تغذیه و مرگ و میر کودکان است. در این بعد فرد و خانوار از نظر تغذیه زمانی محروم تلقی می‌شوند که عضوی از خانواده سوءتغذیه داشته باشد. به این منظور برای کودکان از شاخص وزن در برابر سن و برای

بزرگسالان از شاخص توده بدن استفاده می‌شود. معیار دوم در بعد سلامت مرگ و میر کودک در خانوار است. در صورتیکه حداقل یک کودک در خانواده فوت کرده باشد، همه اعضای خانواده محروم در نظر گرفته می‌شوند. نتایج جدول نشان می‌دهد که ۳۲ درصد از خانوارهای تهرانی در بعد سلامت آسیب‌پذیر هستند. این در حالی است که در کل کشور ۳۵ درصد در بعد سلامت فقیر هستند. شدت فقر به نحوی است که ۲۷ درصد خانوارها فقط در یک بعد فقیر هستند و پنج درصد خانوارها در هر دو بعد فقیر هستند.

جدول ۷- فقر از بعد سلامت در کشور و تهران (درصد)

تهران	کل کشور	بعد سلامت
۶۸	۶۴	بدون آسیب‌پذیری
۲۷	۳۱	آسیب‌پذیر در یک بعد
۵	۵	آسیب‌پذیر در دو بعد
۱۰	—	سوء تغذیه
۱۸.۹	—	دسترسی نداشتن به بیمه سلامت

در بعد آموزش دو شاخص برای سنجش فقر در نظر گرفته شده است. بر همین اساس گفته می‌شود خانوارهایی که اعضای آنها بیشتر از پنج سال تحصیل نکرده‌اند یا دارای کودک شش تا ۱۸ سال با کمتر از هشت سال سواد (متناسب با سن باشد)، به فقر آموزشی مبتلا هستند. نتایج جدول نشان می‌دهد کمتر از یک درصد تهرانی‌ها فقر آموزشی دارند که در مقایسه با کشور (۱.۵ درصد) وضعیت بهتری است. بنابراین در بعد آموزش در تهران فقر چندانی وجود ندارد.

جدول ۸- فقر از بعد آموزش در کشور و تهران (درصد)

تهران	کل کشور	بعد آموزش
۹۹.۱	۹۸.۵	بدون آسیب‌پذیری
۰.۸۵	۱.۵	آسیب‌پذیر در یک بعد
۰.۰۹	۰.۰۵	آسیب‌پذیر در هر دو بعد

در سنجش فقر در بعد مسکن از دو شاخص مصالح بی‌دوام و سطح زیربنای کمتر از ۱۶ متر مربع استفاده شده است. به این معنا که کودکان در خانوارهایی که منزل آنها مصالح بی‌دوام داشته و سطح زیربنایی کمتر از ۱۶ مترمربع دارند

دچار فقر مسکن هستند. یافته‌ها در جدول حاکی از آن است که در بعد مسکن ۲۰ درصد شهروندان تهرانی فقیر محسوب می‌شوند که در مقایسه با کل کشور (۲۲ درصد) این میزان کمتر است.

جدول ۹- فقر از بعد مسکن در کشور و تهران (درصد)

تهران	کل کشور	بعد مسکن
۸۰	۷۸	بدون آسیب پذیری
۱۹,۵	۲۰,۲	آسیب پذیر در یک بعد
۰,۵	۱,۸	آسیب پذیر در هر دو بعد

در بعد اشتغال دو مولفه سرپرست بیکار و نداشتن بیمه تامین اجتماعی در نظر گرفته شده است. با توجه به یافته‌ها در جدول، حدود ۴۶ درصد از خانوارهای ایرانی فقیر محسوب می‌شوند و تهران نسبت به کشور (۴۰) درصد وضعیت بدتری دارد.

جدول ۱۰- فقر از بعد اشتغال در کشور و تهران (درصد)

تهران	کل کشور	بعد اشتغال
۵۳,۷	۶۰	بدون آسیب پذیری
۴۵,۷	۳۹	اسیب پذیر در یک بعد
۰,۷	۱	اسیب پذیر در هر دو بعد

برای سنجش فقر در بعد استانداردهای زندگی، شاخص‌های نداشتن دسترسی به آشپزخانه، آب و برق، حمام، دارایی مانند اتومبیل و همچنین نوع سوخت خانوار برای پخت و پز املاک بوده‌اند. فقر در بعد استانداردهای زندگی به این معنی است که خانوار در یک یا چند یا در تمام شاخص‌های معرفی شده دچار آسیب است. بر اساس استانداردهای زندگی که در جدول ارائه شده است، یک درصد خانوارهای شهر تهران فقیر محسوب می‌شوند. این وضعیت در سطح کشور نامطلوب‌تر است و ۸ درصد خانوارها را شامل می‌شود.

جدول ۱۱- فقر از بعد استانداردهای زندگی در کشور و تهران (درصد)

تهران	کل کشور	بعد استانداردهای زندگی
۹۸.۹	۹۲	بدون آسیب پذیری
۰.۹	۴.۸	آسیب پذیر در یک بعد
۰.۲	۳.۲	آسیب پذیر در دو بعد و بالاتر
۰.۰۳	-	دسترسی نداشتی به گاز
۰	-	دسترسی نداشتن به سوخت مناسب
۰.۶	-	دسترسی نداشتن به آشپزخانه
۰.۳	-	دسترسی نداشتن به حمام
۰.۴	-	دارایی‌های زندگی

در مجموع به لحاظ فقر چند بعدی در تهران ۱۵.۵ درصد از خانوارهای شهر فقیر محسوب می‌شوند، این در حالی است که در سطح کشور ۱۸ درصد خانوارها فقیر هستند. خانوارهایی که در دو یا چند بعد فقیر بوده‌اند، در کلیت فقر چند بعدی، فقیر به حساب آمده‌اند.

تصویر زیر درصد توزیع فقر در میان خانوارها در سطح شهر تهران را نشان می‌دهد. ۷۸ درصد خانوارهای کشور فاقد هر گونه فقر درآمدی و فقر چند بعدی هستند. ۶.۵ درصد خانوارها دچار فقر درآمدی، ۱۱ درصد دچار فقر چند بعدی و ۴.۵ درصد دچار فقر درآمدی و فقر چند بعدی بصورت همزمان هستند. از ۱۱ درصدی که فقر درآمدی دارند، ۶.۵ درصد به لحاظ فقر چند بعدی آسیب‌پذیر نیستند، اما از ۱۵.۵ درصدی که دارای فقر چند بعدی هستند، فقط ۴.۵ درصد مشکل درآمدی (فقر درآمدی) دارند. می‌توان نتیجه گرفت در تهران فقر چند بعدی مهمتر از فقر درآمدی است. تصویر زیر درصد توزیع فقر در میان خانوارها در سطح کشور را نشان می‌دهد. بر این اساس ۶۱/۷ درصد خانوارهای کشور فاقد هرگونه فقر درآمدی و فقر چند بعدی هستند و ۲۰ درصد خانوارها فقط دچار فقر درآمدی، ۹ درصد دچار فقر چند بعدی و ۹ درصد دچار فقر چند بعدی و درآمدی بصورت همزمان هستند. از ۲۹ درصدی که فقر درآمدی دارند، ۲۰ درصد فقر چند بعدی ندارند. می‌توان نتیجه گرفت که در کل کشور فقر درآمدی مهمتر از فقر چند بعدی است. با مقایسه تصویر بالا و پایین می‌توان دریافت که اگر چه ۱۵.۵ درصد خانوارهای تهرانی فقر چند بعدی دارند و در مقایسه با ۱۸ درصد کل کشور پایین‌تر است اما سهم سایر ابعاد غیر درآمدی در فقر آنها بالاتر از سطح کشوری است. به عبارتی از ۱۵.۵ درصد ۱۱ درصد فقر درآمدی ندارند (ولی در ابعاد دیگر فقیر هستند)، اما در سطح کشور از ۱۸ درصد فقر چند بعدی، ۹ درصد کسانی هستند که مشکل

فقر درآمدی ندارند (و در ابعاد دیگر فقیر هستند).

تصویر ۱۲- درصد خانوارهای دارای فقر درآمدی و فقر چند بعدی در تهران



تصویر ۱۳- درصد خانوارهای دارای فقر درآمدی و فقر چند بعدی در کل کشور



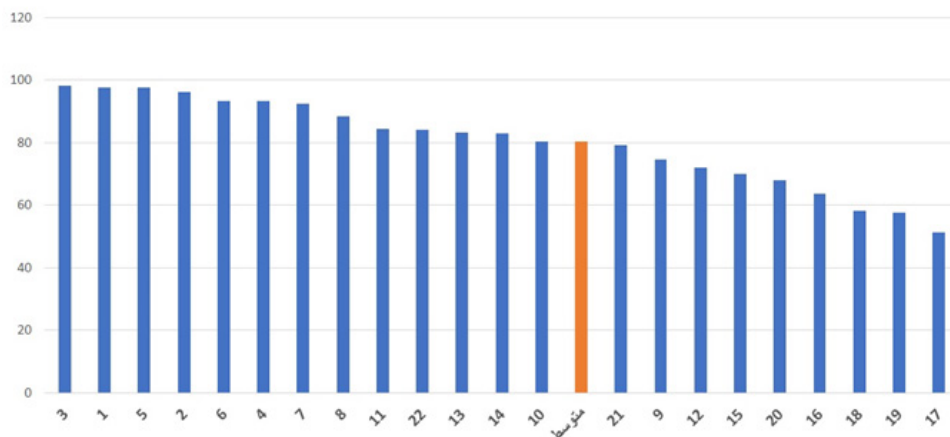
در پژوهشی تحلیلی فضایی فقر در سطح شهر تهران به تفکیک مناطق ۲۲ گانه انجام شد. این پژوهش، با هدف شناسایی و تحلیل فضایی پهنه‌های فقر شهری و با روش کمی و پیمایشی و مبتنی بر تحلیل ثانویه در کلانشهر تهران (مناطق ۲۲ گانه) انجام شده است. در این تحقیق ابتدا با استفاده از اطلاعات بلوک‌های آماری کلانشهر تهران، بر مبنای سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، شاخص‌های مورد نظر (۴۳ شاخص) انتخاب شدند و در قالب چهار عامل اصلی مسکن، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی-آموزشی توسط روش AHP، طبقه‌بندی و تحلیل شدند و برای درک بهتر پدیده و رتبه‌بندی مناطق، از روش ویکتور فیازی استفاده گردید. (موحد، علی-ولی‌نوری، سامان حاتمی نژاد، حسین-زنگانه، احمد-کمانرودی، موسی ۱۳۹۵)

جدول ۱۲- ماتریس امتیازات عاملی استاندارد شده عوامل فقر در مناطق شهر تهران

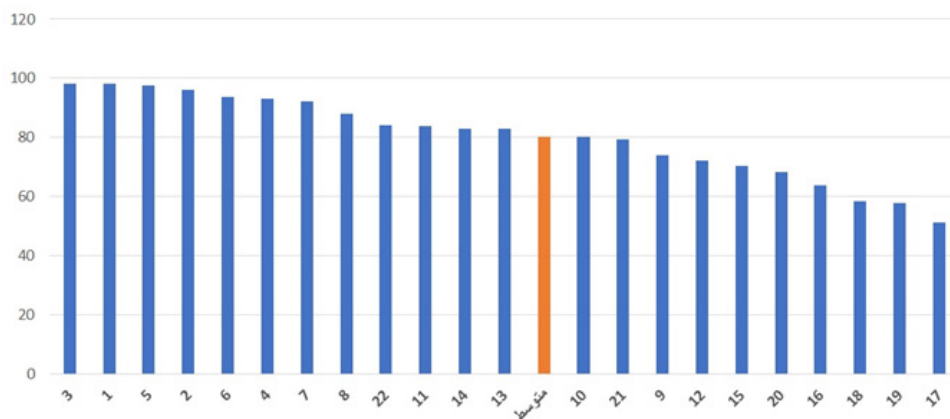
مناطق	عامل فقر مسکن	عامل فقر اقتصادی	عامل فقر اجتماعی	عامل فقر آموزشی_فرهنگی	امتیاز کل	رتبه
۱	۹۷.۵۸	۹۸.۱۱	۹۵.۲۱	۹۶.۸	۹۶.۹۲	۲
۲	۹۶.۱۱	۹۶.۱	۹۳.۲۶	۹۴.۷۴	۹۵.۰۶	۴
۳	۹۸.۲	۹۸.۲۸	۹۵.۲۵	۹۶.۹۷	۹۷.۱۷	۱
۴	۹۳.۲۵	۹۳.۲	۹۲.۴۴	۹۲.۴۲	۹۲.۸۳	۵
۵	۹۷.۵۳	۹۷.۶۱	۹۵.۳	۹۵.۷۵	۹۶.۵۵	۳
۶	۹۳.۴۶	۹۳.۵۹	۹۰.۲۲	۹۲.۰۹	۹۲.۳۴	۶
۷	۹۲.۴۳	۹۲.۰۷	۹۰.۴۲	۹۱.۲۶	۹۱.۵۴	۷
۸	۸۸.۳۸	۸۸.۱۵	۸۷.۴۴	۸۷.۸۳	۸۷.۹۵	۸
۹	۷۴.۶۲	۷۴.۰۴	۷۵.۶۵	۷۵.۴	۷۴.۹۳	۱۵
۱۰	۸۰.۴۹	۸۰.۱۹	۸۰.۵۷	۸۰.۳۹	۸۰.۴۱	۱۳
۱۱	۸۴.۴۳	۸۳.۸۹	۸۳.۴۸	۸۳.۶۷	۸۳.۸۷	۹
۱۲	۷۱.۹۷	۷۲.۱۴	۷۴.۷۵	۷۳.۶	۷۳.۱۱	۱۶
۱۳	۸۳.۳۸	۸۳.۰۲	۸۱.۴۱	۸۱.۳۴	۸۲.۲۹	۱۲
۱۴	۷۳	۸۳.۰۷	۸۲.۷۳	۸۲.۲۱	۸۲.۷۵	۱۱
۱۵	۷۰.۱۵	۷۰.۵۲	۷۳.۷۹	۷۲.۴۱	۷۱.۷۲	۱۷
۱۶	۶۳.۶۲	۶۳.۸	۶۷.۸۷	۷۰.۸	۶۶.۵۲	۱۹
۱۷	۵۱.۲۲	۵۱.۱۸	۵۵.۹۲	۵۴.۵۸	۵۳.۲۳	۲۲
۱۸	۵۸.۲۶	۵۸.۵۲	۶۱.۳	۵۹.۸۸	۵۹.۴۹	۲۰
۱۹	۵۷.۷۳	۵۷.۸۳	۶۱.۸۶	۵۹.۹۹	۵۹.۳۵	۲۱
۲۰	۶۷.۹۷	۶۸.۱۴	۷۰.۷۵	۶۹.۶	۶۹.۱۱	۱۸
۲۱	۷۹.۳	۷۹.۲۱	۷۸.۴۳	۷۸.۶۶	۷۸.۹	۱۴

همانطور که در جدول نشان داده است؛ در تمام عوامل (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، مسکن، آموزشی) مناطق ۱۷ و ۱۹ و ۱۸ و ۱۶ بالاترین رده‌ها را در بین مناطق شهر تهران دارند. تصاویر زیر گویای رتبه‌بندی مناطق از نظر سطح ابعاد مختلف فقر هستند.

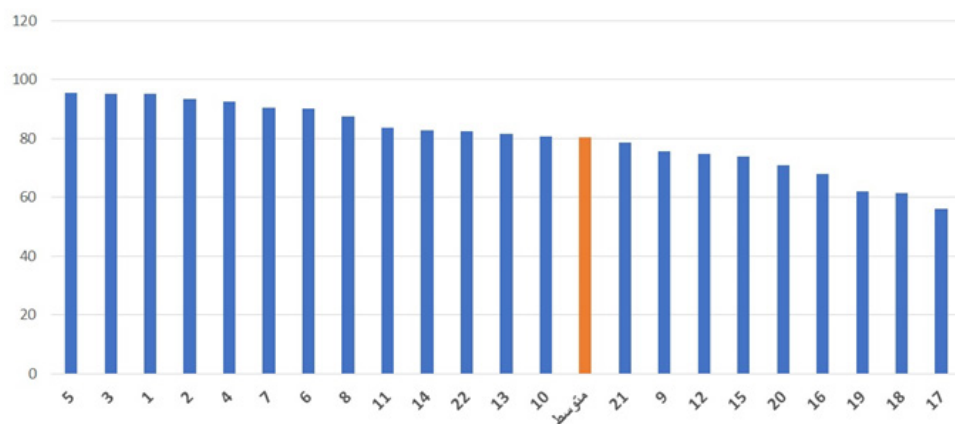
تصویر ۱۴- امتیاز استاندارد شده فقر مسکن در مناطق شهر تهران



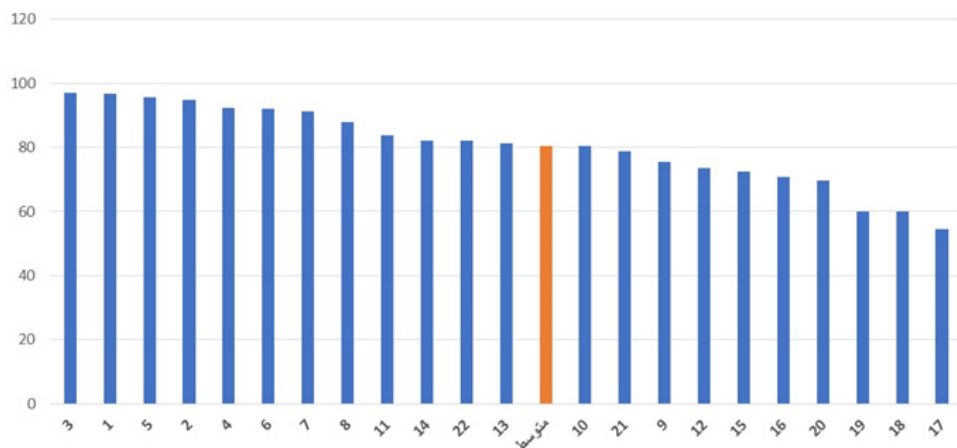
تصویر ۱۵- امتیاز استاندارد شده فقر اقتصادی در مناطق شهر تهران



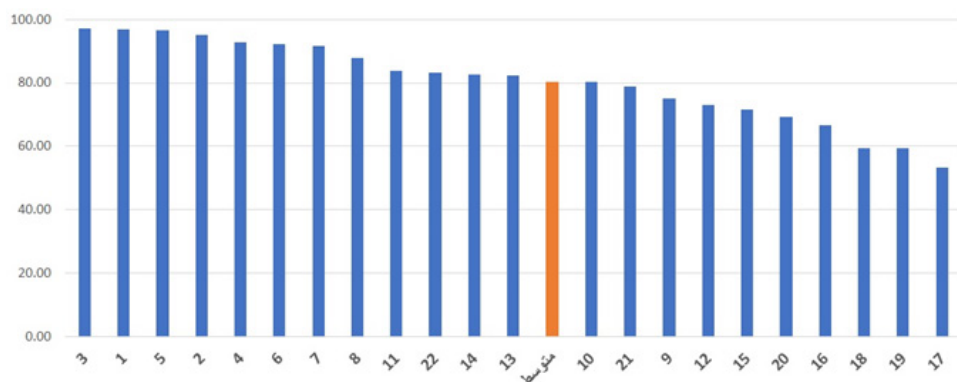
تصویر ۱۶- امتیاز استاندارد شده فقر اجتماعی در مناطق شهر تهران



تصویر ۱۷- امتیاز استاندارد شده فقر آموزشی و فرهنگی در مناطق شهر تهران



تصویر ۱۸- امتیاز استاندارد شده فقر در مناطق شهر تهران



۳-۴- جمع‌بندی تبعات جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران

در جمع‌بندی تبعات جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران با تمرکز بر ساخت و ساز و به ویژه ساخت و ساز در مناطق شمالی و شمال غربی بر اساس آسیب‌های اجتماعی و اقتصادی مبتلا به شهر تهران، می‌توان چنین گفت که جریان سرمایه‌گذاری در شهر تهران در چند دهه گذشته در کنار سایر عوامل اثرگذار، سبب ایجاد یک عقب ماندگی تدریجی برای مناطق جنوبی شهر تهران، به ویژه مناطق جنوب شرق تهران شده است. در واقع در رقابت در جذب سرمایه در میان مناطق مختلف شهر تهران، مناطق جنوبی و به ویژه جنوب شرقی تهران، در مقایسه با مناطق شمالی و شمال غرب، شکست خورده اند و این کمبود سرمایه سرعت نوسازی و مدرن‌سازی این مناطق را کم کرده است.

مناطق جنوبی شهر تهران که عمدتاً از مناطق قدیمی و اصیل شهر نیز هستند، به دلیل کمبود اراضی خالی و قابل توسعه و نیز اسکان اقشار ضعیف‌تر در آنها، کمتر مورد توجه تقاضای سوداگری ساخت و ساز قرار گرفته اند و این امر سبب عقب افتادگی بیشتر آنها شده و این چرخه ادامه یافته است. این عقب افتادگی سبب انباشت هر چه بیشتر معضلات و آسیب‌های اجتماعی در این مناطق شده که خود دلیلی برای ادامه چرخه عقب ماندگی آنها می‌شود.

این در حالی است که یکی از مهمترین اهداف طرح جامع مصوب شهر تهران، کاهش فاصله طبقاتی شمال و جنوب شهر بوده که بررسی وضعیت موجود شهر نشان می‌دهد که نتنها این هدف محقق نشده، بلکه در سالهای اخیر پسرفت نیز داشته است.

۴- آیا عوامل کلان مؤثر بر سرمایه‌گذاری در شهر تهران در گذشته، در زمان حال هم به همان میزان مؤثرند؟

همانطور که در بخش‌های پیش مشخص شد به دلایل مختلف بخش ساخت و ساز در شهر تهران در چند دهه اخیر بسیار رونق داشت و به واسطه این رونق، ساختار مالی شهرداری تهران به شدت به درآمدهای این حوزه وابسته شد. حال سوال اینجاست که آیا در آینده نیز همین روند رونق ادامه خواهد داشت؟ آیا ساختار مالی شهرداری تهران به واسطه تغییر در روندهای اساسی موجود در بازار ساخت و ساز این شهر، با چالش مواجه خواهد شد؟ در این بخش سعی شده به اختصار به این سوال پاسخ داده شود.

پیش‌تر اشاره شد که رونق ساخت و ساز در تهران هم از سمت تقاضا و هم از سمت عرضه تقویت می‌شد. تقاضا را به دو بخش تقاضای مصرفی و سرمایه‌ای تقسیم کردیم و هر یک را به اختصار مورد بررسی قرار دادیم. حال برای تحلیل

آینده نیز دوباره به آنها باز می‌گردیم.

ابتدا به سراغ تقاضای مصرفی ساختمان در شهر تهران می‌رویم. این تقاضای مصرفی از یک طرف به تقاضای مسکن ارتباط داشت و از طرف دیگر به تقاضای ساختمان برای کسب و کارها و خدمات مختلف. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که تقاضای مصرفی ساختمان در شهر تهران، هم از سمت مسکن و هم از سمت ساختمانهای غیرمسکونی، در زمان حال و همچنین در آینده کمتر از گذشته هست و خواهد بود. چرایی این موضوع به سه عامل مرتبط است. عامل اول جمعیت و رشد آن است که موتور محرکه سمت تقاضای ساختمان در شهر تهران است. نرخ رشد جمعیت شهر تهران از حدود ۵ درصد در سالهای ۱۳۴۵ تا ۱۳۶۵ (۵.۷ درصد در دوره ۵۵-۱۳۴۵ و ۵.۲ درصد در دوره ۶۵-۱۳۵۵)، ابتدا به حدود ۳ درصد در دوره ۷۵-۱۳۶۵ و سپس به حدود یک درصد در دوره ۹۵-۱۳۷۵ (۱/۱ درصد در دوره ۸۵-۱۳۷۵، ۰/۹ درصد در دوره ۹۰-۱۳۸۵ و ۱/۲۹ درصد در دوره ۹۵-۱۳۹۰) کاهش یافته و در حال حاضر نیز در حدود یک درصد برآورد می‌گردد.

به عبارت دیگر در حال حاضر با جمعیت حدود ۹/۲ میلیون نفری شهر تهران در سال ۱۴۰۴، با در نظر گرفتن نرخ رشد سالانه حدود یک درصدی، جمعیت این شهر در هر سال کمتر از ۹۵ هزار نفر بیشتر می‌شود که در مقایسه با نرخهای رشد دهه‌های گذشته بسیار کمتر است. به عنوان مثال در سالهای دهه هفتاد، سالانه حدود ۱۵۰ هزار نفر به جمعیت شهر تهران افزوده می‌شد. کاهش نرخ رشد جمعیت شهر تهران از یک طرف به کاهش نرخ رشد جمعیت در کل کشور مرتبط است و از طرف دیگر به ایجاد و توسعه شهرها و شهرک‌های جدید اطراف تهران، مانند پرند، پردیس، کرج و شهریار ارتباط دارد. این شهرها و شهرکها، بخش قابل توجهی از جمعیت سرریز تهران را در خود جذب کرده‌اند.

بنابراین می‌توان گفت موتور ایجاد تقاضای مسکن و ساختمان در شهر تهران از مسیر افزایش جمعیت، در سالهای اخیر با قدرت و سرعت بسیار کمتری در مقایسه با دهه‌ها هفتاد و هشتاد، کار می‌کند و از این نظر فشار کمتری به تهران وارد می‌گردد. اما دلیل دوم کاهش سرعت افزایش تقاضای ساختمان در شهر تهران به توان مالی بخش تقاضا باز می‌گردد. در سالهای اخیر با افزایش شدید قیمتها به واسطه کاهش ارزش پول ملی و عدم افزایش درآمدها به همان نسبت، قدرت خرید مردم برای خرید و حتی اجاره مسکن و ساختمان در تهران بسیار کاهش یافته است. این امر سبب شده بخشی از تقاضای مسکن و ساختمان به بیرون از تهران منتقل شود.

اگر متوسط قیمت هر متر مربع زیربنای مسکونی در شهر تهران بر اساس آمارهای

رسمی در پاییز ۱۴۰۴ در حدود ۱۲۰ میلیون تومان در نظر گرفته شود، با متوسط حقوق ماهانه ۵۰ میلیون تومانی (که بیشتر از ۳ برابر حداقل حقوق سال ۱۴۰۴ است)، برای خرید یک واحد مسکونی ۷۰ متر مربعی در تهران، باید ۱۴ سال همه حقوق دریافتی پس انداز شود. این نسبت که دوره دسترسی به مسکن متعارف نام دارد، در ایران نسبت به متوسط جهانی بسیار بالاست. این در حالی است که نسبت مذکور در تهران، در مقایسه با متوسط کشور نیز بسیار بالاست. همین امر سبب شده تا بخش قابل توجهی از تقاضای مصرفی مسکن به خارج از شهر تهران، به ویژه شهرها و شهرک‌های اطراف آن، منتقل شود.

مسیر دیگر کاهش تقاضا در بازار مسکن و ساختمان در شهر تهران را می‌توان به کاهش نیاز و یا به عبارت دیگر کاهش کمبودها در این حوزه نیز نسبت داد. یکی از شاخص‌هایی که در این زمینه بسیار کمک می‌کند شاخص خانوار در واحد مسکونی است. بر اساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن کشور در سال ۱۳۹۵، در شهر تهران در مجموع ۲/۸۹ میلیون خانوار در ۲/۸۷ میلیون واحد مسکونی زندگی می‌کردند. در واقع در این سال شاخص خانوار در واحد مسکونی در شهر تهران تقریباً برابر یک خانوار در هر واحد مسکونی بوده است. این نسبت در مقایسه با دهه هفتاد و هشتاد که در محدوده ۱/۲ تا ۱/۱ خانوار در هر واحد مسکونی بوده، بسیار کاهش یافته و از این منظر کمبودها کمتر شده است. البته این شاخص منکر بد مسکنی‌های موجود در شهر تهران و نیز وفور خانه‌های خالی در این شهر نیست، اما در مقایسه با سالهای گذشته نشان می‌دهد که کمبودها کمتر شده است.

بنابراین این می‌توان چنین نتیجه گرفت که سمت تقاضای مصرفی مسکن و ساختمان در شهر تهران، به واسطه کاهش نرخ رشد جمعیت، کاهش توان مالی متقاضیان و کاهش کمبودها در این حوزه، نسبت به گذشته با کاهش چشمگیری مواجه شده است. به این موضوع باید کاهش تقاضای سرمایه‌ای مسکن و ساختمان در شهر تهران را نیز اضافه کرد. در سالهای اخیر از یک طرف با کاهش درآمدهای ارزی کشور از محل فروش نفت و گاز، رانت این درآمدهای ارزی کاهش یافته و در نتیجه متقاضیان سفته بازی در بازار مسکن و ساختمان شهر تهران، قدرت مالی کمتری در اختیار دارند و از طرف دیگر با افزایش شدید قیمت زمین و همچنین هزینه‌های ساخت و ساز (مانند نیروی انسانی، مصالح ساختمانی و عوارض ساخت و ساز)، حاشیه سود ساخت و ساز در شهر تهران کاهش یافته است. در سالهای اخیر تقاضای سرمایه‌ای در حوزه زمین و ساختمان، در اطراف تهران و شمال کشور بسیار رونق یافته است، چرا که حاشیه سود آن بیشتر از شهر تهران است.

مقایسه نرخ رشد زمین و ساختمان در اطراف تهران و شمال کشور، با نرخ رشد

زمین و ساختمان در تهران، به خوبی گویای این امر است. در واقع به واسطه نرخ رشد کمتر قیمت زمین و ساختمان در تهران در مقایسه با اطراف تهران و شهرهای شمالی کشور، می‌توان چنین بیان کرد که زمین و ساختمان در تهران در سالهای اخیر به نسبت ارزانتر شده اند (چرا که قیمت نسبی آنها کمتر شده است) و بنابراین تقاضای سرمایه‌ای تمایل کمتری به آن دارد. البته هنوز هم قابلیت نقد شوندگی املاک در تهران، یکی از پارامترهای مهم تقاضای سرمایه‌ای در این شهر است.

بنابراین با در نظر گرفتن کاهش سرعت رشد تقاضای مسکن و ساختمان در شهر تهران، هم از سمت تقاضای مصرفی و هم از سمت تقاضای سرمایه‌ای، حال باید به سراغ سمت عرضه رفت. به عبارت دیگر در این بخش بیشتر به دنبال بررسی شرایط عرضه ساختمان و مسکن در شهر تهران هستیم. در سالهای اخیر سمت عرضه ساختمان و مسکن در شهر تهران به شدت با کاهش مواجه شده است. این کاهش که به خوبی خود را در اطلاعات پروانه‌های ساختمانی نشان می‌دهد، علاوه بر دلایلی مانند کاهش حاشیه سود ساخت و ساز و مواردی از این دست، به کاهش فرصت عرضه نیز مربوط است. منظور از کاهش فرصت عرضه به موضوع کمبود زمین در شهر تهران برای ساخت و ساز اشاره دارد. این مسئله به ویژه در مناطقی که به صورت سنتی محلی جذاب برای ساخت و ساز در شهر تهران بوده اند، با شدت بیشتری خود را نشان می‌دهد. در واقع می‌توان گفت که در شهر تهران فرصت‌های ساخت و ساز به واسطه کاهش عرضه زمین مناسب برای ساخت و ساز به شدت کاهش یافته است.

بسیاری از مناطق این شهر دارای بافتی پُر هستند و حجم تخریب و نوسازی ساختمانهای موجود نیز کاهش یافته است. به عنوان مثال، مناطقی مانند منطقه ۵ که سالها یکی از جذاب‌ترین مناطق شهر تهران برای ساخت و ساز بوده، بسیاری از فرصت‌های عرضه زمین خود را استفاده کرده و در حال حاضر به منطقه‌ای پرتراکم بدل شده است.

در سال ۱۳۹۰ تعداد واحدهای مسکونی مندرج در پروانه‌های ساختمانی شهر تهران حدود ۲۱۰ هزار واحد مسکونی بود. در این سال موجودی مسکن در شهر تهران حدود ۲۰۵ میلیون واحد بود. در واقع در این سال تعداد واحدهای مسکونی مندرج در پروانه‌های ساختمانی صادره، معادل ۸۰۵ درصد موجودی مسکن در شهر تهران بود. این در حالی است که در سال ۱۴۰۳ این نسبت به حدود ۱۰۹ درصد رسیده است. ۵۷ هزار واحد مسکونی مندرج در پروانه‌های ساختمانی در مقابل حدود ۳ میلیون واحد مسکونی موجود.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بازار ساخت و ساز در شهر تهران در سالهای

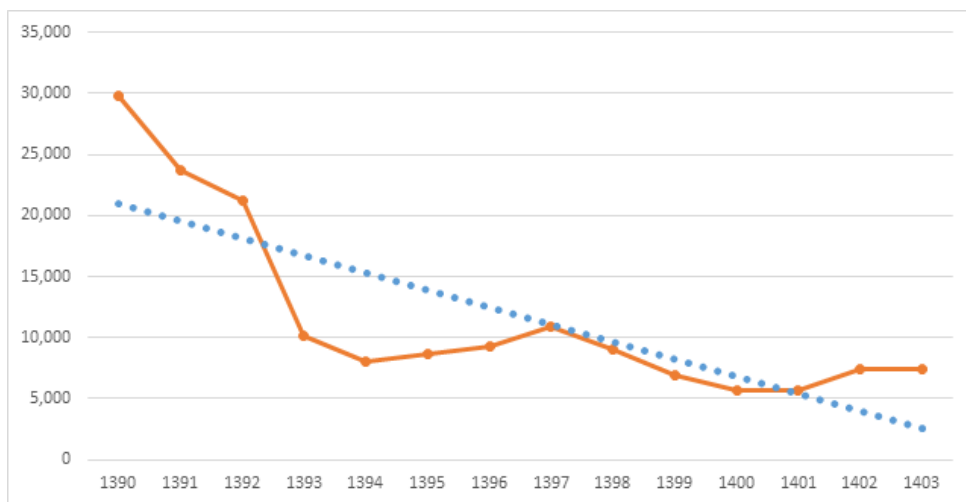
اخیر هم از سمت عرضه و هم از سمت تقاضا با فشار بسیار شدیدی مواجه شده و از حجم این بازار به شدت کاسته شده است. اطلاعات پروانه‌های ساختمانی صادره در شهر تهران از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳ که در ادامه ارائه شده است، به خوبی گویای این امر است. بنابراین می‌توان چنین برداشت کرد که یکی از مهمترین ردیف‌های درآمدی شهرداری تهران، در سالهای اخیر با چالش بسیار جدی مواجه شده است و بررسیهای انجام شده نشان می‌دهد که این روند در آینده نیز ادامه خواهد یافت.

شهر تهران شاید دیگر تعداد پروانه ساختمانی دهه هشتاد و اوایل دهه نود را به خود نیند و لذا شاید وقت آن رسیده باشد که شهرداری تهران میزان وابستگی به این منبع درآمدی را به شدت کاهش دهد. البته شهرداری در این خصوص مجبور به این کار است. اگر کاهش وابستگی به درآمدهای حوزه ساخت و ساز در شهرداری تهران در دهه هشتاد یک سیاست روشنفکرانه مدیریت شهری در تهران به حساب می‌آمد، در حال حاضر این سیاست یک الزام و ضرورت است.

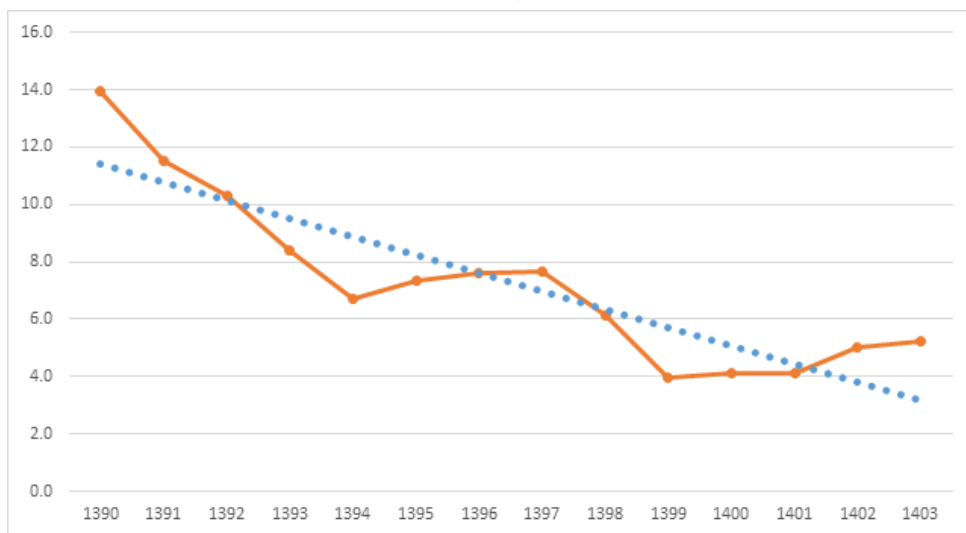
جدول ۱۳- بررسی روند تعداد پروانه‌های ساختمانی صادره توسط شهرداری‌های کشور در مقایسه با شهر تهران

نقاط شهری کشور	شهر تهران	سهم شهر تهران از نقاط شهری کشور (درصد)	
۱۳۹۰	۲۱۳,۱۴۸	۲۹,۷۶۳	۱۴.۰
۱۳۹۱	۲۰۶,۳۷۲	۲۳,۷۵۷	۱۱.۵
۱۳۹۲	۲۰۶,۳۹۵	۲۱,۲۴۴	۱۰.۳
۱۳۹۳	۱۲۰,۴۰۸	۱۰,۱۲۹	۸.۴
۱۳۹۴	۱۱۹,۸۹۵	۸,۰۳۴	۶.۷
۱۳۹۵	۱۱۸,۳۹۰	۸,۶۷۷	۷.۳
۱۳۹۶	۱۲۲,۰۸۱	۹,۳۱۶	۷.۶
۱۳۹۷	۱۴۲,۶۷۳	۱۰,۹۵۴	۷.۷
۱۳۹۸	۱۴۷,۰۰۵	۹,۰۱۳	۶.۱
۱۳۹۹	۱۷۴,۲۶۴	۶,۹۰۵	۴.۰
۱۴۰۰	۱۳۸,۵۲۲	۵,۷۰۱	۴.۱
۱۴۰۱	۱۳۹,۵۵۷	۵,۷۲۳	۴.۱
۱۴۰۲	۱۴۷,۲۲۸	۷,۴۱۵	۵.۰
۱۴۰۳	۱۴۲,۵۵۴	۷,۴۵۷	۵.۲

تصویر ۱۹- روند تحولات تعداد پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری تهران در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳



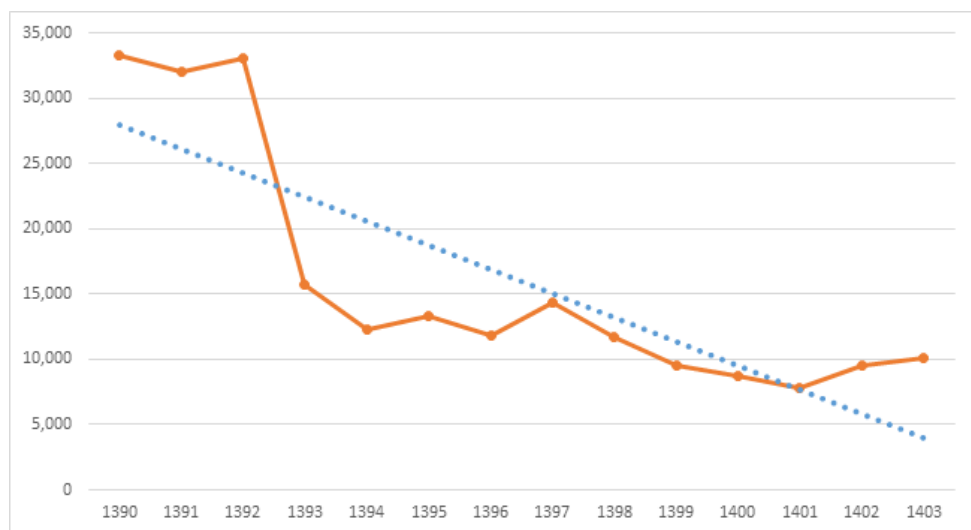
تصویر ۲۰- روند تحولات سهم شهر تهران از تعداد پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری‌های کشور در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ (درصد)



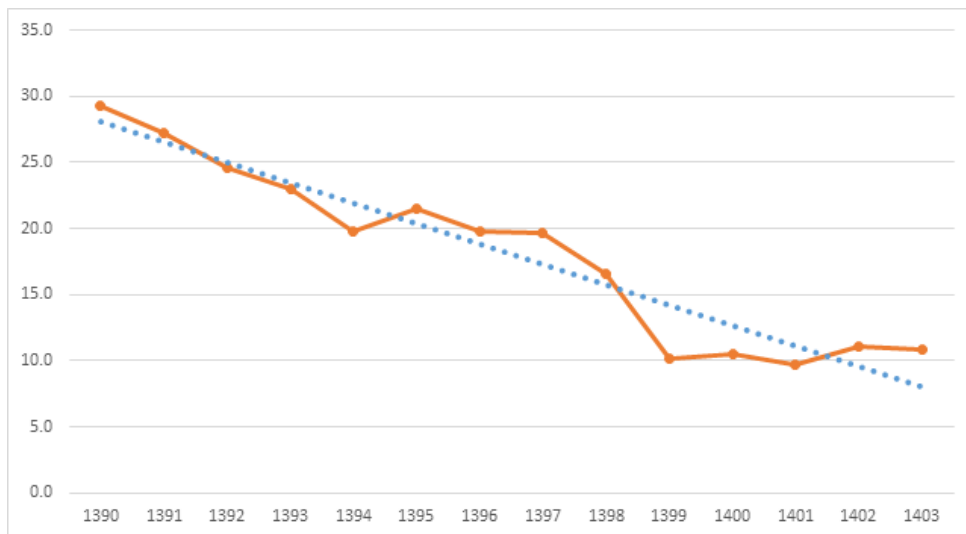
جدول ۱۴- بررسی روند مساحت زیربنای مندرج پروانه‌های ساختمانی صادره توسط شهرداری‌های کشور در مقایسه با شهر تهران (هزار متر مربع)

نقاط شهری کشور	شهر تهران	سهم شهر تهران از نقاط شهری کشور (درصد)
۱۳۹۰	۳۳,۲۶۵	۲۹.۳
۱۳۹۱	۳۱,۹۹۷	۲۷.۲
۱۳۹۲	۳۳,۰۸۷	۲۴.۶
۱۳۹۳	۱۵,۶۸۸	۲۳.۰
۱۳۹۴	۱۲,۳۲۹	۱۹.۸
۱۳۹۵	۱۳,۳۵۵	۲۱.۴
۱۳۹۶	۱۱,۸۲۳	۱۹.۸
۱۳۹۷	۱۴,۳۴۱	۱۹.۷
۱۳۹۸	۱۱,۶۷۶	۱۶.۵
۱۳۹۹	۹,۵۳۸	۱۰.۲
۱۴۰۰	۸,۷۰۷	۱۰.۵
۱۴۰۱	۷,۷۵۰	۹.۷
۱۴۰۲	۹,۵۳۹	۱۱.۱
۱۴۰۳	۱۰,۱۰۰	۱۰.۸

تصویر ۲۱- روند تحولات مساحت زیربنای مندرج در پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری تهران در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳ (هزار متر مربع)



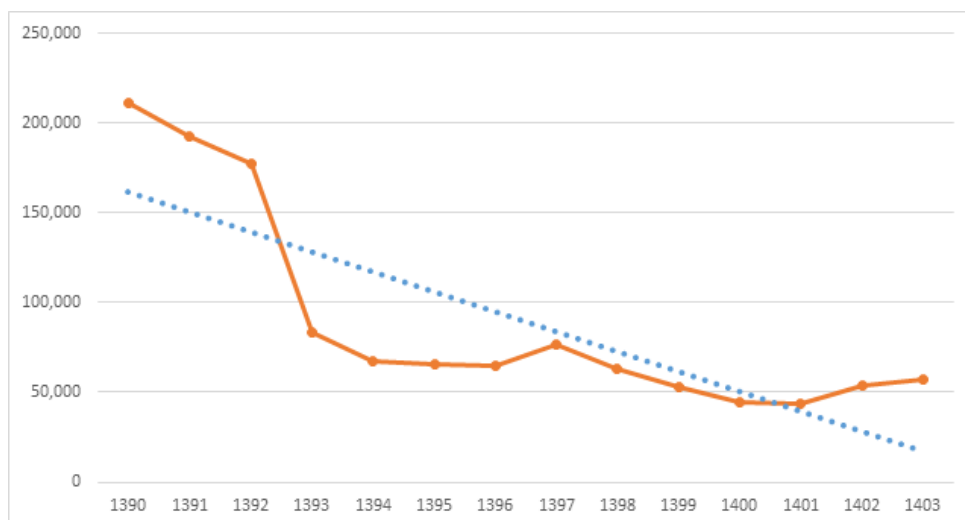
تصویر ۲۲- روند تحولات سهم شهر تهران از مساحت زیربنای مندرج در پروانه‌های ساختمانی صادره در نقاط شهری کشور در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳- درصد



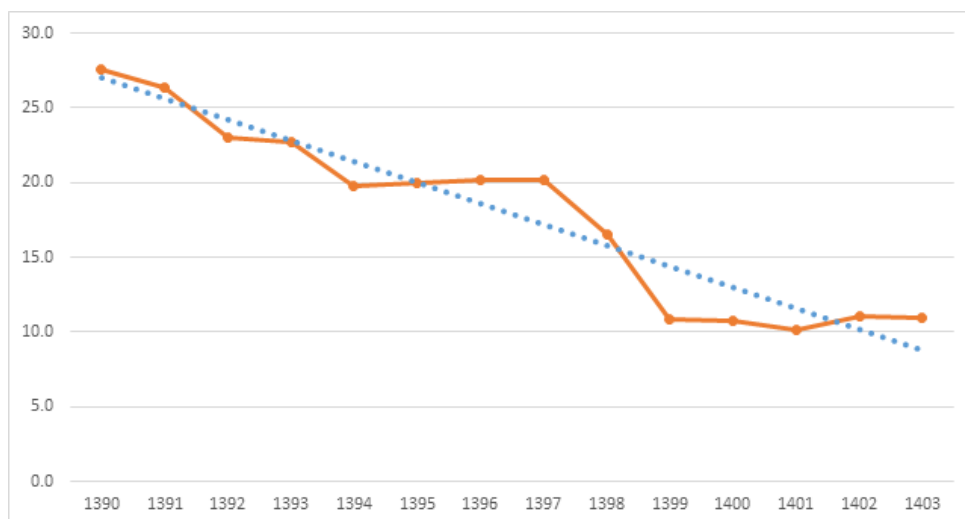
جدول ۱۵- بررسی روند تعداد واحدهای مسکونی مندرج پروانه‌های ساختمانی صادره توسط شهرداری‌های کشور در مقایسه با شهر تهران

سهم شهر تهران از نقاط شهری کشور (درصد)	شهر تهران	نقاط شهری کشور	
۲۷.۶	۲۱۰,۹۲۴	۷۶۵,۰۲۴	۱۳۹۰
۲۶.۴	۱۹۲,۴۳۲	۷۲۹,۹۳۳	۱۳۹۱
۲۳.۱	۱۷۷,۶۸۰	۷۷۰,۴۱۰	۱۳۹۲
۲۲.۷	۸۳,۱۱۲	۳۶۶,۳۰۰	۱۳۹۳
۱۹.۷	۶۷,۲۷۰	۳۴۰,۹۲۴	۱۳۹۴
۲۰.۰	۶۶,۰۲۷	۳۲۹,۸۶۷	۱۳۹۵
۲۰.۲	۶۵,۱۱۸	۳۲۲,۹۶۲	۱۳۹۶
۲۰.۱	۷۶,۵۱۱	۳۷۹,۷۳۸	۱۳۹۷
۱۶.۶	۶۳,۳۹۸	۳۸۲,۵۶۵	۱۳۹۸
۱۰.۸	۵۳,۱۵۷	۴۹۰,۵۹۷	۱۳۹۹
۱۰.۷	۴۴,۶۰۳	۴۱۶,۲۱۰	۱۴۰۰
۱۰.۱	۴۳,۵۳۱	۴۳۱,۲۴۹	۱۴۰۱
۱۱.۱	۵۳,۴۲۱	۴۸۱,۲۶۳	۱۴۰۲
۱۰.۹	۵۷,۲۳۱	۵۲۲,۸۲۵	۱۴۰۳

تصویر ۲۳- روند تحولات تعداد واحدهای مسکونی مندرج در پروانه‌های ساخت صادره توسط شهرداری تهران در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳



تصویر ۲۴- روند تحولات سهم شهر تهران از تعداد واحد مسکونی مندرج در پروانه‌های ساختمانی صادره در نقاط شهری کشور در دوره ۱۳۹۰ الی ۱۴۰۳- درصد



اهمیت سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری با بخش خصوصی در آینده اقتصاد شهر و شهرداری تهران و نقش شهرداری در توسعه آن

تحلیل‌های صورت گرفته در فصل سوم نشان داد که حجم ساخت و ساز در شهر تهران در سالهای آتی به شکل قابل توجهی از متوسطهای بلند مدت کمتر خواهد بود. این کاهش در حجم ساخت و ساز هم ناشی از تغییرات اساسی در سمت تقاضا است و هم از محدودیت‌های سمت عرضه ناشی می‌شود. بنابراین نکته بسیار مهم برای شهرداری تهران آن است که کاهش وابستگی به درآمدهای ساخت و ساز یک ضرورت اجتناب ناپذیر است، ضرورتی که راه‌گزینی از آن وجود ندارد.

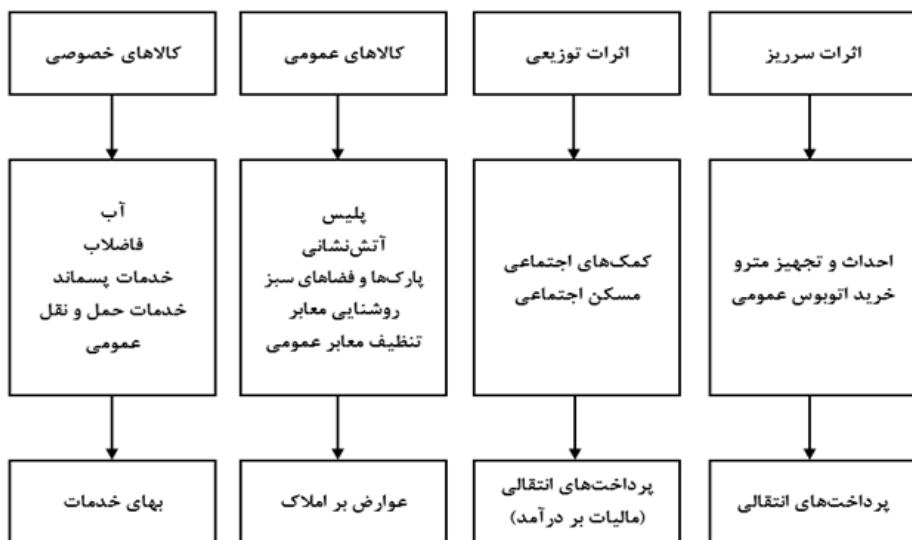
شهرداری تهران سالها منابع درآمدی ناشی از ساخت و ساز را که در واقع درآمدهایی هستند که از محل فروش دارایی‌های شهر بدست آمده، صرف هزینه‌های جاری خود کرده، در حالی که باید حداقل بخشی از آنها را از طریق تبدیل به سایر دارایی‌ها، برای ایجاد درآمدهای پایدار مورد استفاده قرار می‌داد. بنابراین نکته اساسی آن است که شهرداری تهران در سالهای آتی، همانند روندی که در سالهای اخیر نیز ایجاد شده، نمی‌تواند روی درآمدهای حاصل از ساخت و ساز حساب ویژه و پایداری را باز نماید، درآمدهایی که سالها سهم بسیار قابل توجهی از درآمدهای شهرداری تهران را به خود اختصاص داده است. در واقع بحث اصلی در این بخش آن نیست که درآمدهای ناشی از ساخت و ساز در شهرداری تهران در چند سال آینده کاهش بسیار چشمگیری خواهد کرد یا نخواهد کرد، بلکه بحث اصلی آن است که جهت حرکت این درآمدها در سالهای آتی قطعاً نزولی و شیب این نزول نیز بسته به شرایط رونق یا رکود ساخت و ساز در شهر تهران و بسته شرایط اقتصاد کلان کشور، تند یا کند می‌شود. بنابراین شهرداری تهران باید برای کاهش وابستگی به این منبع درآمدی، برنامه‌ریزی لازم را از همین حالا انجام دهد.

ماهیت درآمدهای ساخت و ساز برای شهرداری تهران، همانند ماهیت درآمدهای حاصل از فروش نفت و گاز برای دولت است. همه می‌دانیم که دیر یا زود این منبع درآمدی به پایان می‌رسد. حال سوال اینجاست که برای زمان صفر پایان درآمدهای نفتی یا درآمدهای ساخت و ساز، چه راهکاری اندیشیده شود. مسلماً بی توجهی به آن بدترین روش برخورد با این مسئله خواهد بود. حال سوال این است که راه حل چیست؟ چگونه می‌توان برای چنین رویدادی آماده شد؟

بر مبنای مبانی نظری موجود در حوزه مالیه شهری، خدمات شهرداری باید از طریق منتفع شوندگان از آن، به طور مستقیم یا غیرمستقیم تأمین مالی شود. خدماتی که شهرداری‌ها ارائه می‌دهند باید به نحو روشنی به منابع درآمدی لازم برای تأمین مالی آنها مرتبط شود. این کار مستلزم اختصاص هر گروه از

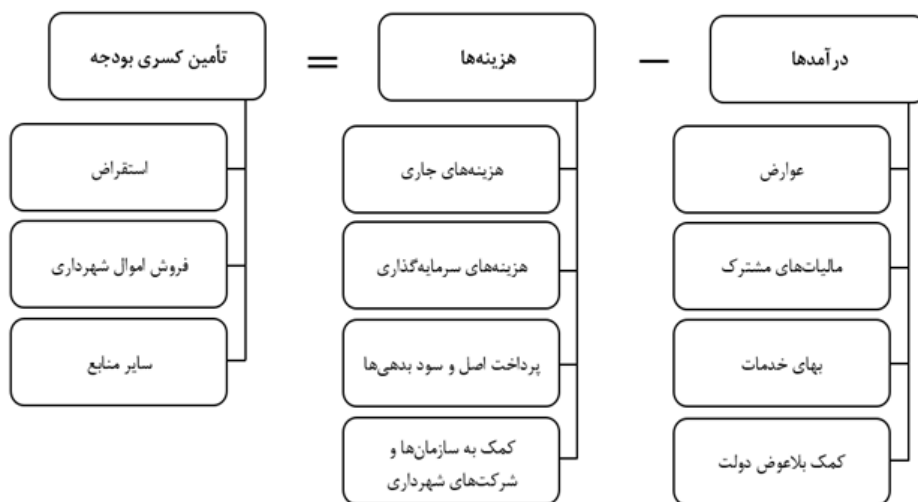
درآمدها به گروه معینی از هزینه هاست. برای این منظور لازم است کالاهای خصوصی از عواید بهای خدمات، کالاهای عمومی از محل عوارض املاک، کمکهای اجتماعی از محل پرداختهای انتقالی (مالیات بر درآمد) و اثرات سرریز از محل پرداختهای انتقالی تأمین مالی شود.

تصویر ۲۵- اصل منافع در تأمین مالی شهری



در واقع شهرداری باید درآمدهای خود را از محل عوارض، مالیاتهای مشترک، بهای خدمات و کمکهای بلاعوض دولت تأمین نماید و از محل درآمدها، هزینه‌های خود شامل هزینه‌های جاری و سرمایه‌ای، پرداخت اصل و سود بدهی‌ها و کمک به سازمان‌ها و شرکت‌های شهرداری را انجام دهد و در صورت کسری بودجه، کسری خود را از محل استقراض، فروش اموال و سایر منابع، تأمین مالی نماید.

تصویر ۲۶- درآمدها و هزینه‌های شهرداری و نحوه تأمین کسری بودجه



به گفته بیرد (یکی از برجسته‌ترین متخصصان مالیه محلی در جهان)، کارکرد شهرداری‌ها از جهاتی مشابه کسب و کار خصوصی است. به این معنا که خدماتی را به مشتریان خود (شهروندان) ارائه می‌دهند و شهروندان به نوبه خود در برابر خدمات دریافتی، ملزم به پرداخت وجوهی به شهرداری هستند. نکته درخور توجه این است که روش‌های پرداخت شهروندان در ازای خدمات دریافتی آنها از شهرداری، تفاوتی اساسی با یکدیگر دارد. پرداخت بهای خدمات (مانند بهای بلیت مترو) یکی از شیوه‌های انجام این کار است. اگر عمده فروشان میوه و تره بار نیازمند مکانی در میداين میوه و تره بار شهرداری باشند، ناگزیر به پرداخت اجاره محل خواهند بود. این نوع پرداختها را «مالیات مبتنی بر منافع» می‌نامند.

اما اغلب خدمات شهرداری‌ها به فروش نمی‌رسد. برای مثال شهرداری‌ها برای آتش نشانی، تنظیم معابر عمومی، ارائه پارکینگ مجانی و حتی سرپناه برای کارتن خوابها، مستقیماً وجهی را از شهروندان که از این خدمات بهره‌مند می‌شوند، دریافت نمی‌کند. این قبیل خدمات کالاهای عمومی نامیده می‌شوند، چرا که نتنها منافع آنها عاید کل جامعه شهری می‌شود، بلکه شهروندان را نمی‌توان از استفاده از آنها بازداشت. از این گذشته، استفاده یک شهروند از پارکها و روشنایی معابر عمومی، مانع استفاده شهروندان دیگر از آن نیست. بنابراین لازم است در ازای استفاده از این نوع خدمات، شهروندان عوارض محلی را به شهرداری بپردازند که بازتاب تمایل جامعه شهری به تأمین مالی این خدمات است.

هر چند منابع درآمدی شهرداری‌ها از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، اما عموماً این منابع شامل عوارض محلی، بهای خدمات و پرداختهای بلاعوض سطوح

بالاتر دولت به شهرداری است. سایر درآمدهای شهرداری‌ها شامل عایدات حاصل از سرمایه‌گذاری، فروش اراضی و املاک و صدور مجوزهای ساخت و ساز و کسب و کار است.

تا جایی که به عوارض محلی مربوط است، در بسیاری از کشورها علاوه بر عوارض سالانه بر اراضی و املاک، وضع مالیات محلی بر درآمد و فروش، وضع عوارض بر برخی کالاها مانند عوارض فراورده‌های نفتی، عوارض هتلها، عوارض ثبت خودرو و عوارض نقل و انتقالات اراضی و املاک، متداول است. همچنین شهرداری‌ها در مواردی برای جذب منابع مالی بخش خصوصی، به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های شهری از روش سرمایه‌گذاری مشترک عمومی- خصوصی سود می‌برند.

برای مدیریت درآمد شهرداری‌ها، دو اصل مهم وجود دارد:

۱- خدماتی که شهرداری‌ها ارائه می‌دهند باید به نحوی روشن به منابع درآمدی لازم برای تأمین مالی آنها متصل شود. این کار مستلزم اختصاص هر یک از درآمدها و مصارف خاص است.

۲- خدمات شهرداری باید از طریق منتفع شوندگان از آن، به طور مستقیم یا غیرمستقیم تأمین مالی شود.

علاوه بر این عوامل دیگری مانند پیامدهای بیرونی و اثرات توزیعی سرریزها نیز باید در نظر گرفته شوند. در واقع سیاست‌های توزیعی، اثرات سرریز یا پیامدهای بیرونی فراتر از مسئولیتهای شهرداری است، بنابراین حداقل باید قسمتی از آن را دولت مرکزی تأمین مالی کند. برخی از کالاها و خدمات، آمیزه‌ای از کالاهای عمومی و خصوصی اند، در این موارد می‌توان بخشی از هزینه‌ها را از طریق بهای خدمات و بخش دیگر را از طریق کمکهای بلاعوض دولت مرکزی یا شهرداری تأمین مالی کرد.

در چنین بستری، کالاهای خصوصی را که استثناپذیرند، مانند برق، آب، حمل و نقل شهری، پسماند و پارکینگ، می‌توان از طریق وضع بهای خدمات تأمین کرد، اما بر خلاف موارد یاد شده کالاهای عمومی از جمله خدمات پارکها، تنظیف معابر و تأمین روشنایی آنها، باید از طریق عوارض محلی تأمین شود.

در ماده ۲۹ فصل دوم آیین نامه مالی شهرداری‌ها مصوب سال ۱۳۴۶، درآمد شهرداری‌ها به شش طبقه به شرح زیر تقسیم می‌شود:

- درآمدهای ناشی از عوارض عمومی (درآمدهای مستمر)

- درآمدهای ناشی از عوارض اختصاصی

- بهای خدمات و درآمدهای مؤسسات انتفاعی شهرداری
- درآمدهای حاصله از وجوه و اموال شهرداری
- کمکهای اعطایی دولت و سازمان‌های دولتی
- اعانات و کمکهای اهدایی اشخاص و سازمان‌های خصوصی و اموال و دارایی‌هایی که به طور اتفاقی یا به موجب قانون به شهرداری تعلق می‌گیرد.

سازمان شهرداری‌ها و دهیاریهای وزارت کشور، با رعایت طبقه‌بندی فوق، منابع مالی شهرداری‌ها را به هفت دسته به شرح زیر طبقه‌بندی کرد:

- درآمد ناشی از عوارض عمومی
- درآمد ناشی از عوارض اختصاصی
- بهای خدمات و درآمد مؤسسات انتفاعی شهرداری
- درآمد حاصل از وجوه و اموال شهرداری
- کمکهای اعطایی دولت و سازمان‌های دولتی
- اعانات، هدایا و دارایی‌ها
- سایر منابع تأمین اعتبار شهرداری شامل واگذاری دارایی سرمایه‌ای، تملک دارایی‌های مالی و مازاد درآمد بر هزینه دوره‌های قبل.

اگر مسیرهای فوق‌الذکر برای کسب درآمدهای شهرداری‌ها مورد توجه مجدد قرار گیرد، مشاهده می‌شود که اصول تأمین مالی و کسب درآمد در شهرداری‌ها چنین می‌گویند که بجز مسیرهایی که دولت مرکزی به شهرداری‌ها کمک می‌کند، شهرداری‌ها برای کسب درآمدهای مورد نیاز خود به شکل مستمر و پایدار، باید به خوبی به بدنه اقتصاد شهر اتصال داشته باشند و این راه، تنها راه تأمین منابع درآمدهای پایدار برای شهرداری‌هاست.

به عبارت دیگر، اگر بپذیریم که درآمد شهرداری تهران از محل ساخت و ساز، زمانی در آینده نچندان دور، بسیار محدودتر از میزان فعلی خواهد شد و شهرداری تهران یکی از مهمترین منابع درآمدی خود را از دست می‌دهد، بنابراین راه حل جایگزینی این درآمدها، اتصال مالی شهرداری تهران، به اقتصاد شهر تهران است. کسب چنین درآمدهایی، در مقایسه با درآمدهای سهل الوصول ساخت و ساز، برای شهرداری تهران سخت‌تر است. در واقع برای کسب درآمد از محل اتصال به اقتصاد شهر، شهرداری باید به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران اقتصاد شهر، تلاش کند تا اقتصاد شهر به خوبی به فعالیت پردازد، ارزش افزوده مناسب تولید نماید و سپس شهرداری از محل ارزش افزوده تولید شده، سهم خود را برداشت نماید.

در این حالت دو مسیر اصلی برای اتصال مالیه شهرداری تهران به اقتصاد شهر قابل تصور است. مسیر اول، مسیر تسهیل‌گری توسعه اقتصادی شهر است. در واقع در این مسیر، شهرداری به عنوان یکی از بازیگران اصلی اقتصاد شهر، شرایط را برای توسعه اقتصادی شهر فراهم می‌نماید. این تسهیل‌گری می‌تواند از طریق کاهش موانع فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز و هدایت فعالیت‌های اقتصادی شهر به سمت یک هدف مشخص بر مبنای یک برنامه مشخص صورت گیرد. در چنین شرایطی شهرداری کمک می‌کند تا خلق ارزش در اقتصاد شهر راحت‌تر و بیشتر اتفاق بیفتد، اقتصاد شهر بزرگتر شود و شهرداری نیز سهم خود را برداشت نماید.

اما مسیر دومی که وجود دارد، مسیر سرمایه‌گذاری است. شهرداری نیز می‌تواند مانند کسب و کارها، با سرمایه‌گذاری مناسب دارایی‌های فعلی خود، در آینده به منافع بیشتری دست یابد. سرمایه‌گذاری شهرداری می‌تواند به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم صورت گیرد. در سرمایه‌گذاری مستقیم، شهرداری خود رأساً اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کند و فرایند سرمایه‌گذاری را خود مدیریت می‌کند. اما در سرمایه‌گذاری غیرمستقیم، شهرداری می‌تواند با استفاده از توان تخصصی یک شریک بخش خصوصی اقدام به سرمایه‌گذاری نماید و از محل منابع آن منتفع گردد.

نتایج مطالعات بسیار متعدد و متنوعی نشان می‌دهد که سازمان‌های عمومی و دولتی بازیگر مناسبی در حوزه سرمایه‌گذاری نیستند. به منظور جلوگیری از تطویل مطلب، نگارنده وارد تشریح مفصل این موضوع نمی‌شود و به این نکته اکتفا می‌کند که تجربه نشان داده بخش دولتی و عمومی به واسطه عدم وجود انگیزه و تخصص، معمولاً در حوزه سرمایه‌گذاری بهره‌وری لازم را نداشته و موجب این خسارت می‌شوند. حتی در صورت وجود بهره‌وری نیز تأکید علم اقتصاد، عدم ورود مستقیم بخش عمومی به حیطه فعالیت‌های بخش خصوصی است، چرا که شرایط رقابت بخش عمومی و دولتی با بخش خصوصی برابر نیست و کارایی اقتصادی را کاهش می‌دهد. بنابراین بهترین مسیر برای ورود شهرداری‌ها به حوزه سرمایه‌گذاری، ورود مشارکتی با بخش خصوصی است.

لذا به اختصار می‌توان چنین بیان کرد که در شرایطی که انتظار می‌رود دیر یا زود شهرداری تهران بخش بزرگی از یکی از مهمترین منابع درآمدی خود را از دست بدهد، علاوه بر مسیرهای متداول کسب درآمد شهرداری از محل انواع عوارض که در سطور فوق به آنها اشاره شد، تمرکز بر توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی با بخش خصوصی می‌تواند یکی از راه‌های عبور از چنین چالشی باشد.

حال سوال بعدی که پیش می‌آید آن است که نقش شهرداری تهران در توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی با بخش خصوصی چیست؟

قطعاً شهرداری یکی از مهمترین نهادهایی است که در توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی نقش بسیار پر رنگی دارد. در نتیجه ایفای صحیح نقش شهرداری، در همکاری با بخش خصوصی، اقتصاد پایه شهر توسعه یافته و منافع بزرگی خلق می‌گردد که هم شهر و هم شهرداری از آن منتفع شده و در نهایت کیفیت زندگی شهروندان ارتقاء می‌یابد. بنابراین دستیابی به توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی در شهرها نیاز به همکاری دو بازیگر اصلی دارد که اولی بخش خصوصی (سرمایه‌گذاران و فعالان بخش خصوصی) است و دومی مدیریت شهری.

سرمایه‌گذار دارای توان تخصصی در حوزه کاری خود است و به دنبال منافع شخصی است، اما مدیریت شهری با علم به منافع غیرمستقیم عظیم اجرای پروژه‌های سرمایه‌گذاری، همه تلاش خود را باید انجام دهد تا منافع سرمایه‌گذار تأمین شود و با اجرای پروژه، جامعه از منافع غیرمستقیم اجرای آن بهره‌مند شود. بنابراین مدیریت شهری باید به پشتیبانی از سرمایه‌گذار بپردازد. به عبارت دیگر مدیریت شهری باید محیط فعالیت بخش خصوصی را به خوبی محیا نماید. حال سوال اینجاست که این پشتیبانی باید چگونه باشد؟

موضوع پشتیبانی مدیریت شهری از سرمایه‌گذار و سرمایه‌گذاری را می‌توان به دو بخش «تشویق سرمایه‌گذار» و «حمایت از سرمایه‌گذار» تقسیم نمود. تشویق سرمایه‌گذار باید به افزایش انگیزه وی برای سرمایه‌گذاری منجر شود. این کار به عنوان مثال می‌تواند با ارائه مشوقهای مالی به سرمایه‌گذار انجام شود. اما حمایت از سرمایه‌گذار، در واقع حمایت از وی در برابر مسائلی است که عمده‌تاً در حوزه مسائل حاکمیتی قرار می‌گیرد و بر سرمایه‌گذار تحمیل می‌شود و وی قدرتی برای تغییر آن ندارد. به عنوان مثال بحث امنیت سرمایه‌گذاری در کشور ما و یا حوزه‌هایی که اصطلاحاً بازار در آنها شکست می‌خورد، از این جمله هستند. این مسائل همگی در مفهوم ریسک قابل جمع شدن هستند. وقتی این مسائل وجود داشته و تأثیر قابل توجهی نیز داشته باشند، ریسک سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد. بنابراین اقدامات حمایتی مدیریت شهری از سرمایه‌گذار را می‌توان اقداماتی تعریف کرد که ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهند و آنها را به سطح معقولی می‌رسانند.

در فصل ششم به طور مفصل به بحث نقش شهرداری در حمایت از سرمایه‌گذاری مشارکتی پرداخته خواهد شد. اما در این بخش کمی در مورد هدایت، به عنوان یکی از ابعاد حمایت شهرداری از سرمایه‌گذاری مشارکتی، بحث می‌شود. بی‌تردید یکی از اقداماتی حمایتی شهرداری از سرمایه‌گذاری مشارکتی با بخش خصوصی، هدایت سرمایه‌گذاری مشارکتی است. منظور از هدایت آن است که شهرداری بتواند در قالب یک برنامه مدون و علمی، روشن کند که سرمایه‌گذاری

مشارکتی با بخش خصوصی در چه بخش‌هایی از اقتصاد شهر و در چه مکان‌هایی در شهر اتفاق افتد تا هم سرمایه‌گذار و شهرداری به منافع اقتصادی مناسبی دست یابند و هم منافع اقتصادی و اجتماعی شهروندان تأمین گردد. بنابراین تدوین برنامه جامع سرمایه‌گذاری در یک شهر که در آن دقیقاً روشن شوند که بر اساس اصول علمی، چرا سرمایه‌گذاری در تعدادی از فعالیت‌های اقتصادی، نسبت به سرمایه‌گذاری در سایر فعالیت‌های اقتصادی، تصمیمی بهینه‌تر است و این سرمایه‌گذاریها در چه مناطقی از شهر اتفاق افتد تا منافع شهر، شهرداری و سرمایه‌گذار بهتر تأمین گردد. شهرداری می‌تواند در قالب این برنامه جامع، به واسطه استفاده از اصول علمی برنامه‌ریزی سرمایه‌گذاری و نیز به واسطه دید جامع بلند مدتی که در خصوص اقتصاد شهر ایجاد می‌کند، نقشه راه توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی با بخش خصوصی را ترسیم نموده و ظرفیت سرمایه‌گذاری را در این مسیر هدایت نماید. چنین برنامه جامعی در حوزه سرمایه‌گذاری شهری، اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهر نامیده می‌شود.

در واقع اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، برنامه‌ای جامع با هدف توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی است که در آن با استفاده از اصول علمی مربوطه، با دیدی بلند مدت و جامع‌نگر، برنامه‌ای تدوین شده تا نقشه راه سرمایه‌گذاری مشارکتی در شهر را ترسیم نماید. دید یکپارچه و بلند مدت به اقتصاد شهر و توسعه سرمایه‌گذاری در این برنامه، موجب ایجاد هم‌افزایی میان فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری مختلف در شهر شده و ماحصل آن خلق ثروت بیشتر و پایدارتر برای شهروندان، شهرداری و سرمایه‌گذاران خواهد بود.

دو فصل آتی به بحث در خصوص اصول اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران و سپس تدوین آن اختصاص دارد.

در پایان فصل حاضر، ذکر این نکته مهم است که با وجود اهمیت بسیار زیاد توسعه سرمایه‌گذاریهای مشارکتی بخش عمومی و دولتی با بخش خصوصی، که عمدتاً با عنوان مشارکت عمومی- خصوصی شناخته می‌شوند، اما تجربه چند دهه اخیر شهرداری‌های کشور نشان دهنده وجود چالشهای اساسی در این حوزه است. مطالعات مفصلی در این خصوص انجام شده است. به عنوان مثال در مقاله‌ای با عنوان «واکاوی موانع اجرایی جذب سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مدیریت شهری، مطالعه موردی شهرداری تهران»، به این موضوع پرداخته شده است.

این پژوهش با تمرکز بر تجربه شهرداری تهران و بهره‌گیری از رویکرد مشارکت عمومی-خصوصی (PPP)، به شناسایی و تحلیل موانع اجرایی جذب سرمایه‌گذار پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع شامل ضعف چارچوب‌های حقوقی و نبود قانون جامع برای PPP، ناهماهنگی نهادی و فقدان نهاد مرکزی

هدایت‌کننده، محدودیت ابزارهای نوین تأمین مالی و اتکای بیش از حد به روش‌های سنتی، و همچنین ضعف اعتماد اجتماعی و نگرش منفی نسبت به مشارکت بخش خصوصی است. مقایسه این یافته‌ها با چارچوب راهنمای بانک جهانی نشان داده که بخش عمده چالش‌ها ناشی از شکاف نهادی و قانونی با استانداردهای بین‌المللی است. بر این اساس، اصلاحات حقوقی و نهادی، تأسیس نهاد مستقل مشارکت، توسعه ابزارهای مالی نوین از جمله تأمین مالی اسلامی و ارتقای شفافیت و اعتماد عمومی به‌عنوان راهکارهای کلیدی برای تقویت نظام جذب سرمایه‌گذاری پیشنهاد شده است.

اصول اطلس جامع سرمایه گذاری شهرداری تهران

همانطور که در فصل پیش بیان شد، توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی، یکی از راه‌های عبور از بحران کاهش درآمدهای شهرداری تهران از محل ساخت و ساز است. همچنین بیان شد که شهرداری در مسیر توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی با بخش خصوصی وظیفه پشتیبانی از بخش خصوصی را بر عهده دارد و این وظیفه به دو بخش تشویق و حمایت تفکیک شد. تشویق سرمایه گذار باید به افزایش انگیزه وی برای سرمایه‌گذاری منجر شود. اما حمایت از سرمایه گذار، در واقع حمایت از وی در برابر مسائلی است که عمدتاً در حوزه مسائل حاکمیتی قرار می‌گیرد و بر سرمایه گذار تحمیل می‌شود و وی قدرتی برای تغییر آن ندارد. یکی از ابعاد حمایت شهرداری از سرمایه‌گذاری مشارکتی، هدایت است. منظور از هدایت آن است که شهرداری بتواند در قالب یک برنامه مدون و علمی، روشن کند که سرمایه‌گذاری مشارکتی با بخش خصوصی در چه بخش‌هایی از اقتصاد شهر و در چه مکان‌هایی در شهر اتفاق افتد تا هم سرمایه گذار و شهرداری به منافع اقتصادی مناسبی دست یابند و هم منافع اقتصادی و اجتماعی شهروندان تأمین گردد. چنین برنامه جامعی در حوزه سرمایه‌گذاری شهری، اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهر نامیده می‌شود.

در واقع اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، برنامه‌ای جامع با هدف توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی است که در آن با استفاده از اصول علمی مربوطه، با دیدی بلند مدت و جامع نگر، برنامه‌ای تدوین شده تا نقشه راه سرمایه‌گذاری مشارکتی در شهر را ترسیم نماید. فصل حاضر به تشریح اصول حاکم بر اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران اختصاص دارد. همانطور که در تصویر زیر ملاحظه می‌شود، اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران دارای چهار اصل است که در ادامه هر یک به اختصار تشریح شده است. در تصویر زیر اصول حاکم بر اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، به ترتیب اهمیت چیدمان شده‌اند.



اصل اول- شهرها و مناطق جغرافیایی مختلف در جذب سرمایه به شدت با هم رقابت می‌کنند

اصل اول به نوعی تحولات ساختار اقتصاد جهانی را تشریح می‌کند، ساختاری که در آن به واسطه روشن بودن اهمیت سرمایه‌گذاری در رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع و نیز کمبود سرمایه، مناطق جغرافیایی مختلف، از جمله کشورهای، شهرها و مناطق، به منظور جذب سرمایه و سرمایه‌گذار به شدت با هم به رقابت می‌پردازند. به منظور تشریح چرایی چنین رقابتی باید به سراغ علم مدیریت کسب و کار و به طور مشخص تر، علم بازاریابی رفت.

در علم بازاریابی برای انجام تحلیل رقبا، نیاز به یک چارچوب تحلیلی وجود دارد. این چارچوب تحلیلی بیان می‌کند که رقبا (شهر تهران در رقابت با مثلاً دبی و استانبول و یا اصفهان و کرج و مشهد) اولاً چه مشخصات و ویژگی‌هایی دارند (مثلاً حجم بازار، مزیت‌های رقابتی، زیرساخت‌ها و ...) و ثانیاً بر سر چه موضوعات و عواملی برای جذب سرمایه‌گذاری با هم رقابت می‌کنند. بخش اول تحلیل رقیب که مربوط به بررسی و شناخت ویژگی‌هاست، کاملاً روشن است. مانند اینکه شهر تهران دارای بازاری حدود ۱۳ میلیونی است (جمعیت ساکن در مجموعه شهری تهران) یا دارای زیرساخت‌های مختلف در کیفیتی مشخص است، و

اما جنبه دوم تحلیل رقیب، جایی است که باید تشخیص داده شود که رقبا در بازار بر سر چه عواملی با هم رقابت می‌کنند. برای شناسایی این عوامل، علم بازاریابی به سراغ تحلیل مشتری (در اینجا سرمایه‌گذار) و شناسایی نیازهای آن می‌رود و وقتی این تحلیل انجام شد، بر مبنای نیازهای شناسایی شده مشتریان (در اینجا سرمایه‌گذاران)، این تحلیل انجام می‌شود که رقبا چگونه در جهت تأمین این نیازها، با هم رقابت می‌کنند و در مقایسه با هم چه وضعیتی دارند. بنابراین روشن است که به منظور انجام تحلیل رقبا، ابتدا باید تحلیل مشتریان (در اینجا سرمایه‌گذاران) یا تحلیل بازار انجام شود.

تحلیل مشتری و استخراج نیازهای آنها، خود باید بر اساس یک چارچوب تحلیلی انجام شود. چارچوب تحلیلی مورد استفاده، چارچوب تحلیلی عصرهای تولید است. با استفاده از این مفهوم می‌توان مشخص کرد که جذب سرمایه‌گذاری در کدام عصر قرار دارد و با توجه به آن سرمایه‌گذاران چه نیازها و توقعاتی دارند. در ادامه این چارچوب تحلیلی تشریح شده است.

فیلیپ کاتلر در کتاب اصول بازاریابی خود، پنج عصر تولیدی را معرفی می‌نماید. عصرهای تولیدی در تصویر زیر نشان داده شده است. اولین عصر، عصر تولید است. مشخصه اصلی این دوره فزونی شدید تقاضا نسبت به عرضه است. در این عصر حجم محصول در بازار آنقدر کم و تقاضا برای آن آنقدر زیاد است که سبب می‌شود تولید کنندگان در زنجیره ارزش در جایگاه پر قدرتی قرار گیرند. در

این عصر تمرکز بر کارایی تولید و توزیع است تا از یک طرف حجم کالا و خدمات تولیدی به حداکثر برسد و از طرف دیگر با توزیع کارا، محصول با قیمت مناسب به بازار عرضه شده و به دست مصرف کننده برسد.

در حوزه سرمایه‌گذاری در شهر تهران باز تعریف این عصر چنین است: در این عصر مراکز سرمایه پذیر، مانند شهرداری تهران، آنقدر از نظر منابع مالی در اختیار وضعیت مناسبی دارند و یا می‌توانند به راحتی به منابع مالی مورد نیازشان دست یابند که کمتر نیازی به استفاده از منابع مالی سرمایه‌گذاران احساس می‌کنند و علاقمند هستند به صورت مستقیم پروژه‌های خود را به ثمر برسانند. در این عصر احساس نیاز شهرداری تهران به سرمایه سرمایه‌گذاران در حداقل ممکن خود قرار دارد. اوایل دهه هفتاد شاید دوره مناسبی برای چنین عصری باشد. از سوی دیگر در این عصر، سرمایه‌گذاری همچنان به صورت محلی عمل می‌کند و کمتر دارای تحریک بین‌المللی است.

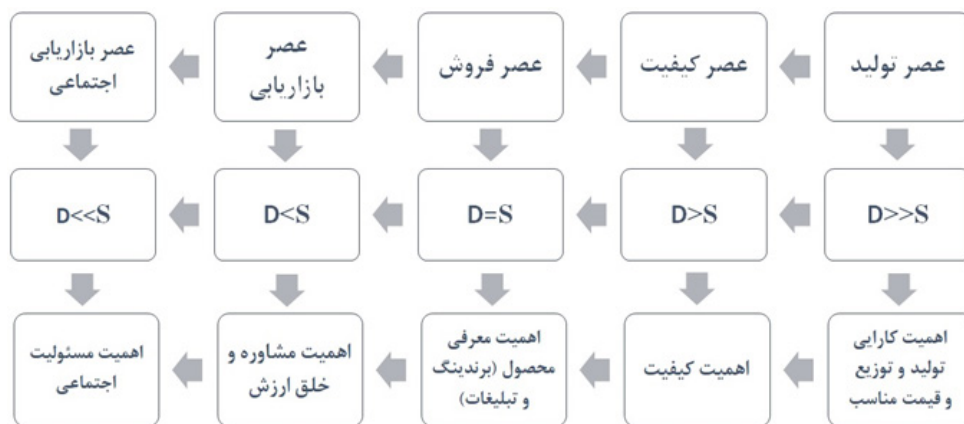
فزونی بیش از حد تقاضا نسبت به عرضه و سود حاصل از این وضعیت، انگیزه لازم را در سرمایه‌گذاران جهت توسعه ظرفیت‌های تولیدی، فراهم کرد. با گذر زمان، افزایش ظرفیت‌های تولیدی، حجم عرضه را افزایش داد و ما را به عصر کیفیت رساند. در عصر کیفیت با وجود آنکه حجم عرضه افزایش یافته، اما همچنان کمتر از تقاضاست. در عصر کیفیت دیگر مانند عصر تولید، برای خرید محصولات تولیدی صفهای طولانی وجود نداشت و تولید کنندگان برای فروش محصولات خود با سختی بیشتری مواجه بودند. به عبارت دیگر تولید کنندگان برای آنکه در بازاری که حالا کمی رقابت میان تولید کنندگان وجود داشت، باید سعی می‌کردند که مشتری را متقاعد کنند محصول تولیدی آنها در مقایسه با رقبا، متفاوت است.

راهکار در نظر گرفته شده در این عصر، کیفیت محصول بود. تولید کنندگان با تمرکز بر کیفیت محصولات، سعی کردند تمایزی میان خود و رقبا ایجاد کنند و از این طریق محصول خود را راحت‌تر به فروش برسانند. در این عصر، همانند عصر تولید، راهکارها عمدتاً فنی و سخت افزاری بود، افزایش کارایی تولید در عصر تولید و افزایش کیفیت محصول در عصر کیفیت.

در حوزه سرمایه‌گذاری در شهر تهران باز تعریف این عصر چنین است: در این دوره به واسطه اقدامات توسعه عظیم در شهر تهران (تملک اراضی جهت توسعه شبکه حمل و نقل بزرگراهی، توسعه مترو و ...) فشار مالی سنگینی بر مالیه شهری وارد می‌شد، اما همچنان هم منابع مالی مناسبی به واسطه رونق ساخت و ساز در تهران، وارد خزانه شهرداری می‌شد و هم شهرداری به راحتی می‌توانست از منابع مالی مختلف، منجمله منابع بانکها، استفاده نماید. اما

تأمین منابع مالی به راحتی عصر پیشین نبود. در این دوره که تقریباً مترادف نیمه دوم دهه هفتاد و نیمه اول دهه هشتاد است، شهرداری بیشتر علاقه داشت از سرمایه‌گذاران در حوزه‌های ساخت و ساز مشارکتی استفاده کند. بسیاری از قراردادهای مشارکت مدنی که در آن زمین آورده شهرداری بود و سرمایه‌گذار منابع مالی مورد نیاز ساخت را تأمین می‌کرد، محصول همین عصر است. چنین قراردادهایی به واسطه هزینه بالای زمین و شرایط تورمی کشور، برای طرفین حاشیه سود خوبی ایجاد می‌کرد.

تصویر ۲۷- عصرهای تولید



ویژگی بارز عصر کیفیت، همانند عصر تولید، آن بود که همچنان به دلیل فزونی تقاضا نسبت به عرضه، ظرفیت‌های تولیدی همچنان قابلیت افزایش داشت و همچنان با ایجاد ظرفیت تولیدی جدید، کسب سود امکان‌پذیر بود. همین موضوع سبب ایجاد انگیزه سرمایه‌گذاری در ظرفیت‌های تولیدی شد و ما را به عصر فروش رساند.

در عصر فروش با افزایش ظرفیت‌های تولیدی، عرضه و تقاضا تقریباً برابر شد. در این عصر دیگر خبری از صفهای انتظار برای کالاها نبود و مشتریان حق انتخاب بسیار بیشتری داشتند. در چنین شرایطی تولیدکنندگان با چالش مهمی در حوزه فروش محصولات خود در رقابت با رقبای مواجه شدند. از آنجا که در این عصر با وجود افزایش رقابت، همچنان عرضه و تقاضا برابر بود و ظرفیت مازاد وجود ندارد، شرکت‌ها سعی داشتند تا در بازار موجود، به مشتریان با کیفیت‌تری که امکان ایجاد ارزش افزوده بیشتری دارند، دسترسی پیدا کنند. از این رو در عصر فروش، برندینگ و تبلیغات، راهکار پیشنهادی علم مدیریت کسب و کار بود. شرکت‌ها با سرمایه‌گذاری در دو حوزه برندینگ و تبلیغات، سعی کردند تا خود را از سایر رقبای

متمایز نموده و محصول خود را به بازار هدف خود بفروشد. در این عصر به دلیل افزایش رقابت از یک طرف و افزایش هزینه‌های برندینگ و تبلیغات از طرف دیگر، حاشیه سود صنایع در مقایسه با دو عصر قبلی، کاهش یافت.

بسیاری از ترفندهای فروش و تبلیغات، که لزوماً ترفندهای پاکی نیز نیستند، حاصل همین عصر است. در این عصر بسیاری کالاهای بی کیفیت و یا کم کیفیت وجود داشتند که با استفاده از ترفندهای تبلیغاتی به مشتریان تحمیل می‌شدند. در حوزه سرمایه‌گذاری در شهر تهران باز تعریف این عصر چنین است: با افزایش جمعیت شهر تهران و افزایش شدید نیازهای خدماتی آنها، بخش قابل توجهی از بودجه شهرداری تهران صرف ارائه چنین خدماتی می‌شد، به ویژه خدمات حمل و نقل عمومی. در این دوره که تقریباً مصادف با اواسط دهه هشتاد تا اواسط دهه نود است، همچنان اجرای پروژه‌های زیرساختی هزینه‌های سنگینی به شهرداری تحمیل می‌کرد. بزرگ شدن شهرداری و افزایش شدید تعداد پرسنل هزینه‌های جاری را افزایش می‌داد. در سوی دیگر ساخت و ساز همچنان رونق داشت و درآمدهای مناسبی را نصیب شهرداری می‌کرد، اما کم کم به واسطه وفور ساخت و ساز و کم شدن فرصت‌های جدید ساخت و ساز، نگرانی در خصوص آینده درآمدهای ساخت و ساز در شهر تهران ایجاد شد.

در این دوره همچنان مشارکت در پروژه‌های ساختمانی شهرداری برای بخش خصوصی جذاب و پر منفعت بود. اما از طرفی کم کم مقیاس فعالیت‌ها در حوزه سرمایه‌گذاری به سمت بین‌المللی شدن می‌رفت. به عنوان مثال در این دوره یک سرمایه‌گذار متوسط این امکان را داشت که بجای سرمایه‌گذاری در شهر تهران، در دبی نیز سرمایه‌گذاری کند. بنابراین سرمایه‌گذاران در انتخاب فرصت‌های سرمایه‌گذاری، نیم نگاهی نیز به فرصت‌های سرمایه‌گذاری منطقه‌ای داشتند. در این دوره کم کم ادبیات جذب سرمایه‌گذار بخش خصوصی در شهرهای کشور شکل گرفت و سازمان‌های سرمایه‌گذاری و مشارکتها در شهرداری‌ها پایه‌گذاری شد. اما به واسطه نوپا بودن و رخنه ذهنیت عدم نیاز به سرمایه‌گذار در ذهن مسئولین وقت، تلاش ویژه‌ای برای استفاده از توان بخش خصوصی در پروژه‌های مختلف شهرداری نمی‌شد.

با وجود آنکه با افزایش رقابت و افزایش هزینه‌های برندینگ و تبلیغات، حاشیه سود بسیاری از صنایع در عصر فروش کاهش یافت، اما همچنان سود وجود داشت و این سود انگیزه سرمایه‌گذاری در ظرفیت‌های تولید را ایجاد می‌کرد. همین مسئله سبب می‌شد تا با وجود برابری عرضه و تقاضا، همچنان سرمایه‌گذاری در ظرفیت‌های تولید ادامه یابد و همین امر ما را به عصر بازاریابی می‌رساند.

در عصر بازاریابی با افزایش ظرفیت‌های تولید، عرضه بیشتر از تقاضا شد و به عبارت دیگر مازاد عرضه در بازار به وجود آمد. شرکت‌ها در این عصر برای اولین بار به صورت بسیار جدی با چالش فروش محصولات خود مواجه شدند. عکس العمل اولیه شرکت‌ها در این عصر، جنگ قیمتی بود. این عصر سبب شکوفایی علم مدیریت کسب و کار، به ویژه علم بازاریابی شد. راهکار علم بازاریابی در مواجهه به چالش فروش در این عصر، بسیار هوشمندانه بود، این راهکار توسعه «بازاریابی رابطه مند» بود.

در عصر فروش و عصر بازاریابی، در مقایسه با عصر تولید و عصر کیفیت، شاهد جابجایی قدرت در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش صنایع بودیم. این جابجایی قدرت، از بخش تأمین و تولید در عصرهای تولید و کیفیت، به سمت بخش فروش، در عصرهای فروش و بازاریابی اتفاق افتاده است. البته کیفیت فروش در عصر فروش، بسیار متفاوت با کیفیت فروش در عصر بازاریابی است. این تفاوت کیفیت در بستر بازاریابی رابطه مند تشریح می‌شود.

در عصر بازاریابی، به دلیل فزونی عرضه نسبت به تقاضا، دستیابی به مشتری بسیار مهم است. به همین دلیل در این عصر تفکر مشتری محور بر حوزه بازاریابی و فروش کسب و کارها حاکم شد. در عصر بازاریابی، پیدا کردن مشتری جدید، بسیار سخت‌تر و پرهزینه‌تر از نگهداری یک مشتری قدیمی است. بنابراین منطق حکم می‌کند حفظ مشتری نسبت به جذب مشتری جدید در اولویت باشد. بنابراین کسب و کارها باید به دنبال حفظ مشتریان کنونی خود باشند و پس از آن اقدام به جذب مشتریان جدید کنند. کلید حفظ مشتری، کسب رضایت اوست. مشتری راضی، امکان خرید مجدد دارد، و قطعاً مشتری ناراضی به سمت رقبای سوق خواهد یافت. حال سوال اینجاست که چگونه باید رضایت مشتری را جلب نمود؟

برای ایجاد رضایت در مشتری، جلب اعتماد وی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در خصوص رضایت مشتری، کیفیت، ویژگی‌ها و قیمت مناسب محصول شرط لازم است و شرط کافی آن است که مشتری احساس نکند محصول به او فروخته می‌شود. در این مسیر جلب اعتماد مشتری بسیار مهم است. حفظ مشتری از طریق جلب اعتماد و وفاداری آن، در بستر بازاریابی رابطه مند انجام می‌شود.

در کسب و کارهای قرن بیست و یکمی، تأکید از روش فروش به مشتریان کنونی برداشته شده و به ایجاد مشتری برای فردا تغییر یافته است. بنابراین کسب و کارها، بیشتر افق‌های بلند مدت را در نظر می‌گیرند تا کوتاه مدت. بازاریابی رابطه مند به معنی دریافت وفاداری مشتری است و سازمان‌ها تلاش می‌کنند تا به

این هدف برسند. بازاریابی رابطه مند بر مبنای این ایده است که مشتریان مهم، به توجهی مداوم نیاز دارند. سازمانی که از بازاریابی رابطه مند استفاده می‌کند، به دنبال یک فروش یا معامله ساده نیست، بلکه یک مشتری را مورد هدف قرار می‌دهد تا هم امروز و هم در آینده بتواند به آن محصول بفروشد. سازمان می‌خواهد به مشتری نشان دهد که می‌تواند نیازهای وی را به بهترین شکل برطرف سازد، به طوری که رابطه‌ای متعهدانه میان آن دو شکل بگیرد.

بر همین مبنا در عصر بازاریابی تمرکز کسب و کارها بر ارائه خدمات مشاوره و خلق ارزش است. منظور از خلق ارزش، عمدتاً به ایجاد ارزش برای مشتری با استفاده از ابزارهایی است که به طور مستقیم به خود محصول مرتبط نیست. به عبارت دیگر خدمات جانبی، اساس خلق ارزش در عصر بازاریابی است. از آنجا که در عصر بازاریابی عمدتاً محصولات تولیدی در یک صنعت، از نظر فنی بسیار مشابه هم هستند، بنابراین کسب و کارها سعی می‌کنند با طراحی و ارائه خدمات جانبی، محصول خود را در مقایسه با رقبا متمایز نمایند.

دو مفهوم فوق، یعنی خدمات مشاوره و خلق ارزش، دو مفهوم کلیدی هستند که تمایز میان مفهوم فروش در عصر فروش و عصر بازاریابی را توضیح می‌دهند. در حوزه سرمایه‌گذاری در شهر تهران باز تعریف این عصر چنین است: از نیمه دوم دهه نود به بعد، به ویژه از سال ۱۳۹۷ با شدت یافتن تحریمهای اقتصادی، شهرداری تهران با فشار بسیار زیاد مالی مواجه شد. افزایش سهم فروش دارایی‌ها و اخذ انواع وامها از کل منابع در اختیار شهرداری تهران در این دوره گویای این امر است. در این دوره هزینه‌های جاری شهرداری سهم عمده منابع شهرداری را به خود اختصاص داده است. پروژه‌های عمرانی مختلف به دلیل محدودیت منابع مالی، بسیار کند پیش می‌روند. درآمدهای ساخت و ساز روز به روز محدودتر شده و حساسیت به آنها بیشتر می‌شود. حاشیه سود ساخت و ساز در تهران در مقایسه با اطراف تهران و مناطق شمالی کشور کاهش یافته است و جذابیت کمتری برای سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کند. شهرها و کشورهای مختلف با درک اهمیت جذب سرمایه‌گذاری، تلاش‌های بسیار ویژه‌ای را به کار بسته اند که سرمایه‌گذاران را جذب نمایند. به واسطه تحریمهای اقتصادی و کاهش ارزش پول ملی، روند خروج سرمایه شدت گرفته است.

در چنین شرایطی یک سرمایه‌گذار، با فرصت‌های بسیار زیادی در حوزه سرمایه‌گذاری در داخل و خارج از کشور رو به روست و می‌تواند بین آنها انتخاب کند. در این دوره مراکز سرمایه پذیر مختلف داخلی و خارجی برای جذب سرمایه‌گذاران امتیازات ویژه‌ای به آنها ارائه می‌دهند. در این عصر جنس پروژه‌های سرمایه‌گذاری در کشور از سمت پروژه‌های ساخت و ساز محور (ساخت و فروش محور) به سمت پروژه‌های ساخت، بهره‌برداری و مدیریت محور حرکت کرده است. به عبارت دیگر

تعریف سرمایه‌گذار در این عصر، به کارآفرینی نزدیکتر است تا کسی که دارای سرمایه است. چنین تعریفی از سرمایه‌گذار، نشان می‌دهد که سرمایه‌گذار واقعی بسیار کمیاب است و بنابراین رقابت در جذب آنها بسیار شدید. اتفاق ویژه دیگری که در این عصر افتاد رقابت یکپارچه شهرها برای جذب سرمایه‌گذاران در خوشه‌های فعالیتی است. در واقع سطح رقابت در این عصر به جایی رسیده که خوشه‌های فعالیتی در شهرها باید بتوانند با هم رقابت کنند و نه تک فعالیت‌ها. به عنوان مثال خوشه گردشگری در تهران باید با خوشه گردشگری در دبی و یا اصفهان و یا کیش با هم به رقابت بپردازند. به عبارت دیگر سطح رقابت به سطحی بالاتر از تک تک فعالین یک صنعت و در یک شهر ارتقاء یافت. بنابراین در حال حاضر شهرداری تهران برای جذب سرمایه‌گذاران باید در چنین فضایی به رقابت بپردازد.

پس از عصر بازاریابی، به عصر بازاریابی اجتماعی می‌رسیم. در عصر بازاریابی اجتماعی، عرضه بسیار بیشتر از تقاضاست و کسب و کارها برای موفقیت در فروش محصولات خود، علاوه بر همه اقدامات مطرح شده در عصر بازاریابی، به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی می‌پردازند. از نظر نگارنده در حوزه سرمایه‌گذاری هنوز به این عصر نرسیدیم.

روشن است که هر چه از عصر تولید به سمت عصر بازاریابی اجتماعی حرکت کردیم، حاشیه سود صنایع کاهش یافت. در عصر کیفیت، بخشی از سود برای افزایش کیفیت هزینه شد، در عصر فروش، بخشی از سود برای برندینگ و تبلیغات هزینه شد، در عصر بازاریابی بخشی از سود برای ارائه خدمات جانبی بیشتر هزینه شد و در عصر بازاریابی اجتماعی نیز بخشی از سود به منظور ایفای مسئولیت‌های اجتماعی هزینه شد. به عبارت دیگر هر چه از عصر تولید به سمت عصر بازاریابی اجتماعی آمدیم، قدرت از سمت تولیدکنندگان به سمت مصرف‌کنندگان و مشتریان منتقل شد.

در حوزه سرمایه‌گذاری نیز هر چه از عصر تولید به سمت عصر بازاریابی حرکت کردیم، قدرت از سمت سرمایه‌پذیر (مانند شهرداری تهران) به سمت سرمایه‌گذار منتقل شد و بنابراین رقابت برای جذب سرمایه‌گذار سخت و سخت‌تر شد. پس اصل اول اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران به این نکته اشاره دارد که در اقتصاد امروز جذب سرمایه‌گذار بسیار سخت‌تر از گذشته است و به واسطه رقابت شهرها (چه داخلی و چه خارجی) و کشورهای مختلف در جذب سرمایه‌گذاران و اقدامات متعدد و متنوع آنها، به منظور موفقیت در جذب سرمایه‌گذاران باید اولاً این ذهنیت را پذیرفت و دوماً نقشه راه تدوین کرد. این موضوع ما را به اصل دوم اطلس جامع سرمایه‌گذاری می‌رساند. لازم به ذکر

است که اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران با پیش فرض اصل اول تدوین شده است.

اصل دوم- سرمایه‌گذاری بدون تدوین نقشه راه انتخابی، به نتیجه نمی‌رسد

نتیجه اصل اول آن شد که مراکز سرمایه پذیر مختلف، چه شهرها و چه کشورها و یا حتی سازمان‌های تخصصی، برای جذب سرمایه‌گذاران باید با یکدیگر رقابت کنند و محور این رقابت نیز آن است که شرایط و امکانات مختلف و مناسب سرمایه‌گذاران را محیا نموده و به دنبال جذب آنها باشند. به عبارت دیگر دوره‌ای که در آن مراکز سرمایه پذیر در سازمان‌های خود منتظر حضور سرمایه‌گذاران بودند، گذشته و در اقتصاد امروز باید جذب سرمایه‌گذاران را بازاریابی کرد و آنها را متقاعد نمود که در یک شهر، کشور و یا هر منطقه جغرافیایی، سرمایه‌گذاری کنند.

در چنین شرایطی که سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری با گزینه‌های بسیار متعدد و متنوعی در شهرها و کشورهای مختلف رو به رو هستند، به فاکتورهایی که برایشان اهمیت زیادی دارند، توجه ویژه‌تری می‌کنند و گزینه‌های سرمایه‌گذاری را بر اساس فاکتورهای مذکور با وسواس بیشتری مورد ارزیابی قرار می‌دهند. بنابراین مراکز سرمایه پذیر در چنین رقابت شدیدی برای جذب سرمایه‌گذاران، باید به شدت بر فرایند تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری خود دقت کنند تا این پروژه از ابعاد مختلف دارای کیفیت بالایی باشند. تنها در چنین شرایطی است که می‌توان انتظار داشت که سرمایه‌گذار برای پروژه‌ها داوطلب شود.

به عبارت دیگر، به دلیل وفور گزینه‌های سرمایه‌گذاری در شهرها و کشورهای مختلف برای جذب سرمایه‌گذاران، هر شهر و یا کشوری باید بهترین گزینه‌های سرمایه‌گذاری را به سرمایه‌گذاران پیشنهاد دهد، به گونه‌ای که بر اساس فاکتورهای مد نظر سرمایه‌گذاران، این گزینه‌ها، بهتر از گزینه‌های پیشنهادی شهرها و کشورهای دیگر باشد. در واقع این موضوع بیان می‌کند که شهرها و کشورها باید تلاش کنند تا بر مبنای اصول علمی، تنها بهترین گزینه‌های سرمایه‌گذاری خود را معرفی نمایند و نمی‌توانند در همه حوزه‌ها ورود کنند.

در علم اقتصاد معرفی بهترین گزینه‌های سرمایه‌گذاری بر مبنای اصول علمی، از طریق تحلیل و شناسایی مزیت‌های نسبی و رقابتی هر منطقه جغرافیایی اتفاق می‌افتد. در واقع تحلیل مزیت‌های نسبی و رقابتی هر منطقه روشن می‌کند که بهترین گزینه‌های سرمایه‌گذاری یک شهر یا کشور کدامند. اصل دوم تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری به همین نکته اشاره دارد. در واقع این اصل می‌گوید شهرها و کشورها برای توسعه سرمایه‌گذاری خود، نمی‌توانند به طور همزمان به همه

عرصه‌ها ورود کنند و راه حل بهینه آن است که بر مبنای اصول علمی، مزیت‌های نسبی و رقابتی خود را تشخیص داده و با انتخاب آنها و کنار گذاشتن سایر گزینه‌ها، بر سرمایه‌گذاری روی پروژه‌های مستخرج از آنها تمرکز نمایند. منظور از نقشه راه انتخابی در حوزه سرمایه‌گذاری، تدوین اهداف و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در یک شهر، منطقه و یا کشور است. در واقع استراتژی، نقشه راهی است که به دلایلی از میان سایر نقشه‌ها انتخاب شده است. تدوین اهداف و استراتژی‌ها، چه در شهرها و مناطق و چه در سطح بنگاههای اقتصادی، زمانی به صورت صحیح تدوین می‌شود که بر مبنای شناسایی دقیق و علمی مزیت‌های نسبی و مزیت‌های رقابتی باشد. مفهوم اطلس سرمایه‌گذاری بر همین موضوع استوار است.

مفهوم اطلس سرمایه‌گذاری، به دنبال تدوین نقشه راه انتخابی (تدوین اهداف و استراتژی‌های توسعه سرمایه‌گذاری) در یک شهر و یا منطقه است، به گونه‌ای که جهت، کمیت و کیفیت سرمایه‌گذاری در شهر و یا منطقه برای یک بازه زمانی مشخص (معمولاً ده ساله)، تعیین گردد.

استراتژی‌های سرمایه‌گذاری شهر یا منطقه، بر پایه شناسایی دقیق و علمی مزیت‌های رقابتی تدوین می‌گردد و این موضوع در تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران محور کار بوده است. بر این مبنای شهرداری تهران بجای آنکه پذیرای سرمایه‌گذاری در هر نوع فعالیتی باشد، سعی خواهد کرد بر اساس مزیت‌های رقابتی خود و شهر، از میان فعالیت‌های مختلف، آنهایی را که در آنها مزیت‌های بالفعل و بالقوه قوی‌تری دارد را انتخاب کرده و روی توسعه سرمایه‌گذاری بر آنها متمرکز شود.

در بخش پیش به این نکته اشاره شد که مقیاس رقابت اقتصادی شهرها و کشورها، از سطح رقابت تک تک فعالیت‌های اقتصادی به سطح رقابت زنجیره‌های ارزش صنایع گسترش یافته است. به عبارت دیگر در اقتصاد امروز خوشه‌های فعالیتی یک شهر با شهرهای دیگر رقابت می‌کنند. بر این مبنای نقشه راه انتخابی اهمیتی دو چندان می‌یابد.

اصل سوم- سرمایه‌گذاری بدون تقسیم کار روشن بین دولت محلی و بخش خصوصی، به نتیجه نمی‌رسد

اصول اول و دوم اطلس جامع سرمایه‌گذاری، عمدتاً مربوط به مسیر تدوین اطلس از طریق توجه به رقابت بین شهرها و شناسایی مزیت‌های رقابتی تمرکز داشت، در صورتی که دو اصل سوم و چهارم بیشتر بر اجرا متمرکزند. اصل سوم به فرایند تقسیم کار بین بخش عمومی (شهرداری) و بخش خصوصی

(سرمایه گذار) اشاره دارد. در انتهای فصل چهارم، جایی که در مورد نقش شهرداری در توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی صحبت می‌شد، به این نکته اشاره شد که شهرداری نقش پشتیبانی از سرمایه گذار را بر عهده دارد و تشریح شد که پشتیبانی خود به دو بخش تشویق و حمایت تقسیم می‌شود. در حال حاضر با توجه به شرایط اقتصادی و سیاسی حاکم بر اقتصاد کشور ما، حمایت مهمتر از تشویق است. در فصل ششم، جایی که در خصوص مزیت‌های رقابتی شهر تهران بحث می‌شود، موضوع وظایف دولت محلی (که شهرداری بخشی از آن است) در حوزه توسعه سرمایه‌گذاری مشارکتی که عمدتاً بر حمایت از سرمایه‌گذاران متمرکز است، به تفصیل بررسی شده است.

اما در اینجا لازم است به این نکته اشاره شود که در محیط رقابتی اقتصاد امروز، به منظور توسعه سرمایه‌گذاری در یک شهر، باید بین بخش عمومی (شهرداری) و سرمایه گذار بخش خصوصی یک تقسیم کار روشن و واضح انجام شود تا از اتلاف منابع و زمان جلوگیری شود. بسیار دیده می‌شود که در حوزه سرمایه‌گذاری، سرمایه پذیر (در اینجا شهرداری تهران) در قامت سرمایه گذار فکر می‌کند و تصمیم می‌گیرد و این موضوع دو مشکل اساسی دارد. اول اینکه ماهیت این دو شخصیت، یعنی شهرداری و سرمایه گذار، کاملاً با هم متفاوت است و قطعاً شهرداری نمی‌تواند به جای سرمایه گذار فکر کند و تصمیم بگیرد. دوم اینکه با تمرکز شهرداری برای تصمیم‌گیری به جای سرمایه گذار، شهرداری از وظیفه اصلی خود که پشتیبانی از سرمایه گذار است غافل خواهد شد. بنابراین اصل سوم بیان می‌کند که بدون یک تقسیم کار واضح و روشن میان دو بازیگر اصلی سرمایه‌گذاری در شهر، یعنی شهرداری و سرمایه گذاران، اطلس سرمایه‌گذاری راه به جایی نمی‌برد. توضیحات بیشتر این موضوع به فصل بعدی موکول می‌شود.

اصل چهارم- جذب سرمایه‌گذاری، یک حرفه تخصصی است

همانطور که در اصل اول به روشنی بیان شد، شهرها و مناطق مختلف به منظور جذب سرمایه و سرمایه گذار، با هم به رقابت می‌پردازند و این رقابت در قالب یک برنامه بازاریابی سرمایه‌گذاری بر مبنای مزیت‌های رقابتی شهر انجام می‌شود. بنابراین فرایند جذب سرمایه گذار، فرایندی است که باید طی آن سرمایه گذار را متقاعد به حضور در پروژه‌ای خاص در یک شهر یا منطقه نمود و لذا فرایند جذب سرمایه گذار، یک فرایند حرفه‌ای مذاکره تجاری است. بنابراین کسانی که چنین فرایندی را اداره می‌کنند، باید در حوزه اقتصاد، مدیریت

کسب و کار، مسائل مالی، مسائل حقوقی و مذاکره، دارای تخصص حرفه‌ای (دانش و تجربه) باشند تا بتوانند در رقابت با سایر شهرها و کشورها سرمایه گذار را متقاعد به حضور و فعالیت در شهر نمایند.

اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

پس از معرفی و تبیین اصول اطلس جامع سرمایه‌گذاری، در این فصل اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران تدوین و ارائه شده است. به منظور تدوین اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، در این فصل فرایند زیر طی شده است:

- ۱- مبانی نظری تحلیل و احصاء پروژه‌های دارای مزیت در شهر تهران
- ۲- تحلیل مزیت‌های شهر تهران در حوزه جذب سرمایه‌گذاری، ناشی از مقیاس و موقعیت این کلانشهر و جایگاه آن در اقتصاد کشور
- ۳- معرفی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران
- ۴- اولویت‌بندی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران
- ۵- تعیین اولویت‌های موضوعی و موضوعی سرمایه‌گذاری در شهر تهران
- ۶- توزیع محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری شهر تهران در سطح مناطق
- ۷- خلاصه‌ای از ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری مناطق مختلف شهر تهران
- ۸- تهیه فهرست عناوین پروژه‌های سرمایه‌گذاری اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

در ادامه به تفصیل به هر یک از موارد فوق‌الذکر پرداخته شده است.

۱- مبانی نظری تحلیل و احصاء پروژه‌های دارای مزیت در شهر تهران

در این بخش مبانی نظری احصاء پروژه‌های دارای مزیت در شهر تهران ارائه شده است که در واقع مسیر حرکت مطالعات به سمت تعریف پروژه‌ها را روشن می‌نماید. این بخش به سه موضوع می‌پردازد، اول اینکه سوال درست در زمینه مزیت رقابتی، ماهیت و هدف اصلی آن چیست، موضوع دوم به چارچوب نظری تعیین مزیت‌های رقابتی می‌پردازد و موضوع سوم، با توجه به اهمیت بخش خدمات در اقتصاد شهرها، به جایگاه بخش خدمات در مزیت‌های رقابتی و مبانی مربوط به تعریف پروژه‌های خدماتی اختصاص دارد.

۱-۱- ماهیت مزیت رقابتی و چگونگی دستیابی به آن

پیش از شروع بحث، با توجه به ماهیت این مطالعات، ذکر این نکته ضروری است که در حوزه مبانی نظری، مفاهیم مطرح شده در خصوص مزیت‌های رقابتی حوزه‌های جغرافیایی است که می‌تواند شامل یک کشور، یک منطقه خاص از یک کشور و یا یک شهر باشد. البته مناسبترین واحد جغرافیایی،

متناسب با مبانی نظری مطرح شده، کشور است، اما موضوعات مطرح شده به راحتی قابل تعمیم به هر واحد جغرافیایی دیگر، منجمله شهرها، نیز هست. بنابراین در این گزارش، کشور، منطقه و شهر را می‌توان مترادف یک منطقه جغرافیایی دانست که نظریه‌های مطرح شده، با اندکی تفاوت، در خصوص همه آنها صدق می‌کند.

کمبودهایی در زمینه تفاسیر صورت گرفته در مورد اینکه چرا برخی از کشورها (شهرها و مناطق جغرافیایی) رقابت پذیرند و برخی دیگر نه، وجود ندارد. اما اغلب این تفاسیر با یکدیگر مغایر و ناسازگار بوده و یک نظریه عمومی پذیرفته شده وجود ندارد. اینکه اصطلاح «رقابتی» در ارتباط با یک واحد جغرافیایی خاص (کشور یا شهر) به چه معنی است، با ابهام زیادی مواجه است و مشکل اصلی نیز همینجاست. وجود بحث‌های فزاینده در بسیاری از کشورها در مورد اینکه آیا آنها با مشکل رقابت‌پذیری مواجه هستند یا نه، به طور قطع نشان دهنده این امر است که این موضوع کاملاً درک نشده است. در ادامه برخی برداشتهای از رقابت‌پذیری ارائه شده است.

در بعضی از کشورها، رقابت‌پذیری ملی به عنوان یک پدیده اقتصاد کلان است که با متغیرهایی از قبیل نرخهای ارز، نرخهای بهره و کسری بودجه دولت در ارتباط بوده و از آنها تأثیر می‌پذیرد. برخی دیگر استدلال می‌کنند که رقابت‌پذیری تابعی از نیروی کار ارزان و فراوان است. دیدگاه دیگری که وجود دارد این است که رقابت‌پذیری به میزان وفور منابع طبیعی یک واحد جغرافیایی بستگی دارد. برخی نیز استدلال کرده اند که رقابت‌پذیری تا حد زیادی متأثر از سیاست‌های دولتهاست (چه دولت مرکزی و چه دولت محلی و بخش عمومی). آخرین تعریف عمومی صورت گرفته از رقابت‌پذیری ملی مربوط به تفاوت‌هایی است که در عملکردهای مدیریتی شرکت‌ها وجود دارد و در بر گیرنده روابط مدیریت و نیروی کار است.

به طور واضح هیچ یک از این تعاریف از رقابت‌پذیری ملی کاملاً رضایت بخش نیست. هیچ یک از آنها به تنهایی برای توجیه منطقی موقعیت رقابتی صنایع یک واحد جغرافیایی، مثلاً یک کشور، کافی نیست. هر یک از تعاریف بیان شده حقیقتی را در بر دارند، اما برای بررسی دقیق مطلب کافی نخواهند بود، چرا که مجموعه پیچیده و وسیعی از عوامل در این امر دخیل هستند.

تعاریف متعدد و متضاد ارائه شده از رقابت‌پذیری یک مشکل بسیار اساسی دیگر را مد نظر قرار نمی‌دهند و آن اینکه قبل از هر چیز، اساساً یک کشور رقابتی چه تعریفی دارد؟

در حالی که این اصطلاح به کرات مورد استفاده قرار گرفته است، ولی تعریف

درستی از آن صورت نگرفته است. آیا یک واحد جغرافیایی رقابت پذیر مانند یک کشور، واحدی (کشوری) است که همه صنایع و فعالیت‌ها و شرکت‌ها در آن رقابت پذیرند؟ اگر چنین باشد، هیچ کشوری واحد شرایط نخواهد بود. آیا یک کشور رقابتی کشوری است که در آن به خاطر نرخ تبدیل ارز موجود، قیمت کالاها به گونه‌ای است که شرایط رقابت در بازارهای بین‌المللی را فراهم می‌آورد؟ آیا یک واحد جغرافیایی رقابتی، واحدی است که تراز مثبت تجاری بالاتری داشته باشد؟ آیا یک کشور رقابتی کشوری است که سهم رو به رشدی را در تجارت جهانی داشته باشد؟ آیا یک کشور رقابتی، کشوری است که می‌تواند فرصت‌های شغلی ایجاد نماید؟ و سرانجام، آیا یک کشور رقابتی، کشوری است که هزینه متوسط نیروی کار در آن پایین باشد؟

هر یک از این معیارها مطالبی را در مورد فعالیت‌های اقتصادی یک واحد جغرافیایی بازگو می‌کنند، اما به طور روشنی هیچ یک از آنها به رونق اقتصاد ملی یا محلی مربوط نمی‌شود.

جستجو برای یافتن یک تعریف قانع کننده از هر دو موضوع پیشرفت بنگاه و پیشرفت ملی (محلی) باید با طرح سوال صحیح آغاز گردد. باید با ارائه تعاریف مفصل سعی کرد تا مفهوم کلی و غیردقیق اصطلاح «کشور رقابتی» یا «یک واحد جغرافیایی رقابتی» شفافتر گردد. هدف اساسی اقتصادی یک کشور یا شهر (یک واحد جغرافیایی) رشد فزاینده استاندارد زندگی شهروندان می‌باشد. قابلیت انجام چنین کاری به بهره‌وری منابع به کار گرفته شده در یک کشور یا شهر (نیروی کار و سرمایه) بستگی دارد، نه مفهوم کلی و غیرشفاف «رقابت پذیری». بهره‌وری عبارت است از ارزش برون داد تولید شده توسط یک واحد نیروی کار یا سرمایه که به دو عامل کیفیت و مشخصات محصولات (که قیمت محصولات را تعیین می‌کند) و کارایی عوامل تولید بستگی دارد.

در بلند مدت بهره‌وری عامل اصلی و نخستین تعیین کننده استاندارد زندگی کشورهاست، زیرا عامل اصلی و ریشه‌ای تعیین کننده درآمد سرانه محسوب می‌شود. بهره‌وری منابع انسانی، سطح دستمزد نیروی کار را تعیین می‌کند. در حالی که بهره‌وری عامل سرمایه، تعیین کننده میزان منافع است که به صاحبان سرمایه برمی‌گردد. بهره‌وری بالا، نتنها به افزایش سطح درآمد کمک می‌کند، بلکه منجر به این امر می‌شود که شهروندان بجای ساعات طولانی کار، از میزان فراغت بیشتری برخوردار گردند. بهره‌وری بالا همچنین باعث افزایش درآمد ملی می‌گردد و این امر خود منجر به افزایش درآمدهای حاصل از مالیات می‌شود که با صرف این درآمدهای مالیاتی در امور خدمات عمومی، استاندارد زندگی بهبود می‌یابد. همچنین ظرفیت و قابلیت دستیابی به بهره‌وری بالا، بنگاههای اقتصادی یک کشور را قادر می‌سازد تا استانداردهای مهم اجتماعی، از قبیل

سلامت و ایمنی، فرصت‌های برابر و اثرات زیست محیطی را برآورده ساخته و از این طریق باعث بهبود استاندارد زندگی شوند.

در شهرها این نکته بسیار مهم است. اساسی‌ترین هدف هر طرح توسعه اقتصاد شهری، مانند طرح‌های مرتبط با جذب سرمایه بخش خصوصی جهت اجرای انواع پروژه‌های شهری، باید افزایش استاندارد زندگی شهروندان آن شهر باشد. تحقق این هدف از مسیر افزایش بهره‌وری عوامل تولید می‌گذرد. با افزایش بهره‌وری عوامل تولید، درآمد سرانه شهروندان افزایش می‌یابد و این موضوع دو حُسن دارد، اول اینکه شهروندان با افزایش درآمد سرانه خود می‌توانند دسترسی بهتری به کالاها و خدمات مختلف با کیفیت داشته باشند و در نتیجه استاندارد زندگی خود را افزایش دهند. دوم نیز اینکه با افزایش درآمد سرانه و با افزایش یک اقتصاد شهر، بخش عمومی (شهرداری) نیز از آن منتفع می‌گردد. شهرداری‌ها از محل بزرگ شدن اقتصاد شهر، درآمدهای بیشتری کسب می‌کنند و می‌توانند با اختصاص آنها به اجرای پروژه‌های زیربنایی و تأمین خدمات شهری، چرخه رشد بهره‌وری و افزایش درآمد سرانه و در نتیجه افزایش کیفیت و استاندارد زندگی شهروندان را تقویت کنند.

نکته مهمی که وجود دارد آن است که شهرداری‌ها بتوانند به درستی خود را به اقتصاد شهر متصل نمایند. در صورت محقق شدن این هدف، دو اتفاق بسیار خوب می‌افتد. اول اینکه با بزرگ شدن اقتصاد شهر، اقتصاد شهرداری نیز بزرگ می‌شود و شهرداری به یک منبع بزرگ درآمد پایدار وصل می‌شود و دوم اینکه منافع شهرداری و اقتصاد شهر در یک کشتی واحد قرار خواهند گرفت و در نتیجه شهرداری به عنوان یکی از بزرگترین نهادهای مستقر در شهر، نقشی بسیار حیاتی و مهم در پایدارسازی روند رو به رشد اقتصاد شهر خواهد یافت. این نقش بسیار حیاتی در واقع به معنای تقسیم وظیفه بخش خصوصی و بخش عمومی در طراحی، مدیریت و پایدارسازی رشد اقتصاد شهر است، موضوعی که در اقتصاد شهری و مدیریت شهری ایران بسیار مغفول مانده و دچار کج‌فهمی بزرگی شده است و نتیجه آن دخالت بخش عمومی در وظایف بخش خصوصی و غفلت بخش عمومی از وظایف اصلی اش بوده است.

تنها مفهوم معنی دار رقابت‌پذیری در سطح ملی یا محلی (یک واحد جغرافیایی) عبارت است از بهره‌وری ملی یا محلی. افزایش استاندارد زندگی به ظرفیت بنگاه‌های یک کشور یا شهر برای رسیدن به سطوح بالای بهره‌وری و افزایش آن در طول زمان بستگی دارد. وظیفه ما آن است که درک کنیم چرا چنین چیزی اتفاق می‌افتد. رشد مداوم و پایدار بهره‌وری مستلزم رشد و ارتقاء پایدار اقتصاد یک کشور است. بنگاه‌های یک کشور یا شهر باید از طریق افزایش کیفیت

محصول، تنوع خصوصیات کالا و خدمات، بهبود فناوری و ارتقاء کارایی تولید، بهره‌وری را در صنایع موجود افزایش دهند. در واقع در راستای ارتقای رقابت‌پذیری از طریق بهره‌وری، هدف، حمایت از دستمزدهای بالا و کنترل قیمت اضافی در بازارهای رقابتی است.

تجارت بین مناطق جغرافیایی مختلف در بازارهای رقابتی، ضرورت تولید کلیه کالاها و خدمات مورد نیاز یک واحد جغرافیایی مشخص، مانند یک کشور و یا شهر، را توسط خودش از بین می‌برد و از این طریق می‌تواند منجر به افزایش سطح بهره‌وری در آن واحد جغرافیایی گردد. بدین ترتیب یک واحد جغرافیایی می‌تواند در فعالیت‌هایی که بنگاههای فعال در آنها از بهره‌وری بالاتری برخوردارند، تخصص یابد و کالاها و خدماتی که بنگاههای تولید کننده آنها از بهره‌وری پایین‌تری نسبت به رقبا برخوردارند، از خارج منطقه وارد کند. این امر باعث افزایش سطح بهره‌وری در اقتصاد آن واحد جغرافیایی می‌گردد. بنابراین واردات نیز همانند صادرات می‌تواند منجر به رشد بهره‌وری شود.

فرایند توسعه صادرات از طریق صادرات محصولات فعالیت‌های اقتصادی با بهره‌وری بالاتر در یک واحد جغرافیایی، به وسیله انتقال فعالیت‌های با بهره‌وری کمتر به خارج از واحد جغرافیایی از طریق واردات کالا و خدمات مربوط به این فعالیت‌ها، یکی از راههای سالم و درست رونق اقتصاد ملی است. در این مسیر رقابت بین مناطق جغرافیایی مختلف به ارتقاء سطح بهره‌وری در طول زمان کمک می‌کند. اما این فرایند متضمن این نکته است که اگر کشور یا شهری در صدد پیشرفت است، الزاماً باید فعالیت در بخش‌هایی را که در آنها بهره‌وری بالایی ندارد را از دست بدهد. استفاده از یارانه، حمایتها و سایر دخالتها که برای حفظ برخی فعالیت‌های اقتصادی صورت می‌گیرد، تنها روند ارتقای اقتصادی را کند و استاندارد زندگی شهروندان را در بلند مدت با محدودیت مواجه می‌سازد.

تا اینجای بحث، ماهیت مزیت رقابتی و چرایی آن مشخص شد، اما هنوز به چگونگی دستیابی به آن پرداخته نشده است. در ادامه دیدگاههای کلاسیک مربوطه مطرح می‌شوند، اما نظریه مورد نظر این گزارش که نظریه «مزیت رقابتی ملل» است و مبنای ارائه پیشنهادات گزارش حاضر، در بند بعدی به اختصار تشریح خواهد شد.

تلاش‌های صورت گرفته جهت تبیین و تفسیر موفقیت برخی فعالیت‌های اقتصادی (صنایع) در عرصه بین‌المللی در قالب تجارت بین‌الملل دارای تاریخچه طولانی است. نظریه کلاسیک مزیت نسبی یکی از این موارد است. مزیت نسبی از نظر اقتصاددانان دارای معنی خاصی است. آدام اسمیت با ارائه نظریه مزیت مطلق شهرت یافت. بر اساس این تئوری یک کشور زمانی اقدام به صدور یک محصول می‌کند که بتواند آن محصول را با هزینه پایین‌تری نسبت به تمام کشورها تولید

نماید. دیوید ریکاردو دریافت که نیروهای بازار منابع کشور را به صنایعی هدایت می‌کنند که به طور نسبی بیشترین بهره‌وری را داشته باشد و بدین ترتیب او تئوری مزیت مطلق آدام اسمیت را با مطرح کردن تئوری مزیت نسبی، تعدیل و اصلاح نمود. تئوری مزیت نسبی بدین معناست که یک کشور کالایی را که در کشورهای خارجی با هزینه پایین‌تری تولید می‌شود، وارد خواهد کرد، هر چند این کشور در تولید سایر کالاها از بهره‌وری بیشتری برخوردار باشد.

در نظریه ریکاردو تجارت بر اختلاف بهره‌وری نیروی کار در میان کشورها مبتنی است. او اختلاف بهره‌وری کشورها را به اخلاف تعریف نشده‌ای نسبت داد که در محیط و شرایط کشورهایی که در بعضی از صنایع دارای برتری هستند، وجود دارد. برداشت هکشر و اوهلین از تئوری مزیت نسبی بر این ایده مبتنی است که تمام کشورها دارای دانش فنی متعادلی هستند، ولی میزان عوامل تولید (زمین، نیروی کار، منابع طبیعی و سرمایه) در کشورهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارد. عوامل تولید فقط به عنوان نهاده‌های اصلی مورد نیاز تولید محسوب می‌شوند. کشورها در صنایعی مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل تولید را بدست می‌آورند که در آن صنایع از عواملی استفاده می‌شود که در آن کشورها به وفور وجود دارد. آنها کالاهایی را صادر می‌کنند که عوامل تولید آن کالاها در کشور به وفور یافت می‌شود و کالاهایی را وارد می‌کنند که در تولید آنها مزیت نسبی ندارند.

مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل تولید برای تبیین و تغییر الگوهای رقابت کافی نیست. به طور گسترده قسمت اعظم تجارت جهانی، بین کشورهای صنعتی دارای عوامل تولید مشابه صورت می‌گیرد. این موضوع به سختی توسط نظریه مزیت رقابتی (مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل تولید) قابل توضیح و تبیین است. اما آنچه در خصوص عدم کفایت نظریه مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل در تبیین واقعیتهای اقتصادی بسیار اهمیت دارد این است که پیش فرضهای حاکم بر این تئوری در بسیاری از صنایع با واقعیت منطبق نیست. این تئوری فرض می‌کند صرفه‌های ناشی از مقیاس وجود ندارد، همه کشورها از فناوری یکسانی برخوردارند، محصولات متمایز نیستند و میزان عوامل تولید ثابت است. همچنین فرض می‌شود عوامل تولید از قبیل نیروی انسانی ماهر و سرمایه در بین کشورها توان جابجایی ندارند. تمام این فرضها در اغلب صنایع از واقعیت بدور است.

این موضوعات و بسیاری موضوعات دیگر که بحث از آنها در حوصله گزارش حاضر نمی‌گنجد، ناکافی بودن نظریه مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل تولید را روشن ساخته است. در حالی که ناکافی بودن مزیت عوامل تولید در تبیین و تفسیر تجارت تا حد زیادی در مجامع علمی پذیرفته شده بود، اینکه چه چیز

باید جایگزین آن شود یا آن را کامل کند اصلاً معلوم نبود تا زمانی که نظریه «مزیت رقابتی ملل» توسط مایکل پورتر مطرح شد. در بند بعدی این نظریه به شکل بسیار مختصر تشریح شده است.

این نظریه در مورد دلایل موفقیت کشورها در صنایعی خاص و پیامدهای آن موفقیت بر شرکت‌ها و اقتصاد ملی کشورها است. اما با وجود این مایکل پورتر اعتقاد دارد که، مفاهیم و ایده‌های مطرح شده در آن می‌تواند به آسانی در واحدهای جغرافیایی کوچکتر از یک کشور هم به کار رود. شرکت‌ها موفق به طور مکرر در نواحی و مناطق خاص یک کشور (مثلاً شهرها) متمرکز می‌گردند، مثلاً در آمریکا شرکت‌ها توسعه‌ای پیشرو در دالاس و تگزاس، تأمین کنندگان تجهیزات نفت و گاز در هوستون و زنجیره‌های مدیریت بیمارستانی در نواحی مرکزی و شمالی متمرکز هستند.

این تمرکز مکانی یک محیط پویا و آماده را برای شرکت‌ها در این صنایع خاص ایجاد می‌کند. در واقع بر اساس این نظریه سیاست‌های دولت در سطح محلی و توسعه‌ای نقش مهمی در شکل دادن به مزیت ملی ایفا می‌کند. اما موضوع اساسی فقط به نقش کشورها و نواحی محدود نمی‌شوند، آنچه این نظریه مطرح می‌کند روشی است که بر اساس آن محیط اطراف یک شرکت، موفقیت رقابتی آن را در طول زمان شکل می‌دهد. در واقع این نظریه به این سوال پاسخ می‌دهد که چرا برخی از سازمان‌ها پیشرفت می‌کنند و بعضی دیگر شکست می‌خورند. مکان جغرافیایی یک شرکت قسمتی از محیط آن را تشکیل می‌دهد که شامل مواردی از قبیل تاریخچه، هزینه‌ها و تقاضای موجود برای آن شرکت است. اما محیط یک شرکت موارد گسترده و مهمتری از قبیل مکانی که مدیران و کارکنان آموزش دیده اند و یا ماهیت مشتریان اولیه و بسیار مهم شرکت را در بر می‌گیرد.

۲-۱- چارچوب نظری مزیت رقابتی ملل بر مبنای مدل الماس پورتر

امروزه به صورت بسیار گسترده تأیید شده است که صرفه‌های ناشی از مقیاس، پیشرو بودن در فناوری و تولیدات متمایز شرایط را برای تجارت فراهم می‌آورد و هر کشوری که شرکت‌های آن در یک صنعت از آنها برخوردار گردد، قادر خواهد بود به صادرات بپردازد. اما توانایی دستیابی به این مزایا و تداوم آن، نه یک علت، بلکه یک معلول است. سوال واقعی این است که چه شرکت‌هایی از چه کشورهایی این مزایا را بدست خواهند آورد. ما می‌دانیم که بعضی از شرکت‌های یک کشور به برتری تکنولوژیکی دست می‌یابند، کالاهای بسیار متمایز و با کیفیت بالا تولید می‌نمایند، یا کالاهایی تولید می‌کنند که نیازهای مشتریان را بهتر از سایرین برآورده می‌کند. سوال این است که چرا چنین است؟

چرا یک کشور (یا یک واحد جغرافیایی مانند شهر یا کشور) در یک فعالیت اقتصادی خاص به موفقیت بین‌المللی می‌رسد؟ جواب این سوال در چهار خصیصه آن کشور (واحد جغرافیایی) که محیط مناسبی را برای رقابت شرکت‌های محلی فراهم می‌کند، نهفته است. این ویژگیها عوامل و موانع ایجاد مزیت رقابتی را در خود دارند (تصویر ذیل ملاحظه شود):

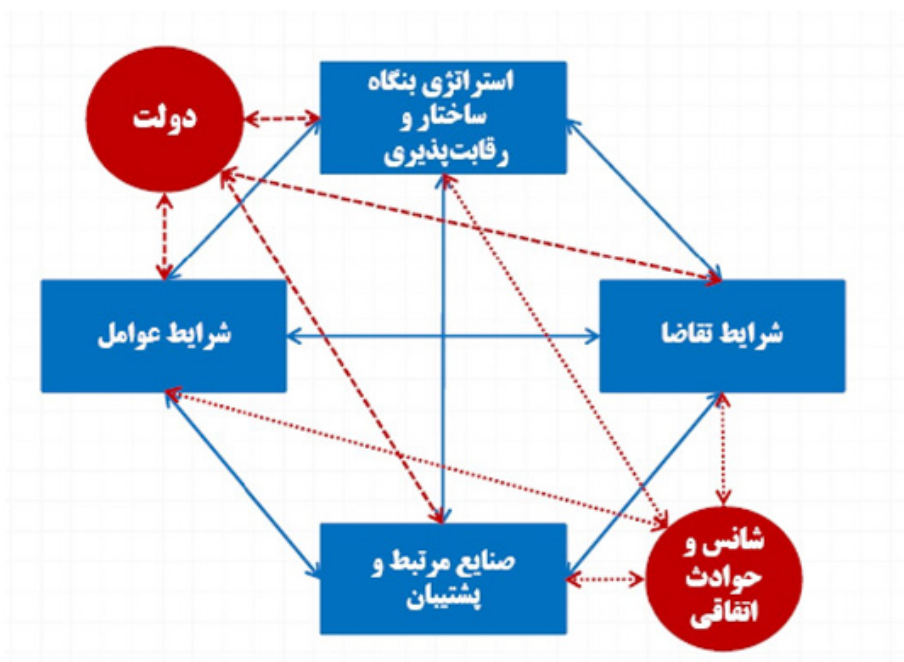
۱- **شرایط عوامل تولید:** موقعیت یک کشور از نظر عوامل تولید از قبیل نیروی کار ماهر یا زیرساخت‌های فیزیکی، برای رقابت در یک صنعت خاص (فعالیت اقتصادی خاص) ضروری است.

۲- **شرایط تقاضا:** ماهیت تقاضای داخلی برای کالاها و خدمات صنعت مورد نظر.

۳- **صنایع مرتبط و پشتیبان:** وجود یا عدم وجود صنایع تأمین کننده و مرتبط در یک کشور که از رقابت بین‌المللی برخوردار باشند.

۴- **استراتژی شرکت، ساختار و رقابت پذیری:** شرایط حاکم بر نحوه ایجاد شرکت‌ها در کشور، سازماندهی و مدیریت شرکت‌ها و همچنین ماهیت رقابت داخلی.

تصویر ۲۸- عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی (مدل الماس پورتر)



این عوامل به طور انفرادی و به عنوان یک سیستم (تأثیرگذار بر یکدیگر) زمینه را فراهم می‌کنند تا شرکت‌های یک کشور یا یک واحد جغرافیایی پا به عرصه وجود گذاشته و به رقابت بپردازند.

به احتمال زیاد کشورها (شهرها) در فعالیت‌ها و بخش‌هایی موفق می‌گردند که «لوزی ملی» (اصطلاحی که برای اشاره به عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی به عنوان یک سیستم مورد استفاده قرار می‌گیرد) در آن فعالیت‌ها و بخش‌ها بسیار مطلوب و مساعد باشد. این امر بیان کننده این مطلب نیست که تمام شرکت‌های یک کشور در یک صنعت به مزیت رقابتی دست می‌یابند و در حقیقت، محیط ملی از پویایی بیشتری برخوردار باشد، احتمال اینکه برخی شرکت‌ها شکست بخورند، زیادتر می‌شود. زیرا تمام شرکت‌ها نه از مهارت‌ها و منابع یکسانی برخوردارند و نه می‌توانند به طور مساوی از محیط ملی بهره‌برداری کنند. با وجود این شرکت‌هایی که از یک چنین محیطی بیرون آیند، در رقابت بین‌المللی پیشرفت خواهند کرد.

این لوزی یک سیستم تقویت کننده چند طرفه است. تأثیر هر یک از عوامل تعیین کننده منوط به موقعیت سایر عوامل است. برای مثال، شرایط مناسب تقاضا منجر به مزیت رقابتی نخواهد شد، مگر اینکه وضعیت رقابت به گونه‌ای باشد که باعث شود تا شرکت‌ها به این تقاضا پاسخ دهند. همچنین مزیت در یکی از عوامل می‌تواند منجر به ایجاد و ارتقاء مزیت در سایر عوامل گردد.

مزیت رقابتی مبتنی بر تنها یک یا دو عامل، در صنایع وابسته به منابع طبیعی یا صنایع دارای تکنولوژی‌ها و مهارت‌های با پیچیدگی کمتر، امکان پذیر است. اما چنین مزیتی معمولاً ناپایدار است، زیرا به سرعت جابجا می‌شود و رقبای جهانی به آسانی می‌توانند بر آن غلبه کنند و مزیت‌های دیگر را خلق نمایند. تمام مزایای موجود در قالب عوامل چهارگانه برای دستیابی به موفقیت رقابتی و تداوم آن در صنایع دانش محور که استخوانبندی اقتصادهای پیشرفته را تشکیل می‌دهد، ضروری هستند. مزیت در همه عوامل تعیین کننده یک شرط لازم برای مزیت رقابتی در یک صنعت نیست. تأثیر متقابل عوامل مختلف بر یکدیگر منجر به ایجاد مزیت‌هایی می‌گردد که از بین بردن یا تضعیف آن توسط رقبای خارجی بسیار مشکل است.

دو متغیر دیگر، علاوه بر متغیرها و عوامل ذکر شده می‌توانند سیستم ملی را به طور قابل توجهی تحت تأثیر قرار دهند. این متغیرها عبارتند از «شانس» و «دولت». حوادث اتفاقی از قبیل اختراعات، دستیابی به تکنولوژی‌های پایه، جنگ‌ها، تحول در سیاست خارجی و تعبیر زیاد تقاضا در بازارهای خارجی از کنترل شرکت و معمولاً دولتها خارج است. این موارد گسست‌هایی را ایجاد می‌کنند که می‌تواند ساختار صنعتی را تغییر داده و فرصت‌هایی را برای شرکت‌های یک کشور یا شهر فراهم کند که سایر شرکت‌ها را از گردونه رقابت خارج ساخته

و جایگزین آنها شوند. حوادث اتفاقی نقش مهمی را در جابجایی مزیت‌های رقابتی در بسیاری از صنایع ایفا می‌کنند. آخرین عامل اثرگذار و تعیین کننده که باید در نظر گرفته شود، دولت (ملی یا محلی) است. دولت در تمامی سطوح می‌تواند موجب تقویت و یا تضعیف مزیت ملی گردد. این نقش دولت به وضوح از طریق بررسی چگونگی تأثیر سیاستها بر هر یک از عوامل تعیین کننده مورد ملاحظه قرار می‌گیرد. سیاست‌های ضد تراستی و ضد انحصاری می‌توانند رقابت داخلی را تحت تأثیر قرار دهند. مقررات می‌توانند شرایط تقاضا را تغییر دهند. سرمایه‌گذاری در امر آموزش می‌تواند شرایط عوامل تولید را تغییر دهد. اجرای سیاستها بدون بررسی چگونگی اثرگذاری آنها بر عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی (به عنوان یک سیستم کلی)، همانطور که احتمال دارد مزیت ملی را ارتقاء دهد، ممکن است موجب تضعیف آن نیز شود. در ادامه هر یک از این عوامل با جزئیات بیشتر و پویاییهای ارتباط بین آنها مورد بررسی قرار گرفته اند:

۱-۲-۱- شرایط عامل تولید

هر کشور یا شهری دارنده چیزی است که در اصطلاح اقتصاددانان از آن به عوامل تولید تعبیر می‌شود. عوامل تولید چیزی بیشتر از نهاده‌های مورد نیاز برای رقابت در هر صنعت نیست که عبارتند از نیروی کار، زمین زراعی، منابع طبیعی، سرمایه و زیرساخت‌های فیزیکی. نظریه متعارف تجارت بر عوامل تولید مبتنی است. بر اساس این تئوری کشورها از میزان متفاوتی از ذخائر و عوامل برخوردارند. یک کشور کالاهایی را صادر خواهد کرد که آن کالا با استفاده از منابع نسبتاً فراوان آن کشور تولید می‌گردد.

به وضوح وجود عوامل تولید در مزیت رقابتی شرکت‌های یک کشور نقش دارد. اما نقش عوامل، متفاوت‌تر و پیچیده‌تر از چیزی است که اغلب استنباط می‌شود. عوامل تولید مؤثر در تعیین مزیت رقابتی در بسیاری از صنایع، خصوصاً در صنایعی که نقش اساسی در رشد بهره‌وری اقتصاد ملی دارند، به ارث برده نمی‌شوند، بلکه در داخل یک کشور از طریق فرایندهایی ایجاد می‌شوند که این فرایندها در میان شرکت‌ها و کشورهای مختلف، متفاوت است. بنابراین موجودی و ذخیره عوامل تولید در هر زمان معینی از نرخ ایجاد، گسترش و تخصیص این عوامل به صنایع خاص اهمیت کمتری دارد. شاید تعجب آور باشد که وفور عوامل به جای اینکه مزیت رقابتی را تقویت کند، آن را تضعیف می‌کند. فقدان مزیت مبتنی بر عوامل تولید، اغلب منجر به تحریک برنامه‌ریزی و نوآوری گشته و از این مسیر می‌تواند در تداوم موفقیت رقابتی نقش داشته باشد.

عوامل تولید می‌توانند به صورت زیر گروه‌بندی شوند:

• **منابع انسانی:** کیفیت، مهارت و هزینه پرسنل (شامل کارکنان و مدیران). همچنین باید ساعات کاری استاندارد و اخلاق کاری نیز در نظر گرفته شوند.

• **منابع فیزیکی:** فراوانی، کیفیت، قابلیت دسترسی و هزینه زمین، آب، ذخائر معدنی یا جنگلی، منابع تولید برق، مناطق ماهیگیری و سایر خصوصیات فیزیکی و شرایط اقلیمی می‌توانند به عنوان بخشی از منابع فیزیکی کشور مدنظر باشند. همچنین موقعیت و اندازه جغرافیایی هم می‌توانند در زمره این منابع در نظر گرفته شوند.

• **منابع اطلاعاتی و دانش:** دانش بازار، تکنیکی و فنی یک کشور در کالاها و خدمات آن کشور منعکس می‌شود. منابع دانش و اطلاعات عبارتند از دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی، امکانات تحقیقاتی بخش خصوصی و عمومی، مؤسسات آماری، ادبیات موجود در زمینه علوم و کسب و کار، گزارش‌های موجود در زمینه تحقیقات بازار، انجمنهای تجاری و سایر منابع علمی و اطلاعاتی یک کشور.

• **منابع سرمایه‌ای:** مقدار و هزینه سرمایه موجود جهت تأمین مالی فعالیت‌های اقتصادی.

• **زیرساخت‌ها:** نوع، کیفیت و هزینه استفاده از زیرساخت موجود از قبیل سیستم حمل و نقل، ارتباطات، پست، انتقال و پرداخت وجوه، بهداشت و آموزش و امثال اینها. همچنین زیرساخت شامل مواردی از قبیل وجود مسکن و مؤسسات فرهنگی است که بر کیفیت زندگی و جذابیت یک کشور یا شهر به عنوان مکانی برای زندگی و کار مؤثر هستند.

ذکر این نکته لازم است که صرف دستیابی به عوامل تولید از اهمیت اساسی برای رسیدن به مزیت رقابتی برخوردار نیست، بلکه توانایی به کارگیری آنها به صورت بهره‌ور و کارا است که از چنین اهمیتی برخوردار است.

به منظور درک نقش با ثبات عوامل تولید در مزیت رقابتی، لازم است میان انواع عوامل تولید تمایز قایل شد. به طور ویژه دو تمایز مهم بارز می‌گردد. اولین تمایز بین عوامل بنیادی و عوامل پیشرفته وجود دارد. عوامل بنیادی شامل منابع طبیعی، شرایط اقلیمی، موقعیت، نیروی کار غیرماهر و نیمه ماهر است. عوامل پیشرفته مواردی چون زیرساخت ارتباطات، داده‌های دیجیتالی، پرسنل

با تحصیلات عالی از قبیل مهندسین و فارغ التحصیلان دانشگاهی در رشته‌های پیچیده و پیشرفته را در بر می‌گیرد. به واقع عوامل تولید اندکی برای کشورها به ارث می‌رسد، بسیاری از عوامل باید در طول زمان از طریق سرمایه‌گذاری رشد یافته و گسترده شوند.

تفاوت بین عوامل بنیادی و عوامل پیشرفته تولید از نظر رتبه‌بندی آنها دارای اهمیت است. عوامل بنیادی تولید به طور منفعلانه به ارث می‌رسند، یا اینکه ایجاد آنها مستلزم سرمایه‌گذاری خصوصی و اجتماعی غیرپیچیده و ناچیزی است. چنین عواملی تأثیری بر مزیت رقابتی یک کشور یا ناحیه جغرافیایی ندارد و در صورتی که مزیتی نیز از طریق این عوامل برای شرکت‌های یک کشور ایجاد گردد، این مزیت پایدار نخواهد بود.

عوامل پیشرفته تولید، امروزه یکی از مهمترین عوامل مزیت رقابتی هستند. این عوامل برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی بالاتر، از قبیل تولیدات متمایز و تکنولوژی‌های انحصاری تولید ضروری هستند. این عوامل کمیاب هستند، زیرا گسترش و توسعه آنها نیازمند سرمایه‌گذاری زیاد و مداوم در منابع انسانی و فیزیکی است. نهادها و مؤسسات مورد نیاز برای ایجاد عوامل پیشرفته تولید (مانند برنامه‌های آموزشی) خود نیازمند منابع انسانی و فناوری پیچیده هستند. همچنین دسترسی شرکت‌ها به عوامل پیشرفته تولید از طریق بازارهای جهانی یا از طریق واحدهای جنبی خارجی مشکل‌تر است. این عوامل، مکمل طراحی و توسعه تولیدات و فرایندها و همچنین مکمل ظرفیت نوآوری یک شرکت هستند. تأکید این نکته حائز اهمیت است که عوامل پیشرفته تولید یک کشور اغلب بر مبنای عوامل بنیادی تولید ایجاد می‌گردند. برای مثال تأمین متخصصین زیست‌شناسی در سطح دکتری، مستلزم وجود فارغ التحصیلان مستعد دانشگاهی در این زمینه است. به عبارت دیگر با وجود آنکه عوامل بنیادی تولید به ندرت از مزیت با ثباتی برخوردار هستند، اما باید از کمیت و کیفیت کافی در یک کشور برخوردار باشند تا امکان ایجاد و توسعه عوامل پیشرفته تولید مرتبط با آنها فراهم آید.

دومین تفاوت مهم بین عوامل تولید، ویژگی و خصوصیت آنهاست. عوامل عمومی تولید شامل سیستم بزرگراه‌ها، تأمین وام‌های سرمایه‌ای و یا ذخیره شاغلین با انگیزه بالا و با تحصیلات دانشگاهی است. این عوامل می‌توانند در طیف وسیعی از صنایع به کار گرفته شوند. عوامل تخصصی تولید شامل پرسنل متخصص در زمینه‌های ویژه، زیرساخت‌های فیزیکی دارای ویژگی‌های خاص، پایگاه‌های اطلاعاتی در فعالیتهای ویژه و سایر عوامل مرتبط با طیف محدودی از صنایع یا حتی یک صنعت است. به عنوان مثال می‌توان به یک مؤسسه علمی

دارای مهارت در زمینه فیزیک عدسیها، یک گروه متخصص در اداره کردن صنایع شیمیایی عظیم و یا گروهی از طراحان ماهر بدنه خودرو اشاره کرد. همچنین عوامل بسیار پیشرفته تولید، گرایش به تخصصی شدن دارند.

عوامل تخصصی تولید نسبت به عوامل عمومی، پایه و اساس محکمتر و باثبات‌تری را برای مزیت رقابتی ایجاد می‌نمایند. عوامل عمومی تنها به شکل‌گیری مزیت‌های ابتدایی و اولیه کمک می‌کنند. عوامل تخصصی تولید نیازمند تمرکز سرمایه‌های اجتماعی و خصوصی بیشتری است که اغلب نیز می‌تواند با ریسک همراه باشد. همچنین این عوامل در بسیاری از موارد متکی به وجود عوامل عمومی تولید هستند. لذا به دلایل فوق این عوامل محدود و کمیاب هستند.

بارزترین مزیت رقابتی با ثبات وقتی حاصل می‌شود که عوامل تولید موجود در یک کشور که برای رقابت در یک صنعت خاص مورد نیازند، هم پیشرفته و هم تخصصی باشند. قابلیت دسترسی و کیفیت عوامل تخصصی تولید، پیچیدگی مزیت رقابتی و نرخ رشد آن را تعیین می‌کنند. برعکس مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل بنیادی/عمومی اغلب غیرپیچیده و زودگذر هستند.

یکی دیگر از تفاوت‌های مهمی که میان عوامل وجود دارد این است که این عوامل طبیعی هستند (مانند منابع طبیعی یا موقعیت جغرافیایی) و یا خلق شده‌اند. آن دسته از عواملی که در دستیابی به مزیت رقابتی سطوح بالاتر و پایدارتر از بالاترین میزان اهمیت برخوردارند، یعنی عوامل پیشرفته و تخصصی، خلق می‌شوند و خلق آنها نیاز به سرمایه‌گذاری دارد، مانند سیستم مخابراتی یک کشور. افزایش استاندارد جهانی عوامل نشان می‌دهد که بدست آوردن مزیت رقابتی از عوامل، صرفاً مستلزم یکبار سرمایه‌گذاری نیست، بلکه گذشته از حفظ ذخیره فعلی در برابر استهلاک، برای افزایش و ارتقاء کیفیت نیز نیاز به سرمایه‌گذاریهای مداوم دارند. عوامل پیشرفته و تخصصی نیازمند بیشترین و مداوم‌ترین سرمایه‌گذاری‌هایی هستند که به پیچیده‌ترین شکل ممکن صورت می‌گیرند. کشورها در صناعی موفقند که بتوانند عوامل مورد نیاز را به خوبی خلق کرده و از همه مهمتر، این عوامل را ارتقاء بخشند.

ساز و کار خلق عوامل در کشور یا بخشی از یک کشور مانند یک شهر، نسبت به ذخیره فعلی عوامل، برای مزیت رقابتی از اهمیت بیشتری برخوردارند. به علاوه، در اکثر صنایع بخش خصوصی در خلق عوامل برای دستیابی به مزیت عامل نقش بسزایی دارد و سرمایه‌گذاریهای دولت در خلق عامل، معمولاً بر عوامل بنیادی‌تر و عمومی‌تر تأکید دارند.

۲-۲-۱- شرایط تقاضا

دومین عامل مهم برای دستیابی به مزیت رقابتی در یک فعالیت اقتصادی، شرایط

تقاضای داخلی برای تولیدات و خدمات صنعت است. هر چند تقاضای داخلی از طریق تأثیری که بر مزیت مقیاس می‌گذارد، می‌تواند کارایی‌های ثابتی را ایجاد کند، اما تأثیر مهمتر، پویایی آن است. این مسئله نرخ بهبود و نوآوری در شرکت‌های موجود در کشور یا هر واحد جغرافیایی دیگر و نیز ماهیت آنها را سامان می‌دهد.

تقاضای داخلی از دو ویژگی مهم برخوردار است:

- ترکیب تقاضای داخلی (ماهیت نیازهای خریدار)
- میزان و الگوی رشد تقاضای داخلی

کیفیت تقاضای داخلی، نسبت به کمیت آن در تعیین مزیت رقابتی از اهمیت بیشتری برخوردار است. در ادامه هر یک از موارد فوق به اختصار بررسی می‌شوند.

• ترکیب تقاضای داخلی

مهمترین تأثیر تقاضای داخلی بر مزیت رقابتی از طریق ترکیب و ماهیت نیازهای خریدار داخلی صورت می‌گیرد. ترکیب تقاضای داخلی نشان دهنده این است که شرکت‌ها چگونه به نیازهای خریداران پی برده، آنها را تفسیر نموده و برطرف می‌سازند. کشورها (یا هر واحد جغرافیایی دیگر) در آن دسته از صنایع یا بخش‌های صنعتی به مزیت رقابتی دست می‌یابند که تقاضای داخلی، نسبت به رقبای خارجی، تصویر واضحتر یا زودتری از نیازهای خریدار را در اختیار شرکت‌های داخلی قرار دهد. همچنین کشورها در صورتی از مزیتها بهره می‌برند که خریداران داخلی، شرکت‌های داخلی را برای نوآوری سریعتر و دستیابی به مزیت‌های رقابتی پیچیده‌تر نسبت به رقبای خارجی، تحت فشار قرار دهند.

ماهیت تقاضای داخلی، به خودی خود، مهمتر از ترکیب بخش‌های آن است. شرکت‌های یک کشور در صورتی به مزیت رقابتی دست می‌یابند که خریداران داخلی از پیچیده‌ترین و پر انتظارترین خریداران تولیدات یا خدمات باشند. چنین خریدارانی دریچه‌ای را به سوی نیازهای نوین خریدار باز می‌کنند. این خریداران پر انتظار و پیچیده شرکت‌های داخلی را وادار می‌سازند تا در زمینه کیفیت و ویژگی‌های مربوط به کالاها و خدمات، استانداردهای بالایی را رعایت کنند.

شرکت‌های موجود در یک کشور (یا شهر) در صورتی به مزیت دست می‌یابند که نیازهای خریداران داخلی، نیازهای سایر واحدهای جغرافیایی (سایر کشورها

و یا سایر شهرها) را پیش بینی کند. این امر بدین معناست که تقاضای داخلی، هشدار اولیه ایست که نشان دهنده نیازهای متداول خریداران است. گاهی اوقات تقاضای زود هنگام، از مزایای دیگر داشتن پیچیده‌ترین خریداران در داخل است، چون غالباً خریداران پیچیده، نخستین کسانی هستند که انواع جدید تولیدات و خدمات را انتخاب می‌کنند که در جاهای دیگر مورد تقاضا واقع خواهند شد.

• میزان و الگوی رشد تقاضای داخلی

میزان تقاضای داخلی و الگوی رشد آن به شرطی می‌تواند باعث تقویت مزیت ملی در یک صنعت شود که ترکیب آن پیچیده باشد و تنها نیازهای داخلی، بلکه نیازهای بین‌المللی را نیز پیش بینی نماید. بزرگ بودن بازار داخلی در جاهایی که مزیت یادگیری یا مقیاس وجود دارد، ممکن است منجر به مزیت رقابتی شود. این امر از طریق تشویق شرکت‌های کشور به انجام سرمایه‌گذاری گسترده در تسهیلات بزرگ مقیاس، پیشرفت تکنولوژی و افزایش بهره‌وری صورت می‌گیرد.

نرخ رشد تقاضای داخلی نیز می‌تواند مانند اندازه مطلق آن برای مزیت رقابتی اهمیت داشته باشد. رشد تقاضا، مانند سایر جنبه‌های مربوط به کمیت تقاضا یک مزیت محسوب نمی‌شود، مگر اینکه ترکیب تقاضا مطلوب باشد.

۱-۲-۳- صنایع مرتبط و پشتیبان

سومین عامل تعیین کننده مزیت در یک فعالیت اقتصادی در هر واحد جغرافیایی مانند کشور، حضور در کشوری است که دارای صنایع تأمین کننده یا مرتبط است که در سطح بین‌المللی رقابت می‌کنند. به عنوان مثال صنایع تأمین کننده‌ای که در سطح بین‌المللی به رقابت می‌پردازند، موجب افزایش موفقیت ایتالیاییها در زمینه تولید کفش می‌شوند. وجود مزیت رقابتی در برخی صنایع تأمین کننده باعث ایجاد مزیت بالقوه شرکت‌ها در بسیاری از صنایع دیگر می‌شود، چون درون دادهایی را تولید می‌کنند که کاربرد فراوانی در نوآوری یا جهانی‌سازی دارد و از این نظر بسیار حائز اهمیت هستند. به عنوان نمونه صنایع تولید مواد نیمه رسانا و نرم افزار صناعی هستند که بر بسیاری از صنایع دیگر تأثیر می‌گذارند. وجود صنایع رقابتی در یک کشور یا هر واحد جغرافیایی دیگر که با یکدیگر مرتبط هستند نیز به همان اندازه اهمیت دارد. موفقیت سوئیس در صنایع داروسازی با موفقیت قبلی این کشور در عرصه بین‌المللی در صنعت رنگ‌سازی بسیار مرتبط بود.

وجود صنایع تأمین کننده‌ای که در سطح بین‌المللی به رقابت می‌پردازند در یک کشور به شیوه‌های مختلف باعث ایجاد مزایایی برای صنایع پایین دستی می‌شود. یک روش ایجاد چنین مزایایی از طریق دسترسی کارآمد، زود هنگام، سریع و گاه تبعیض آمیز به درون داده‌هایی صورت می‌گیرد که هزینه اثربخش دارند. اما شاید مهمترین منفعت وجود تأمین کنندگان داخلی رقابتی برای صنایع، به خاطر فرایند نوآوری و ارتقا باشد. مزیت رقابتی به سبب وجود روابط کاری نزدیک میان تأمین کنندگان مطرح در سطح جهانی و صنعت ایجاد می‌شود. تأمین کنندگان با شرکت‌ها ارتباط برقرار می‌کنند تا بتوانند به روش‌ها و فرصت‌های جدید پی ببرند و تکنولوژی‌های نوین را بکار گیرند. شرکت‌ها به سرعت به اطلاعات، ایده‌ها و نگرش‌های جدید و نوآوری‌های تأمین کنندگان دسترسی پیدا می‌کنند.

یک کشور یا هر واحد جغرافیایی دیگر، لازم نیست برای بدست آوردن مزیت رقابتی در یک فعالیت اقتصادی یا یک صنعت، در همه صنایع تأمین کننده از مزیت ملی برخوردار باشد. درون داده‌هایی که تأثیر عمده‌ای بر نوآوری یا عملکرد تولیدات یا فرایندهای یک صنعت ندارند، می‌توانند به راحتی از خارج از کشور تأمین شوند. سایر تکنولوژی‌های عمومی که حوزه کاربرد آنها در صنعت محدود است، نیز همین گونه‌اند.

وجود صنایع رقابتی مرتبط در یک کشور غالباً منجر به شکل‌گیری صنایع رقابتی جدید می‌شود. صنایع مرتبط به آن دسته از صنایع اطلاق می‌شود که شرکت‌ها می‌توانند هنگام رقابت در انجام فعالیت‌های مربوط به زنجیره ارزش آنها یا فعالیت‌های مربوط به تولید فراورده‌های مکمل (مانند نرم افزارها) مشارکت یا هماهنگی نمایند. مشارکت در انجام فعالیت‌ها در زمینه‌هایی همچون توسعه و پیشرفت تکنولوژی، ساخت و ساز، توزیع، بازاریابی یا خدمات رسانی صورت می‌گیرد. مثلاً دستگاه‌های کپی و فکس، بسیاری از تکنولوژی‌ها و اجزای مشابه را به کار می‌گیرند و می‌توان از طریق کانال‌های مشابه آنها را توزیع و ارائه داد.

۴-۲-۱- استراتژی شرکت، ساختار و رقابت

چهارمین عامل تعیین کننده مزیت رقابتی ملی در یک صنعت عبارت از شرایطی است که شرکت‌ها به همراه ماهیت رقابت داخلی، در آنها ایجاد، سازماندهی و مدیریت شده‌اند. اهداف، استراتژی‌ها و روش‌های سازماندهی شرکت‌ها در صنایع، از یک کشور به کشور دیگر بسیار متفاوت است. مزیت ملی، حاصل هماهنگی مناسب میان این گزینه‌ها و منابع مزیت رقابتی در یک صنعت خاص است. همچنین الگوی رقابت در داخل در فرایند نوآوری و امید به موفقیت نهایی در سطح بین‌المللی، نقش مهمی را ایفا می‌کند.

عامل چهارم تعیین کننده مزیت رقابتی در سه بخش استراتژی‌ها و ساختار

شرکت‌ها، اهداف و رقابت داخلی قابل بررسی است که در ادامه به اختصار به هر یک اشاره می‌شود.

• استراتژی‌ها و ساختار شرکت‌ها

روش مدیریت و اداره شرکت‌ها و نحوه رقابت آنها تحت تأثیر شرایط ملی است. هر چند هیچ کشوری نمی‌تواند در همه شرکت‌ها به صورت یکسان عمل کند، اما شرایط ملی، تمایلاتی را ایجاد می‌کند که آنقدر قوی هستند که مورد توجه همگان قرار گیرند. در ایتالیا بسیاری از رقاباتی که در سطح بین‌المللی موفق هستند، شرکت‌های نسبتاً کوچک یا متوسطی هستند که از مالکیت خصوصی برخوردارند و مانند یک خانواده بزرگ اداره می‌شوند. در آلمان مدیریت عالی بسیاری از شرکت‌ها شامل افرادی است که سوابق فنی دارند و سازماندهی و اعمال مدیریتی شرکت‌ها به صورت سلسله مراتبی است.

هیچ سیستم مدیریتی نمی‌تواند به تنهایی در کل دنیا مناسب باشد. کشورها در صنایعی موفق می‌شوند که فعالیت‌های مدیریتی و شیوه سازماندهی که برای شرایط ملی مطلوب است، به خوبی با منابع مزیت رقابتی صنایع با هم سازگار باشند. مثلاً شرکت‌های ایتالیایی که در یکسری از صنایع غیرمتمرکز (مانند لوازم خانگی یا کفش) در عرصه جهانی پیشرو هستند، مزیت مقیاس آنها ناچیز است. این شرکت‌ها غالباً با بکارگیری استراتژی تمرکز، پرهیز از تولید محصولات استاندارد و فعالیت در موقعیتهای مطلوب با استفاده از سبکهای تخصصی و ویژه خود و یا انواع متداول محصولات با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. این شرکت‌ها که غالباً توسط یک نفر کنترل می‌شوند، به سرعت محصولات جدیدی تولید می‌کنند و می‌توانند با انعطاف‌پذیری فوق العاده خود با تحولات بازار همگام شوند.

برعکس در آلمان سوابق فنی و مهندسی بسیاری از مدیران ارشد اجرایی، باعث ایجاد گرایش و تمایل زیاد به تولیدات منظم و بهبود فرایندها می‌شود. این ویژگی موجب دستیابی به بیشترین موفقیت‌ها در صنایعی شده است که از تواناییهای فنی و مهندسی زیاد برخوردارند، مانند ماشین آلات پیچیده.

تفاوت‌های مهم ملی در زمینه فعالیت‌ها و رویکردهای مدیریتی در حوزه‌هایی همچون آموزش، سوابق و نحوه جهت‌گیری شرکت‌های پیشرو، روش‌های گروهی (نه سلسله مراتبی)، قدرت خلاقیت‌های فردی، ابزارهای تصمیم‌گیری، ماهیت روابط مشتریان، توانایی هماهنگ‌سازی و تنظیم کارکردها، نگرش موجود نسبت به فعالیت‌های بین‌المللی و روابط میان نیروی کار و مدیریت به چشم می‌خورد. وجود این تفاوت‌ها در رویکردهای مدیریتی و مهارت‌های سازماندهی،

باعث ایجاد یکسری مزایا و کمبودها در رقابت صنایع مختلف می‌شود. بسیاری از جنبه‌ها و ابعاد یک کشور آنقدر متعدد است که نمی‌توان آنها را تعمیم داد. این جنبه‌های و ابعاد، شیوه سازماندهی و مدیریت شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند. برخی از مهمترین جنبه‌های مذکور عبارتند از دیدگاه آن کشور نسبت به قدرت، هنجارهای مربوط به ارتباطات بین فردی، دیدگاه کارگران نسبت به مدیریت و برعکس، هنجارهای اجتماعی مربوط به رفتارهای فردی یا گروهی و استانداردهای شغلی. هر یک از این جنبه‌ها ناشی از نظام آموزشی، تاریخچه اجتماعی و مذهبی، ساختار خانوادگی و بسیاری از شرایط نامعلوم دیگری است که مختص آن کشورند. مثلاً کوچک بودن شرکت‌های ایتالیایی و مالکیت خانوادگی آنها نشان دهنده بالا بودن فردگرایی و عدم اعتماد به افراد مسئول است، مگر اینکه فرد مسئول یکی از افراد خانواده باشد.

مهارت‌های زبانی و نگرش‌های موجود نسبت به فراگیری زبان‌های جدید نیز تأثیر عمده‌ای بر این امر دارد که شرکت‌های یک کشور نگرش و دیدگاه جهانی را اتخاذ می‌کنند یا خیر.

• اهداف

کشورها از نظر اهداف و انگیزه‌هایی که شرکت‌های آنها برای کارکنان و مدیران دارند، با یکدیگر بسیار متفاوتند. کشورها در صناعی موفق خواهند بود که در آنها این اهداف و انگیزه‌ها با منافع مزیت رقابتی هماهنگی دارند. در بسیاری از صنایع، یکی از مؤلفه‌هایی که باعث دستیابی به مزیت و تداوم آن می‌شود، سرمایه‌گذاری مداوم است. کشورها عمدتاً در صناعی موفق می‌شوند که بسیار متعهد و پرتلاشند.

اهداف و انگیزه‌های فردی افرادی که شرکت‌ها را اداره کرده و یا در آنها فعالیت دارند، می‌تواند باعث افزایش یا کاهش موفقیت در برخی صنایع شود. مساله اصلی این است که آیا هر دوی آنها برای افزایش مهارت‌های خود و نیز افزایش تلاش‌های لازم برای ایجاد و تداوم مزیت رقابتی ترغیب می‌شوند یا نه. موضوعات بسیاری بر این تلاش‌ها مؤثرند که برخی از آنها عبارتند از نظام پاداش، ساختار مالیاتی کشور، نگرش به ثروت در یک جامعه، رابطه میان مدیر یا کارکنان با شرکت، نگرش به توسعه فردی و نگرش نسبت به خطر پذیری.

• رقابت داخلی

یکی از قویترین یافته‌های مطالعاتی که منجر به خلق نظریه مزیت رقابتی ملل شد، وجود پیوستگی بین رقابت شدید داخلی با ایجاد و ادامه مزیت رقابتی در یک صنعت به خصوص است. غالباً بحث می‌شود که رقابت داخلی یک پدیده زاید

است، زیرا منجر به دوباره کاری و ایجاد مانع برای استفاده شرکت‌ها از صرفه‌های ناشی از مقیاس بزرگ می‌شود. نگاهی به صنایع موفق در ده کشور مختلف، نظریه فوق را با تردد جدی مواجه می‌سازد. کشورهایی که دارای موقعیت رهبری جهانی در صنعتی هستند، غالباً در داخل دارای تعدادی رقبای پر قدرت هستند. در رقابت جهانی شرکت‌های موفق در داخل کشور به شدت رقابت می‌کنند و برای نوآوری و بهبود کالاها و خدمات، یکدیگر را تحت فشار قرار می‌دهند.

هنگامی که بهبود و نوآوری و نه کارایی ایستا، به عنوان اجزاء ضروری مزیت رقابتی در یک صنعت مطرح باشد، رقابت داخلی از رقابت با رقبای خارجی برتر می‌گردد. در یک اقتصاد بسته، انحصار سودآور است، ولی در رقابت جهانی، انحصارها و کارتلها، به شرکت‌هایی که در محیط‌های رقابتی‌تر فعالیت می‌کنند، می‌بازند. رقابت داخلی مانند هر نوع رقابت دیگر به شرکت‌ها برای ایجاد بهبود و نوآوری فشار وارد می‌کند. رقبای محلی برای رسیدن به هزینه‌های کمتر، ایجاد بهبود و نوآوری و توسعه کالاها و فرایندهای جدید یکدیگر را به جلو می‌رانند. در حالی که ممکن است شرکت‌ها مزایای خود را برای مدت طولانی حفظ نکنند، ولی فشار مستمر و فعال از سوی رقبا موجب افزایش نوآوری می‌شود و ترس از عقب ماندن موجب جلو رفتن می‌شود. رقابت شدید داخلی موجب می‌شود که طرز تفکر وابستگی به مزایای ناشی از عوامل پایه‌ای از بین برود، زیرا رقبای محلی نیز آن مزایا را دارند.

لازم به ذکر است که وجود شماری از رقبای داخلی به خودی خود برای موفق شدن کافی نیست. اگر در میان رقبا، رقابت مؤثری وجود نداشته باشد، مزایای رقابت داخلی از بین می‌رود. علاوه بر این کشور باید دارای سایر مزایا در لوزی عوامل تعیین کننده مزیت‌های رقابتی باشد، در غیر این صورت موفقیت ناشی از رقابت غیر محتمل می‌گردد.

۱-۲-۵- شانس

عوامل تعیین کننده مزیت ملی، محیطی را که در آن صنایع خاص با هم رقابت می‌کنند، شکل می‌دهند. اما در مطالعات مختلف در اکثر صنایع نقش شانس نیز مشهود بوده است. وقایع اتفاقی و شانسی وقایعی هستند که به شرایط و وضعیت کشور ربطی ندارند و غالباً در خارج از حیطه قدرت شرکت‌ها و بخش عمومی، دولت محلی و ملی هستند. برخی مثالها در این خصوص عبارتند از وقوع جنگ، شوک نفتی، افزایش شدید تقاضای جهانی یا منطقه‌ای، تغییرات عمده در بازارهای مالی جهانی (مانند سال ۲۰۰۸)، اختراعات و تغییرات بزرگ تکنولوژیک.

وقایع اتفاقی و شانس مهم هستند، زیرا موجب ناپیوستگی‌هایی می‌شوند که باعث تغییراتی در شرایط رقابتی می‌گردند. این وقایع می‌توانند مزیت‌هایی را که رقبا قبل از پایه‌گذاری کرده بودند، باطل کند و پتانسیلی ایجاد کند که شرکت‌های جدید یک کشور بتوانند آنها را جایگزین نمایند تا در پاسخ به شرایط جدید و متفاوت به مزیت رقابتی برسند. برای مثال اختراع میکروالکترونیک برای خنثی کردن تسلط آمریکا و آلمان در بسیاری از صنایع الکترومکانیکی بی‌نهایت مهم بود.

عوامل تعیین کننده مزیت ملی به عنوان یک نظام پر قدرت برای حفظ مزیت موجود با هم کار می‌کنند. ولی این نظام برای ساختار صنعت معینی تا حدی تخصصی است. وجود یک ناپیوستگی برای تغییر دادن پایه‌های مزیت به مقدار کافی ضروری است تا بتوان یک لوزی جدید ملی تخصصی را جایگزین دیگری نمود. وقایع شانسی با تغییر شرایط لوزی عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی نقش خود را بازی می‌کنند.

وقایع شانسی تأثیر غیرمستقارنی بر کشورهای مختلف می‌گذارند. ملتهایی که تأثیر یک واقعه شانسی را زودتر یا به شدت حس می‌کنند، ممکن است خیلی سریع به آن پاسخ دهند. با وجود آسیب‌پذیری ژاپن به شوک‌های نفتی، این تکانه‌ها در نهایت موجب ارتقای صنایع ژاپن شد، زیرا ژاپن که به ویژه در مورد هزینه‌های انرژی آسیب پذیر بود، با انجام اقداماتی تهاجمی در ارتباط با حفاظت از منابع انرژی، توانست از این شوک‌ها بهره‌برداری به نفع خود نماید.

۱-۲-۶- دولت

بسیاری از متخصصین دولت را دارای تأثیر حیاتی بر رقابت مدرن می‌دانند. نقش واقعی دولت در مزیت ملی تأثیرگذاری بر چهار عامل تعیین کننده مزیت رقابتی است. دولت می‌تواند بر هر یک از چهار عامل تعیین کننده تأثیر مثبت یا منفی بگذارد و خودش هم از آنها تأثیر بپذیرد. شرایط عامل تولید از طریق پرداخت یارانه، سیاست‌های مربوط به بازار سرمایه، سیاست‌های آموزشی و امثال آن هم تأثیر می‌پذیرد. واضح است که تأثیر دولت بر عوامل موجود تعیین کننده مزیت ملی رقابتی می‌تواند مثبت یا منفی باشد.

دولت ملی (محلی) تأثیر مهمی بر مزیت رقابتی در سطح ملی (محلی) می‌گذارد، اگر چه این نقش بدون شک جزئی است. سیاست‌های دولت در آن دسته از صنایع مؤثر است که عوامل تعیین کننده مزیت ملی وجود داشته باشد و دولت هم آنها را تقویت کند. به نظر می‌آید دولت می‌تواند سریعاً اقدام کند یا اینکه احتمال دستیابی به مزیت رقابتی را افزایش دهد (و بالعکس)، ولی توان ایجاد مزیت رقابتی را ندارد.

۷-۲-۱- پویایی‌های مزیت رقابتی

در بندهای پیشین، تشریح شد که هر یک از چهار عامل تعیین کننده مزیت رقابتی و دو عامل جانبی شانس و دولت، چگونه به صورت انفرادی بر تقویت و یا تضعیف مزیت رقابتی کشورها و شهرها اثر می‌گذارند. اما اغلب تأثیر یک عامل، بستگی به وضعیت سایر عوامل دارد. برای مثال وجود خریداران پیچیده داخلی، تبدیل به محصولات پیچیده نخواهد شد، مگر آنکه کیفیت منابع انسانی امکان تولید کالاهای مورد نیاز این خریداران را برای شرکت‌ها فراهم آورد. این سیستم (لوزی عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی ملل)، یک نظام در حال تحول است که در آن یک عامل، عوامل دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مزیت رقابتی پایدار در یک صنعت که از تعامل خودجوش مزیتها در چندین منطقه حاصل می‌شود، محیطی را ایجاد می‌کند که برای رقبای خارجی ورود به آن محیط بسیار دشوار است. سیستم یا مجموعه ملی به اندازه یک بخش مجزا یا حتی بیشتر از آن اهمیت دارد. برآیند و نتیجه سیستم عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی این است که صنایع رقابتی یک کشور بطور اتفاقی در سراسر اقتصاد پراکنده نمی‌شوند، بلکه در غالب پدیده‌ای به نام خوشه که در برگیرنده صنایعی با ارتباطات مختلف است، گرد می‌آیند.

نظر به اینکه بحث بیشتر در خصوص خوشه‌ها و چگونگی شکل‌گیری آنها و آثارشان بر اقتصادی محلی و ملی، از حوصله این گزارش خارج است، تنها به ذکر این نکته اکتفا می‌شود که تأثیر متقابل عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی به ما این امکان را می‌دهد تا بررسی کنیم چگونه صنایع رقابتی و خوشه‌های صنعتی در فرایندی شکل می‌گیرند و تحول می‌یابند که در آن فرایند نقش عوامل انفرادی ثابت نبوده و تغییر می‌یابند. همچنین این عوامل چارچوبی را برای درک علت افول و از بین رفتن صنایع ملی فراهم می‌آورند.

در پایان این بخش یک بار دیگر باید به این نکته اشاره کرد که همانند کشورها، نظریه مزیت رقابتی ملل و عوامل ایجاد کننده و تعیین کننده آن، در خصوص هر واحد جغرافیایی دیگر، مانند استانها، شهرها و حتی بخشی از یک شهر نیز قابل استفاده و تعمیم است. در واقع دلایل اینکه چرا یک شهر یا منطقه خاص در یک صنعت خاص از موفقیت برخوردار است، از طریق ملاحظات مشابهی که در ساختار لوزی عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی لحاظ شده است، بهتر قابل بررسی است.

از نظر مایکل پورتر، این نظریه به آسانی می‌تواند برای تبیین اینکه چرا برخی از شهرها و مناطق موفقتر از سایر ناحیه‌ها و مناطقند، تسری داده شود. برای مثال در انگلستان، منطقه لندن به دلیل وجود تقاضا برای بسیاری از کالاهای

و خدمات، وجود خوشه‌های صنایع تأمین کننده و وجود تعداد زیاد نیروی کار بسیار ماهر، در حال رونق است.

۳-۱- جایگاه بخش خدمات در مزیت رقابتی یک واحد جغرافیایی، به ویژه شهرها
از آنجا که سهم بخش خدمات از اشتغال و تولید ناخالص داخلی کشورها و به ویژه شهرها در چند دهه گذشته به شدت افزایش یافته و نیز اینکه بخش خدمات منبع و منشأ بسیاری از مزیت‌های رقابتی است که می‌توانند اقتصاد شهرها و برخی مناطق را تحت تأثیر بسیار قوی، پایدار و بلند مدت قرار دهند، در این بخش به بررسی جایگاه بخش خدمات در شناخت و ایجاد مزیت رقابتی در یک واحد جغرافیایی، به ویژه یک شهر، پرداخته شده است.

لازم به یادآوری است که ما در حال حاضر در بخش تشریح مبانی نظری احصاء پروژه‌های دارای مزیت در شهر تهران هستیم، شهری که مانند بسیاری از کلانشهرها، به ویژه کلانشهرهایی که پایتخت یک کشور نیز هستند، محل استقرار بسیاری از خدمات سطح بالاست و در کنار این خدمات سطح بالا که بازار هدفی در مقیاس فراملی، ملی و منطقه‌ای دارند، به دلیل حجم جمعیتی بزرگ، نیازمند انواع و اقسام خدمات مورد نیاز ساکنین خود نیز هست. بنابراین به نظر می‌رسد بسیاری از فعالیت‌ها و پروژه‌های دارای مزیت در شهر تهران در بخش خدمات قرار گیرند و بنابراین در این قسمت از گزارش بر این بخش تمرکز شده است.

۱-۳-۱- نقش رو به رشد خدمات در اقتصاد شهرها و کشورها

اصطلاح خدمات دامنه وسیعی از صنایع را در بر می‌گیرد که نقشهای مختلفی برای خریداران دارد، اما تولید محصول مشخصی را شامل نمی‌شود. خدمات را می‌توان به طور گسترده به خدماتی تقسیم کرد که مربوط به افراد یا خانوارها و مربوط به کسب و کارها و مؤسسات است.

بخش خدمات به سرعت در حال گسترش است و سهم خود را از اقتصاد شهرها و کشورها افزایش می‌دهد. سه محرک اصلی برای رشد خدمات وجود دارد و یا به عبارت دیگر سه مسیر برای رشد خدمات می‌توان در نظر گرفت. یک مسیر افزایش نیاز اصلی برای کارکرد خدماتی که بسیاری از آنها بسیار پیچیده اند، است. مسیر دیگر تفکیک فعالیت‌های خدماتی است و مسیر دیگر خصوصی‌سازی خدمات عمومی که پیشتر توسط دولت انجام می‌شد. در ادامه هر یک از این موارد به اختصار تشریح می‌شوند.

• نیاز روز افزون به خدمات

خانوارهای و شرکت‌ها تقاضای ارائه خدمات بیشتر و نیز خدمات پیچیده‌تر و با کیفیت‌تر دارند. افزایش تقاضای خدمات خانگی، عوامل مختلفی را منعکس می‌کند. برخی از علل چنین افزایش خدماتی را می‌توان به عواملی مانند افزایش ثروت خانوار، آرزوی داشتن زندگی با کیفیت‌تر، اوقات فراغت بیشتر، شهرنشینی و ضرورت وجود خدمات جدید مانند امنیت، تغییرات جمعیت شناختی که تعداد بچه‌ها و افراد مسن‌تر را که از خدمات زیادی استفاده می‌کنند، افزایش می‌دهد، تغییرات اقتصادی- اجتماعی مانند خانواده‌های دو شغله که موجب محدودیت زمانی برای افراد و کمتر شدن فعالیت‌های خانوادگی آنها می‌شود، مانند غذا خوردن که به طور مشترک انجام می‌گیرد، افزایش پیچیدگی خریدار که منجر به نیازهای خدماتی بیشتر و وسیع‌تری می‌گردد، مانند خدمات مالی شخصی، تغییرات تکنولوژیکی که کیفیت خدمات را ارتقاء داده یا به طور کلی خدمات جدیدی را ایجاد کرده است (مانند مراقبتهای پزشکی، پایگاههای داده و ...)، نسبت داد. در شرکت‌ها و مؤسسات افزایش نیازهای اساسی به خدمات، با افزایش دقت و ظرافت، جهانی شدن و پیچیدگی مدیریت همراه است. انواع پیچیده خدمات به سرعت افزایش می‌یابد. خدماتی مانند خدمات مالی شرکتی، مطالعات بازار، خدمات مدیریتی، خدمات طراحی و ...

• جداسازی فعالیت‌های خدماتی

شرکت‌ها و خانوارها به طور روزافزون ارائه دهندگان خدمات تخصصی را برای انجام خدماتی استخدام می‌کنند که قبلاً عادت داشتند خود آنها را انجام دهند. غالباً به دنبال تفکیک خدمات، تخصص و پیچیدگی افزایش می‌یابد و این ناشی از توجه بیشتر و سرمایه‌گذاری تأمین کنندگان متخصص است. نتیجه این امر افزایش خالص تأمین خدمات است و صرفاً تحولی در محل ارائه فعالیت‌های خدماتی محسوب نمی‌شود. جداسازی فعالیت‌های خدماتی به وسیله شرکت‌ها و خانوارها، نشان دهنده افزایش توانایی یا ضرورت جداسازی است که در مقایسه با واحدهای داخلی با افزایش مزیت‌های رقابتی تأمین کنندگان خدمات تخصصی همراه است. در مورد خانوارها، افزایش ثروت، تغییرات سبک زندگی و گاهی اوقات ضرورت، باعث جداسازی می‌شوند. بسیاری از خانوارها می‌توانند از عهده استخدام کسی برآیند تا خدماتی را انجام دهد که زمانی خود آنها انجام می‌دادند. نیاز به راحتی و آسایش و صرفه‌جویی در وقت نیز فرد را وادار می‌کند تا کسی را برای انجام بسیاری از خدمات استخدام کند. همچنین شهرنشینی انجام خدماتی را موجب می‌شود که زمانی در خانه قابل اجرا بود، مانند شستن ماشین. همچنین مدیران پر مشغله شرکت‌ها نیز دیگر نمی‌خواهند نگران فعالیت‌های

غیرحیاتی خود باشند، حتی اگر این خدمات به سادگی در داخل شرکت نیز انجام شود. خدمات تعمیر ساختمان، بررسی حقوق کارکنان و ... از جمله این خدماتند.

• خصوصی‌سازی خدمات عمومی

دلیل نهایی برای رشد بخش خدمات، هر چند نسبت به دو دلیل دیگر از عمومیت کمتری برخوردار است، گرایش برخی کشورها به خصوصی کردن خدمات عمومی است. از این رو خدمات از حالت مخارج و هزینه در سازمان‌های دولتی به دخل و عایدی در بخش خدمات خصوصی تغییر می‌یابند. این امر عمدتاً به دلیل ناکارآمدی ارائه خدمات توسط بخش عمومی انجام می‌گردد.

۱-۳-۲- انواع رقابت در بخش خدمات

رقابت در صنایع خدماتی یکی از سه شکل ویژه را دارد. وجود ترکیبی از دو یا گاهی اوقات هر سه شکل آنها در یک صنعت خدماتی خاص متداول است. این اشکال عبارتند از:

شکل یک- خریدار سیار به یک کشور و یا یک شهر سفر می‌کند تا خدمات مورد نیاز خود را دریافت کند. در واقع خدمات مستقر در شهر یا کشور مورد نظر دارای بازار خارجی (منظور ساکنان خارج از شهر یا کشور مورد نظر). یک راه حل برای نیاز به ارائه خدمات در محل استقرار خریدار، این است که خریدار به محل استقرار تأمین کننده خدمات برود. این امر الگوی غالب ارائه خدمات رقابتی در دنیا است که از آن جمله می‌توان به گردشگری، آموزش بیشتر، مراقبت‌های بهداشتی، خدمات هواپیمایی، تعمیر کشتی و ... اشاره کرد. در این حالت خریدار سیار به کشور خاصی سفر می‌کند تا از خدمات خاصی بهره ببرد، زیرا این نوع خدمات متفاوت است یا هزینه بری آن کمتر از خدمات در دسترس در کشور و یا شهر مبدا مشتری است، حتی زمانی که هزینه سفر به کشور یا شهر خدمات دهنده نیز در نظر گرفته شود.

شکل دو- شرکت‌های یک کشور یا یک شهر با استفاده از پرسنل داخلی، خدماتی را در دیگر کشورها ارائه می‌دهند. برخی خدمات را می‌توان با استفاده از پرسنل و امکانات داخلی برای خریداران خارجی ارائه داد، برای مثال در مشاوره مدیریت یا معماری، متخصصان به محل زندگی مشتری سفر می‌کنند تا اطلاعاتی جمع آوری کنند یا نتایجی را ارائه دهند. مثال دیگر شرکت‌های مهندسی است که در آن کارکنان اصلی در داخل می‌مانند و گروهی از آنها به طور موقت به خارج از کشور اعزام می‌شوند تا به جمع آوری اطلاعات پرداخته و با مشتری

ارتباط برقرار کنند. این شکل زمانی قابلیت استفاده دارد که جهت ارائه خدمات نیازی به ارتباط با مشتری نیست، خدمات برای مدت زمان ثابتی تهیه و تأمین می‌شود و یا خریدار می‌تواند بی‌درنگ از مسافت دوری با شرکت خدماتی تماس حاصل نمایند.

شکل سه- شرکت‌های یک کشور یا یک شهر، خدماتی را از طریق کارکنان مهاجر و یا اتباع محلی، در شهر یا کشور محل استقرار مشتری، ارائه می‌نمایند. یکی از متداول‌ترین الگوهای رقابتی خدماتی در دنیا این است که شرکت‌های خدماتی از طریق شبکه دفاتر یا نمایندگیهای خود، خدماتی را در شهر یا کشوری بجز محل استقرار دفتر اصلی شرکت، به مشتریان ارائه می‌دهند. تعدادی از فعالیت‌های حمایتی، نه کل آنها، در محل استقرار شرکت مادر انجام می‌گیرد، اما ارائه واقعی خدمات در کشور خریدار محقق می‌شود، ضمن اینکه نیاز به تماس تنگاتنگ با خریدار در تأمین خدمات و نیز صرفه‌جویی در وقت و هزینه نیز برای مشتری و شرکت ارائه دهنده خدمات اتفاق می‌افتد. از جمله این خدمات می‌توان به هتلها و رستوران‌های برند، خدمات کرایه اتومبیل و مواردی از این دست اشاره کرد.

۳-۳-۱- محورهای رقابتی شدن خدمات

در دهه‌های اخیر در نتیجه عواملی چند، رقابت در زمینه خدمات به عنوان یک فعالیت پایه اقتصادی میان شهرها و کشورهای مختلف افزایش یافته است. در ادامه به این عوامل ارائه شده است:

- **شباهت نیازهای خدماتی:** بسیاری از نیازهای خدماتی در بیشتر نقاط دنیا و نه تنها در بخش‌های خاص آن، به هم شبیه شده اند، هر چند برخی شرایط محلی یا مقررات متفاوت باشند. همین مشخصه بیشتر خدمات، این امکان را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند تا با هزینه نسبتاً پایینی خود را با شرایط محلی وفق دهند و بازار هدف خود را گسترش دهند.

- **متحرک‌تر و آگاه بودن خریداران خدمات:** جریان روان اطلاعات در سراسر جهان، حمل و نقل سریع و آسان، به احتمال زیاد خریداران را وادار می‌کند تا در پی یافتن بهترین شرکت‌های خدماتی جهان باشند.

- **افزایش مزیت مقیاس و گسترش محدوده جغرافیایی عملکرد:** مزیت مقیاس به

شرکت‌های خدماتی امکان می‌دهد تا هزینه پیشرفت تکنولوژی، آموزش زیربنایی و دیگر فعالیت‌های مربوط به درآمد فروش جهانی و نیز برخورداری از قدرت بیشتر در خرید را توزیع کنند.

- **جابجایی بیشتر پرسنل خدماتی:** قابلیت بدست آوردن مزیت مقیاس افزایش یافته است، زیرا کارکنان شرکت‌های خدماتی اکنون قادرند به نقاط زیاد و دور دستی سفر کنند تا به مشتریان خدمات رسانی کنند.

- **تفاوت‌های گسترده مداوم میان کشورها:** از لحاظ هزینه و کیفیت و دامنه خدمات در دسترس از سوی شرکت‌های داخلی

- **قابلیت بیشتر برای ارتباط با خریداران از راه دور:** با توسعه تکنولوژی ارتباطات راه دور.

۱-۳-۴- بررسی مزیت رقابتی در بخش خدمات بر مبنای مدل الماس پورتر

کشورها و شهرهای مختلف تابع الگوهای مختلفی از مزیت رقابتی در خدمات هستند. همان عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی ملی در تولید صنعتی، در مورد صنایع خدماتی هم دخیل هستند. در ادامه هر یک از این عوامل به اختصار مرور شده است.

عملکرد و شرایط عامل در رقابت خدمات به نحوه رقابت بین‌المللی در صنعت خدمات خاص بستگی دارد. در خدماتی که خریدار به یک کشور یا شهر جذب می‌شود (نوع ۱)، معمولاً شرایط عامل برای موفقیت مهم است. برای مثال صنعت گردشگری شدیداً به آب و هوا و جغرافیا و خدمات آموزشی و بهداشتی، به آموزش و مهارت پرسنل محلی بستگی دارد. خدماتی که اساساً با امکانات و پرسنل داخلی ارائه می‌شوند (نوع ۲)، مسلماً برای شرایط عامل داخلی از حساسیت خاصی برخوردار است. هر چند در خدماتی که از طریق شبکه‌ای از دفاتر خارجی ارائه می‌گردد (نوع ۳)، دیگر تعیین کنندگان مزیت رقابتی ملی علاوه بر شرایط عامل، اغلب مهم هستند. در این نوع رقابت خدماتی بیشتر کارکنان استخدامی در کشورهایی که خدمات ارائه می‌گردد، مستقر هستند. در اینجا موفقیت بیش از همه به فنون، تکنولوژی و ویژگی‌های خدماتی بستگی دارد که در کشور زادگاه توسعه یافته است. ثابت شده است که شرایط تقاضا و صنایع مرتبط و پشتیبان در بسیاری از چنین خدماتی تعیین کننده و سرنوشت ساز است. موقعیت جغرافیایی نیز نقش عمده‌ای در برخی از صنایع خدماتی دارد.

به طور کلی هزینه نیروی کار غیرماهر و نیمه ماهر در کشور مبدأ منبع عظیمی

از مزیت رقابتی در بیشتر صنایع خدماتی محسوب نمی‌شود. در حالی که کارگر غیرماهر معمولاً اهمیت چندانی ندارد، پرسنل متخصص، ماهر و فنی موجود در یک کشور غالباً برای رقابت خدمات بین‌المللی بسیار مهم و ضروری می‌نماید. به ویژه برای خدمات کسب و کار در مورد شیوه‌های مدیریت، مهندسی یا زمینه‌های علمی نیاز شدیدی به پرسنل کار آزموده دارد. افزایش پیچیدگی و تخصصی شدن بسیاری از صنایع خدماتی بدین معنی است که ساز و کارهای پیشرفته خلق عامل برای رقابت خدماتی ضروری است.

شاید امروزه شرایط تقاضا منحصر به فردترین و مهمترین عامل تعیین کننده مؤثر در مزیت رقابتی ملی در خدمات باشد. بخش خدمات در دوره از رشد و پیشرفت سریع قرار دارد، بسیاری از خدمات جدید در حال شکل‌گیری هستند و صنایع خدماتی تثبیت شده نیز در حال بازسازی و بهسازی‌اند. شرایط تقاضا این فرایند را به حد قابل ملاحظه‌ای هدایت می‌کند. ساختار بخش تقاضای خدمات عامل مؤثری محسوب می‌شود. یک کشور در صورتی سود می‌برد که تقاضای کشورش برای انواع روش‌های خدماتی‌ای باشد که در کشورهای دیگر مورد تقاضا قرار می‌گیرد.

سازماندهی و استانداردسازی، کلیدهایی هستند که مزیت مقیاس و دیگر مزیت‌های عمده شرکت خدماتی را به ظهور می‌رسانند. آنها همچنین تکرار یک سری خدمات را در کشور دیگری ممکن می‌سازند، مانند شرکت مک دونالدز. کشورها از نظر شدت تقاضا برای خدمات خاص با یکدیگر بسیار متفاوتند. کشورها به طور قابل ملاحظه‌ای در ویژگی‌هایی مثل درآمد خانوار، نسبت حضور زنان به عنوان نیروی کار، گرایش به رفاه و تمایل شرکت‌ها به جداسازی فعالیت‌های خدماتی با هم متفاوتند، که این موضوع بر زمانبندی تقاضای خدماتی تأثیر می‌گذارد. میزان تقاضای کشورهای ثروتمند برای خدماتی مثل مراقبت از چمن و غذای حاضری بسیار بالاست. در کشورهایی که نسبت بالایی از زنان مشغول کارند، میزان تقاضای بالایی برای پرستاری از بچه و بسیاری دیگر از خدمات شخصی مربوط به آسایش رفاهی وجود دارد.

وجود مزیت رقابتی ملی در صنایع مرتبط و پشتیبان، دیگر صنایع خدماتی را نیز مثل صنایع تولیدی صنعتی، افزایش می‌دهد. از گروه‌های بسیار مهم مربوط به صنایع پشتیبان برای بسیاری از صنایع خدماتی گروهی است که به فناوری اطلاعات می‌پردازد.

شرکت‌های خدماتی در کشورهای مختلف از برخی ویژگی‌های متفاوت در عملکردهای سازمانی بهره می‌برند. شرکت‌های سوئیسی در جایی که اطمینان، انصاف و توجه فردی مهم باشد، یا مذاکرات پیچیده در میان گروه‌ها مورد توجه

باشد، همچون تجارت، عملکرد خوبی ارائه می‌دهند. شرکت‌های آمریکایی در زمینه‌هایی که بتوان روش‌های تحلیلی عمومی، مثل مشاوره را ایجاد کرد یا حل سریع مشکل مثل تبلیغات بازرگانی ضروری باشد، عملکرد خوبی از خود بروز می‌دهند. رقابت داخلی جدی و بدون مانع، محیط سازنده‌ای به وجود می‌آورد تا در آن شرکت‌های خدماتی جهانی پیشرفت کنند.

۲- تحلیل مزیت‌های شهر تهران در حوزه جذب سرمایه‌گذاری، ناشی از مقیاس و موقعیت این کلانشهر و جایگاه آن در اقتصاد کشور

شهر تهران به عنوان بزرگترین شهر و پایتخت کشور یکی از پرمزیت‌ترین نقاط کشور به منظور جذب سرمایه‌گذاران در حوزه‌های مختلف اقتصادی است. بخش بزرگی از این مزیتها ناشی از موقعیت جغرافیایی شهر در کشور، جایگاه آن در اقتصاد کشور و مقیاس و سائز اقتصاد شهر تهران است. این بحث پیش زمینه‌ای برای تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران است که هدف اصلی گزارش حاضر است. در ادامه سعی شده تحلیلی از مزیت‌های رقابتی شهر تهران بر مبنای مدل الماس پورتر ارائه گردد تا روشن گردد چرا شهر تهران یکی از بهترین نقاط کشور برای سرمایه‌گذاری در طیف وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی است. لازم به ذکر است که وقتی موضوع مورد بررسی تحلیل مزیت رقابتی یک شهر یا یک کشور در یک فعالیت اقتصادی خاص باشد، می‌توان بیشترین و بهترین استفاده را از مدل الماس پورتر کرد. اما این مدل در تحلیل مزیت‌های رقابتی یک شهر یا یک کشور در کلیت فعالیت‌های اقتصادی نیز می‌تواند بسیار کمک کند. مسلماً شهری که دارای اندازه بازار مناسبی باشد و در عین حال کیفیت این بازار نیز بالا باشد، در زمینه بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی مستعد بوده و دارای توان رقابتی است. و یا شهری که سهم قابل توجهی از نیروی کار با کیفیت را در خود جای داده باشد، مستعد جذب بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی است که به این نیروی کار نیاز دارند.

بنابراین در ادامه سعی شده تا زمینه‌های مزیت‌های رقابتی شهر تهران به عنوان یک واحد جغرافیایی بر مبنای مدل الماس پورتر تحلیل شود که این تحلیل یک تحلیل پایه برای کلیت اقتصاد شهر تهران است و برای هر فعالیت اقتصادی خاص می‌تواند مورد استفاده قرار گرفته و تکمیل گردد.

۱-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط عامل تولید

در بخش مبانی نظری به تفصیل در خصوص چرایی اهمیت دسترسی به عوامل تولید و نقش آنها در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی در کشورها و شهرها بحث شد.

وجود عوامل تولید در مزیت رقابتی شرکت‌های یک شهر نقش دارد. اما نقش عوامل، متفاوت‌تر و پیچیده‌تر از چیزی است که اغلب استنباط می‌شود. عوامل تولید مؤثر در تعیین مزیت رقابتی در بسیاری از صنایع، خصوصاً در صنایعی که نقش اساسی در رشد بهره‌وری اقتصاد شهر دارند، به ارث برده نمی‌شوند، بلکه در داخل یک شهر از طریق فرایندهایی ایجاد می‌شوند که این فرایندها در میان شرکت‌ها، شهرها و کشورهای مختلف، متفاوت است. بنابراین موجودی و ذخیره عوامل تولید در هر زمان معینی از نرخ ایجاد، گسترش و تخصیص این عوامل به صنایع خاص اهمیت کمتری دارد.

بحث را از عامل نیروی انسانی که شاید در اقتصاد مدرن امروز مهمترین عامل تولید نیز باشد، شروع می‌کنیم. تهران از نظر دسترسی به منابع انسانی، به ویژه منابع انسانی با تحصیلات عالی و نیروی انسانی ماهر و متخصص، بهترین وضعیت را در کل کشور داراست. در واقع شهر تهران بزرگترین محل تجمع نیروی انسانی متخصص در زمینه‌های مختلف است و این تجمع منشأ صرفه‌ها و مزیت‌های مختلف برای شرکت‌ها و فعالیتهای اقتصادی مختلف است که با استقرار در شهر تهران می‌توانند از این منابع استفاده نمایند.

شهر تهران با حدود ۹ میلیون نفر جمعیت، دارای حدود ۳ میلیون جمعیت فعال است که از این تعداد ۲۰۶ میلیون نفر شاغل و ۰۴ میلیون نفر بیکارند. از حدود ۸/۳ میلیون نفر جمعیت بالای شش سال شهر تهران، ۳۵ درصد دارای تحصیلات عالی دانشگاهی هستند. همچنین شهر تهران به دلیل داشتن شهرهای اقماری بسیار بزرگی مانند کرج، شهریار، اسلامشهر، ورامین، پرند، پردیس و ... و اسکان جمعیت بسیار بالا در این شهرها، به منابع نیروی انسانی آنها نیز دسترسی دارد. در واقع محل اشتغال بسیاری از ساکنین این شهرها، به ویژه شاغلین متخصص و تحصیل کرده این شهرها، شهر تهران است. بنابراین شهر تهران با اختلاف بسیار زیاد نسبت به هر نقطه جمعیتی دیگر کشور، دارای بزرگترین و باکیفیت‌ترین تجمع نیروی انسانی است و فعالیتهای اقتصادی مختلف با استقرار در این شهر می‌توانند از این منبع بسیار مهم، حیاتی و کمیاب بهره‌مند شوند.

دومین عامل تولید، منابع فیزیکی است. منابع فیزیکی انواع و اقسام بسیاری دارد که کمیت و کیفیت در دسترس آنها برای یک شهر می‌تواند منشأ ایجاد و حفظ مزیت‌های رقابتی باشد. بخشی از منابع فیزیکی شامل دسترسی به آب، ذخائر معدنی و منابع تولید برق و شرایط اقلیمی است. شهر تهران در این خصوص نسبت به بسیاری از مناطق کشور وضعیت خیلی متفاوتی ندارد، همانند اکثر نقاط کشور، شهر تهران نیز از نظر دسترسی به آب و برق با کمبود

مواجه است. همچنین با توجه به ساختار اقتصاد استان و شهرستان تهران، دسترسی به منابع و ذخائر معدنی نیز از مزیت‌های شهر تهران نیست. البته از آنجا که موضوع اقتصاد شهر تهران است و اقتصاد این شهر عمدتاً خدماتی است، عدم دسترسی یا کمبود منابع فوق‌الذکر، چالش بسیار جدیتری نسبت به سایر نقاط کشور برای شهر تهران ایجاد نمی‌کند.

بخش دیگری از منابع فیزیکی به موقعیت شهر باز می‌گردد که یکی از بزرگترین مزایای شهر تهران است. موقعیت جغرافیایی شهر تهران در شمال کشور و نزدیکی و دسترسی بسیار عالی آن نسبت به سایر مراکز جمعیتی و مراکز اقتصادی کشور، مزیت بزرگی را برای شهر تهران ایجاد کرده است. این موقعیت جغرافیایی سبب شده تا شهر تهران دسترسی مناسبی به بازارهای مختلف و نیز تولیدکنندگان مختلف مستقر در سایر نقاط کشور داشته باشد که همین امر سبب شده تا هزینه‌های حمل و نقل و مبادلات تجاری و فرهنگی برای این شهر در وضعیت مناسبی قرار گیرد.

شاید یکی از بزرگترین و متمایزترین ویژگی‌های شهر تهران از نظر دسترسی به عوامل تولید، شرایط و ویژگی‌های شهر تهران از نظر دسترسی به سومین گروه عوامل تولید، یعنی منابع اطلاعاتی و دانش، باشد. شاید بتوان با قاطعیت گفت که شهر تهران با اختلاف بسیار زیاد، مرکز دانش بازار، دانش تکنیکی و دانش فنی کشور در حوزه‌های بسیار متنوع است. شهر تهران مرکز استقرار بسیاری از منابع دانش و اطلاعات کشور است، از قبیل دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی، امکانات تحقیقاتی، مؤسسات آماری، انجمنهای تجاری و ... است. البته باید به این نکته اشاره کرده که وجود و حضور حجم مناسبی از نیروی انسانی متخصص در شهر تهران سبب تقویت جایگاه شهر در این زمینه در کل کشور شده است. همچنین شهر تهران از دیرباز مرکز مالی و سرمایه‌ای کشور بود است. استقرار دفاتر مرکزی همه بانکهای کشور، بازار سرمایه کشور، شرکت‌های تأمین سرمایه و بسیاری از پلتفرم‌های تأمین سرمایه کشور در شهر تهران، چنین موقعیتی را برای این شهر ایجاد کرده است.

و اما وجود و دسترسی به زیرساخت‌ها به عنوان پنجمین گروه از عوامل تولید نیز در شهر تهران وضعیت بسیار مناسبتری نسبت به هر کجای دیگر کشور دارد. از آنجا که شهر تهران سالیان سال است که مرکز اقتصاد کشور است، بسیاری از زیرساخت‌های کشور نیز با محوریت این شهر ایجاد شده و توسعه یافته است. هیچ شهری مانند شهر تهران به این میزان به زیرساخت‌های حمل و نقل بار و مسافر (بزرگراهها، راه آهن سراسری، فرودگاهها، انبارها و ...)، زیرساخت‌های ارتباطات و پست، زیرساخت‌های بهداشت و درمان و آموزش (شهر تهران بخش

قابل توجهی از تقاضای خدمات بهداشت و درمان و آموزش تخصصی کشور را پوشش می‌دهد) و سایر زیرساخت‌ها دسترسی ندارد.

همانطور که در بخش مبانی نظری اشاره شد، یکی از مهمترین زیرساخت‌های یک شهر، زیرساخت‌هایی مانند موجودی مسکن، مؤسسات فرهنگی، مؤسسات آموزشهای پایه و بهداشت پایه و مواردی از این دست است که بر کیفیت زندگی در شهر و جذابیت آن به عنوان مکانی برای زندگی و کار مؤثر است. شهر تهران از این نظر وضعیتی دوگانه دارد.

از یک طرف این شهر از نظر برخورداری از چنین زیرساخت‌هایی با اختلافی قابل توجه در کشور سرآمد است، این شهر بیشترین تعداد مراکز و رویدادهای فرهنگی کشور را دارد (سینماها، سالن‌های تئاتر، برگزاری تئاتر و کنسرت، اکران فیلمها، مراکز آموزشی موسیقی و انواع هنر و ...)، تعداد زیادی بیمارستان و مراکز درمانی با کیفیت، مراکز آموزشی ابتدای و متوسطه با کیفیت، مراکز تجاری و تفریحی و ... در خود دارد. بنابراین می‌توان گفت در این شهر دسترسی به امکاناتی که موجب جذابیت زندگی و کار در این شهر می‌شود، به وفور وجود دارد.

اما از طرف دیگر دو مسئله اساسی نیز وجود دارد، یکی هزینه بالای زندگی و استفاده از این امکانات در این شهر است و دیگری چالشهای ناشی از حضور حدود ۹ میلیون نفر جمعیت شبانه و حدود ۱۳ میلیون نفر جمعیت روزانه در این شهر است که مسائلی مانند ترافیکهای سنگین، آلودگی هوا و ... را ایجاد می‌کند و کیفیت زندگی در این کلانشهر را کاهش می‌دهد. اما در مجموع می‌توان گفت که برای افرادی که بتوانند با این چالشها کنار بیایند، شهر تهران از نظر برخورداری از امکانات رفاهی مؤثر بر کیفیت زندگی، یکی از جذابترین سکونتگاههای کشور است. به ویژه برای افراد تحصیل کرده و متخصص که می‌توانند با سهولت بسیار بیشتری در این شهر شغل مورد نظر خود را بیابند.

همانطور که در بخش مبانی نظری بیان شد، عوامل تولید را می‌توان برحسب نوع عوامل در تقسیم بندی‌های مختلفی جای داد. یکی از این تقسیم بندیها، تمایز قایل شدن بین عوامل بنیادی و عوامل پیشرفته بود. عوامل بنیادی شامل منابع طبیعی، شرایط اقلیمی، موقعیت، نیروی کار غیرماهر و نیمه ماهر است. عوامل پیشرفته مواردی چون زیرساخت ارتباطات، داده‌های دیجیتالی، پرسنل با تحصیلات عالی از قبیل مهندسين و فارغ التحصيلان دانشگاهی در رشته‌های پیچیده و پیشرفته را در بر می‌گیرد. به واقع عوامل تولید اندکی برای شهرها به ارث می‌رسد، بسیاری از عوامل باید در طول زمان از طریق سرمایه‌گذاری رشد یافته و گسترده شوند.

تفاوت بین عوامل بنیادی و عوامل پیشرفته تولید از نظر رتبه‌بندی آنها دارای اهمیت است. عوامل بنیادی تولید به طور منفعلانه به ارث می‌رسند، یا اینکه

ایجاد آنها مستلزم سرمایه‌گذاری خصوصی و اجتماعی غیرپیچیده و ناچیزی است. چنین عواملی تأثیری بر مزیت رقابتی یک شهر ندارند و در صورتی که مزیتی نیز از طریق این عوامل برای شرکت‌های یک شهر ایجاد گردد، این مزیت پایدار نخواهد بود.

عوامل پیشرفته تولید، امروزه یکی از مهمترین عوامل مزیت رقابتی هستند. این عوامل برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی بالاتر، از قبیل تولیدات متمایز و تکنولوژی‌های انحصاری تولید ضروری هستند. این عوامل کمیاب هستند، زیرا گسترش و توسعه آنها نیازمند سرمایه‌گذاری زیاد و مداوم در منابع انسانی و فیزیکی است. نهادها و مؤسسات مورد نیاز برای ایجاد عوامل پیشرفته تولید (مانند برنامه‌های آموزشی) خود نیازمند منابع انسانی و فناوری پیچیده هستند. همچنین دسترسی شرکت‌ها به عوامل پیشرفته تولید از طریق بازارهای جهانی یا از طریق واحدهای جنبی خارجی مشکل‌تر است. این عوامل، مکمل طراحی و توسعه تولیدات و فرایندها و همچنین مکمل ظرفیت نوآوری یک شرکت هستند. یادآوری می‌شود که عوامل پیشرفته تولید یک شهر اغلب بر مبنای عوامل بنیادی تولید ایجاد می‌گردند. به عبارت دیگر با وجود آنکه عوامل بنیادی تولید به ندرت از مزیت با ثباتی برخوردار هستند، اما باید از کمیت و کیفیت کافی در یک شهر برخوردار باشند تا امکان ایجاد و توسعه عوامل پیشرفته تولید مرتبط با آنها فراهم آید.

همچنین دومین تفاوت مهم بین عوامل تولید، ویژگی و خصوصیت آنهاست. عوامل عمومی تولید شامل سیستم بزرگراه‌ها، تأمین وام‌های سرمایه‌ای و یا ذخیره شاغلین با انگیزه بالا و با تحصیلات دانشگاهی است. این عوامل می‌توانند در طیف وسیعی از صنایع به کار گرفته شوند. عوامل تخصصی تولید شامل پرسنل متخصص در زمینه‌های ویژه، زیرساخت‌های فیزیکی دارای ویژگی‌های خاص، پایگاه‌های اطلاعاتی در فعالیتهای ویژه و سایر عوامل مرتبط با طیف محدودی از صنایع یا حتی یک صنعت است. عوامل تخصصی تولید نسبت به عوامل عمومی، پایه و اساس محکم‌تر و باثبات‌تری را برای مزیت رقابتی ایجاد می‌نمایند. عوامل عمومی تنها به شکل‌گیری مزیت‌های ابتدایی و اولیه کمک می‌کنند. عوامل تخصصی تولید نیازمند تمرکز سرمایه‌های اجتماعی و خصوصی بیشتری است که اغلب نیز می‌تواند با ریسک همراه باشد. همچنین این عوامل در بسیاری از موارد متکی به وجود عوامل عمومی تولید هستند. لذا به دلایل فوق این عوامل محدود و کمیاب هستند.

بارزترین مزیت رقابتی با ثبات وقتی حاصل می‌شود که عوامل تولید موجود در یک شهر که برای رقابت در یک صنعت خاص مورد نیازند، هم پیشرفته و هم تخصصی

باشند. قابلیت دسترسی و کیفیت عوامل تخصصی تولید، پیچیدگی مزیت رقابتی و نرخ رشد آن را تعیین می‌کنند. برعکس مزیت رقابتی مبتنی بر عوامل بنیادی/عمومی اغلب غیرپیچیده و زودگذر هستند.

همانطور که اشاره شد، عوامل تولید پیشرفته و تخصصی، مزیت‌های پیچیده و پایداری را ایجاد می‌نمایند. شهر تهران در زمان حال، هم ذخیره مناسبی از عوامل پیشرفته و تخصصی دارد و هم پتانسیل بالایی در خلق این عوامل برای نیازهای آینده در اختیار دارد، چرا که تمرکز فعالیت‌های اقتصادی، گردش مالی بزرگ و حضور منابع انسانی متخصص با حجم مناسب، شرایط سرمایه‌گذاریهای خصوصی را در زمینه ایجاد و خلق و ارتقاء عوامل تولید پیشرفته و تخصصی در این شهر فراهم می‌نماید.

۲-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط تقاضا

همانطور که در بخش مبانی نظری بیان شد، دومین عامل مهم برای دستیابی به مزیت رقابتی در یک فعالیت اقتصادی، شرایط تقاضای داخلی برای تولیدات و خدمات صنعت است. هر چند تقاضای داخلی از طریق تأثیری که بر مزیت مقیاس می‌گذارد، می‌تواند کارایی‌های ثابتی را ایجاد کند، اما تأثیر مهمتر، پویایی آن است. این مسئله نرخ بهبود و نوآوری در شرکت‌های موجود در یک شهر و نیز ماهیت آنها را سامان می‌دهد.

مهمترین تأثیر تقاضای داخلی بر مزیت رقابتی از طریق ترکیب و ماهیت نیازهای خریدار داخلی صورت می‌گیرد. ترکیب تقاضای داخلی نشان دهنده این است که شرکت‌ها چگونه به نیازهای خریداران پی برده، آنها را تفسیر نموده و برطرف می‌سازند. شهرها در آن دسته از صنایع یا بخش‌های صنعتی به مزیت رقابتی دست می‌یابند که تقاضای داخلی، نسبت به رقبای خارجی، تصویر واضحتر یا زودتری از نیازهای خریدار را در اختیار شرکت‌های داخلی قرار دهد. همچنین شهرها در صورتی از مزیت‌ها بهره می‌برند که خریداران داخلی، شرکت‌های داخلی را برای نوآوری سریعتر و دستیابی به مزیت‌های رقابتی پیچیده‌تر نسبت به رقبای خارجی، تحت فشار قرار دهند.

همچنین یک شهر در صورتی به مزیت رقابتی دست می‌یابد که خریداران داخلی پیچیده‌ترین و پر انتظارترین خریداران تولیدات یا خدمات باشند. چنین خریدارانی دریچه‌ای را به سوی نیازهای نوین خریدار باز می‌کنند. این خریداران پر انتظار و پیچیده شرکت‌های داخلی را وادار می‌سازند تا در زمینه کیفیت و ویژگی‌های مربوط به کالاها و خدمات، استانداردهای بالایی را رعایت کنند.

شرکت‌های موجود در یک شهر در صورتی به مزیت دست می‌یابند که نیازهای خریداران داخلی، نیازهای سایر واحدهای جغرافیایی (سایر کشورها و یا سایر

شهرها) را پیش بینی کند. این امر بدین معناست که تقاضای داخلی، هشدار اولیه ایست که نشان دهنده نیازهای متداول خریداران است. گاهی اوقات تقاضای زود هنگام، از مزایای دیگر داشتن پیچیده‌ترین خریداران در داخل است، چون غالباً خریداران پیچیده، نخستین کسانی هستند که انواع جدید تولیدات و خدمات را انتخاب می‌کنند که در جاهای دیگر مورد تقاضا واقع خواهند شد.

شهر تهران به چند دلیل از نظر ترکیب تقاضای داخلی وضعیتی منحصر به فرد دارد. اولین ویژگیها بازار داخلی شهر تهران، حجم این بازار است. اندازه بازار شهر تهران به تنهایی حدود ۹ میلیون نفر (ده درصد از جمعیت کشور) است. از آنجا که بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی موجود در این شهر، به ویژه خدمات آن، مورد تقاضای ساکنین شهرهای اطراف نیز هستند، حجم بازار شهر تهران را می‌توان در حدود ۱۳ میلیون نفر دانست که بزرگترین حجم بازار در کشور و یکی از بزرگترینها در خاور میانه است.

اما کیفیت این بازار تقاضا، از کمیت آن مهمتر است. جمعیت ساکن در شهر تهران به گواه آمارهای مربوط به هزینه درآمد خانوار در نقاط شهری و روستایی کشور که توسط مرکز آمار ایران منتشر می‌شود، جزو پر درآمدترینها در کشورند که از قضا جزو تحصیل کرده ترین‌ها هم هستند. از طرف دیگر به دلیل حجم این بازار و تعدد و تنوع موجود در کالاها و خدمات ارائه در این بازار، ساکنین شهر تهران را می‌توان جزو پیچیده‌ترین و پرتوقع‌ترین خریداران موجود در کشور دانست که از کالاها و خدمات نوین و با کیفیت استقبال می‌نمایند.

بنابراین اگر شرکتی بتواند خریداران تهرانی را راضی کند، به احتمال زیاد بتواند رضایت مشتریان خود در سایر نقاط کشور را هم جلب نماید. از طرف دیگر این اجتماع حدود ۱۳ میلیونی از مشتریان که بخشی از آنها نیز مشتریان با کیفیت هستند، بهترین محل برای انجام تحقیقات بازار به منظور ایجاد تصویری واضح از نیازهای خریداران در کل کشور ایجاد می‌نماید.

نکته دیگری که می‌توان در خصوص بازار شهر تهران بیان کرد آن است که این شهر محل استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌های بزرگ و سازمان‌ها و ارگانهای دولتی و عمومی کشورند. در ایران بسیاری از خریدهای شرکت‌های بزرگ و سازمان‌ها و ارگانهای عمومی و دولتی از طریق دفتر مرکزی و در تهران انجام می‌شود. بنابراین حجم بازار B to B و B to G در شهر تهران با اختلاف بسیار زیادی در مقایسه با سایر نقاط کشور، بیشتر و با کیفیت‌تر است.

همچنین حجم بزرگ بازار شهر تهران، چه در بازار B to C و چه در بازارهای B to G و B to B، سبب می‌شود که بسیاری از کسب و کارهای بسیار تخصصی و خاص که برای شکل‌گیری نیاز به یک حداقلی از مقیاس بازار دارند، تنها بتوانند

در شهر تهران ایجاد شوند. به عنوان مثال شرکت‌های مشاوره فوق تخصصی در زمینه‌های مختلف، در حال حاضر فقط در شهر تهران یافت می‌شوند. دلیل آن است که از یک طرف در این بازار بزرگ، این کسب و کارها نیز به اندازه کافی به مشتری دسترسی خواهند داشت و از طرف دیگر این کسب و کارها به نیروی انسانی بسیار متخصص مورد نیاز خود نیز در شهر تهران دسترسی خواهند داشت.

۳-۲- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط صنایع مرتبط و پشتیبان

همانطور که در بخش مبانی نظری بیان شد سومین عامل تعیین کننده مزیت در یک فعالیت اقتصادی در هر واحد جغرافیایی مانند شهر، حضور در شهری است که دارای صنایع تأمین کننده یا مرتبط است که در سطح ملی یا بین‌المللی رقابت می‌کنند. وجود مزیت رقابتی در برخی صنایع تأمین کننده باعث ایجاد مزیت بالقوه شرکت‌ها در بسیاری از صنایع دیگر می‌شود، چون درون دادهایی را تولید می‌کنند که کاربرد فراوانی در نوآوری یا جهانی‌سازی دارد و از این نظر بسیار حائز اهمیت هستند. به عنوان نمونه صنایع تولید مواد نیمه رسانا و نرم افزار صناعی هستند که بر بسیاری از صنایع دیگر تأثیر می‌گذارند.

وجود صنایع تأمین کننده‌ای که در سطح ملی یا بین‌المللی به رقابت می‌پردازند در یک شهر به شیوه‌های مختلف باعث ایجاد مزایایی برای صنایع پایین دستی می‌شود. یک روش ایجاد چنین مزایایی از طریق دسترسی کارآمد، زود هنگام، سریع و گاه تبعیض آمیز به درون دادهایی صورت می‌گیرد که هزینه اثربخش دارند. اما شاید مهمترین منفعت وجود تأمین کنندگان داخلی رقابتی برای صنایع، به خاطر فرایند نوآوری و ارتقا باشد. مزیت رقابتی به سبب وجود روابط کاری نزدیک میان تأمین کنندگان مطرح در سطح ملی و جهانی با صنعت ایجاد می‌شود. تأمین کنندگان با شرکت‌ها ارتباط برقرار می‌کنند تا بتوانند به روشها و فرصت‌های جدید پی ببرند و تکنولوژی‌های نوین را بکار گیرند. شرکت‌ها به سرعت به اطلاعات، ایده‌ها و نگرشهای جدید و نوآوریهای تأمین کنندگان دسترسی پیدا می‌کنند.

یک شهر لازم نیست برای بدست آوردن مزیت رقابتی در یک فعالیت اقتصادی یا یک صنعت، در همه صنایع تأمین کننده از مزیت ملی برخوردار باشد. درون دادهایی که تأثیر عمده‌ای بر نوآوری یا عملکرد تولیدات یا فرایندهای یک صنعت ندارند، می‌توانند به راحتی از خارج از شهر تأمین شوند. سایر تکنولوژی‌های عمومی که حوزه کاربرد آنها در صنعت محدود است، نیز همین گونه‌اند.

وجود صنایع رقابتی مرتبط در یک شهر غالباً منجر به شکل‌گیری صنایع رقابتی جدید می‌شود. صنایع مرتبط به آن دسته از صنایع اطلاق می‌شود که شرکت‌ها می‌توانند هنگام رقابت در انجام فعالیت‌های مربوط به زنجیره ارزش آنها یا

فعالیت‌های مربوط به تولید فراورده‌های مکمل (مانند نرم افزارها) مشارکت یا هماهنگی نمایند. مشارکت در انجام فعالیت‌ها در زمینه‌هایی همچون توسعه و پیشرفت تکنولوژی، ساخت و ساز، توزیع، بازاریابی یا خدمات رسانی صورت می‌گیرد.

به شهر تهران باز گردیم. از یک طرف بررسی جدول داده- ستانده استانهای کشور نشان می‌دهد که بسیاری از نهاده‌های تولید مورد نیاز استان تهران، به ویژه نهاده‌های با تکنولوژی و تخصص بالاتر، از طریق صنایع تأمین کننده مستقر در همین استان تأمین می‌گردد. بنابراین از آنجا که یکی از مهمترین شاخص‌های مکان‌گزینی فعالیت‌های اقتصادی در هر شهر و منطقه‌ای، دسترسی به تأمین کنندگان است، شهر تهران از این نظر وضعیت بسیار مناسبی دارد، چرا که نهاده‌های مورد نیاز طیف وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی در استان تهران به صورت داخلی تأمین می‌شود و این عامل ریسک و هزینه تأمین این نهاده‌ها را کاهش می‌دهد.

از طرف دیگر شهر تهران به دلیل حضور نیروی انسانی متخصص و سایر عوامل تولید پیشرفته و تخصصی، به راحتی می‌تواند نهاده‌ها و نیازهای تخصصی مورد نیاز کسب و کارهای مختلف را تأمین نماید، به گونه‌ای که در هیچ نقطه‌ای از کشور چنین قابلیت‌هایی وجود ندارد.

همچنین از آنجا که شهر تهران، و در دیدی گسترده‌تر، شهرستان و استان تهران، محیط استقرار بسیاری از صنایع بزرگ و منحصر به فرد کشور است، حضور این صنایع و فعالیت‌های اقتصادی سبب می‌شود تا بسیاری از کسب و کارها که به نوعی تأمین کننده این صنایع و فعالیت‌ها هستند و یا صنایع مکمل یا پشتیبان آنها هستند نیز در این منطقه شکل بگیرند، به عنوان مثال صنعت خودرو در شهر تهران. به واسطه حضور شرکت‌های خودروسازی بزرگ کشور در حاشیه غربی شهر تهران، بسیاری از شرکت‌های تحقیقاتی، بازرگانی و تولیدی در حوزه تولید، طراحی و بازرگانی قطعات خودرو، تولید خودرو و خدمات قبل، حین و پس از تولید و فروش خودرو، در این منطقه و به ویژه در شهر تهران ایجاد شوند.

۲-۴- وضعیت شهر تهران از نظر شرایط شدت رقابت

چنانچه پیشتر نیز بیان شد چهارمین عامل تعیین کننده مزیت رقابتی ملی در یک صنعت عبارت از شرایطی است که شرکت‌ها به همراه ماهیت رقابت داخلی، در آنها ایجاد، سازماندهی و مدیریت شده‌اند. اهداف، استراتژی‌ها و روش‌های سازماندهی شرکت‌ها در صنایع، از یک کشور به کشور دیگر بسیار

متفاوت است. مزیت ملی، حاصل هماهنگی مناسب میان این گزینه‌ها و منابع مزیت رقابتی در یک صنعت خاص است. همچنین الگوی رقابت در داخل در فرایند نوآوری و امید به موفقیت نهایی در سطح بین‌المللی، نقش مهمی را ایفا می‌کند.

عامل چهارم تعیین کننده مزیت رقابتی در سه بخش استراتژی‌ها و ساختار شرکت‌ها، اهداف و رقابت داخلی قابل بررسی است. از آنجا که موضوع این بخش بررسی وضعیت شهر تهران در حوزه چهارمین عامل تعیین کننده مزیت رقابتی است و نیز اینکه از سه بخش مربوط به این عامل، در دو بخش اول، یعنی استراتژی‌ها و ساختار شرکت‌ها و اهداف، تفاوت معنا دار و قابل بررسی میان شرکت‌های شهر تهران و سایر نقاط کشور وجود ندارد (و اگر وجود دارد، اطلاعاتی جهت بررسی آنها در اختیار نیست) و عوامل تأثیرگذار در این دو بخش عموماً ملی هستند، لذا تنها عامل سوم، یعنی شدت رقابت داخلی مورد بررسی قرار گرفته است.

یکی از قویترین یافته‌های مطالعاتی که منجر به خلق نظریه مزیت رقابتی ملل شد، وجود پیوستگی بین رقابت شدید داخلی با ایجاد و ادامه مزیت رقابتی در یک صنعت به خصوص است. در یک محیط رقابتی سالم و پویا شرکت‌ها در داخل یک شهر به شدت رقابت می‌کنند و برای نوآوری و بهبود کالاها و خدمات، یکدیگر را تحت فشار قرار می‌دهند.

هنگامی که بهبود و نوآوری و نه کارایی ایستا، به عنوان اجزاء ضروری مزیت رقابتی در یک صنعت مطرح باشد، رقابت داخلی از رقابت با رقبای خارجی برتر می‌گردد. در یک اقتصاد بسته، انحصار سودآور است، ولی در رقابت ملی یا جهانی، انحصارها و کارتلها، به شرکت‌هایی که در محیطهای رقابتی‌تر فعالیت می‌کنند، می‌بازند. رقابت داخلی مانند هر نوع رقابت دیگر به شرکت‌ها برای ایجاد بهبود و نوآوری فشار وارد می‌کند. رقبای محلی برای رسیدن به هزینه‌های کمتر، ایجاد بهبود و نوآوری و توسعه کالاها و فرایندهای جدید یکدیگر را به جلو می‌رانند. در حالی که ممکن است شرکت‌ها مزایای خود را برای مدت طولانی حفظ نکنند، ولی فشار مستمر و فعال از سوی رقبا موجب افزایش نوآوری می‌شود و ترس از عقب ماندن موجب جلو رفتن می‌شود. رقابت شدید داخلی موجب می‌شود که طرز تفکر وابستگی به مزایای ناشی از عوامل پایه‌ای از بین برود، زیرا رقبای محلی نیز آن مزایا را دارند.

شدت رقابت داخلی دقیقاً یکی از مهمترین ویژگی‌های اقتصاد شهر تهران است که منجر به ایجاد مزیت رقابتی برای آن می‌شود. همانطور که اشاره

شد، از یک طرف شهر تهران دارای یکی از پیچیده‌ترین و پرتوقع‌ترین مشتریان در سطح کشور است و از طرف دیگر به دلیل حجم و کیفیت بالای بازار این شهر، در هر رشته فعالیتی، تعداد بسیار زیادی شرکت حضور دارند که برای کسب سهم بازار با هم رقابت می‌کنند. رقابت شدید شرکت‌ها برای بدست آوردن سهم از این بازار که دارای مشتریان سخت‌گیری نیز هست، منجر به نوآوری و خلق ارزشهای جدید می‌گردد و استانداردهای ارائه کالا و خدمات را به شدت افزایش می‌دهد. همین امر منجر به ایجاد مزیت رقابتی بسیار مناسبی برای فعالیتهای اقتصادی مستقر در شهر تهران در قیاس با فعالین همین فعالیتهای اقتصادی در سایر شهرهای کشور می‌گردد.

۲-۵- وضعیت شهر تهران از نظر استفاده از شانس

عوامل تعیین کننده مزیت ملی، محیطی را که در آن صنایع خاص با هم رقابت می‌کنند، شکل می‌دهند. اما در مطالعات مختلف در اکثر صنایع نقش شانس نیز مشهود بوده است. وقایع اتفاقی و شانسی وقایعی هستند که به شرایط و وضعیت شهر ربطی ندارند و غالباً در خارج از حیطه قدرت شرکت‌ها، بخش عمومی و دولت محلی و ملی هستند.

وقایع اتفاقی و شانس مهم هستند، زیرا موجب ناپیوستگیهایی می‌شوند که باعث تغییراتی در شرایط رقابتی می‌گردند. این وقایع می‌توانند مزیت‌هایی را که رقبای قبلی پایه‌گذاری کرده بودند، باطل کند و پتانسیلی ایجاد کند که شرکت‌های جدید یک شهر بتوانند آنها را جایگزین نمایند تا در پاسخ به شرایط جدید و متفاوت به مزیت رقابتی برسند.

در خصوص شهر تهران در حوزه ظرفیتهای استفاده از عامل شانس می‌توان به دو نکته اشاره کرد. اولین نکته به پایتخت بودن این شهر مربوط است. مسلماً بسیاری از ظرفیتهای رقابتی شامل زیرساخت‌ها، نیروی انسانی، اندازه و کیفیت بازار داخلی و ... که در حال حاضر در شهر تهران متمرکز شده اند، ناشی از پایتخت بودن آن است.

نکته دوم به افزایش احتمال ایجاد اختراعات و ابداعات در این شهر است. همانطور که در بخش مبانی نظری اشاره شد، یکی از عوامل اثرگذار بر مزیت رقابتی شهرها که در حوزه عامل شانس طبقه‌بندی شده، اختراعات و ابداعات و نوآوری است. از آنجا که شهر تهران محل استقرار بسیاری از مراکز دانش کشور است و از طرف دیگر این شهر شاهد حضور بزرگترین اجتماع افراد متخصص، با مهارت و کارآفرین است، بنابراین احتمال وقوع اختراع، ابداع و نوآوری در آن بسیار بالاتر از سایر نقاط کشور خواهد بود.

۶-۲- وضعیت شهر تهران از نظر تأثیر شهرداری به عنوان بخش از دولت محلی

بسیاری از متخصصین دولت را دارای تأثیر حیاتی بر رقابت مدرن می‌دانند. نقش واقعی دولت در مزیت ملی تأثیرگذاری بر چهار عامل تعیین کننده مزیت رقابتی است. دولت می‌تواند بر هر یک از چهار عامل تعیین کننده تأثیر مثبت یا منفی بگذارد و خودش هم از آنها تأثیر بپذیرد. شرایط عامل تولید از طریق پرداخت یارانه، سیاست‌های مربوط به بازار سرمایه، سیاست‌های آموزشی و امثال آن هم تأثیر می‌پذیرد. واضح است که تأثیر دولت بر عوامل موجود تعیین کننده مزیت ملی رقابتی می‌تواند مثبت یا منفی باشد.

دولت محلی تأثیر مهمی بر مزیت رقابتی در سطح محلی می‌گذارد، اگر چه این نقش بدون شک جزئی است. سیاست‌های دولت در آن دسته از صنایع مؤثر است که عوامل تعیین کننده مزیت وجود داشته باشد و دولت هم آنها را تقویت کند. به نظر می‌آید دولت می‌تواند سریعاً اقدام کند یا اینکه احتمال دستیابی به مزیت رقابتی را افزایش دهد (و بالعکس)، ولی توان ایجاد مزیت رقابتی را ندارد.

در شهرها نقش دولت محلی در ایجاد، توسعه و حفاظت از مزیت رقابتی بسیار مهم است. همانطور که پیشتر اشاره شد اساسی‌ترین هدف هر طرح توسعه اقتصاد شهری، مانند طرح‌های مرتبط با جذب سرمایه بخش خصوصی جهت اجرای انواع پروژه‌های شهری، باید افزایش استاندارد زندگی شهروندان آن شهر باشد. تحقق این هدف از مسیر افزایش بهره‌وری عوامل تولید می‌گذرد. با افزایش بهره‌وری عوامل تولید، درآمد سرانه شهروندان افزایش می‌یابد و این موضوع دو حُسن دارد، اول اینکه شهروندان با افزایش درآمد سرانه خود می‌توانند دسترسی بهتری به کالاها و خدمات مختلف با کیفیت داشته باشند و در نتیجه استاندارد زندگی خود را افزایش دهند. دوم نیز اینکه با افزایش درآمد سرانه و با افزایش کیک اقتصاد شهر، دولت محلی (شهرداری به عنوان بخشی از دولت محلی) نیز از آن منتفع می‌گردد. شهرداری‌ها از محل بزرگ شدن اقتصاد شهر، درآمدهای بیشتری کسب می‌کنند و می‌توانند با اختصاص آنها به اجرای پروژه‌های زیربنایی و تأمین خدمات شهری، چرخه رشد بهره‌وری و افزایش درآمد سرانه و در نتیجه افزایش کیفیت و استاندارد زندگی شهروندان را تقویت کنند.

نکته مهمی که وجود دارد آن است که شهرداری‌ها بتوانند به درستی خود را به اقتصاد شهر متصل نمایند. در صورت محقق شدن این هدف، دو اتفاق بسیار خوب می‌افتد. اول اینکه با بزرگ شدن اقتصاد شهر، اقتصاد شهرداری نیز بزرگ می‌شود و شهرداری به یک منبع بزرگ درآمد پایدار وصل می‌شود و دوم اینکه

منافع شهرداری و اقتصاد شهر در یک کشتی واحد قرار خواهند گرفت و در نتیجه شهرداری به عنوان یکی از بزرگترین نهادهای مستقر در شهر، نقشی بسیار حیاتی و مهم در پایداری‌سازی روند رو به رشد اقتصاد شهر خواهد یافت. این نقش بسیار حیاتی در واقع به معنای تقسیم وظیفه بخش خصوصی و بخش عمومی در طراحی، مدیریت و پایداری‌سازی رشد اقتصاد شهر است، موضوعی که در اقتصاد شهری و مدیریت شهری ایران بسیار مغفول مانده و دچار کج فهمی بزرگی شده است و نتیجه آن دخالت بخش عمومی در وظایف بخش خصوصی و غفلت بخش عمومی از وظایف اصلی اش بوده است. در ادامه سعی شده که این موضوع، با تمرکز بر بحث توسعه سرمایه‌گذاری شهری و به ویژه سرمایه‌گذاری مشارکتی بین بخش عمومی و خصوصی، کمی بیشتر تشریح شود.

قطعاً دولت محلی یکی از مهمترین نهادهایی است که در ایجاد، توسعه و حفاظت از مزیت رقابتی شهر نقش بسیار پر رنگی دارد. در نتیجه ایفای صحیح نقش دولت محلی، در همکاری با بخش خصوصی، اقتصاد پایه شهر توسعه یافته و منافع بزرگی خلق می‌گردد که هم شهر و هم شهرداری از آن منتفع شده و در نهایت کیفیت زندگی شهروندان ارتقاء می‌یابد. بنابراین دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و توسعه آن در شهرها نیاز به همکاری دو بازیگر اصلی دارد که اولی بخش خصوصی (سرمایه‌گذاران و فعالان بخش خصوصی) است و دومی مدیریت شهری.

سرمایه‌گذار دارای توان تخصصی در حوزه کاری خود است و به دنبال منافع شخصی است، اما مدیریت شهری با علم به منافع غیرمستقیم عظیم اجرای پروژه‌های محرک توسعه، همه تلاش خود را باید انجام دهد تا منافع سرمایه‌گذار تأمین شود و با اجرای پروژه، جامعه از منافع غیرمستقیم اجرای آن بهره‌مند شود. بنابراین مدیریت شهری باید به پشتیبانی از سرمایه‌گذار بپردازد. به عبارت دیگر مدیریت شهری باید محیط فعالیت بخش خصوصی را به خوبی محیا نماید.

حال سوال اینجاست که این پشتیبانی باید چگونه باشد؟

موضوع پشتیبانی مدیریت شهری از سرمایه‌گذار و سرمایه‌گذاری را می‌توان به دو بخش «تشویق سرمایه‌گذار» و «حمایت از سرمایه‌گذار» تقسیم نمود. تشویق سرمایه‌گذار باید به افزایش انگیزه وی برای سرمایه‌گذاری منجر شود. این کار به عنوان مثال می‌تواند با ارائه مشوقهای مالی به سرمایه‌گذار انجام شود. اما حمایت از سرمایه‌گذار، در واقع حمایت از وی در برابر مسائلی است که عمدتاً در حوزه مسائل حاکمیتی قرار می‌گیرد و بر سرمایه‌گذار تحمیل می‌شود و وی قدرتی برای تغییر آن ندارد. به عنوان مثال بحث امنیت سرمایه‌گذاری در کشور ما و یا حوزه‌هایی که اصطلاحاً بازار در آنها شکست می‌خورد، از این جمله هستند. این مسائل همگی در مفهوم ریسک قابل جمع شدن هستند. وقتی این مسائل وجود داشته و تأثیر قابل توجهی نیز داشته باشند، ریسک سرمایه‌گذاری افزایش

می‌یابد. بنابراین اقدامات حمایتی مدیریت شهری از سرمایه‌گذار را می‌توان اقداماتی تعریف کرد که ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهند و آنها را به سطح معقولی می‌رسانند.

تشویق و حمایت از سرمایه‌گذار یک بُعد قانونی در سطح ملی دارد و یک بُعد اجرایی (دستورالعملها) در سطح محلی. حال سوال اینجاست که مدیریت شهری (به عنوان مثال شهرداری تهران) علاوه بر موضوعات مربوط به بُعد قانونی و اجرایی (دستور العملها)، چه کارهای دیگری می‌تواند برای تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاران انجام دهد.

یکی از موضوعات اساسی که تمایز میان نظامهای اقتصادی مختلف را مشخص می‌کند، چگونگی تقسیم کار بین بخش خصوصی و بخش عمومی در یک اقتصاد است. نظام اقتصادی بازار آزاد، بخش خصوصی را بازیگر اصلی اقتصاد می‌داند و معتقد به حداقل دخالت بخش عمومی در اقتصاد است. در این نظام اقتصادی، وظیفه دولت تسهیل فعالیت بخش خصوصی و ورود به بخش‌هایی که اصطلاحاً بازار شکست می‌خورد. بخش‌هایی که بخش خصوصی انگیزه‌ای برای ورود به آن ندارد، اما برای جامعه بسیار مفید و ضروری است، جایی است که گفته می‌شود بازار در آن شکست می‌خورد. به عنوان مثال تأمین امنیت عمومی یکی از حوزه‌هایی است که بازار در آن شکست می‌خورد. تأمین زیرساخت‌های مختلف عموماً جزء مثالهای شکست بازار هستند. در طرف مقابل نظام بازار آزاد، نظام اقتصادی سوسیالیستی قرار دارد. در این نظام اقتصادی، با هدف تأمین منافع عمومی، دولت بیشترین نقش را در اقتصاد دارد و بخش خصوصی تضعیف می‌شود. سایر نظامهای اقتصادی در طیفی میان این دو نظام قرار می‌گیرند.

منظور نگارنده از مطرح کردن بحث نظامهای اقتصادی مختلف آن است که به این نکته اشاره کند که فارغ از اینکه در چه نظام اقتصادی قرار داشته باشیم، موفقیت اقتصادی در گروه تقسیم کار بین بخش خصوصی و عمومی است. به عبارت دیگر اگر قرار باشد که بحث سرمایه‌گذاری در یک شهر با موفقیت اجرا شود و اقتصاد شهر به یک پویایی مستمر دست باید، هم بخش خصوصی و هم بخش عمومی باید اولاً وظایف خود را کاملاً بدانند و دوماً به خوبی به وظایف خود عمل کنند. به عبارت دیگر برای موفقیت سرمایه‌گذاری در شهر، بخش عمومی علاوه بر تعریف پروژه سرمایه‌گذاری مناسب و مشارکت با سرمایه‌گذار و تشویق آن، باید عهده دار انجام یکسری فعالیت‌های اثرگذار بر موفقیت سرمایه‌گذاری نیز باشد.

برای روشن شدن مطلب از یک مثال در حوزه صنعت گردشگری استفاده می‌شود.

فرض می‌کنیم در یک شهر، مدیریت شهری (به تنهایی یا با مشارکت و مشورت بخش خصوصی متخصص) به این نتیجه رسیده که به واسطه مزیت‌های رقابتی موجود در این شهر در بخش گردشگری، باید در حوزه گردشگری پیشرفت قابل توجهی اتفاق بیافتد و در این زمینه چند پروژه محرک توسعه نیز تعریف می‌کند. حال باید ببینیم که برای موفقیت در این حوزه هر یک از دو بخش عمومی و خصوصی چه وظایفی خواهند داشت. برای تشریح این موضوع از مفهوم محصول گردشگری استفاده می‌کنیم.

محصول گردشگری (چیزی که به گردشگران عرضه می‌شود) به سه دسته تقسیم می‌شوند که عبارتند از هسته، بدنه و پوسته. هسته محصول را می‌توان مشخصه اصلی که گردشگر را به بازدید از شهر تشویق می‌کند، تعریف کرد. برخی از محصولات اصلی که شهر می‌تواند به بازدید کننده عرضه کند عبارتند از سایت‌های تاریخی، جاذبه‌های گردشگری، نهادهای فرهنگی یا رویدادهای ورزشی و به عنوان مثال برج میلاد در شهر تهران، یک هسته محصول گردشگری برای این شهر است.



بدنه محصول یا محصول حمایتی، خدمات و محصولات اضافی هستند که تجربه سفر را لذت بخش‌تر می‌سازند، اما به تنهایی نمی‌توانند محرکی برای بازدید باشند. سوغات، تورها، رستوران‌ها، اقامتگاه‌ها و هتل‌ها نمونه‌هایی از محصولات حمایتی یا بدنه هستند. پوسته محصول نیز بسته‌های اطراف هسته و بدنه محصول هستند. محیط فیزیکی شهر شامل خیابانها، پیاده‌روها، پارکها و بناها، حمل و نقل شهری، خدمات اورژانسی، رفتار مردم و ... نیز نمونه‌هایی از پوسته محصول گردشگری هستند. بر این اساس اگر قرار باشد که گردشگری در یک شهر به موفقیت برسد همه این محصولات باید در سطح مناسبی تأمین شوند.

هسته محصول یا از قدیم در شهر وجود دارد، مانند آثار تاریخی یا جاذبه‌های فرهنگی، و یا ایجاد می‌شود، مانند یک مجموعه تفریحی خاص. بنابراین بخش خصوصی در ایجاد هسته محصول و بدنه محصول به شکل فعالی می‌تواند حضور داشته باشد و سرمایه‌گذاری نماید. اما تأمین پوسته محصول تنها بر عهده

مدیریت شهری است. بخش خصوصی انگیزه‌ای برای تأمین پوسته محصول ندارد و اصطلاحاً بازار در تأمین آنها شکست می‌خورد. اینجاست که مدیریت شهری باید ورود کند و این محصولات را تأمین کند. بنابراین موفقیت یک پروژه محرک توسعه در بخش گردشگری، مانند یک هتل پنج ستاره، علاوه بر توانمندی بخش خصوصی که در این پروژه سرمایه‌گذاری می‌کند، نیاز به اقدامات حمایتی مدیریت شهری نیز دارد.

در خصوص همین مثال گردشگری، بسیاری از اقدامات دیگر نیز نیاز است که جزء وظایف مدیریت شهری است و بخش خصوصی به آن ورود نمی‌کند. از جمله این اقدامات می‌توان به بحث برندینگ شهری، بازاریابی شهری، برنامه‌ریزی استراتژیک حوزه گردشگری شهر و تبلیغات گردشگری اشاره کرد. بخش خصوصی، مثلاً کسی که یک هتل را می‌سازد، انگیزه‌ای برای انجام هیچ یک از این موارد ندارد.

علاوه بر این موارد، موفقیت شهر در حوزه گردشگری که در بالا تشریح شد، نیاز به اقدامات دیگری نیز دارد. به عنوان مثال برنامه‌ریزی برای تأمین نیروی انسانی مناسب برای بخش گردشگری شهر یکی از این موارد است. اگر قرار باشد یک شهر در حوزه گردشگری به موفقیت برسد، باید در زمینه تربیت نیروی انسانی مناسب آن نیز برنامه‌ریزی داشته باشد. این کار وظیفه کیست؟ و یا اگر فعالیتی نیاز به نیروهای متخصص داشته باشد، چه کسی باید کیفیت محیط زندگی این نیروهای متخصص را در سطح مناسب تأمین کند تا آنها انگیزه زندگی در این شهر را داشته باشند و بعد از آن در آن فعالیت خاص خدمت کنند.

مورد دیگر، بحث محیط کسب و کار است. برای اینکه سرمایه‌گذاران انگیزه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری را داشته باشند، علاوه بر قابلیت‌های شهر در حوزه گردشگری و همه مواردی که در سطور قبل به آنها اشاره شد، محیط اقتصاد شهر نیز باید از کیفیت مناسبی برخوردار باشد. یکی از پارامترهای اصلی این حوزه، فضای کسب و کار شهر است. پایش و بهبود محیط کسب و کار در یک شهر، قطعاً وظیفه سرمایه‌گذار یک هتل نیست.

مثال فوق‌الذکر به خوبی نشان داد که موفقیت یک شهر در حوزه سرمایه‌گذاری به پارامترهای مختلفی بستگی دارد و بازیگران مختلفی در آن نقش دارند. بخشی از این وظایف بر عهده بخش خصوصی است و بخشی دیگر بر عهده بخش عمومی. قطعاً حمایت بخش عمومی (مدیریت شهری) از بخش خصوصی (سرمایه‌گذار)، در گروی تعهد بخش عمومی در انجام صحیح وظایفش است. به عبارت دیگر، اگر بخش عمومی وظایف خود را (که در مثال بالا در بخش گردشگری تشریح شد) به درستی انجام دهد، می‌توان گفت که از بخش خصوصی و سرمایه‌گذار حمایت کرده است.

در مثال فوق‌الذکر سعی شد تا به شکل بسیار مختصر این مفهوم منتقل شود

که در مسیر ایجاد، توسعه و حفاظت از مزیت‌های رقابتی یک شهر، نقش دولت محلی از یک طرف بسیار مهم و حیاتی و از طرف دیگر این نقش عمدتاً نقش حمایتی از بخش خصوصی است. بخش خصوصی بازیگر اصلی است و بخش عمومی محیط و فضای اقتصادی و اجتماعی شهر را برای فعالیت آن محیا می‌کند. این محیاسازی محیط شهر برای فعالیت بخش خصوصی، می‌تواند شامل ایجاد و توسعه زیرساخت‌های شهری، کمک به بخش خصوصی در جهت ایجاد، توسعه و حفاظت از مزیت‌های رقابتی و نیز ارائه خدماتی در جهت افزایش کیفیت محیط زندگی شهروندان، به ویژه نیروی انسانی متخصص، در شهر باشد به گونه‌ای که فعالین اقتصادی، متخصصین و سرمایه‌گذاران، این شهر را جای مناسبی برای زندگی و کار دانسته و آن را انتخاب نمایند.

۳- معرفی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران

پس از ارائه مفصل در خصوص مبانی نظری احصاء طرح‌های دارای مزیت در شهر تهران و بررسی کلان مزیت‌های این شهر، حال به جایی رسیدیم که باید از مزیت‌های رقابتی به سمت تعریف پروژه‌های مختلف سرمایه‌گذاری بر مبنای این مزیت‌های رقابتی حرکت کرد. تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری بر مبنای مزیت‌های رقابتی شناسایی شده، نیاز به یک چارچوب دارد که در این بخش سعی شده ابتدا این چارچوب تبیین شود و سپس طرح‌های دارای مزیت سرمایه‌گذاری معرفی گردد.

همانطور که در بخش مبانی نظری بیان شد، هدف اساسی اقتصادی یک شهر رشد فزاینده استاندارد زندگی شهروندان می‌باشد و قابلیت انجام چنین کاری به بهره‌وری منابع به کار گرفته شده در شهر (نیروی کار و سرمایه) بستگی دارد. بهره‌وری عبارت است از ارزش برون داد تولید شده توسط یک واحد نیروی کار یا سرمایه که به دو عامل کارایی (یعنی کار را درست انجام دادن) و اثربخشی (یعنی کار درست را انجام دادن) بستگی دارد.

در بلند مدت بهره‌وری عامل اصلی و نخستین تعیین کننده استاندارد زندگی شهروندان است، زیرا عامل اصلی و ریشه‌ای تعیین کننده درآمد سرانه محسوب می‌شود. بهره‌وری منابع انسانی، سطح دستمزد نیروی کار را تعیین می‌کند. در حالی که بهره‌وری عامل سرمایه، تعیین کننده میزان منافع است که به صاحبان سرمایه برمی‌گردد.

در شهرها این نکته بسیار مهم است. اساسی‌ترین هدف هر طرح توسعه اقتصاد شهری، مانند طرح‌های مرتبط با جذب سرمایه بخش خصوصی جهت

اجرای انواع پروژه‌های شهری، باید افزایش استاندارد زندگی شهروندان آن شهر باشد. تحقق این هدف از مسیر افزایش بهره‌وری عوامل تولید می‌گذرد. با افزایش بهره‌وری عوامل تولید، درآمد سرانه شهروندان افزایش می‌یابد و از یک طرف شهروندان با افزایش درآمد سرانه خود می‌توانند دسترسی بهتری به کالاها و خدمات مختلف با کیفیت داشته باشند و در نتیجه استاندارد زندگی خود را افزایش دهند و از طرف دیگر با افزایش درآمد سرانه و با افزایش کیک اقتصاد شهر، بخش عمومی (شهرداری) نیز از آن منتفع می‌گردد. شهرداری‌ها از محل بزرگ شدن اقتصاد شهر، درآمدهای بیشتری کسب می‌کنند و می‌توانند با اختصاص آنها به اجرای پروژه‌های زیربنایی و تأمین خدمات شهری، چرخه رشد بهره‌وری و افزایش درآمد سرانه و در نتیجه افزایش کیفیت و استاندارد زندگی شهروندان را تقویت کنند.

بنابراین هدف اصلی و نهایی طرح حاضر، یعنی تدوین اطلس سرمایه‌گذاری شهر تهران، باید تعریف پروژه‌هایی باشد که در نهایت اجرای آنها سبب افزایش استانداردهای زندگی شهروندان تهرانی باشد و این هدف از طریق افزایش بهره‌وری عوامل تولید (افزایش کارایی و اثربخشی) رخ خواهد داد.

نکته اساسی اینجاست که افزایش پایدار بهره‌وری، نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. البته این رابطه، یک رابطه دو سویه است و بهره‌وری و سرمایه‌گذاری اثر متقابلی بر هم دارند. افزایش سرمایه‌گذاری می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری شود، به ویژه اگر این سرمایه‌گذاری‌ها در زمینه‌هایی مانند آموزش نیروی کار، فناوری و تجهیزات صورت گیرد. در مقابل، بهره‌وری بالاتر نیز می‌تواند انگیزه بیشتری برای سرمایه‌گذاری ایجاد کند، زیرا شرکت‌ها و اقتصادهایی که بهره‌وری بالاتری دارند، معمولاً سودآوری و رشد بیشتری را تجربه می‌کنند که این امر جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کند.

نکته بسیار مهم و تعیین کننده آن است که در این مسیر، یعنی مسیر افزایش استاندارد زندگی شهروندان یک شهر از طریق افزایش بهره‌وری و افزایش بهره‌وری از طریق سرمایه‌گذاری، باید محوریت با بخش خصوصی باشد و نه دولت (ملی یا محلی). وظیفه اساسی بخش عمومی در دو موضوع قابل جمع است، اول اینکه تسهیلگر فعالیت‌های بخش خصوصی باشد و دوم نیز اینکه در مواردی که اصطلاحاً بازار شکست می‌خورد و بخش خصوصی انگیزه‌ای برای ورود مستقیم ندارد، بخش عمومی پیش قدم باشد و ورود کند.

همانطور که اشاره شد افزایش پایدار بهره‌وری در بلند مدت، نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. سرمایه‌گذاری‌هایی که در یک شهر اتفاق می‌افتد از نظر میزان نقش آفرینی بخش خصوصی و بخش عمومی از سه حالت زیر خارج نیست:

حالت ۱- سرمایه‌گذاری مستقیم بخش خصوصی، بدون دخالت بخش عمومی. در این حالت بخش عمومی تنها باید تسهیلگر باشد و وظایف حاکمیتی خود را انجام دهد.

حالت ۲- سرمایه‌گذاری بخش عمومی در زیرساخت‌ها و موارد شکست بازار. در این حالت تأمین مالی پروژه از طریق بخش عمومی انجام می‌شود، اما اجرای آن هم می‌تواند توسط بخش عمومی و از طریق قراردادهای پیمانکاری از طریق بخش خصوصی انجام شود.

حالت ۳- سرمایه‌گذاری مشارکتی بخش عمومی و بخش خصوصی. در این حالت بخشی از آورده مورد نیاز از طریق بخش عمومی تأمین می‌شود که معمولاً زمین است و تأمین مالی پروژه و اجرا و مدیریت آن بر عهده بخش خصوصی خواهد بود. حال سوال اینجاست که سرمایه‌گذاری‌هایی که به افزایش بهره‌وری و در نتیجه به افزایش سطح استاندارد زندگی شهروندان باید بیانجامد، بهتر است روی چه پروژه‌هایی انجام شود. پاسخ به این سوال نیاز به کمی توضیح بیشتر دارد.

در یک تقسیم‌بندی کلی صرف نظر از اینکه چه کسی (بخش عمومی و دولتی و یا سرمایه‌گذار خصوصی) طرحها و برنامه‌های توسعه‌ای و پروژه‌های مهم یک شهر را به انجام می‌رساند، می‌توان طرحها و پروژه‌های مهم را از نظر قدرت تأثیرگذاری بر فرایند توسعه و رونق بیشتر اقتصاد شهر (از مسیر افزایش بهره‌وری) به سه دسته تقسیم نمود که عبارتند از پروژه‌های زیربنایی، پروژه‌های محرک توسعه منطقه و پروژه‌های پیرو.

اگر از مورد آخر شروع کنیم پروژه‌های پیرو، پروژه‌هایی هستند که تحت تأثیر مزیت‌های شهر و منطقه و یا تحت تأثیر پروژه‌های زیربنایی و پروژه‌های محرک توسعه در شهر و منطقه شکل گرفته‌اند. ویژگی بارز این پروژه‌ها آن است که تأثیر خاصی در سایر فعالیت‌های شهر و نیز انگیزه سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری در شهر ندارند. معمولاً تعداد این نوع پروژه‌ها در هر شهر و منطقه‌ای در مقایسه با دو نوع دیگر بسیار زیاد است. به عنوان مثال می‌توان به ایجاد یک رستوران یا یک مرکز آموزشی با مقیاس عملکرد منطقه‌ای در شهر اشاره کرد.

پروژه‌های محرک توسعه، پروژه‌هایی هستند که اجرای آنها در شهر با ایجاد صرفه‌های مقیاس متعدد و متنوع سبب جذب سایر پروژه‌ها (فعالیت‌ها و سرمایه‌گذارانی که در این فعالیت‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند) می‌گردد. به عنوان مثال

اگر در شهری یک مجموعه توریستی و تفریحی با کیفیت با مقیاس عملکردی فراشهری و شهری ایجاد شود، این مجموعه انواع و اقسام فعالیت‌های پیرو خود (مانند خرده‌فروشی پوشاک و کفش، رستوران، کافی شاپ، مؤسسات اتومبیل‌کرایه و مواردی از این دست) و یا یک یا چند پروژه محرک توسعه مانند خود (مانند یک مجموعه اقامتی و یا یک مجموعه بازیهای آبی) را جذب می‌نماید.

این نوع پروژه‌ها با مفهوم صرفه‌های مقیاس گره خورده‌اند. صرفه‌های مقیاس انواع و اقسام متعددی دارد از قبیل صرفه‌های مقیاس تجمع، صرفه‌های مقیاس تولید، صرفه‌های مقیاس بازاریابی و برای نمونه صرفه‌های مقیاس بازاریابی و یا صرفه‌های خرید (یا صرفه جویی‌های ناشی از تجمع در بازاریابی)، که یکی از مهمترین گونه‌های صرفه مقیاس در اقتصاد شهری است، در ادامه تشریح شده است.

صرفه‌جویی‌های ناشی از تجمع در بازاریابی یکی از مهم‌ترین عواملی است که سبب گروه‌بندی شرکت‌های تجاری و تمرکز خرده‌فروشی‌ها در شهرها و مناطق می‌شود. هنگامی یک پیامد جنبی خرید اتفاق می‌افتد که فروش یک فروشگاه (وجود یک فعالیت)، متأثر از موقعیت مکانی دیگر فروشگاه‌ها (دیگر فعالیت‌ها) باشد.

به منظور درک بهتر مطلب مثالی ارائه می‌شود. اگر یک داروخانه فرضی از یک نقطه دور افتاده به کنار یک خواروبار فروشی تغییر مکان دهد و در نتیجه این تغییر مکان هر دو فروشگاه افزایش در فروش را تجربه کنند، آنگاه آنها ایجاد کننده پیامد جنبی خرید خواهند بود. هر فروشگاه مصرف‌کنندگانی را به گروه خرده‌فروشی جذب کرده و منفعتی را برای فروشگاه‌های دیگر به وجود می‌آورد. این پیامد جنبی خرید سبب می‌شود که بنگاه‌ها به فروش محصولات مرتبط به هم مبادرت کرده و گروه‌بندی‌هایی از خرده‌فروشی را تشکیل دهند.

دو نوع محصول وجود دارد که ایجاد کننده پیامد جنبی خرید هستند که عبارتند از کالاهای جانشین ناقص و کالاهای مکمل. دو کالا هنگامی جانشین ناقصی برای هم هستند که مشابه و ناهمسان باشند. به عنوان مثال اتومبیل‌های اسپورت تولید شده توسط شرکت‌های مختلف را می‌توان جانشین ناقص هم دانست.

اتومبیل‌های اسپرت عرضه شده توسط شرکت‌های مختلف مشابه هستند، اما از نظر کارایی، شکل، رنگ، ابزار و قطعات با هم تفاوت دارند. شخص مصرف‌کننده برای خرید اتومبیل اسپورت باید شخصاً به مقایسه بپردازد و وقت و هزینه‌ای برای رفتن به فروشگاه‌های شرکت‌های مختلف در نظر بگیرد. چنانچه فروشگاه شرکت‌های مختلف در یک گروه و در کنار یکدیگر قرار داشته باشند، این امر سبب

کاهش هزینه مقایسه خرید و جذب مصرف کنندگان بیشتر به گروه می‌شود. هنگامی که شرکت‌ها کالاهای مکمل می‌فروشند نیز خوشه‌ای شدن می‌تواند اتفاق افتد. غالباً کالاهای مکمل در همان سفر خرید کالای مشابه خریداری می‌شوند. برای مثال اگر یک مصرف کننده به خریداری شلوار و کفش در یک سفر خرید بپردازد و فروشگاه شلوار نزدیک به فروشگاه کفش باشد، هزینه مسافرتش کمتر خواهد شد. فروشگاه کفش از حضور فروشگاه شلوار سود می‌برد، زیرا این دو مغازه با یکدیگر یک مکان توقف خرید را برای مصرف کنندگان فراهم می‌آورند. به دلیل منافع حاصل از خرید تک توقفی، بنگاه‌های فروشندگان کالاهای مکمل، در مراکز خرید، بازارچه‌ها و مراکز شهر، خوشه‌ای می‌شوند.

صرفه‌جویی‌های ناشی از تجمع مربوط به خرید، ایجاد کننده انواع مختلفی از گروه‌های خرده فروشی است. این گروه‌ها ترکیبی از کالاهای جانشین ناقص و کالاهای مکمل را فراهم می‌آورند و هم خرید مقایسه‌ای و هم خرید تک توقفی را تسهیل می‌کنند. این نکات می‌توانند در تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در هر شهر و منطقه‌ای بسیار مفید و راهگشا باشد. پروژه‌هایی که تحت عنوان فرصت‌های سرمایه‌گذاری در طرح اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهر تهران تعریف می‌شوند، عمدتاً در گروه پروژه‌های محرک توسعه طبقه‌بندی می‌شوند.

و در نهایت پروژه‌های زیربنایی پروژه‌هایی هستند که موجب کاهش قیمت تمام شده محصولات در یک منطقه یا شهر می‌شوند. به عبارت دیگر این پروژه‌ها هزینه حضور فعالیت‌های اقتصادی را در محدوده اطراف خود کاهش می‌دهند. به عنوان مثال می‌توان به احداث یک خط راه آهن و یا تکمیل شبکه راه‌های یک منطقه یا شهر اشاره نمود. مسلماً اجرای این چنین پروژه‌هایی سبب کاهش هزینه حضور و یا قیمت تمام شده محصولات برای فعالیت‌هایی که به هزینه حمل و نقل حساس هستند (بنگاههای حساس به حمل و نقل) خواهد شد. لازم به ذکر است که پروژه‌های زیربنایی به نوعی خاصیت محرک توسعه بودن را نیز در خود دارند و می‌توان پروژه‌های زیربنایی را یکی از انواع پروژه‌های محرک توسعه دانست.

با این نگاه پروژه‌هایی که منجر به افزایش کیفیت زندگی در یک شهر می‌شوند، پروژه‌های زیربنایی خواهند بود، چرا که جذابیت شهر را برای اسکان اقشار مختلف، به ویژه قشر متخصص و با مهارت و کارآفرینان، افزایش می‌دهد و حضور چنین نیروی کاری در یک شهر سبب کاهش هزینه حضور فعالیت‌های مختلف، به ویژه فعالیت‌های تخصصی، در شهر می‌شوند.

در بررسی رابطه زیرساخت‌ها و رشد اقتصادی می‌توان گفت به طور کلی زیرساخت‌ها روی رشد اقتصادی و تولید کل به طرق زیر اثر مثبت می‌گذارند:

- محصولات و خدمات تولید شده از زیرساخت‌ها می‌تواند به عنوان یک عامل

تولید، در تولید محصولات کمک کند. برای مثال گاز، آب و برق که از محصولات زیرساخت می‌باشند، به عنوان نهاده در تولید استفاده می‌شوند.

- زیرساخت‌ها می‌تواند به عنوان یک داده واسطه‌ای، بهره‌وری عوامل تولید زمین، نیروی کار و سرمایه فیزیکی را به طور مستقیم بالا ببرد. به عنوان مثال می‌توان به سیستم حمل و نقل اشاره نمود که انتقال کالاها و نهادهای تولید را آسانتر می‌کند.

- زیرساخت‌های اقتصادی هم چنین به وسیله اثرات جانبی به صورت غیر مستقیم، تولید و رشد اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. مثلاً ایجاد یک خط راه آهن می‌تواند باعث رونق در صنایع فولاد گردد یا توسعه زیرساخت‌های الکتریکی و ارتباطی باعث توسعه صنایع الکترونیکی شود.

با توجه به دو اثر اول می‌توان دریافت که زیرساخت‌های اقتصادی و دیگر عوامل تولید مکمل یکدیگرند و زیرساخت‌های اقتصادی می‌توانند تولید نهایی و بهره‌وری عوامل تولید را افزایش دهند. ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای سخت افزاری و نرم افزاری به منظور تحقق سایر اهداف از ضرورتی اجتناب ناپذیر برخوردار است.

بر اساس مطالب فوق‌الذکر، می‌توان وظیفه اصلی این بخش با عنوان احصاء طرح‌های دارای مزیت در شهر تهران را تعریف پروژه‌های محرک توسعه (شامل زیرساخت‌ها نیز می‌گردد) دانست که هدف نهایی آنها افزایش استاندارد زندگی شهروندان از طریق افزایش بهره‌وری است. البته این موضوع بدان معنا نیست که پروژه‌های پیرو مد نظر مطالعات نیست، بلکه بدان معناست که با توجه به اثرگذاری بیشتر پروژه‌های محرک توسعه و زیرساختی، به این پروژه توجه بیشتری شده است.

پیش از ورود به بحث محورهای پروژه‌های محرک توسعه در شهر تهران، ابتدا به شکل بسیار مختصر اهداف کلان و استراتژی‌های اطلس تعریف و اجرای این پروژه‌ها تعیین می‌شود. در واقع این اهداف کلان، زیرمجموعه و یا تجزیه هدف نهایی (افزایش استاندارد زندگی شهروندان) هستند. این اهداف کلان توسعه سرمایه‌گذاری در شهر تهران عبارتند از:

• رشد و توسعه اقتصادی شهر تهران، هم از نظر کمیت و هم از نظر کیفیت رشد، با محوریت بخش خصوصی و با تمرکز بر مزیت‌های نسبی و رقابتی شهر

- تحقق نقشهای در نظر گرفته شده برای شهر تهران در ساختار تقسیم کار ملی و منطقه‌ای بر مبنای اسناد فرادست
- کاهش و یا حل کلان بحرانهای شهر تهران
- توسعه اقتصادی و اجتماعی متوازن شهر تهران
- جذب و نگهداشت اقشار تحصیل کرده و متخصص و کارآفرینان در شهر
- اتصال ساختار مالی و درآمدی شهرداری به اقتصاد شهر

همچنین استراتژی‌های توسعه سرمایه‌گذاری در شهر تهران:

- تأمین نیازهای خدماتی سطح بالای ملی و منطقه‌ای در شهر تهران
- تأمین بخشی از خدمات مورد نیاز ساکنین شهر تهران
- افزایش کیفیت زندگی در شهر تهران، به ویژه برای اقشار تحصیل کرده، متخصص و کارآفرین
- ارتقاء ابعاد مختلف توان رقابت‌پذیری در شهر تهران
- توسعه پروژه‌های مشارکتی بین شهرداری تهران و بخش خصوصی

پروژه‌های محرک توسعه تعریف شده در شهر تهران را می‌توان از نظر مقیاس عملکردی به پنج بخش تقسیم کرد. این تقسیم‌بندی به نوعی تفکیک پروژه‌ها بر مبنای مقیاس مزیت رقابتی شهر تهران نیز است. پنج بخش مذکور عبارتند از:

- یک-** پروژه‌های محرک توسعه با مقیاس عملکردی فراملی، بر مبنای مزیت رقابتی بین‌المللی شهر تهران
- دو-** پروژه‌های محرک توسعه با مقیاس عملکردی ملی، بر مبنای مزیت رقابتی ملی شهر تهران
- سه-** پروژه‌های محرک توسعه با مقیاس عملکردی منطقه‌ای، بر مبنای مزیت رقابتی منطقه‌ای شهر تهران (منظور از منطقه می‌تواند شهرها و استانهای نزدیک به شهر تهران باشد، مثلاً مجموعه شهری تهران)
- چهار-** پروژه‌های محرک توسعه با مقیاس عملکردی شهری، بر مبنای نیازها و ظرفیت‌های داخلی شهر تهران
- پنج-** پروژه‌های محرک توسعه با مقیاس عملکردی بین مناطق شهر تهران، بر مبنای مزیت رقابتی مناطق شهر تهران در مقایسه با هم

به منظور درک بهتر چرایی این بخش‌بندی و تأثیر عمیقی که بر تعریف و معرفی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری شهر تهران که در ادامه به آنها اشاره شده است، دارد، خالی از لطف نیست که در اینجا اشاره‌ای بسیار مختصر به

نظریه مرکز- پیرامون والترشتاین شود.

به نظر والترشتاین نظام جهانی از قرن ۱۶ میلادی با پیدایش سرمایه داری و روابط تولیدی خاص به وجود آمده است. پدید آمدن نظام تولید همگانی و طبقه کارگر و انباشت بی وقفه سرمایه در اروپا موجب شد که اقتصاد اروپا به تدریج در جهان گسترش یابد. تجار، صنعتگران و سرمایه داران اروپا به علت افزایش توان و نیاز اقتصادی‌شان بقیه جهان را به نظام جهانی خود ملحق کردند. رقابت آنها همراه با انباشت بیشتر سرمایه، بازار داخلی را اشباع و نیاز به گسترش را بیشتر کرد. بحرانهای متعدد رکود و اضافه تولید در اروپا انگیزه سرمایه داران را برای جهانی کردن سرمایه و اقتصاد خود دوچندان می‌کرد. این فرایند به پیدایش نظام واحد جهانی منجر شد که در حقیقت حاصل جهانی شدن سرمایه دارای اروپایی است. در این نظام واحد جهانی همه چیز با هم مرتبط است. بر این اساس دیگر نمی‌توان از وجود اقتصادی فئودالی یا سوسیالیستی در دنیای امروز سخن گفت، زیرا تنها یک نظام سرمایه داری در جهان امروز حاکم است. نظام جهانی، نظام اجتماعی واحدی است و هر جامعه بخشی از یک ساختار کلی را تشکیل می‌دهد. این نظام سرمایه داری در درون خود به سه بخش مختلف، اما مرتبط به هم، تقسیم می‌شود که عبارتند از جوامع مرکز، جوامع پیرامون و جوامع نیمه مرکز و نیمه پیرامون.

جوامع مرکز از نظر تاریخی به پیشرفته‌ترین فعالیت‌های اقتصادی نظیر بانکداری، تولید صنعتی و کشاوری پیشرفته اشتغال داشته‌اند. این فعالیت‌ها زیرساخت‌های عمده اقتصادی آنها را تشکیل می‌دهد. این دسته از کشورها کالاهایی را تولید می‌کنند که مستلزم بکارگیری فناوری پیچیده و شیوه‌های مکانیزه است. این جوامع محل استقرار گروه‌های قدرتمند سرمایه دار است که در نظام تقسیم کاری جهانی گرایش به تولید کالاها و خدمات با ارزش افزوده بالا دارد. در واقع در اقتصاد این جوامع در سطح بازار جهانی کالاها و خدمات سرمایه بر و با تکنولوژی بالا که ارزش افزوده بیشتر و اثرات جانبی کمتر (مثلاً آلودگی زیست محیطی کمتر) دارند، تولید می‌شود و به نظام جهانی صادر می‌شود. بنابراین بخش قابل توجهی از ارزش افزوده تولیدی در اقتصاد جهانی به سمت مرکز سرازیر می‌گردد.

در طرف مقابل جوامع پیرامونی یا حاشیه‌ای که از سرمایه و تکنولوژی پایین‌تری برخوردارند، در نظام تقسیم کار جهانی، نقش تولید مواد خام و کالاهایی را دارند که در جوامع مرکز انگیزه‌ای برای تولید آنها وجود ندارد (چه به دلیل هزینه بالاتر نسبت به جوامع پیرامونی، چه به دلیل ارزش افزوده کمتر و چه به دلیل هزینه‌های جانبی بیشتر). والترشتاین مناطق حاشیه‌ای را اینگونه تعریف

می‌کند: حاشیه یک اقتصاد جهانی آن بخش جغرافیایی است که در آن تولید اساساً شامل کالاهای درجه پایینی (یعنی کالاهایی که کار کردن بر آنها کمتر سودآور است) می‌باشد، ولی بخش جداناپذیر از نظام سراسری تقسیم کار می‌باشد، زیرا کالاهای تولیدی آن برای کارهای روزانه ضروری هستند. بنابراین در نظام تقسیم کار جهانی، مناطق پیرامونی، به فعالیت‌های با ارزش افزوده کمتر اشتغال خواهند یافت.

در نهایت جوامع نیمه پیرامونی یا نیمه حاشیه‌ای متشکل از کشورهای است که پاره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی آنها شبیه فعالیت‌های اقتصادی مرکز و پاره‌ای دیگر به فعالیت‌های اقتصادی پیرامون شباهت دارد. این دسته از کشورها به عنوان واسطه بین مرکز و پیرامون، نقش مهمی در نظام جهانی ایفا می‌کنند. این مناطق، که عمدتاً شامل کشورهای در حال توسعه یا کشورهای توسعه یافته در حال افول هستند، در ساختار اقتصاد خود ترکیب متنوعی از فعالیت‌های اقتصادی را دارند، اما هیچ یک از آنها به قوت فعالیت‌های اقتصادی مناطق مرکز و به ناتوانی فعالیت‌های اقتصادی مناطق پیرامونی نیست. بنابراین این مناطق در ارائه کالاها و خدمات سرمایه بر و با تکنولوژی بالا از سمت مرکز به پیرامون، با مناطق مرکزی رقابت می‌کنند و در ارائه کالاها و خدمات کم ارزش افزوده از پیرامون به مرکز، با مناطق پیرامونی رقابت می‌کنند و در این مسیر در نهایت ارزش افزوده بیشتری را در مقایسه با مناطق پیرامونی در نظام اقتصاد جهانی کسب می‌نمایند.

در نظریه والترشتاین گرچه همه جوامع ناگزیر در نظام اقتصادی، سیاسی و اجتماعی جهانی و یا به عبارت دیگر در نظام سرمایه داری، متجلی شده اند، اما دارای سرنوشتی محتوم و لایتغیر نیستند. هر یک از این جوامع (مرکز، پیرامون و نیمه پیرامون) ممکن است در طول زمان به منزلت‌های فراتر یا فروتری تغییر مرتبت دهند، اما این تغییر مرتبت‌ها و جایگاه‌ها به معنای تغییر نظام سرمایه داری نیست. این تغییر مرتبت به خاطر رقابت شدیدی است که بین جوامع تابع نظام جهانی سرمایه داری وجود دارد. البته این تغییر منزلت و جایگاه نیازمند وجود دو دسته از عوامل است: اول منابع ذخیره‌ای، و دوم استراتژی‌های مناسب کسب فرصت‌های جدید اقتصادی برای صعود. وجود صنایع مناسب و قدرت سرمایه‌گذاری در کشورها در سهولت دستیابی به این منزلت نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. به این ترتیب جوامع توسعه نیافته می‌توانند کوششهایی در جهت تغییر جایگاه خود داشته باشند.

حال دوباره به بخش‌بندی پنجگانه فوق‌الذکر برگردیم. وقتی صحبت از فعالیت‌های اقتصادی با مقیاس عملکردی فراملی در شهر تهران می‌شود، منظور فعالیت‌هایی

که است که ایران در نظام تقسیم کار بین‌المللی و یا منطقه‌ای در آنها دارای جایگاه مناسب و رقابت پذیر قرار دارد و در عین حال در میان مراکز مختلف این فعالیت‌ها در کشور، تهران دارای جایگاه مناسب و رقابت پذیر باشد. متأسفانه در سه دهه اخیر رفته رفته جایگاه ایران در نظام تقسیم کار بین‌المللی بسیار تنزل یافته و متمرکز به تأمین نهاده‌های خام تولیدی شده است (مانند نفت، گاز، محصولات پتروشیمی، سنگ آهن و مواردی از این دست). در واقع ایران در اقتصاد جهانی جایگاه یک پیرامون را دارد. اما همچنان در نظام تقسیم کار منطقه‌ای (کشورهای منطقه)، می‌توان روزه‌های امیدی را مشاهده کرد.

در داخل کشور نیز نظریه مرکز-پیرامون صادق است. در اقتصاد ایران متناسب با تعاریف مطرح شده در خصوص مرکز، قطعاً تهران مرکز نظام اقتصاد ایران است و به دلیل تمرکز قدرت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در این شهر، فعالیت‌های با ارزش افزوده بیشتر، در این شهر (و با دیدی بزرگتر در استان تهران) متمرکز شده است.

تهران هم در نظام تقسیم کار ملی، یک مرکز مهم است و هم در نظام تقسیم کار منطقه‌ای (شهرها و استانهای همجوار). در واقع در اقتصاد ایران، یک مرکز بسیار قوی به نام تهران و چند نیمه مرکز، نیمه پیرامون بزرگ و قوی مانند اصفهان و مشهد و تبریز وجود دارند که محل تجمع قدرت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی هستند و در مقیاس ملی سایر مناطق پیرامون آنها محسوب می‌شوند. البته لازم به ذکر است که هر محدوده جغرافیایی مرکز و پیرامونهای خاص خود را دارد. به عنوان مثال شهر قم در استان قم، یک مرکز قوی است که سایر مراکز جمعیتی استان، پیرامون آن هستند و در عین حال در بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، قم، خود پیرامون تهران است. حتی این نظریه در داخل شهر تهران و بین مناطق مختلف آن نیز صادق است و یک منطقه خاص می‌تواند برای مثلاً مناطق اطراف خود یک مرکز قوی باشد.

بر اساس پنج بخش فوق‌الذکر در ادامه محورهای اساسی تعریف پروژه‌های محرک توسعه در شهر تهران تعیین می‌شوند. پس از معرفی محورها، با استفاده از آنها می‌توان به معرفی پروژه‌ها موضوعی و موضعی سرمایه‌گذاری در شهر تهران رسید. همانطور که ملاحظه خواهد شد، مرور محورهای تعریف پروژه‌های محرک توسعه در شهر تهران نشان می‌دهد محورهای مذکور و پروژه‌های منتج از آنها می‌توانند موضوع مشارکت شهرداری تهران با بخش خصوصی باشد.

۱- فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)، ناشی از مزیت‌های ملی ایران، قابل استقرار در شهر تهران.

از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به انواع خدمات گردشگری، به ویژه گردشگری

سلامت، انواع خدمات فنی و مهندسی و تحقیقاتی و خدمات آموزشی سطح عالی اشاره کرد. از آنجا که شهر تهران مرکز اقتصادی و سیاسی کشور است و از بسیاری امکانات زیرساختی نیز بهره‌مند است، می‌تواند به مرکز ارائه خدمات به بازارهای هدف بین‌المللی، بر مبنای مزیت‌های رقابتی کشور تبدیل شود. از آنجا که کشور ما در حوزه خدمات بهداشت و درمان تخصصی، به ویژه در زمینه‌هایی مانند قلب، کبد، زیبایی، نازایی و ... در منطقه زبانزد است و از طرف دیگر هزینه این خدمات در کشور در مقایسه با منطقه بسیار پایین‌تر است، و شهر تهران دارای امکانات بسیار زیاد و با کیفیت در این زمینه هاست، لذا یکی از فعالیت‌های اقتصادی دارای مزیت رقابتی در این شهر، متناسب با مزیت‌های بین‌المللی کشور، ارائه خدمات بهداشت و درمان سطح عالی است که در ادبیات رایج به گردشگری سلامت معروف است.

همچنین سایر انواع گردشگری نیز در شهر تهران قابلیت رقابت در بازار بین‌المللی را دارند. به ویژه با تمرکز بر بازار کشورهای مانند عراق، سوریه، لبنان، و بسیاری دیگر از کشورهای اسلامی منطقه و نیز کشورهای اروپایی و کشورهای شرق آسیا مانند چین. گردشگری تفریحی، فرهنگی، هنری با تمرکز بر فرهنگ و تمدن ایرانی، از جمله گرایشهای گردشگری است که کشور ما در آنها حرفها برای گفتن دارد.

از دیگر فعالیت‌هایی که با بازار هدف بین‌المللی، شهر تهران قابلیت رقابت دارد می‌توان به خدمات فنی و مهندسی و تحقیقات و آموزش سطح عالی اشاره کرد. شهر تهران هم از نظر امکانات زیرساختی مانند دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در این زمینه امکان رقابت دارد و هم از نظر منابع انسانی متخصص.

اما با وجود مزیت‌های برشمرده شده در فعالیت‌های فوق‌الذکر، کشور ما یک مشکل اساسی در این حوزه‌ها دارد و آن ضعف اساسی در زمینه بازاریابی و برندینگ این قابلیت‌هاست. با وجود تعداد مناسبی از شرکت‌های مهندسی که قابلیت ارائه خدمات در سطح بین‌المللی را دارند، به دلیل ضعف در زمینه بازاریابی و برندینگ بین‌المللی، تعداد بسیار کمی از آنها در مقیاس فراملی مشغول فعالیت هستند. حتی در حوزه‌هایی مانند نفت و گاز، پتروشیمی، ساختمان و معماری و مواردی از این دست که توان فنی بسیار بالایی در کشور وجود دارد. بنابراین یکی دیگر از کسب و کارهایی که در شهر تهران باید شکل گیرد تا به بالفعل رساندن قابلیت‌های فوق‌الذکر کمک نماید، ایجاد و یا توسعه شرکت‌های تخصصی بازاریابی و برندینگ حوزه گردشگری، به ویژه گردشگری سلامت، آموزش سطح عالی، خدمات فنی، مهندسی و تحقیقاتی است.

۲- فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی، ناشی از مزیت‌های شهر تهران در کشور

همانطور که پیشتر در تشریح نظریه مرکز-پیرامون اشاره شد، شهر تهران به دلیل تمرکز قدرت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور در آن، بی تردید مرکز اقتصاد کشور است و به دلیل تجمع منابع مختلف اقتصادی در آن، فعالیت‌های با ارزش افزوده بالا در مقیاس ملی، تمایل دارند در این شهر مستقر شوند، فعالیت‌هایی نظیر فعالیت‌های تأمین مالی، فعالیت‌های تحقیق و توسعه، فعالیت‌های دانش بنیان، پلتفرم‌های اقتصاد دیجیتال، استارت آپها، شرکت‌های بزرگ خدمات مهندسی و پیمانکاری، شرکت‌های بزرگ حمل و نقل و انبارداری، شرکت‌های بزرگ بازرگانی، فعالیت‌های آموزشی عالی، فعالیت‌های بهداشت و درمان تخصصی، فعالیت‌های بازاریابی و برندینگ مقیاس بزرگ، فعالیت‌های فرهنگی و هنری بزرگ و مواردی از این دست. بنابراین ایجاد و توسعه فعالیت‌هایی با تمرکز بر بازار هدف ملی، می‌تواند یکی از محورهای تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران باشد.

۳- فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه‌ای (استان تهران و شهرها و استانهای مجاور)، ناشی از مزیت‌های شهر تهران در منطقه

همانطور که اشاره شد، تهران تنها در مقیاس ملی، بلکه در مقیاس منطقه‌ای (شهرها و استانهای مجاور)، بر مبنای نظریه مرکز-پیرامون یک مرکز بسیار قوی است. بسیاری از فعالیت‌ها، به ویژه خدمات تخصصی، به دلیل نداشتن صرفه مقیاس در مراکز جمعیتی اطراف تهران، در این مناطق شکل نمی‌گیرند و بنابراین خدمات مورد نیاز این چینی در این مناطق از طریق شهر تهران تأمین می‌شود. به عنوان مثال بخش بزرگی از خدمات تخصصی بهداشت و درمان، آموزش، تفریح و سرگرمی، خدمات مشاوره فنی، مهندسی و مدیریتی و بازرگانی مورد نیاز ساکنین شهرهایی بزرگی مانند کرج، قزوین، اسلامشهر، شهریار، قم، و شهرهای جدید اطراف تهران، از طریق این شهر تأمین می‌گردد. بنابراین ایجاد فعالیت‌هایی با تمرکز بر بازار هدف این مراکز سکونتی نزدیک به شهر تهران، می‌تواند یکی از محورهای تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران باشد.

۴- فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور، مانند کمبود آب، کمبود برق، مصرف بالای انرژی، و ...

از جمله مشکلات اساسی که شاید تا دهه‌ها در سطح کشور ما وجود خواهد داشت، کمبود آب و برق و سرانه بالای مصرف انرژی است و بنابراین هر کسب و کاری که در جهت رفع آنها بتوان فعالیت نماید، با بازار بسیار بزرگی مواجه

خواهد بود. انواع فعالیت‌های اقتصادی با موضوع کاهش مصرف برق و به طور کلی‌تر کاهش مصرف انرژی، کاهش و بهینه‌سازی مصرف آب، تولید برق، ایجاد زیرساخت‌های برقی‌سازی شهرها و مواردی از این دست، از جمله فعالیت‌های اقتصادی پرتقاضا و پربازده در ده سال آینده خواهند بود.

شهر تهران از دو منظر در این زمینه می‌تواند پیشرو باشد. مورد اول به اندازه بازار شهر تهران برمی‌گردد، این بازار آنقدر بزرگ است که می‌تواند به راحتی برای شرکت‌های فعال در حوزه‌های فوق‌الذکر صرفه مقیاس ایجاد نماید. مورد دوم نیز به دسترسی شهر تهران به زیرساخت‌ها مورد نیاز این فعالیت‌ها اشاره دارد، منجمله تجمع بزرگی از نیروی انسانی مهار و متخصص و نیز کارآفرینانی که می‌توانند پیشرو این صنایع در کشور باشند و بخش بزرگی از تقاضای کشور را پاسخ دهند. بنابراین فعالیت‌های اقتصادی حوزه تولید و صرفه‌جویی در مصرف انرژی، صرفه‌جویی در مصرف آب و ایجاد زیرساخت‌های برقی‌سازی شهرها، در شهر تهران، هم می‌تواند در مقیاس شهر تهران و هم در مقیاس ملی فعالیت نمایند.

۵- فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران، مانند ترافیک، آلودگی هوا، گرانی مسکن، احیای بافت‌های فرسوده، گرانی بسیاری از خدمات و ...

شهر تهران در حال حاضر با چندین کلان معضل مواجه است که از یک طرف کیفیت زندگی شهروندان را به شدت کاهش می‌دهد و از طرف دیگر این شهر و ساکنان آن را با خطرات بسیار جدی مواجه می‌سازد و به آنها، اقتصاد شهر و مدیریت شهری هزینه‌های بسیار سنگینی را تحمیل می‌نماید. از جمله این کلان معضلات می‌توان به آلودگی هوا، ترافیک سنگین، گرانی مسکن و بسیاری از خدمات و یا وجود پهنه‌های بسیار وسیع بافت‌های فرسوده اشاره کرد. هر فعالیت اقتصادی که بتواند در جهت این معضلات بزرگ شهر تهران گام بردارد، نتنها باری از دوش این شهر و شهروندان برداشته، بلکه می‌تواند به بازده بسیار مناسبی نیز دست یابد.

حل بسیاری از این معضلات، عمدتاً راه حل نرم افزاری از جنس ایجاد تغییرات در مدل‌های کسب و کار دارند. به کسب و کارهایی که از دل این راه حل‌های نرم افزاری استخراج خواهند شد، در بخش مربوط به تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری اشاره خواهد شد.

۶- فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف

شهر در جهت جذب آنها، ناشی از مزیت‌های مناطق شهر تهران در مقایسه با هم

بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی در شهر می‌توانند به واسطه بازار داخلی این شهر شکل بگیرند. این فعالیت‌های می‌توانند دارای دو مقیاس مختلف عملکردی باشند. یکی فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف شهر تهران هستند که دارای مقیاس عملکردی شهری هستند. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به خدمات گردشگری مقیاس شهری اشاره کرد. مثلاً پارک ارم و یا مجموعه دریاچه چیتگر. دیگری نیز فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف یک یا چند منطقه شهر تهران هستند که دارای مقیاس منطقه‌ای هستند. این فعالیت‌ها عمدتاً بر کمبودهای خدماتی در مناطق شهر متمرکز است. مثلاً فرض شود که خدمات آموزشی مورد نیاز مناطق ۲، ۵، ۹ و ۱۰ در منطقه ۲ تأمین شود. مناطق مختلف شهر تهران در جذب چنین فعالیت‌هایی، چه در مقیاس شهری و چه در مقیاس منطقه‌ای، بر مبنای مزیت‌های رقابتی خود، با هم به رقابت می‌پردازند. گاهی این فعالیت‌ها دارای مقیاس عملکردی در سطح تنها یک منطقه هستند، مثال منطقه ۷ بتواند خدمات درمانی خود را در رقابت با سایر مناطق، در خود تأمین نماید.

۷- فرصت‌های ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از وجود فعالیت‌هایی که به دلیل نرسیدن به صفره‌های مقیاس بسیار گران عرضه می‌شوند

در اقتصاد شهر تهران، به ویژه در بخش خدمات، بسیاری از خدمات وجود دارند که به دلیل نرسیدن به صفره‌های مقیاس و نداشتن مشتری کافی برای یک واحد اقتصادی فعال در آنها، بسیار گران عرضه می‌شوند و در نتیجه هم مردم متضرر می‌شوند و هم واحدهای اقتصادی مذکور. به عنوان مثال خدمات دندان پزشکی را در نظر بگیریم. فارغ از تعداد نچندان زیاد مراکز دندان پزشکی معروف و پرمشتری موجود در شهر تهران، بسیاری از مراکز دندان پزشکی یا مطب‌های دندان پزشکی متعلق به یک دندان پزشک در این شهر هستند که در طول روز تعداد بسیار محدودی مشتری دارند و برای سرپا ماندن باید خدمات خود را بسیار گران عرضه کنند. از جمله این خدمات می‌توان به خدمات روان درمانی، آموزش حرفه‌ای و هنری، تولید و توزیع غذا، خدمات ورزشی، و مواردی از این دست اشاره کرد. برای بسیاری از این مراکز خدماتی منطقی است که در صورت تأمین مشتری بیشتر، خدمات خود را بسیار ارزانتر ارائه دهند و در عین حال سود بیشتر کسب کنند. راه حل این گونه کسب و کارها، شکل‌گیری کسب و کارهای خدماتی چند مرکزی به پشته‌های خدمات بازاریابی و برندینگ حرفه‌ای است. به عنوان مثال یک شرکت ارائه خدمات دندان پزشکی را در نظر بگیرید که متشکل از ۵۰ مرکز مختلف دندان

پزشکی در شهر تهران است و این کسب و کار دارای سازمان حرفه‌ای بازاریابی، برندینگ و فروش است که به پشتوانه ارائه خدمات با کیفیت و بسیار ارزان‌تر از رقبای موجود در بازار، به فعالیت می‌پردازد. ایجاد صرفه‌های مقیاس در چنین کسب و کارهایی مبنای رقابتی بسیار قوی برای آنها خواهد بود.

۸- فرصت‌های ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از وجود فعالیت‌هایی که

به دلیل وجود مسائلی در مدل کسب و کار، به صرفه‌های مقیاس نمی‌رسند

امروزه بسیاری از صنایع، به ویژه صنایع تولیدی مرسوم و جا افتاده، قدرت در زنجیره ارزش در بخش فروش است. به عبارت دیگر در این قبیل کسب و کارها، هر کسی که بر بخش فروش در زنجیره ارزش تسلط داشته باشد، بیشترین میزان ارزش افزوده را جذب می‌نماید. در واقع در این صنایع در صورتی که فعالین اقتصادی بتوانند محصول تولیدی خود را به فروش برسانند، برنده هستند و در غیر این صورت، بازی را خواهند باخت. وجود ضعف در ساختار و سازمان فروش سبب می‌شود بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی نتوانند به صرفه مقیاس برسند و در نتیجه با عدم تکمیل ظرفیت تولیدشان، هزینه‌های سربار بر تعداد کمتری محصول سرشکن شده و در نتیجه قیمت تمام شده افزایش یابد و به همین دلیل دوباره در فروش با مشکل بیشتری مواجه شوند.

این در حالی است که با ایجاد تغییراتی در مدل کسب و کار بنگاههای فعال در این صنایع می‌توان بخشی از مسئله رسیدن به صرفه‌های مقیاس را مرتفع نمود. به عنوان مثال صنعت تولید پوشاک یا تولید کیف و کفش نمونه‌ای از این صنایع هستند. این صنایع محل رقابت تعداد زیادی تولید کننده (بیشتر کوچک و کمتر بزرگ) است که بخش قابل توجهی از آنها به دلیل عدم توانایی در فروش، با ظرفیت کمتری تولید می‌کنند و به همین دلیل محصولاتشان گران خواهد بود. حال شرایطی را در نظر بگیرید که در یک شرکت فعال در این صنایع، در یک شراکت چند وجهی بخش‌های تأمین، تولید، فروش و برندینگ و بازاریابی از یکدیگر جدا شده و به افراد متخصص آن سپرده شود که در این حوزه دارای شبکه گسترده تأمین، تولید و توزیع هستند. در این حالت تولید با حداکثر ظرفیت انجام می‌شود و با سیستم قیمتگذاری، بازاریابی و برندینگ حرفه‌ای، محصول در شبکه توزیع می‌گردد. بی تردید شهرداری می‌تواند یک بخش از چنین شراکت چند وجهی باشد.

۹- فرصت‌های ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از تغییر سبک زندگی

شهروندان

امروزه افزایش فردگرایی، گرایش به رفاه و راحتی و مشغله زیاد افراد و مشارکت

بیشتر زنان در فعالیتهای اقتصادی، از مشخصه‌های زندگی بشر، به ویژه شهرنشینان است. به ویژه در اقتصاد شهر تهران به دلایل مختلف، از جمله افزایش هزینه‌های زندگی، افزایش مشارکت زنان در اقتصاد و تمایل بیشتر آنها به حضور در اجتماع، شرایط به سمتی رفته که در یک خانواده هم زن و هم مرد شاغلند و همین مسئله فرصت‌های بسیاری را می‌تواند برای ایجاد کسب و کارهای جدید فراهم کند.

از جمله این کسب و کارها می‌توان به تأمین غذای سالم و اقتصادی برای شهروندان و توزیع گسترده آن در مراکز پرتردد باشد. این در حالی است که شهرداری تهران به واسطه در اختیار داشتن امکانات و زیرساخت‌های فراوان، به ویژه در شبکه توزیع، می‌تواند در این قبیل پروژه‌ها مشارکت جدی با بخش خصوصی داشته باشد.

۱۰- فرصت‌های ایجاد فعالیتهای اقتصادی جدید ناشی از کاربرد اقتصاد پلتفرمی

یکی از قوی‌ترین ترندهای جهانی کسب و کار در سالهای اخیر، استفاده از ابزارهای اقتصاد دیجیتال و اقتصاد پلتفرمی است. با توسعه دسترسی و کاربرد اینترنت در جوامع شهری، پلتفرمها به دو گونه توسعه یافته‌اند. گونه اول پلتفرم‌هایی هستند که خدمات جدیدی را ارائه می‌کنند، به گونه‌ای که تا پیش از آن چنین خدماتی وجود نداشته است، مانند پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی و توکنایز کردن دارایی‌ها و یا شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام. اما بخش بسیار بزرگتری از کسب و کار پلتفرمی از طریق ایجاد تغییر در مدل کسب و کار فعالیتهای اقتصادی موجود و تسهیل آنها در بستر اینترنت، ایجاد شده اند و توانسته اند به موفقیت‌های بسیار چشم‌گیری برسند، مانند دیجی کالا، اسنپ، فیلیمو، سکوه‌ای پرداخت اینترنتی و بسیاری دیگر از موارد مشابه.

بنابراین یکی از بسترهای ایجاد فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری در شهر تهران و با مشارکت میان شهرداری تهران و بخش خصوص، می‌تواند اقتصاد دیجیتال و اقتصاد پلتفرمی باشد. به عنوان مثال می‌توان به ایجاد یک پلتفرم گسترده در زمینه لجستیک کالاهای تند گردش در شهر تهران در بستر نرم افزارهای ERP اشاره کرد.

۱۱- فرصت‌های ایجاد فعالیتهای اقتصادی جدید ناشی از خصوصی‌سازی خدمات عمومی

همانطور که در بخش مبانی نظری نیز بیان شد، یکی از دلایل رشد بخش

خدمات در شهرها، گرایش برخی کشورها به خصوصی کردن خدمات عمومی است. با چنین کاری خدمات از حالت مخارج و هزینه در سازمان‌های دولتی به دخل و عایدی در بخش خدمات خصوصی تغییر می‌یابند. این امر عمدتاً به دلیل ناکارآمدی ارائه خدمات توسط بخش عمومی انجام می‌گردد.

همین موضوع می‌توان بستر تعریف پروژه‌های زیادی در حوزه خصوصی‌سازی خدمات عمومی در شهرداری تهران باشد. مثالهای متعددی در این زمینه وجود دارد، این مثالها شامل کسب و کارهایی می‌شود که پیشتر ایجاد شده اند، مانند خصوصی‌سازی جمع‌آوری زباله در سطح شهر تهران و نیز شامل کسب و کارهایی است که می‌توانند در آینده در همین قالب تعریف شوند.

بخشی از وظایف شهرداری که در حال حاضر از یک طرف هزینه زیادی را به شهرداری تحمیل می‌کنند و از طرف دیگر به دلیل ویژگی‌های بخش عمومی، با کارایی و اثربخشی پایین انجام می‌شوند، بهترین نقاط برای خصوصی‌سازی خواهند بود. به عنوان مثال می‌توان به نگهداری از بوستان‌های شهری اشاره کرد که سالانه هزینه‌های بسیار سنگینی به شهرداری تهران تحمیل می‌کند و معمولاً با وجود صرف هزینه‌های زیاد، کیفیت نگهداری از بوستانها رضایت بخش نیست و همین مسئله هزینه‌های بیشتری را به شهرداری در آینده تحمیل خواهد کرد. حال اگر بتوان با ایجاد یک ساز و کار مناسب، نگهداری از بوستانها را به بخش خصوصی سپرد، هم احتمالاً هزینه‌های نگهداری کاهش خواهد یافت و هم احتمالاً این نگهداری با کیفیت مناسبتر انجام خواهد شد.

۱۲- فرصت‌های ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران

شهرداری تهران دارایی‌های بسیار زیادی دارد که در مقایسه با بودجه سالانه آن بسیار بزرگ هستند. برآوردها نشان می‌دهد که اگر شهرداری بتواند بخش کوچکی از داراییهای خود را مولد سازد، به راحتی می‌تواند سهم قابل توجهی از بودجه خود را از محل عایدی حاصل از این دارایی‌ها تأمین نماید. دارایی‌های شهرداری تهران انواع مختلفی دارد. در این بخش تنها به برخی اشاره می‌شود که قابلیت مولدسازی دارند. به عنوان مثال می‌توان به پروژه‌های مشارکتی نیمه کاره شهرداری با بخش خصوصی اشاره کرد. پروژه‌هایی مانند مجتمع تجاری رضوان نمونه‌ای از این پروژه‌هاست که سالها درگیر اختلافات شهرداری و بخش خصوصی است، در صورتی که به بهره‌برداری رسیدن آن می‌تواند هم به نفع شهرداری باشد و هم به نفع شریک خصوصی. از این دست پروژه‌ها در شهرداری تهران فراوان است.

همچنین شهرداری تهران تعداد زیادی ساختمان، انبار و فضاهایی دارد که به

منظور انجام وظایف خود به آنها نیاز دارد، اما در همه طول سال، یا همه طول روز نیازی به آنها ندارد. در این زمینه به عنوان مثال می‌توان به امکان استفاده از متروی تهران از شب تا صبح برای ارائه خدمات لجستیک بار اشاره کرد. یا شهرداری تهران در بسیاری از مراکز خدمات رسانی خود، فضاهای جانبی‌ای دارد که می‌تواند آنها را در اختیار بخش خصوصی قرار داده و از این محل کسب درآمد کند، در این زمینه می‌توان به فضاهای در اختیار شهرداری در ایستگاههای مترو، فروشگاههای شهروند، میادین میوه و تره بار، پایانه‌های مسافربری، پارکها و بوستانها، پارکینگ‌های عمومی و مواردی از این دست اشاره کرد.

۱۳- فرصت‌های اتصال اقتصاد شهرداری به بدنه اصلی اقتصاد شهر

یکی از راههای اساسی و بسیار مهم ایجاد درآمدهای پایدار برای شهرداری تهران، اتصال اقتصاد شهرداری به اقتصاد شهر است. در این زمینه استفاده از برخی ترندهای جهانی می‌تواند بسیار مهم و تأثیرگذار باشد. به عنوان مثال فرض شود که شهرداری با شراکت بخش خصوصی، شرکتی در حوزه سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای خطرپذیر تأسیس نماید که در این شرکت از فعالین حوزه استارت آپ حمایت می‌شود. فرضاً شهرداری فضایی را برای فعالیت در اختیار می‌گذارد و در ازای آن با فعالیت‌های استارت آپی شریک می‌گردد. همانطور که از نام این نوع سرمایه‌گذاری مشخص است، سطح ریسک در آنها بالاست، اما این سطح ریسک در صورت موفقیت استارت آپ، می‌تواند عایدی بسیار بزرگی را ایجاد نماید.

۱۴- فرصت‌های شراکت بخش خصوص و شهرداری تهران در فعالیت‌های قابل تعریف متأثر از ساینز و اندازه و برند شهرداری تهران

شهرداری تهران سازمانی بسیار بزرگ و گسترده است که این بزرگی می‌تواند منشأ شکل‌گیری بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی مشارکتی بخش خصوصی و شهرداری تهران باشد. شهرداری تهران تعداد زیادی نیروی انسانی، به صورت مستقیم و غیر مستقیم، دارد که حجم بازار بسیار جذابی را برای بسیاری از کسب و کارها ایجاد می‌نماید. همچنین شهرداری تهران به واسطه بزرگی، سالانه حجم بسیار زیادی کالا و خدمات را به عنوان مصرف کننده، خریداری می‌نماید که این موضوع هم می‌تواند برای بسیاری از کسب و کارها بسیار جذاب باشد. موضوع مهم بعدی متأثر از ساینز سازمانی شهرداری تهران، جذابیت بسیار زیاد حجم گردش مالی شهرداری در سال است که هر پلتفرم مالی و اکوسیستم مالی را به بهترین شکل می‌تواند پشتیبانی نماید.

در این زمینه می‌توان به برند شهرداری تهران به عنوان یکی از جذابترین و با ارزشترین داراییهای شهرداری اشاره کرد. قرارگیری نام و برند شهرداری تهران، پشت نام هر کسب و کاری می‌تواند عواید بسیار زیادی را ایجاد نماید. لذا در صورتی که شهرداری تهران بتواند در این زمینه‌ها شراکتی با بخش خصوصی ترتیب دهد، بخشی از منافع ناشی از بزرگی خود را جذب خواهد کرد. به عنوان مثال می‌توان به مشارکت شهرداری تهران با کارخانه‌های تولید لوازم و تجهیزات مصرفی سالانه شهرداری اشاره کرد که این امکان را فراهم می‌کند که شهرداری هم لوازم و تجهیزات مورد نیاز خود را به صورت پایدار و با کیفیت تأمین نماید و هم از این محل سود کسب نماید.

۱۵- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در فعالیت‌های ناشی از نیازهای کسب و کارهای بزرگ و متوسط به خدمات بازاریابی، برندینگ، تبلیغات

شهرداری تهران بزرگترین ارائه دهنده خدمات تبلیغاتی در شهر تهران است. در این زمینه شهرداری تهران امکانات و زیرساخت‌های بسیار زیادی در اختیار دارد. اگر بخشی از این امکانات در اختیار بخش خصوصی قرار گیرد که با استفاده از آنها بتواند بخشی از خدمات مورد نیاز شرکت‌های بزرگ و متوسط را در حوزه تبلیغات و برندینگ تأمین نماید، زمینه مناسبی برای درآمدزایی شهرداری ایجاد خواهد شد. در مدل کسب و کار این شرکت، تنها مدل سنتی ارائه خدمات و دریافت حق الزحمه می‌تواند جریان نداشته باشد و مدل‌های جدیدی مانند شراکت در سود یا فروش یا حتی در اختیار گرفتن سهام نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

۱۶- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران، به ویژه اطلاعات مکانی

شهرداری تهران به واسطه وظایف و اختیارات خود همواره حجم وسیعی از اطلاعات در خصوص شهر تهران در اختیار دارد. بخش قابل توجهی از این اطلاعات، اطلاعات مکانی هستند که برای بسیاری از کسب و کارها که بازار هدفشان شهر تهران و یا مناطقی از آن است، بسیار ارزشمند است. بنابراین وجود چنین اطلاعاتی و قابلیت استفاده از آنها می‌تواند موضوع ایجاد فعالیت‌های اقتصادی مختلفی باشد که به صورت مشارکتی میان شهرداری تهران و بخش خصوصی قابل تعریف و اجرا است. بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه تحقیقات بازار، مشتری چنین اطلاعاتی هستند که در بستر نرم افزار GIS قابل ارائه و پردازش است.

۱۷- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی

در حال حاضر مسئله تأمین مالی یکی از مهمترین مسائل کسب و کارهای مختلف است، چه کسب و کارهای موجود و چه کسب و کارهای تازه تأسیس. همچنین شهرداری تهران نیز همواره با مسئله تأمین مالی پروژه‌های مختلف خود دست به گریبان است. از طرف دیگر با توسعه اقتصاد دیجیتال، راه‌های نوینی در صنعت تأمین مالی ایجاد شده که راه‌گشای بسیاری از مسائل حوزه تأمین مالی است. یکی از این راه‌ها، ابزارهای تأمین مالی جمعی است. این ابزارها به دوگونه به تأمین مالی پروژه‌ها از طریق سرمایه‌های کوچک مردم اقدام می‌کند، یکی از طریق تأمین مالی پروژه‌ها بدون انتقال مالکیت که در واقع یک نوع ابزار بدهی است و دیگری تأمین مالی پروژه‌ها از طریق انتقال مالکیت (توکنایز کردن دارایی‌ها) است.

نظر به توسعه قابل توجه این ابزارها در یکی دو سال اخیر و نیز اینکه شهرداری تهران، خود به عنوان یک مشتری می‌تواند از این ابزارها استفاده نماید، شراکت شهرداری با بخش خصوصی برای ایجاد یک پلتفرم مشترک می‌تواند بسیار مؤثر و پربازده باشد. به ویژه اینکه قرارگیری نام و برند شهرداری تهران پشت این پلتفرمها می‌تواند به افزایش اعتبار آن و جلب اعتماد مردم بسیار کمک نماید.

۱۸- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در فعالیتهای ناشی از گسترش نیاز به خدمات جدید و جداسازی فعالیتهای خدماتی از کسب و کارها

همانطور که در بخش مبانی نظری نیز اشاره شد، سه دلیل اصلی برای رشد بخش خدمات وجود دارد که عبارت بود از نیاز روز افزودن به خدمات جدید، جداسازی فعالیتهای خدماتی از کسب و کارها و خصوصی‌سازی خدمات عمومی. به مورد آخر در بند ۱۱ اشاره شد. این بخش به دو مورد دیگر اشاره دارد.

• نیاز به خدمات جدید

خانوارهای و شرکت‌ها تقاضای ارائه خدمات بیشتر و نیز خدمات پیچیده‌تر و با کیفیت‌تر دارند. افزایش تقاضای خدمات خانگی، عوامل مختلفی را منعکس می‌کند. برخی از علل چنین افزایش خدماتی را می‌توان به عواملی مانند افزایش ثروت خانوار، آرزوی داشتن زندگی با کیفیت‌تر، اوقات فراغت بیشتر، شهرنشینی و ضرورت وجود خدمات جدید مانند امنیت، تغییرات جمعیت شناختی که تعداد بچه‌ها و افراد مسن‌تر را که از خدمات زیادی استفاده می‌کنند، افزایش می‌دهد، تغییرات اقتصادی- اجتماعی مانند خانواده‌های دو شغله که موجب محدودیت

زمانی برای افراد و کمتر شدن فعالیت‌های خانوادگی آنها می‌شود، مانند غذا خوردن که به طور مشترک انجام می‌گیرد، افزایش پیچیدگی خریدار که منجر به نیازهای خدماتی بیشتر و وسیع‌تری می‌گردد، مانند خدمات مالی شخصی، تغییرات تکنولوژیکی که کیفیت خدمات را ارتقاء داده یا به طور کلی خدمات جدیدی را ایجاد کرده است (مانند مراقبت‌های پزشکی، پایگاه‌های داده و ...)، نسبت داد.

در شرکت‌ها و مؤسسات افزایش نیازهای اساسی به خدمات، با افزایش دقت و ظرافت و پیچیدگی مدیریت همراه است. انواع پیچیده خدمات به سرعت افزایش می‌یابد. خدماتی مانند خدمات مالی شرکتی، مطالعات بازار، خدمات مدیریتی، خدمات طراحی و ...

• جداسازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها

شرکت‌ها و خانوارها به طور روزافزون ارائه دهندگان خدمات تخصصی را برای انجام خدماتی استخدام می‌کنند که قبلاً عادت داشتند خود آنها را انجام دهند. غالباً به دنبال تفکیک خدمات، تخصص و پیچیدگی افزایش می‌یابد و این ناشی از توجه بیشتر و سرمایه‌گذاری تأمین کنندگان متخصص است. نتیجه این امر افزایش خالص تأمین خدمات است و صرفاً تحولی در محل ارائه فعالیت‌های خدماتی محسوب نمی‌شود. جداسازی فعالیت‌های خدماتی به وسیله شرکت‌ها و خانوارها، نشان دهنده افزایش توانایی یا ضرورت جداسازی است که در مقایسه با واحدهای داخلی با افزایش مزیت‌های رقابتی تأمین کنندگان خدمات تخصصی همراه است.

همچنین مدیران پر مشغله شرکت‌ها نیز دیگر نمی‌خواهند نگران فعالیت‌های غیرحیاتی خود باشند، حتی اگر این خدمات به سادگی در داخل شرکت نیز انجام شود. خدمات تعمیر ساختمان، بررسی حقوق کارکنان و ... از جمله این خدماتند.

در مجموع حوزه فعالیت‌های خدماتی، حوزه ایست که می‌تواند محور مشارکت شهرداری تهران و کسب کارهای خصوصی باشد، حال چه از جنس نیاز روز افزون به خدمات جدید و چه از جنس جداسازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها. فعالیت‌های که به کودکان و یا کهنسالان خدمات رسانی می‌کنند، یکی از جذابترین‌ها هستند.

۱۹- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی در شهر تهران

کیفیت زندگی در یک شهر به میزان، کیفیت و هزینه دسترسی به کالاهای و خدمات مورد نیاز خانوار بستگی دارد. برخی از این کالاها و خدمات، عمومی هستند و عمدتاً توسط دولت ملی یا محلی تأمین می‌شوند، مانند امنیت و خدمات قضایی و انتظامی. در طرف دیگر بخش قابل توجهی از این خدمات توسط فعالین بخش خصوصی و یا به طور مشترک هم توسط بخش عمومی و هم توسط بخش خصوصی ارائه می‌شوند. از جمله این کالاها و خدمات می‌توان به مسکن، خدمات حمل و نقل، خدمات تفریح و سرگرمی، خدمات آموزشی، خدمات بهداشت و درمان، خدمات فرهنگی و هنری و مواردی از این دست اشاره کرد.

پیشتر در بخش مبانی نظری در خصوص اهمیت کیفیت زندگی در یک شهر و تأثیر آن بر رقابت‌پذیری شهری بحث شد. مسلماً هر چه کیفیت زندگی در یک شهر بالاتر باشد، امکان اینکه این شهر توسط افراد متخصص و ماهر، که یکی از مهمترین عوامل تولید هستند، به عنوان شهری که برای زندگی جذاب و مناسب است انتخاب شود، بالاتر است.

تأمین کالاها و خدماتی که سطح کیفیت زندگی را در شهرها تعیین می‌کند، یکی از مهمترین و جذابترین محورهای تعریف پروژه‌های مشارکتی شهرداری تهران و بخش خصوصی است. در این زمینه باید به این نکته شود که توزیع مناسب این خدمات در سطح شهر، به گونه‌ای که ساکنین مناطق مختلف به یک حداقل استاندارد از این خدمات دسترسی داشته باشند، بسیار مهم است.

۲۰- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در فعالیتهای اقتصادی پشتیبانی‌کننده تولید

فعالیت‌های پشتیبانی‌کننده تولید نیز از دیگر فعالیتهای اقتصادی بسیار مهم در مسیر افزایش رقابت‌پذیری اقتصاد یک شهر است. این فعالیت‌ها که عمدتاً از جنس خدمات هستند، کارکردی مشابه خدمات افزایش دهنده کیفیت زندگی در شهر دارند. آن خدمات کیفیت زندگی در شهر را برای ساکنین افزایش می‌داد و خدمات پشتیبانی‌کننده تولید، جذابیت شهر را نزد کارآفرینان و فعالان اقتصادی بالا می‌برد، به طریقی که ایشان شهر مذکور را برای استقرار و توسعه فعالیتهای اقتصادی خود انتخاب نمایند.

باز هم همانند خدمات ارتقاء دهنده کیفیت زندگی در شهر، خدمات پشتیبانی‌کننده تولید نیز یا توسط بخش عمومی، یا توسط بخش خصوص و یا هر دو تأمین می‌شود. برخی از این فعالیت‌ها و خدمات عبارتند از ایجاد زیرساخت‌های برگزاری نمایشگاهها، لجستیک و انبارداری، برندینگ و بازاریابی شهری، طراحی و اجرای ساز و کار پایش محیط کسب و کار و ارتقاء آن، تهیه برنامه‌های جامع بخش‌های

مختلف اقتصاد شهری مانند گردشگری، تهیه برنامه‌های جامع خوشه‌های فعالیتی شهر، بازاریابی بین‌المللی و مواردی از این دست. از آنجا که بسیاری از این فعالیت‌ها جنبه نرم افزاری داشته و طراحی و اجرای آنها نیازمند تخصص است، بنابراین بخش قابل توجهی از آنها باید توسط بخش خصوصی حرفه‌ای انجام پذیرد و در مسیر اجرا، بخش عمومی در کنار بخش خصوصی ورود کند.

۲۱- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر

نیروی انسانی متخصص و ماهر، در گروه عوامل تولید پیشرفته قرار می‌گیرد که تأثیر بسیار حیاتی بر رقابت‌پذیری شهرها دارد. در واقع می‌توان نیروی انسانی متخصص و ماهر را مهمترین عامل تولید دانست که بسیار سیال است و اینکه یک شهر را برای سکونت و کار انتخاب کند به عوامل متعددی منجمله کیفیت زندگی در آن شهر و ساختار، کمیت و کیفیت فعالیت‌های اقتصادی موجود در آن شهر بستگی دارد. حال سوال اینجاست که تأمین نیروی انسانی ماهر و متخصص در کلیت اقتصاد شهر بر عهده کیست. آیا باید این وظیفه به صورت سنتی بر عهده دانشگاه‌ها باشد و یا اینکه کسب و کارهای مختلف نیروی متخصص مورد نیاز خود را تربیت نمایند. در پاسخ به این سوال می‌توان گفت علاوه بر اینکه از هر دو شیوه سنتی بیان شده می‌توان استفاده کرد، اما مدیریت شهری نیز در این مسیر با مشارکت بخش خصوصی می‌تواند ورود کند و در تأمین این مزیت رقابتی حیاتی شهر مشارکت نماید.

۲۲- فرصت‌های شراکت بخش خصوصی و شهرداری تهران در تأمین زیرساخت‌های شهری

همانطور که در بخش مبانی نظری بیان شد، زیرساخت‌های می‌توانند هزینه حضور فعالیت‌های اقتصادی را در یک منطقه جغرافیایی، مانند شهرها، کاهش دهند. حضور زیرساخت‌ها، به عنوان پروژه‌های محرک توسعه، می‌توانند در جذب فعالیت‌های اقتصادی مختلف به یک شهر نقش بسیار پر رنگی ایفا نمایند. سالهاست که شهرداری‌ها در تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز شهر از توان مالی، تخصصی و مدیریتی بخش خصوصی استفاده می‌کنند. در حال حاضر نیز شهرداری تهران می‌تواند برای تأمین زیرساخت‌های خود در قالب قراردادهای مشارکتی از توانایی بخش خصوصی استفاده نماید، زیرساخت‌هایی مانند زیرساخت‌ها و تجهیزات حمل و نقل عمومی (مترو، تاکسی، اتوبوس، راه،

تونل، پارکینگ)، زیرساخت‌های تأمین آب و برق، زیرساخت‌های ارتباطات مانند فیبر نوری، زیرساخت‌های برقی‌سازی شهر و ...

۴- اولویت‌بندی محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری در شهر تهران

پس از معرفی بیست و دو محور اصلی احصاء طرح‌های دارای مزیت سرمایه‌گذاری و مشارکت در شهر تهران، در این بخش سعی شده تا با استفاده از چند شاخص مهم و اثرگذار، این محورهای بیست و دوگانه اولویت‌بندی شوند. البته در اینجا ذکر چند نکته لازم است:

یک- محورهای بیست و دوگانه دارای همپوشانی خواهند بود و دلیل این امر توجه به ابعاد مختلف احصاء طرح‌های دارای مزیت است و کاملاً طبیعی است. به عنوان مثال ممکن است پروژه‌ای زیرمجموعه محور «کاربرد اقتصاد پلتفرمی» تعریف شود که همزمان زیرمجموعه محور «فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی» نیز بگنجد.

دو- بر مبنای مطالعات انجام شده تا بدینجا این تعداد محور اصلی معرفی طرح‌های دارای مزیت تعریف شده است، ممکن است در آینده مطالعات، محورهای دیگری نیز اضافه گردد. البته سعی شده تا محورهای ارائه شده تا حد امکان کامل و جامع باشند.

سه- منظور از اولویت‌بندی محورها، این نیست که محورهای با اولویت پایین تر، اهمیت ندارند یا اهمیت خیلی کمتری دارند. در واقع همه محورهای معرفی شده، در ایجاد و حفظ پایداری بلند مدت مزیت‌های رقابتی شهر تهران لازم و ضروری هستند، اما بر مبنای شاخص‌های معرفی شده برای اولویت‌بندی و نیز وزن در نظر گرفته شده برای شاخص‌ها، که بیشتر در جهت ایجاد و حفظ مزیت رقابتی شهر تدوین شده اند، این اولویت‌ها تعیین شده است. بنابراین هر پروژه سرمایه‌گذاری که در قالب این محورها تعریف گردد، در جهت هدف اصلی تعریف این محورها، یعنی ایجاد و حفظ مزیت رقابتی شهر هستند. حال یک محور با اولویت بالاتری این هدف را تأمین می‌کند و محور دیگری با اولویت پایین تر، اما اساساً این محورها بر هم تأثیرگذارند و به صورت مستقل نمی‌توانند مورد قضاوت قطعی قرار گیرند.

حال به سراغ معرفی شاخص‌های اولویت‌بندی برویم. همانطور که اشاره شد این شاخص‌ها عمدتاً در جهت ایجاد و تقویت مزیت رقابتی بلند مدت عمل می‌کنند. به منظور اولویت‌بندی محورها از شش شاخص مختلف استفاده شده و برای هر یک، بنا بر هدف تعریف شده، وزن مشخصی در نظر گرفته شده است.

در ادامه هر یک از شاخص‌ها و وزن مربوطه ارائه شده است:

شاخص اول- قابلیت ایجاد درآمد پایه برای اقتصاد شهر تهران

منظور از درآمد پایه در ادبیات اقتصاد شهری و منطقه‌ای، درآمدی است که از خارج از شهر نصیب می‌گردد. به عبارت دیگر وقتی یک فعالیت اقتصادی در شهر تهران، دارای بازار هدف خارج از شهر باشد و کالا و خدمت خود را به ساکنین و یا کسب و کارهای خارج از شهر تهران ارائه می‌دهد، درآمدهای این فعالیت اقتصادی به عنوان درآمد پایه منظور می‌شود. هر چه این درآمدها بیشتر باشد، اهمیت فعالیت‌های اقتصادی مذکور در ایجاد و حفظ مزیت‌های رقابتی شهر بیشتر است. همچنین هر چه بازار هدف خارجی نسبت به شهر دورتر باشد، ارزش این فعالیت بیشتر می‌شود. به عنوان مثال اگر کالا و خدمت یک کسب و کار به خارج از کشور ارائه شود (بازار هدف فراملی)، مسلماً ارزش بالاتری از کسب و کاری دارد که کالا یا خدمات آن به شهر مجاور عرضه می‌شود (بازار هدف منطقه‌ای). بنا بر اهمیت بسیار زیاد این شاخص، بر اساس نظر کارشناسان دخیل در مطالعات، وزن ۲۵ درصدی برای آن در نظر گرفته شده است.

شاخص دوم- قابلیت خوشه‌ای شدن

همانطور که در مبانی نظری مطرح شد، زیباترین و مؤثرترین حالت مزیت رقابتی، حالتی است که یک شهر در یک خوشه فعالیتی بتواند مزیت رقابتی ایجاد کند. به عبارت دیگر در مقایسه با حالتی که یک شهر در یک فعالیت خاص دارای مزیت رقابتی است، اگر شهری در یک خوشه فعالیتی دارای مزیت رقابتی باشد، امکان حفظ و توسعه این مزیت رقابتی به مراتب بالاتر از حالت اول است و بنابراین از هر نظر ارزشمندتر است. بنابراین در میان محورهای تعریف شده، محوری که بتواند به صورت خوشه‌ای مزیت رقابتی را ایجاد و حفظ نماید، نسبت به دیگر محورها در اولویت بالاتری قرار می‌گیرد. بنا بر اهمیت این شاخص، وزن ۲۰ درصد برای آن در نظر گرفته شده است.

شاخص سوم- وابستگی ارزش افزوده ایجاد شده به میزان کاربرد دانش و تکنولوژی (دانش محوری)

شاخص دیگری که آن هم دارای وزن بالاست (۲۰ درصد)، شاخص میزان وابستگی ارزش افزوده ایجاد شده در هر فعالیت اقتصادی به میزان کاربرد دانش و تکنولوژی است. پیروی مطالب ارائه شده در مبانی نظری، دانش و تکنولوژی پایه و اساس ایجاد عوامل پیشرفته و تخصصی هستند و معمولاً منشأ ایجاد ارزش افزوده بالا و مزیت رقابتی پایدار نیز هستند. بنابراین هر محوری که در ایجاد ارزش افزوده

پروژه‌هایش، از دانش و تکنولوژی بیشتر استفاده شود، در اولویت قرار گرفته است.

شاخص چهارم- میزان خلق ارزش افزوده برای اقتصاد شهر

شاخص مهم بعدی، میزان خلق ارزش افزوده فعالیت‌های هر محور برای اقتصاد شهر است که وزن ۱۵ درصدی را به خود اختصاص داده است. یکی از مهمترین اهداف ایجاد و توسعه فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد ارزش افزوده است و این میزان هر چه بیشتر باشد، بهتر است. البته در شاخص‌های قبلی به نوعی به کیفیت ارزش افزوده تولیدی اشاره شده است.

شاخص پنجم- میزان ایجاد ارزش افزوده برای شهرداری تهران

همانطور که اشاره شد، یکی از راه‌های ایجاد درآمدهای پایدار برای شهرداری‌ها، اتصال سالم آنها به اقتصاد شهر است. وقتی درآمد شهرداری به طور مستقیم از اقتصاد شهر تأمین شود، میزان مشارکت فعال شهرداری در ایجاد زیرساخت‌ها و شرایط لازم برای ایجاد حداکثر سودآوری پایدار اقتصاد شهر افزایش می‌یابد. این شاخص مهم وزن ۱۰ درصدی را در اولویت‌بندی محورهای سرمایه‌گذاری در شهر تهران به خود اختصاص داده است.

شاخص ششم- تأثیر مثبت بر برند شهر تهران

برند شهری یکی از پایه‌های ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار برای شهرهاست. نظر به اهمیت این موضوع در اولویت‌بندی محورهای سرمایه‌گذاری به این شاخص توجه شده و وزن ۱۰ درصدی برای آن در نظر گرفته شده است. در جدول زیر اولویت‌بندی محورهای اساسی سرمایه‌گذاری در شهر تهران بر مبنای شاخص‌های فوق‌الذکر و وزن هر شاخص، تعیین شده است. برای این منظور، ابتدا برای هر محور در هر شاخص با مقایسه دو به دو محورها، امتیازی از یک تا پنج (یک کمترین امتیاز در جهت شاخص و پنج بیشترین امتیاز در جهت شاخص) داده شده و سپس امتیاز هر محور در هر شاخص در وزن شاخص ضرب شده و امتیاز نهایی بدست آمده است. پس از محاسبه امتیاز نهایی، امتیازات استاندارد شده و بر اساس نتایج، اولویت‌های یک تا پنج مشخص شده‌اند. این اولویت‌ها نشان می‌دهد که محورهای با اولویت بالاتر، تأثیر بیشتری در حفظ و پایداری مزیت‌های رقابتی شهر تهران خواهند داشت و در واقع کمک بیشتری به تحقق اهداف اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران می‌کنند.

جدول ۱۶- اولویت‌بندی محورهای سرمایه‌گذاری مشارکتی شهرداری تهران با بخش خصوصی

اولویت	امتیاز در شاخص						عنوان محور
	امتیاز نهایی	کمک به برند شهر	دانش محوری	خلق ارزش افزوده برای شهرداری	خلق ارزش افزوده برای شهر	خوشه ای شدن	ایجاد درآمد پایه
۱	۴۷۰	۵	۴	۴	۵	۵	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی
۱	۴۶۰	۵	۴	۵	۵	۴	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)
۲	۴۱۰	۳	۵	۴	۴	۴	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه‌ای
۲	۳۹۵	۵	۴	۵	۴	۴	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معدلات شهر تهران
۲	۳۹۰	۵	۴	۴	۴	۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معدلات اقتصادی کشور
۲	۳۸۵	۵	۵	۴	۴	۳	سرمایه‌گذاری در شرکت‌های استارت‌آپی و خطرپذیر
۳	۳۷۵	۴	۵	۴	۴	۳	کاربرد اقتصاد پلتفرمی
۳	۳۷۵	۵	۴	۵	۴	۳	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران
۳	۳۷۰	۵	۵	۴	۳	۳	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران
۳	۳۶۰	۵	۵	۴	۴	۲	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی
۳	۳۵۵	۴	۵	۲	۴	۳	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر
۳	۳۵۰	۵	۳	۵	۵	۲	تأمین زیرساخت‌های شهری
۳	۳۵۰	۴	۳	۳	۴	۳	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی‌کننده تولید
۳	۳۴۰	۴	۳	۴	۳	۴	فعالیت‌های ناشی از نیازهای کسب و کارهای بزرگ و متوسط به خدمات بازاریابی، برندینگ، تبلیغات
۴	۲۹۵	۲	۳	۴	۳	۴	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف
۵	۲۸۵	۳	۳	۵	۴	۳	مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران
۵	۲۸۰	۴	۳	۳	۴	۲	گسترش نیاز به خدمات جدید
۵	۲۸۰	۲	۳	۳	۴	۳	فعالیت‌هایی که به دلیل نرسیدن به صرفه‌های مقیاس بسیار گران‌عرضه می‌شوند
۵	۲۷۰	۴	۲	۲	۴	۳	جداسازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها
۵	۲۷۰	۵	۳	۳	۳	۳	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی
۵	۲۶۰	۲	۳	۲	۳	۲	فعالیت‌هایی که به دلیل وجود مسائلی در مدل کسب و کار، به صرفه‌های مقیاس نمی‌رسند
۵	۲۴۵	۳	۲	۴	۳	۲	فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از تغییر سبک زندگی شهروندان
۵	۲۴۵	۴	۲	۵	۳	۱	خصوصی‌سازی خدمات عمومی

۵- تعیین اولویت‌های موضوعی و موضوعی سرمایه‌گذاری در شهر تهران

تا اینجای کار، بر مبنای منابع مزیت‌های رقابتی شهر تهران و نیز در جهت توسعه و تقویت مزیت‌های رقابتی این شهر، محورهای سرمایه‌گذاری در شهر تهران و نیز اولویت‌های آنها تعیین شده است. همانطور که در بخش قبل مشاهده شد، محورهای سرمایه‌گذاری، حوزه‌های کلان سرمایه‌گذاری هستند که باید از دل آنها و متناسب با آنها پروژه‌های سرمایه‌گذاری تعریف گردد. در مسیر تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری از دل محورهای سرمایه‌گذاری، یک گام واسطه وجود خواهد داشت که موضوع این بند خواهد بود.

در این بخش با عنوان تعیین اولویت‌های موضوعی و موضوعی سرمایه‌گذاری که در واقع گام واسطه بین محورها و تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری است، سعی شده تا محورهای سرمایه‌گذاری تبدیل به تعدادی اولویت‌های موضوعی و موضوعی سرمایه‌گذاری شوند. در واقع در این بخش تعدادی پروژه تعریف می‌گردد، اما این پروژه دارای موضع خاصی نیستند. به عنوان مثال اگر در این بخش ایجاد مراکز اقامتی ۵ ستاره و ۴ ستاره بنا به دلایلی به عنوان اولویت سرمایه‌گذاری تعیین می‌شود، برای آنها موقعیت مکانی دقیق تعیین نمی‌شود. تعریف پروژه با موقعیت مکانی مربوط به بند بعدی است که فهرست پروژه‌های سرمایه‌گذاری در آن مشخص شده است. آنجاست که به عنوان مثال ایجاد هتل ۵ ستاره در اراضی H۱ برج میلاد به عنوان یک پروژه موضوعی با تعیین دقیق موضع آن پیشنهاد می‌شود.

بنابراین در ادامه بر مبنای محورهای سرمایه‌گذاری تعیین شده در بند پیشین، فهرستی از اولویت‌های موضوعی و موضوعی تعریف شده که اولویت‌های موضوعی آن فاقد موضع دقیق هستند.

• اولویت‌های موضوعی و موضوعی گردشگری تفریحی در شهر تهران

۱- تدوین طرح جامع گردشگری تفریحی در شهر تهران با هدف برنامه‌ریزی ایجاد خوشه گردشگری متناسب با بازارهای هدف فراملی، ملی، منطقه‌ای و شهری

۲- ایجاد مراکز اقامتی ۴ و ۵ ستاره در نقاط مختلف شهر تهران متناسب با تخمین تقاضای طرح جامع گردشگری

۳- ایجاد شرکت‌های بازاریابی گردشگری و تورگردانی در شهر تهران

۴- تدوین طرح برندینگ شهر تهران در حوزه گردشگری تفریحی توسط شهرداری تهران و توسعه ابزارهای تبلیغاتی و ترویجی در بازارهای هدف، به ویژه بازار

فراملی

- ۵- ایجاد مراکز تفریحی و گردشگری بزرگ مقیاس در شهر تهران، در بوستان‌های بزرگی مانند ولایت و آزادگان، در مجموعه هزار و یک شهر، و مناطق دارای حریم مانند مناطق ۲۲، ۵، ۱، ۲، ۱۵، ۲۰، ۴، ۱۸، ۱۹
- ۶- ایجاد کارگروه توسعه و مدیریت گردشگری تهران با هدف پایش و برنامه‌ریزی فضای کسب و کار حوزه گردشگری شهر تهران با محوریت بخش خصوصی
- ۷- تهیه بانک اطلاعات فعالان، سرمایه‌گذاران و کسب و کارهای حوزه گردشگری در شهر تهران توسط مدیریت شهری و بروز رسانی سالانه آن
- ۸- ایجاد اکوسیستم تأمین مالی پروژه‌های گردشگری تفریحی با محوریت تأمین مالی جمعی، با هدف پشتیبانی از پروژه‌های گردشگری
- ۹- توسعه مراکز گردشگری، به صورت ترکیبی با کسب و کارهای جاری در شهر، به ویژه در بازار سنتی تهران
۱۰. تدوین برنامه جامع تأمین نیروی انسانی مورد نیاز بخش گردشگری و اجرای آن با محوریت بخش خصوصی

• اولویت‌های موضوعی و موضوعی گردشگری سلامت در شهر تهران

۱۱. تدوین طرح جامع گردشگری سلامتی در شهر تهران با هدف برنامه‌ریزی ایجاد خوشه گردشگری سلامت، متناسب با بازارهای هدف بین‌المللی و ملی
۱۲. ایجاد شرکت‌های بازاریابی حوزه گردشگری سلامت در شهر تهران
۱۳. تدوین طرح برندینگ گردشگری سلامت شهر تهران توسط مدیریت شهری با محوریت بخش خصوصی و تولید ابزارهای تبلیغاتی و ترویجی در بازارهای هدف
۱۴. ایجاد کارگروه توسعه و مدیریت گردشگری سلامت شهر تهران با هدف پایش و برنامه‌ریزی فضای کسب و کار حوزه گردشگری سلامت شهر تهران با محوریت بخش خصوصی
۱۵. تهیه بانک اطلاعات فعالان، سرمایه‌گذاران و کسب و کارهای حوزه گردشگری سلامت در شهر تهران توسط مدیریت شهری و بروز رسانی سالانه آن
۱۶. ایجاد اکوسیستم تأمین مالی پروژه‌های گردشگری سلامت با محوریت تأمین مالی جمعی، با هدف پشتیبانی از پروژه‌های گردشگری سلامت

• اولویت‌های موضوعی و موضوعی خدمات فنی و مهندسی در شهر تهران

۱۷. تدوین طرح جامع صادرات خدمات فنی و مهندسی شهر تهران توسط شهرداری و با مشارکت بخش خصوصی و تعیین بازارهای هدف اولویت دار، با تمرکز بر مزیت‌های صنعتی کشور

۱۸. ایجاد شرکت‌های بازاریابی و برندینگ خدمات فنی و مهندسی در شهر تهران

• اولویت‌های موضعی و موضوعی اقتصاد دیجیتال، اقتصاد پلتفرمی و استارت آپها در شهر تهران

- ۱۹. ایجاد شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در شهر تهران با مشارکت شهرداری و بخش خصوصی در حوزه اقتصاد دیجیتال، اقتصاد پلتفرمی و استارت آپها
- ۲۰. ایجاد کارخانه‌های نوآوری در شهر تهران
- ۲۱. ایجاد اکوسیستم تأمین مالی پروژه‌های اقتصاد دیجیتال، اقتصاد پلتفرمی و استارت آپها با محوریت تأمین مالی جمعی با مشارکت شهرداری

• اولویت‌های موضعی و موضوعی توسعه فعالیت‌های دانش بنیان در شهر تهران

- ۲۲. ایجاد شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در شهر تهران با مشارکت شهرداری و بخش خصوصی در حوزه توسعه فعالیت‌های دانش بنیان
- ۲۳. ایجاد اکوسیستم تأمین مالی پروژه‌های دانش بنیان با محوریت تأمین مالی جمعی با مشارکت شهرداری

• اولویت‌های موضعی و موضوعی برقی‌سازی شهر تهران

- ۲۴. ایجاد نیروگاه‌های خورشیدی در نقاط مختلف شهر
- ۲۵. تجهیز ساختمانهای شهرداری به پنل خورشیدی
- ۲۶. ایجاد ایستگاههای شارژ خود تأمین خودروهای برقی در نقاط مختلف شهر
- ۲۷. ایجاد ایستگاههای شارژ متصل به شبکه خودروهای برقی در نقاط مختلف شهر

- ۲۸. تولید موتورسیکلت، دوچرخه و اسکوتر برقی
- ۲۹. توسعه شرکت‌های بازرگانی واردات خودروهای برقی
- ۳۰. اجرای انواع طرحهای صرفه‌جویی در مصرف برق در معابر و ساختمانهای عمومی شهر از طریق تعویض لامپ‌ها با حمایت شهرداری و اداره برق منطقه‌ای
- ۳۱. اجرای طرح تعویض موتور کولرهای آبی در منازل و ادارات شهر با حمایت شهرداری و اداره برق منطقه‌ای
- ۳۲. ایجاد اکوسیستم تأمین مالی پروژه‌های برقی‌سازی و توسعه حمل نقل پاک شهر تهران با محوریت تأمین مالی جمعی با هدف حمایت از پروژه‌های برقی‌سازی
- ۳۳. ایجاد شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در شهر تهران با مشارکت شهرداری در حوزه برقی‌سازی تهران

• اولویت‌های موضعی و موضوعی توسعه زیرساخت‌ها و ناوگان حمل و نقل عمومی در شهر تهران

- ۳۴. توسعه متروی تهران (خطوط، ایستگاه‌ها و قطارها)
- ۳۵. توسعه ناوگان اتوبوسرانی و تاکسیرانی با محوریت اتوبوس‌ها و تاکسیهای برقی
- ۳۶. ایجاد انواع پارکینگ‌های عمومی در نقاط مختلف شهر (پارکینگ‌های روباز، طبقاتی رمپی و طبقاتی مکانیزه)

• اولویت‌های موضعی و موضوعی تولید مسکن در شهر تهران

- ۳۷. اختصاص اراضی بزرگ مقیاس در مناطق مختلف، به ویژه مناطق جنوبی شهر تهران با هدف ساخت انبوه مسکن (مثلاً در مناطق ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۲۰) و نوسازی بافتهای فرسوده شهر
- ۳۸. طراحی مسکن نوین شهری در شهر تهران با هدف افزایش بهره‌وری زیربنای مسکونی و کاهش زیربنای هر واحد مسکونی و اجرای یک طرح نمونه در شهر تهران با مشارکت شهرداری
- ۳۹. ایجاد اکوسیستم تأمین مالی مسکن با محوریت تأمین مالی جمعی مسکن با مشارکت شهرداری، به ویژه توکنایز کردن مسکن

• اولویت‌های موضعی و موضوعی فعالیت‌های تولیدی، بازاریابی و برندینگ در

حوزه‌های غیربرخوردار از صرفه‌های مقیاس در شهر تهران

- ۴۰. ایجاد شرکت‌های بازاریابی و برندینگ خدمات دندان پزشکی
- ۴۱. ایجاد شرکت‌های بازاریابی و برندینگ خدمات سلامت روان (روان درمانی)
- ۴۲. ایجاد شرکت‌های بازاریابی و برندینگ خدمات بهداشت و درمان عمومی و تخصصی
- ۴۳. ایجاد شرکت‌های بازاریابی و برندینگ خدمات آموزش فنی و هنری
- ۴۴. ایجاد شرکت‌های بازاریابی و برندینگ خدمات ورزشی
- ۴۵. ایجاد شرکت‌های خدماتی آموزشی، تفریحی و نگهداری کودکان
- ۴۶. ایجاد شرکت‌های ارائه خدمات تفریحی، سرگرمی، سلامت و نگهداری از سالمندان
- ۴۷. ایجاد شرکت‌های تولید و توزیع انبوه غذای سالم و اقتصادی

• اولویت‌های موضعی و موضوعی خصوصی‌سازی خدمات عمومی در شهر تهران

۴۸. واگذاری نگهداری از بوستان‌های شهر به بخش خصوصی

۴۹. ایجاد و نگهداری سرویسهای بهداشتی عمومی در شهر

• اولویت‌های موضعی و موضوعی مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران

۵۰. واگذاری بهره‌برداری از مجتمعهای تجاری متعلق به شهرداری به بخش خصوصی

۵۱. واگذاری بهره‌برداری از اماکن تفریح و سرگرمی متعلق به شهرداری به بخش خصوصی

۵۲. واگذاری بهره‌برداری از مجموعه‌های ورزشی متعلق به شهرداری به بخش خصوصی

۵۳. واگذاری بهره‌برداری از رستوران‌ها و کافی شاپهای متعلق به شهرداری به بخش خصوصی

۵۴. واگذاری بهره‌برداری از فضاهای موجود در ایستگاههای مترو به بخش خصوصی

۵۵. واگذاری بهره‌برداری از فروشگاههای شهروند به بخش خصوصی

۵۶. استفاده از ظرفیت‌های شهرداری در حوزه تأمین و توزیع کالاها در تأمین کالاها مورد نیاز شهروندان در سطح شهر مانند میوه و تره بار، کالاهای تند گردش و کالاهای اساسی

۵۷. واگذاری تعمیر و نگهداری تأسیسات و تجهیزات شهرداری به بخش خصوصی، مانند تعمیر و نگهداری اتوبوس‌ها

• مشارکت شهرداری تهران در تولید و توزیع کالاها و تجهیزات مورد نیاز شهرداری

تهران و پرسنل شهرداری با برند شهرداری تهران

۵۸. مشارکت با کارخانه‌های تولید مبلمان و تجهیزات اداری

۵۹. مشارکت با کارخانه‌های تولید محصولات چوبی

۶۰. مشارکت با کارخانه‌های تولید پوشاک

۶۱. مشارکت با کارخانه‌های تولید کیف و کفش

۶۲. مشارکت با کارخانه‌های تولید لوازم و تجهیزات دفتری

۶۳. مشارکت با گلخانه‌های تولید گل و گیاه

• تأسیس شرکت‌های خدماتی بر مبنای مزیت‌های شهرداری تهران با مشارکت

بخش خصوصی

۶۴. ایجاد شرکت‌های ارائه خدمات بازاریابی، برندینگ و تبلیغات با مشارکت شهرداری تهران و بخش خصوصی

۶۵. ایجاد شرکت‌های ارائه خدمات بانک اطلاعاتی شهر تهران با مشارکت شهرداری

تهران و بخش خصوصی

۶۶. ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی متعلق به شهرداری تهران با مشارکت بخش خصوصی

• ایجاد فعالیت‌ها و زیرساخت‌های پشتیبان تولید

۶۷. توسعه فضاهای نمایشگاهی موقت

۶۸. توسعه فضاهای نمایشگاهی دائمی در صنایع مهم، مانند خودرو، صنعت ساختمان، لوازم خانگی

۶۹. توسعه فضاهای انبار و دیوی کالا

۷۰. توسعه خدمات لجستیک بار در سطح شهر

۷۱. طراحی و اجرای ساز و کار پایش محیط کسب و کار در شهر تهران و ارائه گزارش‌های مربوط به در بازه‌های زمانی مشخص

۷۲. توسعه شبکه فیبرنوری در شهر تهران

۷۳. ایجاد مراکز آموزشی و تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر مورد نیاز کسب و کارهای شهر تهران با مشارکت شهرداری

۷۴. ایجاد مراکز کار اشتراکی و خدمات مربوطه در نقاط مختلف شهر تهران

۷۵. ایجاد سالن‌های برگزاری همایش و رویدادهای مختلف در شهر تهران

۷۶. ایجاد مراکز بزرگ کار و فعالیت در شهر تهران منطبق بر شبکه حمل و نقل عمومی، متناسب با پیشنهادات طرح جامع شهر تهران به ویژه مجتمع‌های ایستگاهی

۷۷. ایجاد مراکز کار و فعالیت مناسب استقرار شرکت‌های بزرگ و بین‌المللی در شهر تهران

۶- توزیع محورهای اساسی تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری شهر تهران در سطح مناطق

مقیاس تحلیل و تصمیم‌سازی در اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، کل شهر تهران است. به همین دلیل زمانی که قرار است در خصوص توزیع محورهای سرمایه‌گذاری و یا پروژه‌های سرمایه‌گذاری در میان مناطق، تحلیلی ارائه شود، عمدتاً از دو معیار توزیع متعادل (عمدتاً از جنس اقتصادی و اجتماعی) و شهرسازی (از جنس کالبدی و امکان‌پذیری) به موضوع نگاه می‌شود که هر کدام شاخص‌های خاص خود را دارند. به عنوان مثال در توزیع محورهای سرمایه‌گذاری در میان مناطق از شاخص «کاهش فاصله طبقاتی شمال و جنوب شهر» و یا شاخص «کاهش فاصله سطح برخورداری مناطق از خدمات» استفاده

می‌شود. یعنی بر اساس دو شاخص نمونه، در توزیع محورهای سرمایه‌گذاری در میان مناطق، سعی می‌شود این توزیع به گونه‌ای اتفاق بیفتد که به کاهش فاصله طبقاتی شمال و جنوب شهر تهران و نیز کاهش فاصله سطح برخورداری مناطق از خدمات، کمک شود.

اما وقتی سطح تحلیل و تصمیم‌سازی به سطح منطقه‌ای تبدیل گردد، معیارهای توزیع متعادل و شهرسازی، جای خود را به معیارهای رقابتی می‌دهد. به عنوان مثال هر منطقه سعی می‌کند در رقابت با سایر مناطق تعداد بیشتری از محورها و پروژه‌های سرمایه‌گذاری را نصیب خود کند. در واقع در این سطح از تحلیل، معیارهای رقابتی مبتنی بر بازار حرف اول را می‌زنند. مثلاً منطقه دو به عنوان یک منطقه برخوردار، سعی می‌کند تعداد پروژه‌های بیشتری را در رقابت با سایر مناطق جذب نماید، فارغ از اینکه اجرای یکی از آن پروژه‌ها در منطقه ده بجای منطقه دو بتواند به جبران عقب ماندگی سطح برخورداری در منطقه ده کمک کند. در واقع میان جذب پروژه در منطقه دو و جبران عقب ماندگی سطح برخورداری در منطقه ده، برای مسئولین منطقه دو، جذب این پروژه در منطقه خودشان اهمیت بیشتری دارد و در این جهت تلاش می‌کنند.

در ادامه سعی شده با استفاده از تعدادی شاخص که عمدتاً از جنس اقتصادی، اجتماعی و شهرسازی هستند، در مقیاس تحلیلی شهر تهران، محورهای سرمایه‌گذاری در میان مناطق توزیع و اولویت‌بندی شود. بر اساس مطالب فوق‌الذکر روشن است که این اولویت‌بندی می‌تواند در سطح تحلیل منطقه‌ای، مد نظر قرار نگیرد و هر منطقه خواهان رقابت با سایر مناطقی باشد که در این جدول بر اساس سطح تحلیل شهری، در یک محور سرمایه‌گذاری خاص دارای اولویت بالاتر شده‌اند.

در سطح تحلیلی کل شهر تهران، محورهای اساسی سرمایه‌گذاری با در نظر گرفتن شاخص‌های ذیل در میان مناطق توزیع و اولویت‌بندی شده است:

- کمیت و کیفیت بازار منطقه (جمعیت و طبقه اقتصادی عمده ساکنان منطقه)
- کمیت و کیفیت بازار مناطق اطراف یک منطقه (جمعیت و طبقه اقتصادی عمده ساکنان مناطق اطراف)
- دسترسی منطقه به بازارهای اطراف تهران (شهرها و شهرک‌های اطراف تهران)
- دسترسی منطقه به شبکه حمل و نقل بزرگراهی
- دسترسی منطقه به شبکه حمل و نقل عمومی
- قابلیت عرضه زمین در منطقه
- کمیت و کیفیت نیروی کار منطقه

- زیرساخت‌های دانش در منطقه
- زیرساخت‌های آموزش عمومی در منطقه
- زیرساخت‌های بهداشت و درمان در منطقه
- قیمت زمین و املاک در منطقه
- آسیب‌های اجتماعی موجود در منطقه
- مراکز کار و فعالیت مقیاس شهری و منطقه‌ای منطقه
- چشم انداز منطقه در طرح جامع شهر تهران
- کاهش فاصله طبقاتی شمال و جنوب تهران
- کاهش کمبود سطح برخورداری مناطق
- مولدسازی دارایی‌های راکد شهرداری در مناطق

بر این مینا در جدول زیر اولویت‌بندی مناطق شهر تهران جهت استقرار محورهای سرمایه‌گذاری شناسایی شده در شهر تهران ارائه شده است.

جدول ۱۷- تعیین اولویت مناطق جهت استقرار فعالیت‌های مرتبط با محورهای سرمایه‌گذاری شهر تهران

عنوان محور	مناطق اولویت یک	مناطق اولویت دو	مناطق اولویت سه	مناطق اولویت چهار	مناطق اولویت پنج
فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	۲ و ۳ و ۶ و ۲۲	۱ و ۵ و ۱۵ و ۱۶	۴ و ۷ و ۸ و ۱۱ و ۱۲ و ۲۱	۱۰ و ۷ و ۱۷	۹ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰
فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)	۲ و ۳ و ۶ و ۲۲	۱ و ۵ و ۱۵ و ۱۶	۴ و ۷ و ۸ و ۱۱ و ۱۲ و ۲۱	۱۰ و ۷ و ۱۷	۹ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰
فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	۱۵ و ۱۶ و ۲۱ و ۲۲	۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۱۲ و ۱۸ و ۱۹	۱ و ۷ و ۸ و ۲۰	۱۱ و ۱۳ و ۱۴	۹ و ۱۰
فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	۲ و ۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۲	۳ و ۵ و ۴ و ۲۱	۷ و ۸ و ۱۸	۹ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۷	۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۷
فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	۱۵ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۲	۴ و ۵ و ۶ و ۲	۷ و ۸ و ۱۸	۹ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۷ و ۳	۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۷
سرمایه‌گذاری در شرکت‌های استارت‌آپی و خطرپذیر	۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۲۱	۱ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۷	۱۳ و ۱۴ و ۱۲	۱۸ و ۱۹ و ۲۰
کاربرد اقتصاد پلتفرمی	۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۲۱	۱ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۷	۱۳ و ۱۴ و ۱۲	۱۸ و ۱۹ و ۲۰
فعالیت‌های قابل تعریف متأثر ساینز و اندازه و برند شهرداری تهران	۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۲۱	۱ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۷	۱۳ و ۱۴ و ۱۲	۱۸ و ۱۹ و ۲۰
فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۲۱	۱ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۷	۱۳ و ۱۴ و ۱۲	۱۸ و ۱۹ و ۲۰
ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۲۱	۱ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۷	۱۳ و ۱۴ و ۱۲	۱۸ و ۱۹ و ۲۰
تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	۱ و ۳ و ۲ و ۴ و ۵ و ۶ و ۲۲	۷ و ۸ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۱	۱۰ و ۱۷ و ۲۰ و ۴	۱۳ و ۱۴ و ۹	۱۸ و ۱۹
تأمین زیرساخت‌های شهری	۱۵ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۲	۴ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲ و ۱۴ و ۲۰ و ۲۱	۵ و ۱۱ و ۱۳ و ۱۷	۱ و ۲	۳ و ۶
فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی‌کننده تولید	۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱	۸ و ۹ و ۱۳ و ۱۴	۷ و ۱۱ و ۱۲ و ۲۲	۵ و ۱۰ و ۱۷	۱ و ۲ و ۳ و ۶
فعالیت‌های ناشی از نیازهای کسب و کارهای بزرگ و متوسط به خدمات بازاریابی، برندینگ، تبلیغات	۳ و ۶ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۲۱	۱ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۷	۱۳ و ۱۴ و ۱۲	۱۸ و ۱۹ و ۲۰
فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	۳ و ۶ و ۱۱ و ۱۲	۲ و ۷ و ۸ و ۱۶	۱ و ۴ و ۹	۱۵ و ۱۷ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲	۱۳ و ۱۴ و ۱۸ و ۱۹
مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران	۱ و ۲ و ۳ و ۶ و ۲۲	۴ و ۵ و ۷ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۶	۸ و ۱۵ و ۱۷ و ۲۰ و ۲۱	۹ و ۱۰	۱۳ و ۱۴ و ۱۸ و ۱۹
گسترش نیاز به خدمات جدید	۳ و ۶ و ۱۲ و ۱۵ و ۱۶ و ۲۲	۱ و ۲ و ۴ و ۵ و ۷ و ۱۷	۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۲۰ و ۲۱	۱۳ و ۱۴	۱۸ و ۱۹
فعالیت‌هایی که به دلیل نرسیدن به صرفه‌های مقیاس بسیار گران عرضه می‌شوند	۳ و ۶ و ۱۱ و ۱۲	۲ و ۷ و ۸ و ۱۶	۱ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۲۲	۱۵ و ۱۷ و ۲۰	۱۳ و ۱۴ و ۱۸ و ۱۹
جداسازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها	۳ و ۶ و ۱۱ و ۱۲	۲ و ۷ و ۸ و ۱۶	۱ و ۴ و ۹ و ۱۰ و ۲۲ و ۲۱	۱۵ و ۱۷ و ۲۰	۱۳ و ۱۴ و ۱۸ و ۱۹
فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	۸ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶	۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۱۰ و ۹	۷ و ۲۱ و ۴ و ۱۲ و ۱۱	۵ و ۶ و ۲۲	۱ و ۳ و ۲

۲۰ و ۱۹ و ۱۸	۱۲ و ۱۴ و ۱۳	۹ و ۸ و ۱ و ۱۷ و ۱۱ و ۱۰	۲۱ و ۷ و ۵ و ۴ و ۲	۲۲ و ۱۶ و ۱۵ و ۶ و ۳	فعالیت‌هایی که به دلیل وجود مسائلی در مدل کسب و کار، به صرفه‌های مقیاس نمی‌رسند
۱۸ و ۱۴ و ۱۳ و ۱۹	۲۰ و ۱۷ و ۱۵	۹ و ۴ و ۱ و ۲۲ و ۲۱ و ۱۰	۱۶ و ۸ و ۷ و ۵ و ۴ و ۲	۱۲ و ۱۱ و ۶ و ۳	فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از تغییر سبک زندگی شهروندان
۲۰ و ۱۹ و ۱۸	۱۲ و ۱۴ و ۱۳	۹ و ۸ و ۱ و ۱۷ و ۱۱ و ۱۰	۲۱ و ۷ و ۵ و ۴ و ۲	۲۲ و ۱۶ و ۱۵ و ۶ و ۳	خصوصی سازی خدمات عمومی

همچنین بر مبنای جدول فوق‌الذکر در ادامه ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار هر منطقه معرفی شده است. برای تعیین ده اولویت برتر سرمایه‌گذاری در هر منطقه، از یک طرف اولویت‌محورها در کل شهر تهران مد نظر بوده و از طرف دیگر اولویت منطقه در هر محور.

به عنوان مثال منطقه یک در دو محور «تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر» و «مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران» در میان محورهای سرمایه‌گذاری، در میان مناطق شهر تهران در اولویت یک قرار گرفته است و بنابراین این دو محور در اولویت‌های اول سرمایه‌گذاری در منطقه یک قرار گرفته‌اند. اما اینکه چرا محور «تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر» در اولویت یک و محور «مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران» در اولویت دو قرار گرفته‌اند، به دلیل آن است که در اولویت‌بندی محورهای سرمایه‌گذاری شهر تهران، محور «تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر» در اولویت یازده و محور «مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران» در اولویت شانزده قرار گرفته است. بنابراین به دلیل اولویت بالاتر محور «تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر» نسبت به محور «مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران» در شهر تهران، این محور در اولویت اول قرار گرفته است. این فرایند در اولویت‌های بعدی نیز رعایت شده است.

جدول ۱۸- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه یک

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت یک
۲	مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)	اولویت دو
۵	گسترش نیاز به خدمات جدید	اولویت دو
۶	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه‌ای	اولویت سه
۷	سرمایه‌گذاری در شرکتهای استارت‌آپی و خطرپذیر	اولویت سه
۸	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت سه
۹	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت سه
۱۰	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت سه

جدول ۱۹- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه دو

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معضلات شهر تهران	اولویت یک
۴	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت یک
۵	مولدسازی دارایی‌های شهرداری تهران	اولویت یک
۶	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه‌ای	اولویت دو
۷	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معضلات اقتصادی کشور	اولویت دو
۸	سرمایه‌گذاری در شرکت‌های استارت‌آپی و خطرپذیر	اولویت دو
۹	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت دو
۱۰	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سباز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت دو

جدول ۲۰- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه سه

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)	اولویت یک
۳	سرمایه‌گذاری در شرکت‌های استارت‌آپی و خطرپذیر	اولویت یک
۴	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت یک
۵	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سباز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت یک
۶	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت یک
۷	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	اولویت یک
۸	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت یک
۹	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه‌ای	اولویت دو
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معضلات شهر تهران	اولویت دو

جدول ۲۱- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه چهار

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت دو
۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت دو
۵	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت دو
۶	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت دو
۷	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت دو
۸	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت دو
۹	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	اولویت دو
۱۰	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو

جدول ۲۲- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه پنج

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت دو
۲	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین المللی (فراملی)	اولویت دو
۳	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت دو
۵	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت دو
۶	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت دو
۷	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت دو
۸	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت دو
۹	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت دو
۱۰	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	اولویت دو

جدول ۲۳- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه شش

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین المللی (فراملی)	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت یک
۴	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت یک
۵	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت یک
۶	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت یک
۷	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت یک
۸	ایجاد پلتفرمهای تأمین مالی جمعی	اولویت یک
۹	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت یک
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت دو

جدول ۲۴- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هفت

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت دو
۲	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت دو
۳	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت دو
۴	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت دو
۵	ایجاد پلتفرمهای تأمین مالی جمعی	اولویت دو
۶	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت دو
۷	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو
۸	فعالیت‌های ناشی از نیازهای کسب و کارهای بزرگ و متوسط به خدمات بازاریابی، برندینگ، تبلیغات	اولویت دو
۹	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت دو
۱۰	مولدسازی دارایی های شهرداری تهران	اولویت دو

جدول ۲۵- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هشت

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت یک
۲	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت دو
۳	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت دو
۵	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت دو
۶	فعالیت‌هایی که به دلیل نرسیدن به صافه های مقیاس بسیار گران عرضه می شوند	اولویت دو
۷	جدا سازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها	اولویت دو
۸	فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از تغییر سبک زندگی شهروندان	اولویت دو
۹	خصوصی سازی خدمات عمومی	اولویت دو
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت سه

جدول ۲۶- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه نه

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو
۲	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت دو
۴	سرمایه گذاری در شرکت‌های استارت آپی و خطرپذیر	اولویت سه
۵	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت سه
۶	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت سه
۷	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت سه
۸	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	اولویت سه
۹	فعالیت‌های ناشی از نیازهای کسب و کارهای بزرگ و متوسط به خدمات بازاریابی، برندینگ، تبلیغات	اولویت سه
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت سه

جدول ۲۷- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه ده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	تأمین زیرساختهای شهری	اولویت دو
۲	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت دو
۳	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت سه
۴	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت سه
۵	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت سه
۶	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت سه
۷	ایجاد پلتفرمهای تأمین مالی جمعی	اولویت سه
۸	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت سه
۹	فعالیت‌های ناشی از نیازهای کسب و کارهای بزرگ و متوسط به خدمات بازاریابی، برندینگ، تبلیغات	اولویت سه
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت سه

جدول ۲۸- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه یازده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت یک
۲	فعالیت‌هایی که به دلیل ترسیدن به صرفه های مقیاس بسیار گران عرضه می شوند	اولویت یک
۳	جداسازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها	اولویت یک
۴	فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از تغییر سبک زندگی شهروندان	اولویت یک
۵	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت دو
۶	مولدسازی دارایی های شهرداری تهران	اولویت دو
۷	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت سه
۸	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین المللی (فراملی)	اولویت سه
۹	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت سه
۱۰	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت سه

جدول ۲۹- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه دوازده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت یک
۲	گسترش نیاز به خدمات جدید	اولویت یک
۳	فعالیت‌هایی که به دلیل نرسیدن به صافه های مقیاس بسیار گران عرضه می شوند	اولویت یک
۴	جداسازی فعالیت‌های خدماتی از کسب و کارها	اولویت یک
۵	فعالیت‌های اقتصادی جدید ناشی از تغییر سبک زندگی شهروندان	اولویت یک
۶	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت دو
۷	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت دو
۸	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو
۹	مولدسازی دارایی های شهرداری تهران	اولویت دو
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت سه

جدول ۳۰- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه سیزده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت دو
۳	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت سه
۴	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت چهار
۵	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت چهار
۶	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت چهار
۷	سرمایه گذاری در شرکت‌های استارت آپی و خطرپذیر	اولویت چهار
۸	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت چهار
۹	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سبک و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت چهار
۱۰	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت چهار

جدول ۳۱- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه چهارده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت یک
۲	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو
۳	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف داخل شهر تهران و رقابت مناطق مختلف	اولویت سه
۵	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت چهار
۶	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت چهار
۷	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت چهار
۸	سرمایه گذاری در شرکت‌های استارت آپی و خطرپذیر	اولویت چهار
۹	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت چهار
۱۰	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت چهار

جدول ۳۲- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه پانزده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت یک
۴	سرمایه گذاری در شرکت‌های استارت آپی و خطرپذیر	اولویت یک
۵	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت یک
۶	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت یک
۷	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت یک
۸	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	اولویت یک
۹	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت یک
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک

جدول ۳۳- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه شانزده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت یک
۴	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت یک
۵	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت یک
۶	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سائز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت یک
۷	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت یک
۸	ایجاد پلتفرمهای تأمین مالی جمعی	اولویت یک
۹	تأمین زیرساختهای شهری	اولویت یک
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک

جدول ۳۴- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هفده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	گسترش نیاز به خدمات جدید	اولویت دو
۲	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت دو
۳	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت سه
۴	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت سه
۵	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت سه
۶	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سائز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت سه
۷	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت سه
۸	ایجاد پلتفرمهای تأمین مالی جمعی	اولویت سه
۹	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت سه
۱۰	تأمین زیرساختهای شهری	اولویت سه

جدول ۳۵- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه هجده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	تأمین زیرساختهای شهری	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت دو
۵	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت سه
۶	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت سه
۷	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت پنج
۸	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین المللی (فراملی)	اولویت پنج
۹	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت پنج
۱۰	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت پنج

جدول ۳۶- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه نوزده

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت یک
۳	تأمین زیرساختهای شهری	اولویت یک
۴	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک
۵	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت دو
۶	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت دو
۷	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت پنج
۸	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین المللی (فراملی)	اولویت پنج
۹	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت پنج
۱۰	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت پنج

جدول ۳۷- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه بیست

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک
۴	تأمین زیرساخت‌های شهری	اولویت دو
۵	فعالیت‌های اقتصادی افزایش دهنده کیفیت زندگی	اولویت دو
۶	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت سه
۷	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت سه
۸	مولدسازی دارایی های شهرداری تهران	اولویت سه
۹	گسترش نیاز به خدمات جدید	اولویت سه
۱۰	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت پنج

جدول ۳۸- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه بیست و یک

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه ای	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی پشتیبانی کننده تولید	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات شهر تهران	اولویت دو
۴	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه های مرتبط با کلان معضلات اقتصادی کشور	اولویت دو
۵	سرمایه گذاری در شرکتهای استارت آپی و خطرپذیر	اولویت دو
۶	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت دو
۷	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سایز و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت دو
۸	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت دو
۹	ایجاد پلتفرمهای تأمین مالی جمعی	اولویت دو
۱۰	تأمین نیروی انسانی متخصص و ماهر	اولویت دو

جدول ۳۹- تعیین ده محور سرمایه‌گذاری اولویت دار برتر در منطقه بیست و دو

ردیف	عنوان محور	اولویت در میان مناطق
۱	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف ملی	اولویت یک
۲	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف بین‌المللی (فراملی)	اولویت یک
۳	فعالیت‌های اقتصادی با بازار هدف منطقه‌ای	اولویت یک
۴	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معضلات شهر تهران	اولویت یک
۵	فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مرتبط با کلان‌معضلات اقتصادی کشور	اولویت یک
۶	سرمایه‌گذاری در شرکت‌های استارت‌آپی و خطرپذیر	اولویت یک
۷	کاربرد اقتصاد پلتفرمی	اولویت یک
۸	فعالیت‌های قابل تعریف متأثر سازه و اندازه و برند شهرداری تهران	اولویت یک
۹	فعالیت‌های ناشی از حجم و ساختار اطلاعات در اختیار شهرداری تهران	اولویت یک
۱۰	ایجاد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی	اولویت یک

۷- خلاصه‌ای از ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری مناطق مختلف شهر تهران

در جداول زیر بر مبنای مطالعات اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، یک ارزیابی از پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران ارائه شده است.

جدول ۴۰- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه یک شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولوئیهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱	انواع گونه‌های گردشگری تاریخی- خرید- طبیعی- غذا- فرهنگی- مذهبی- ماجراجویی، خدمات مالی- بازرگانی، تجاری لوکس، اداری، سلامت و مراقبت، سکونت متناوب و لوکس	محورها و کلون‌های تجاری- اداری در مقیاس شهری و فرامستقلای ولیعصر، اندروزکو، فرشته، شرعی، فرمانیه، پاسداران، زعفرانیه، الهیه، ولیجک، میدان تجریش، میدان قدس، کاخ موزه های نیاوران، سعدآباد (با عنوان بیشترین بازدیدکننده ملی) و صاحبقرانیه، باغ فرهوس، بازار تجریش، وجود مجتمع‌های تجاری متعدد تندیس، آرک، قائم، بوتیک مال، نیاوران، اطلس مال، گالریا، ساندا، پالادیوم، جم ستر، شمیران سنتر، روشا، آواستر و ... وجود سفارخانه‌ها و مراکز کسب‌وکار، مراکز دانشگاهی از جمله شهید بهشتی، مراکز درمانی- مراقبتی و پاراکلیتیکی متعدد لوکس در حوزه زیبایی، دندانپزشکی، اسپا و ...	چشم انداز طبیعی - مسیرهای کوهنوردی (در که، دربند، نوحال، دارآباد، کلک چال، گل‌آب دره سوهانک)- محدوده برند شهری جهت سکونت و فعالیت خاص- هویت تاریخی (کاخ موزه‌ها، بازار تجریش و ...) و مذهبی (امامزاده صالح)- تمدد و تنوع بسیار بالای مراکز خرید مقیاس بزرگ شهری- گردشگری و خدمات سبک زندگی لوکس و متمایز	• تمرکز، تنوع و هم افزایی گونه های متعدد فعالیت‌های • گردشگری و تفریحی • ساختار جمعیتی و اجتماعی مرفه و باسواد و تقاضای بالای خدمات متمایز برای کلیه گروه‌های سنی و جنسی به ویژه در حوزه سبک زندگی • برندینگ خاص منطقه و لوکس‌ترین منطقه تهران • تمرکز بالای ثروت در منطقه • اراضی بزرگ مقیاس با قابلیت تغییر یا تثبیت و حفظ کاربری با غلبه فضاهای سبز و باز با رویکرد اقتصادی (انتقال زندان اوین، باغات سوهانک، دامنه‌های کوهستان و ...) • دسترسی مطلوب به مناطق پیرامونی تهران در شمال شرق (لوانان، قشم، آهار و ...) • جزء مناطق با بالاترین درآمد مناطق شهرداری • پتانسیل بالا در استقرار مراکز گردشگری کمتر تجربه شده لوکس	• احداث مراکز اقامتی لوکس (هتل و آپارتمان سرویس) • ایجاد مراکز درمانی- مراقبتی- پاراکلیتیکی لوکس (زیبایی، دندانپزشکی، اسپا، مراکز چک آپ پزشکی (VIP و ...) • توسعه خدمات پشتیبان گردشگری، گردشگری طبیعی و فرهنگی (اقامتگاه‌های طبیعی و کوهنوردی، خدمات تفریحی، مدیریت و ...) • مسکن لوکس و فوق لوکس (ساخت و بازسازی) • ساختمان ترکیبی لوکس مسکونی- تجاری- اداری • توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل سبک شهری هوشمند (تاکسی برقی، دوچرخه، اسکوتر برقی و ...) • خرده فروشی لوکس با رویکرد ایجاد راسته کوچک یا تجمع چند فروشگاه (بوتیک گالری) • رستورانها و کافه‌های لوکس و متمایز عملکردی • گالری‌ها و آتلیه‌های هنری • ایجاد مراکز خدمات مراقبتی لوکس سالمندی • دفاتر کار لوکس و متمایز با رویکرد شخصی و اشتراکی • پارکینگ طبقاتی (بتنی و مکانیزه) با ارائه بسته های تشویقی تجاری- خدماتی	• بافت‌های شهری با مبار کم عرض (بر پایه روستایی) • دسترسی پذیری محورهای درون منطقه‌ای • ضعف حمل و نقل عمومی درون منطقه ای • محدودیت و قیمت بسیار بالای اراضی خصوصی • ترافیک • پارک‌های بیش از حد در بسیار از محورها • بخش‌های مرکزی و شمالی و فتدان کم‌رندگی غربی- شرقی در شمال منطقه به دلیل محدودیت بخش شمالی منطقه در قریب با کوهستان • پارکینگ کمبود شدید

جدول ۴۱- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه دو شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولوئیت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۲ منطقه	سلامت، گردشگری شهری- خرید، سکونت متناوب، بازارگانی، فناوری، خدمات پشتیبان اداری	محوطه و مراکز شهری تجاری و اداری و فعالیتی در بلوار سعادت آباد، شهرک غرب، دامن، دریا، فرحزادی، ایران زمین، سنارخان، میشا، صادقیه، مرزداران، مرکز فرامی برج میلاد و پهنه پیرامون آن، استوار دانشگاه صنعتی شریف، وجود پارکهای متعدد مقیاس فرااستثنای از جمله پردیسان، نهج البلاغه، پرواز و گفت و گو و وجود قطب پزشکی درمانی در منطقه با استقرار پزشکی درمانی در منطقه با استقرار بیمارستانهای لاله، آتیه، عرفان و پهن، میلاد و همچنین مراکز مراقبتی و پاراکلینیکی متعدد و متنوع، وجود رود دره و محله فرحزاد، تنوع سکونت در ۳ پهنه شمالی، میانی و جنوبی منطقه با سکونت طبقات مرفه تا متوسط، استقرار مراکز خرید متعدد و متنوع از جمله میلاد نور، ایران زمین، آپال، آرن، گل‌دیس، رویال، پرواز، بازار گسستی سنارخان، گلستان، مهستان، پاسارگیشا، لیدوما، پلاتین و ..	وجود برج میلاد به عنوان یک مزیت منحصر به فرد، قطبیت درمانی مقیاس شهری و فرانشیزی در منطقه، چشم‌انداز طبیعی، تنوع سکونت، فرحزاد، مراکز تجاری و تفریحی متعدد، وجود دانشگاه شریف و اکوسیستم استارت‌آپی پیرامون	- وجود پهنه منحصر به فرد برج میلاد - دسترسی مطلوب به مناطق پیاپی پیرامون تهران در غرب، شمال غرب و جنوب غرب (کرچ، شهرپار و ...) - جزء مناطق با بالاترین درآمد منطقه در شهر تهران - بالاترین سهم افراد دارای درآمد بدون کار در شهر تهران (عمدتا یازده‌سنگان) - تنوع طبقات اجتماعی ساکن در منطقه (مرفه تا متوسط) - قطبیت درمانی و آموزش عالی در منطقه - دسترسی بسیار مطلوب به شبکه‌های بزرگراهی تهران و همچنین سامانه اتوبوس تندرو و نیز ایستگاههای متعدد مترو - وجود اراضی قابل برنامه ریزی در کنار خطوط حمل و نقل شهری و منطقه‌ای	- توسعه اکوسیستمهای استارت‌آپی، نوآوری و فناوری فضاهاى کار اشتراکى به ویژه در بخشهای جنوبی منطقه و پیرامون دانشگاه صنعتی شریف و برج میلاد - مراکز سلامت و مراقبت و پاراکلینیکی و مراکز چک آپ پزشکی VIP - دفاتر اداری کوچک مقیاس - توسعه مراکز علمی و آموزشی و مهارتی خصوصی به ویژه در بخشهای مرکزی و شمالی منطقه - مراکز خدمات پشتیبان اداری و مالی (همایش و گردهمایی) - مجموع کوچک مقیاس تجاری - ساخت مسکن لوکس (در بخشهای شمالی منطقه) تا میان رده در بخشهای مرکزی و جنوبی منطقه - ایجاد مراکز خدمات مراقبتی لوکس سالمندی - در بخشهای شمالی منطقه - گردشگری غذا با احداث رستورانهای غذایی و فودکورت‌های میان رده (در بخشهای مرکزی و شمالی تا احداث رستوران‌های لوکس (در بخشهای شمالی) - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاههای مترو و خطوط پرسرعت - پارکینگ طبقاتی (بتنی و مکانیزه) با ارائه بسته‌های تشویقی تجاری-خدماتی	- محدودیت و قیمت بالای اراضی خصوصی - در پهنه شمالی منطقه - فرایند طولانی اخذ مجوز در پهنه شمالی منطقه - کمبود پارکینگ و ترافیک بسیار زیاد - مسائل حقوقی مرتبط با اراضی وقفی در شهرک غرب و سعادت‌آباد - مسائل و آسیبهای اجتماعی در فرحزاد و امتداد رود دره ترکیه در شهرک نیایش (اسلام آباد) و پیرامون آن - مشکلات حقوقی مربوط به مالکیت زمین در فرحزاد

جدول ۴۲- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه سه شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۳ منطقه	سلامت، تجاری، اداری، گردشگری- تفریحی، بازرگانی (نمایشگاهی)	مقیاس شهری فرا شهری: کاربری‌های تفریحی-گردشگری و پارک های موضوعی تپه های عباس آباد، نمایشگاه بین المللی، صدا و سیما و مجموعه بیمارستان همجوار همراه با پارک شهری ملت، باشگاه های ورزشی انقلاب، آراآت، مقیاس منطقه‌ای شامل مراکز اقامتی، کشتوری و هتل استقلال مراکز آموزش عالی، بیمارستان‌ها، مراکز فرهنگی، ورزشگاه‌ها، سفارتخانه‌ها، وزارتخانه‌ها، مراکز اداری و محورهاى مختلط تجارى - ادارى- خدماتی، شرتعی، دولت، میرداماد، ولیعصر، چردن، فلتر، گاندی، شیخ بهایی، ملاصدرا، شیرازی، میدان ونک و سیدخندان و تنوع سکونت در قالب محلاتی چون قلهک، دولت، دروس، اختیاریه، میرداماد، آراآت، ونک، فلتر، چردن و زرمند	تمرکز و هم افزایی فعالیت‌های شهری- نمایشگاه تهران- باشگاه انقلاب- بخشی از اراضی عباس آباد- تنوع سکونت	• بالاترین درآمد بین مناطق ۲۲ گانه شهرداری • تقاضای شهری و فراشهری موجود در سگمنت‌های مختلف نوجوانان تا سالمندان • برندینگ و پیشینه منطقه • تمرکز، تنوع و هم افزایی فعالیت‌های موجود • موقعیت شهری و دسترسی مناسب به زیرساخت‌ها • ساختار جمعیتی و اجتماعی عموماً مرده و باسواد • وجود اراضی عباس آباد، نمایشگاه بین المللی، صدا و سیما و مجموعه‌های ورزشی بزرگ مقیاس انقلاب، آراآت • قیمت ارزاتر زمین منطقه نسبت به منطقه ۱ و آلترناتیو لوکس سازی منطقه ۱ • ظرفیت توسعه خدمات تجاری غیر فروشگاهی در منطقه • پروژه در زمینه تغذیه، تفریح و سرگرمی	• احداث مجموعه‌های اداری و بازرگانی متوسط • مقیاس (با توجه به تمرکز مراکز اداری بزرگ و کوچک و همچنین نمایشگاه بین المللی تهران) و باز تعریف نقش و عملکرد نمایشگاه بین المللی تهران • ایجاد مراکز خدمات مراقبتی سالمندی • گردشگری فراغت و ورزشی و آموزشی با توجه به وجود مجموعه عباس آباد، باشگاه انقلاب، پارک ملت و مراکز آموزش عالی و تخصصی موجود • گردشگری سلامت (تمرکز بر ایجاد مراکز پارک‌لینکی و خدمات مراقبتی و درمانی لوکس و متمایز و مراکز چک آپ پزشکی (VIP) • مجموعه های تجاری کوچک مقیاس لوکس (در مقیاس راسته های کوچک، گالریها و دیپارتمان استورهای تخصصی) • سکونت موقت (هتل و آپارتمان سرویس) در حوزه غربی منطقه • پارکینگ طبقاتی (بتنی و مکلیزه) با ارائه بسته های تشویقی تجاری- خدماتی • تجمیع و نوسازی مسکونی در حوزه های مختلط غرب منطقه • نوسازی مسکونی در محله های فرسوده و شرقی منطقه • توسعه خدمات هفت گانه وابسته به مسکن در کل محلات منطقه پروژه در حوزه های مختلط	• محدودیت و مقیاس بالای اراضی خصوصی • قیمت بالای اراضی • تطویل فرایند اخذ مجوز • ترافیک و پارگذاری بیش از حد در بسیار از محوره‌های تجاری- اداری و ازدحام دائمی در غرب منطقه • تعدد رقبا در حوزه تجاری و اداری • کمبود پارکینگ • ترافیک سنگین ناشی از برگزاری نمایشگاه‌های پربازدید و اثر آن بر محوره‌های عبوری منطقه و مناطق پیرامون (مناطق ۲ و ۱)

جدول ۴۳- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه چهار شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۴	سکونت گردشگری (تفریحی) فرآیندی، خرده فروشی، آموزش عالی، فناوری، سلامت، اقامت موقت و اداری	محورهای فعالیتی منطقه‌ای- شهری همچون پاسداران، رسالت شرق، تهرانپارس، دلاوران (بازار سل)، هنگام، فرجام و همچنین قطبیت آموزش عالی در منطقه با تمرکز دانشگاه‌های علم و صنعت، شهید رجایی، شهید عباسپور و شهید چمران و وجود بوستانهای لويزان و باغ پرندگان در منطقه و مراکز سکونتی با اسکان طبقات متوسط در تهرانپارس، مجیدیه، نارمک شمالی، کالاد، لويزان، حسین آباد، شرق پاسداران و مراکز خرید همچون هدیش مال، الماس هروی و ...	چشم انداز طبیعی- تنوع بازار املاک و مستغلات قطبیت دانشگاهی و علمی- اراضی بزرگ مقیاس ذخیره توسعه شهری	- دارای بیشترین جمعیت در بین مناطق - زیرساخت‌های دسترسی بزرگراهی قابل قبول - وجود مرکز دانشگاهی - مهم مانند علم و صنعت و قطبیت آموزش عالی در منطقه - وجود فضای سبز بزرگ - مقیاس همچون پارک جنگلی لويزان - وسعت بالای منطقه - بزرگترین منطقه تهران و وجود اراضی بزرگ مقیاس برنامه ریزی نشده - دسترسی مطلوب منطقه به مناطق پیلایی پیرامون تهران در شمال شرق آن	- توسعه اکوسیستمهای استراتژی، نوآوری و فناوری با توجه به قطبیت دانشگاهی متمایز منطقه - احداث تالارهای برگزاری کسرت و نمایش (به ویژه برنامه های بیگ پروماکسن) - ساخت ساز مسکونی میان رده - احداث دی کلینیک و مراکز پاراکلینیکی - احداث مراکز تجاری متوسط مقیاس تخصصی و محلی - دفاتر اداری کوچک مقیاس - فضاهای کار اشتراکی - مراکز آموزشی مهارتهای تخصصی - ایجاد مراکز خدمات و تفریحات نوجوانان - مجموعه‌های اقامتی ارزان و پانسیون - مراکز پذیرایی (کافه، فودکورت و ...) - احداث مراکز تفریحی و گردشگری مقیاس منطقه با تمرکز بر فضای سبز و باغ	- عدم وجود مراکز بزرگ مقیاس تجاری- تفریحی - شاخص سبترساز توسعه عدم توازن در دسترسی پذیری درون منطقه‌ای - انسداد ارتباط روان نواحی درون منطقه به دلیل وجود اراضی بزرگ مقیاس نظامی، دانشگاهی و فضای سبز - آلودگی صوتی ناشی از کارگاههای صنعتی - ناسازگار بودن شهری در برخی محورهای منطقه

جدول ۴۴- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه پنج شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	منابع سرمایه‌گذاری
۵ منطقه	سکونت متوسط، آموزش عالی، فناوری، خرده فروشی، سلامت و سبک زندگی	دسترسی به کانونهای متعدد تفریحی، خدماتی و گردشگری شهری از جمله مجتمع‌های کوروش مال، مگمال، تیرازه، بوستان، سمرقند، هاپیر استار، ایریک سنتر، پارک ارم، مجموعه ورزشی آزادی، و وجود محورهای خدماتی (تجاری-اداری) از جمله میدان صادقیه، خیابان آیت اله کاشانی، محور جنت آباد، اشرافی اصفهانی، شهرک اکباتان و بلوار فردوس، پونک، پیامبر و شهران.	چشم انداز طبیعی - مراکز تجاری و تفریحی شهری- تنوع بازار املاک و مستغلات- دانشگاه علوم و تحقیقات- بر تقاضاترین منطقه تهران از نظر سکونت	- دسترسی مناسب به پهنه های سبز و باز و مراکز تفریحی و خدماتی مقیاس شهری و فراشهری - تهران در غرب تهران - ساختمانهای جمعیتی و اجتماعی مرتبط با اقلشار متوسط رو به بالا و عمدتاً متمرکز بر خانوارهای جوان - دوری از ترافیک مرکز شهر برای فعالیت مراکز اداری - دارای بیشترین جمعیت در بین مناطق (پس از منطقه ۴) - دسترسی مطلوب به مناطق پیاپی پیرامون تهران در غرب، شمال غرب و جنوب غرب تهران (کرج، شهریار و ...) - دارای بیشترین معاملات اتمام شده مسکن در بین مناطق شهر - دسترسی به کانون‌های متعدد تفریحی، خدماتی و گردشگری شهری مانند کوروش مال، مگمال، تیرازه، بوستان و ... - دسترسی مناسب به شبکه‌های بزرگراهی	- مسکن میان رده و سوئیت آپارتمان (گردشگری روزانه به دلیل نزدیکی به فرودگاه و ترمینال و مترو) - توسعه فعالیتهای لجستیک شهری و بین شهری (انبارهای توزیع و پست سریع السیر، انبارهای تجارت الکترونیک) - ایجاد مراکز خدمات و تفریحات نوجوانان (گیم نت، اتاق فرار، تم پارک و ...) - احداث مراکز سلامت و مراقبت (با تاکید بر مجموعه‌های بیمارستانی) و پاراکلینیکی - خدمات متمایز سبک زندگی خانوار (زنان و کودکان و خانوارها) - مراکز تجاری متوسط مقیاس تخصصی و محلی - دفاتر اداری کوچک و متوسط - فضاهای کار اشتراکی - مراکز آموزشی مهارت‌های تخصصی - رستورانها و کافه های خلاق (کافه کتاب و ...)	کمبود اراضی کافی جهت تعریف پروژه‌های سرمایه‌گذاری

جدول ۴۵- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه شش شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۶	اداری، آموزش عالی، فناوری، درمانی، فرهنگی هنری، گردشگری، خرده فروشی و بازرگانی	محوresهای فعالیتهای شهری اداری و تجاری در قالب خیابان ولیعصر، بلوار کشاورز، خیابان انقلاب، کریمخان، قائم مقام، مطهری، بهشتی، یوسف‌آباد، فاطمی، امیرآباد، ایرانشهر، حافظ، قائم‌مقام، وزرا، شهید قرنی، میدان آرانتین، میدان ولیعصر سکونت سطح بالا در یوسف‌آباد، امیرآباد، بهجت آباد و توانیر دانشگاههای تهران، امیرکبیر، تربیت مدرس، علامه طباطبائی، خوارزمی و ... پارکهای لاله، ساعی، خانه هنرمنان، شفق، نظامی، سفارتخانه‌ها، تعدد مراکز فرهنگی و سینما و مراکز درمانی از جمله امام، شریعی، قلب، پارس، سلمان و راستهای کتاب در انقلاب و کریمخان، پرده و پارچه در زرتشت، کافه و رستوران در ایرانشهر و کریمخان، راسته صنایع دستی در ویلا و ...	تمرکز و تنوع فعالیتهای برتر شهری در مقیاس ملی و فراملی - موقعیت جغرافیایی مرکزی در شهر و دسترسی عالی به منطقه از تمامی نقاط شهر تهران - وجود شهر پختی از اراضی عباس آباد در منطقه	- موقعیت استراتژیک و دسترسی فوق‌العاده از تمام نقاط شهر - به منطقه در قالب انواع مدهای حمل و نقل عمومی و خصوصی - پلاتوین سهم از جمعیت دارای تحصیلات عالی در مناطق شهر تهران - پتانسیل بالا در استقرار فعالیت‌های تجاری اداری - بیشترین فراوانی از مهاجران وارد شده به شهر عمدتاً با تحصیلات عالی - سهم بالای سالمندان از منطقه با توان اقتصادی مناسب و اولویت نیازهای این قشر	- دفاتر اداری کوچک و فضاهای کار اشتراکی - مسکن کوچک مقیاس (عمدتاً تقاضای افراد مجرد) - ایجاد مراکز خدمات مراقبتی سالمندی - پاسیون و مجموعه‌های اقامت موقت ارزان - قیمت به ویژه در مجاورت مراکز درمانی (هزاره سرا) با عملکرد فراشهری و ملی (بیمارستان قلب، امام، شریعی و ...) - دانشگاهها - دی کلینیک و مراکز پاراکلینیک در پیوند با فطیبت درمانی و بیمارستانی منطقه - مراکز اسپا - کافه رستوران‌های هنری و تم دار رکافه تئاتر، کافه گالری، کافه کتاب، کافه سینما و ...) - مراکز آموزشی مهارت‌های تخصصی - مراکز گردشگری کوچک و متوسط (دوره‌هی، پلاتو، بازی، نقد فیلم و ...) به ویژه در محوهرای کریمخان، انقلاب، ویلا، ایرانشهر و خیابان‌های عمودی حد فاصل بلوار کشاورز تا خیابان انقلاب - احداث سالنهای تئاتر کوچک مقیاس - گالری آرت و فروشگاههای تجاری تک و هویت محور - ساماندهی دستروشان و ایجاد بازارچه‌های موقت فاخر - پارکینگ طبقاتی و مکانیزه با ارائه بسته های تشویقی تجاری- خدماتی - توسعه فعالیتهای فرهنگی و تفریحی در اراضی عباس آباد واقع در منطقه - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاه‌های مترو و خطوط پرسرعت - توسعه زیرساختهای حمل و نقل سبک شهری - هوشمند (تاکسی برقی، دوچرخه، اسکوتر برقی و ...)	- مشکلات ترافیکی - به دلیل قرارگیری در مرکز نقل ارتباطی شهر تهران - کمبود فضا و اراضی کافی جهت بازگداری و سرمایه‌گذاری - کمبود شدید پارکینگ - فقدان زندگی - شبهه در سطح مناسب و کافی - آلودگی شدید هوا (عمدتاً ناشی از تردد بالای خودروها در مرکز شهر)

جدول ۴۶- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هفت شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
منطقه ۷	توسعه مسکن (نوسازی بافت‌های فرسوده)، اداری، ورزشی، تفریحی، لجستیک شهری	محورهای سکونت و فعالیت در بهشتی، مطهری، سپهرودی، خواجه‌نظام، اندیشه، سیلان، نظام‌آباد، مدنی، دماوند، ارمنه، عباس‌آباد، امجدیه، بهار و راسته‌های فعالیت کاینات و تجهیزات آشپزخانه (سپهرودی)، تولیدینگ خودرو (سورنا)، غذایی (پیلوفر)، راسته لباس کودک و شوفاز و گرمایش (بهار) تعمیرات خودرو (دماوند) و باغ موزه قصر، مصلی و امجدیه	اراضی قابل بازیابی شهری (پادگانها)- تمرکز فضاهای اداری در غرب منطقه- وجود بخشی از اراضی عباس‌آباد در منطقه	- ظرفیتهای مرتبط نیرو انسانی (بالا ترین نرخ مشارکت اقتصادی در مناطق شهر تهران، بالاترین نرخ زنان سرپرست خانوار و ...) - وجود اراضی بزرگ - مقیاس نظامی و ظرفیت انتقال و تغییر کاربری آنها - تمرکز فعالیت‌های اداری - مقیاس شهری در نیمه غربی - وجود محورهای مهم شهری تجاری، اداری مانند خیابان شریعی، بهشتی و سپهرودی - استقرار استاندارد امجدیه به عنوان قدیمی ترین مجموعه - قوتیابی کشور - وجود اراضی بزرگ - مقیاس در لبه شمالی خیابان دماوند (کاراوها و ...)	- نوسازی بافت های فرسوده در شرق منطقه با رونکرد مسکن میان رده - احداث کاربریهای گردشگری تفریحی و خدماتی مقیاس شهری و فراشهری در اراضی بزرگ مقیاس نظامی (در صورت انتقال پادگانها) - لجستیک شهری (انبارهای توزیع، پست سریع و تجارت الکترونیک) - دفاتر کار اشتراکی - دفاتر اداری کوچک مقیاس - کافه و رستوران در ترکیب با فعالیت‌های فرهنگی و هنری (کافه تئاتر، کافه گالری، کافه کتاب، کافه سینما و ...) - مراکز اسبا - پارکینگ طبقاتی و مکانیزه به ویژه در غرب منطقه با ارائه بسته های تنوعی تجاری- خدماتی - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاه‌های مترو و خطوط پرسرعت - توسعه زیرساختهای حمل و نقل سبک شهری - هوشمند (تاکسی برقی، دوچرخه، اسکوتر برقی و ...) - توسعه فعالیت‌های فراغتی و تفریحی در اراضی عباس‌آباد واقع در منطقه - توسعه فعالیت‌های ورزشی در درون و پیرامون مجموعه ورزشی امجدیه - ایجاد و توسعه ایستگاه‌های شارژ خودرو برقی	- دوگانگی توسعه فضایی بین غرب و شرق منطقه - اتسداد ارتباط - رون نواحی درون منطقه به دلیل وجود اراضی بزرگ - مقیاس نظامی در شرق خیابان شریعی - فقدان زندگی - شباهه در سطح مناسب و کافی در بخش‌های غربی منطقه - ترافیک بالا در مناطق غربی منطقه - جاذبیت پایین لبه محور دماوند از لحاظ عملکردی و بصری

جدول ۴۷- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هشت شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۸ منطقه	سکونت، سلامت، گردشگری شهری و خرده فروشی	محورها و کانونهای فعالیت هفت حوض، دکتر آیت، دردشت، ضلع شمالی خیابان دماوند، رسالت شرق، گلبرگ و همچنین محلات سکونتی با کیفیت در نارمک، و در سطوح بعدی مجیدیه، وحیدیه و تسلیحات	وجود سکونت مطلوب در محله نارمک زیبا- محوهای فعال منطقه ای دردشت- هفت حوض- فضای سبز محلی شاخص	- ظرفیت مناسب استقرار بازارهای محلی در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای تا شهری در پیوند با مراکز تجاری هفت حوض و دکتر آیت و دردشت - ظرفیت های سکونتی - مهم و پویا محله نارمک دسترسی پذیری مطلوب شهری به درون و پیرامون شهر تهران	- نوسازی بافت فرسوده با رویکرد مسکن میان رده - توسعه زیرساختهای حمل و نقل شبکه شهری - هوشمند (تاکسی برقی، دوجرخه، اسکوتر برقی و ...) - احداث پارکینگهای طبقاتی با ارائه بسته‌های خدماتی - تنویتی تجاری- خدماتی - احداث مراکز درمانی با عملکرد منطقه‌ای - کافه رستوران‌های هنری و تم دار (کافه تئاتر، کافه گالری، کافه کتاب، کافه سینما و ...)	- مشکلات زیست محیطی ناشی از صنایع کارگاهی محلی به ویژه در محلات مجیدیه و وحیدیه - ترافیک و ازدحام زیاد ناشی از تراکم بالای جمعیت - ضعف دسترسی‌های حمل و نقل عمومی درون منطقه ای

جدول ۴۸- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه نه شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۹	حمل و نقل و لجستیک- فناوری- توسعه مسکن- تجاری و خدمات محلی	مراکز مقیاس فرانشیزی از جمله فرودگاه مهرآباد، میدان و برج آزادی و همچنین استقرار مراکز صنعتی در محور صنعتی فتح (شیرپاک، ایران پویا، لبنیات می‌ماس، پارسی کولا و ...) و وجود مراکز نظامی منطقه (پایگاه یکم شکاری، پادافند، دانشگاه هواپیمایی ستاری و ...) و در حوزه سکونت تعدد شهرک‌های مسکونی و محلات مهرآباد، شمشیری، استاد معین و بازارچه شمشیری	دسترسی‌های برون شهری- فرودگاه مهرآباد- میدان و برج آزادی- وجود اراضی بزرگ مقیاس فرودگاهی، نظامی، صنعتی و انبار	• اراضی بزرگ مقیاس • فعالیتی و نظامی درون و همجوار • فرودگاه مهرآباد • وجود کارگاه‌های تولید و مراکز صنعتی در جنوب منطقه در محور فتح	• توسعه بهره برداری از ظرفیت گردشگری میدان آزادی با رویکرد گردشگری انبوه • نوسازی بافت‌های فرسوده در زبر متوسط • احداث مسکن با رویکرد کوچک مقیاس • تبدیل اراضی صنعتی به مراکز لجستیک و انبارداری مدرن با توجه به نزدیکی به فرودگاه و ترمینال غرب • احداث فروشگاه‌های بزرگ مقیاس تجاری در محور فتح (بازاقرنی) فضاهای صنعتی و کارگاهی با احداث مراکز تجاری به صورت اوت لت یا مجموعه‌های چند منظوره تجاری، فرهنگی و خدماتی • ایجاد بازارچه‌های محلی • افزایش خدمات فرهنگی و تفریحی • سرمایه‌گذاری در ایستگاه‌های شارژ خودرو برقی • ایجاد اکوسیستم‌های فناوری و استارت‌آپی در حوزه حمل و نقل • احداث کلینیک‌های خودرویی	• آلودگی صوتی ناشی از فعالیت فرودگاه و نشست و برخاست هواپیما • اراضی نظامی و بدون دفاع شهری پیرامون فرودگاه • مشکلات ناشی از آلودگی و عدم مدیریت پسماند در برخی از محلات

جدول ۴۹- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه ده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۰	سکونت	محلات سکونت سلسبیل، کارون، پریانک، هفت چنار، هاشمی و زنجان جنوبی، مسجد لولاکو، مراکز درمانی بیمارستانی شهریار، لولاکو، اقبال و پاک، بوستان هفت چنار، بازار پوشاک سلسبیل، بازار چهارراه گلی، بازار پرده فروشی امامزاده عبدالله، بازار حیوانات خانگی در نواب	قلب شهری خرید خانه‌های اولی‌ها در تهران	- دسترسی پذیری بسیار مطلوب به نقاط درونی و بیرونی شهر تهران - موقعیت مرکزی و نزدیکی به بازار تهران و مناطق تجاری شرقی - نیروی کار جوان و فعال - محلات قدیمی و سرزنده شهری با ترکیب سکونت و خرده فروشی	- فضاهای چندمنظوره تجاری و خدماتی - ساخت مراکز چندمنظوره تجاری و خدماتی - محل‌های در امتداد خیابان‌های رودکی، کمیل یا هاشمی - احداث مراکز پاراکلینیک و خدمات پشتیبان - مراکز درمانی متعدد موجود در منطقه - احداث پارکینگ طبقاتی (مکانیزه یا پستی) با ارائه بسته‌های تشویقی تجاری - خدماتی - ساخت مجتمع‌های تجاری و خدمات درمانی خصوصی - نوسازی بافت‌های فرسوده با مسکن میان رده - احداث مسکن با رویکرد کوچک مقیاس	- بیشترین تراکم در بین مناطق شهر تهران - کمبود اراضی کافی جهت تعریف پروژه‌های عمرانی و سرمایه‌گذاری

جدول ۵۰- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه یازده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت‌های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۱	انواع گردشگری، اداری، راسته‌های خرده‌فروشی، سکونت، سلامت، فرهنگی و فناوری	تمرکز بیشترین رسته های تجاری شهر تهران در منطقه ۱۱ از جمله رسته کتاب انقلاب، بازار لوازم ورزشی منیریه، شاپور راسنه آمپوه فروشی وحدت اسلامی، راسنه تجهیزات پزشکی و موبایل و تلویزیون در جمهوری، راسنه های پوشاک در جمهوری و لیانی نژاد، خواروار مولوی، دودچرخه گمرک، انبار نفت، قطعات خودرو سبک و سنگین خیابان قزوین، لوازم نظامی سپه و گمرک، عینک در فلسطین و مراکز متعدد دیگر و محلات سکونتی نسبتا با کیفیت در منیریه، امیریه، جمال زاده، شیخ هادی، حر، جمهوری، فلسطین، محدوده سکونتی پاستور و مراکز سکونتی ضعیف تر در هلال احمراف عباسی، مختاری، مراکز دانشگاهی از جمله امیرکبیر و دانشگاه تربیت معلم و دانشگاه‌های نظامی و افسری، مجموعه تئاتر شهر و تالار رودکی و پیاد راه فرهنگ، بوستان دانشجو و اماکن متعدد تاریخی و گردشگری با قدمت ۱۰۰ تا ۱۵۰ ساله، مراکز بیمارستانی از جمله فارابی، بیمارستان روزبه مجاورت بیمارستان رازی	تعدد مراکز فرهنگی- تفریحی مراکز اداری، سیاسی و تجاری و خدماتی در مقیاس شهری و فراشهری	- مراکز تفریحی - سیاسی و فرهنگی - استقرار راسنه های تخصصی بسیار متعدد در منطقه (در بالاترین سطح بین مناطق تهران) - استقرار محله‌های تاریخی و قدیمی از جمله منیریه، امیریه، شاپور با ظرفیت توسعه گردشگری فرهنگی- شهری - جمعیت شاسور بسیار بالای منطقه (قرب به ۱.۵ میلیون نفر) - استقرار بیمارستان فارابی به عنوان قطب چشم پزشکی کشور - وجود گردشگری شهری و حضور مسافران تجاری	- توسازی ساختمان‌های تاریخی به هتل‌های بوتیک و اقامتگاه‌های لوکس - کافه و رستوران در ترکیب با فعالیتهای فرهنگی و هنری (کافه تئاتر، کافه گالری، کافه سینما و ...) - در بخشهای مرکزی منطقه ساماندهی دستفروشان در قالب بازارچه محلی یا پیاده راه - توسعه مراکز نمایش و تئاتر خصوصی در بخشهای مرکزی منطقه - احداث همراه سرا برای اسکان همراهان بیمار در نزدیکی بیمارستان فارابی و رازی - ایجاد اکوسیستمهای فناوری و استارت‌آپی و توسعه فضاهای کار اشتراکی - احداث دفاتر کار کوچک مقیاس - احداث پارکینگ طبقاتی و مکانیزه با ارائه بسته های تشویقی - تجاری- خدماتی - توسازی مبتنی بر رویکرد TOD در اطراف ایستگاههای مترو و خطوط پرسرعت - توسازی بافتهای مسکونی فرسوده با اولویت مسکن میان رده - تا کوچک مقیاس به ویژه در بخشهای غربی و جنوبی منطقه و همچنین - اعیان سازی سکونت در بخشهای مرکزی و شمالی - احداث مراکز پاراکلینیک و خدمات پشتیبان مراکز درمانی - متعدد موجود در منطقه - ساخت مراکز چندمنظوره تجاری و خدماتی محله‌ای در بخشهای غربی و جنوبی - توسعه زیرساختهای حمل و نقل سبک شهری هوشمند (تاکسی برقی، دودچرخه، اسکوتر برقی و ...)	- آلودگی‌های ناشی از وجود کارخانه دخانیات پیرامون یافت مسکونی مجاور - همجواری با محله هرندی (منطقه ۱۲) - به عنوان یکی از محلات با آسیب‌های اجتماعی بالا در پهنه جنوبی - پارکینگ کمبود شدید - فقدان زندگی شایانه در سطح مناسب و کافی

جدول ۵۱- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه دوازده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه گذاری	اولویتهای سرمایه گذاری	موانع سرمایه گذاری
۱۲	انواع گردشگری (فرهنگی - تاریخی، غذا، خرید) - خرده فروشی - بازرگانی	بازار تهران، کاخ گلستان، موزه های ایران باستان، موزه ملی ایران، آگینه، عبرت، صلح، پارک شهر، باغ نگارستان، مسجد سپهسالار، خانه های متعدد تاریخی از جمله خانه فخرالدوله، اتحادیه و ... میدان توپخانه، راسته های متعدد تجاری در لاله زار، فردوسی، محور فرهنگی و تجاری سی تیر، انقلاب، سپه، جمهوری، بهارستان، حافظ، خیام، ناصرخسرو، مصطفی خمینی، مولوی، شوش، هفده شهریور، خیابان ری، مجلس شورای اسلامی، خانه شهر، سفارتخانه ها، پاساژ چهارسو و محلات مسکونی عودلاجان، ایران، بهارستان، پامنار، امامزاده یحیی، سنگلج، بازار، هرندي، تخی	تهران قدیم- هویت تاریخی و شهری - بازار بزرگ تهران - مراکز متعدد فرهنگی و تاریخی و گردشگری در مقیاس ملی	- عرصه های و ساختمانهای فراوان تاریخی و فرهنگی - استقرار بزرگترین بازار کشور در این منطقه - وجود راسته های متعدد تجاری و فرهنگی - ظرفیت گسترده مرمت و بهسازی بافت‌های فرسوده مسکونی و تجاری در درون و پیرامون بازار و در راسته خیابانهای تجاری فعال در منطقه - وجود مراکز تجاری مدرن در اطراف بافت بازار بزرگ	- توسعه بازارهای تخصصی و مراکز خرید با تمرکز روی جذب گردشگر - مرمت و بهسازی بازار و تیمچه‌ها - مرمت و ساخت اقامتگاه‌های بوم‌گردی - ایجاد پیاده‌راه‌های جدید و ارائه خدمات جانبی و مکمل تجاری - تقویت تجاری- خدماتی و فرهنگی محورهای تاریخی در عودلاجان، پامنار - سلماندهی دستفروشان در قالب بازارچه محلی با پیاده راه - پارکینگ مکانیزه با ارائه بسته های تشویقی - توسعه زیرساختهای حمل و نقل سبک شهری - توسعه خدماتی - هوشمند (تاکسی برقی، دوچرخه اسکوتر برقی و ...) - توسعه صنایع کوچک و متوسط و بازارچه های محلی (در حوزه مشاغل خانگی، صنایع دستی، فضاهای اشتراکی کارگاهی و ...) - در محلات مسکونی پامنار، امامزاده یحیی، هرندي و ...	- فرسودگی و ریزندگی املاک و مستللات - ضعف شدید و فرسودگی زیرساختهای منطقه - وجود محله‌هایی همراه با آسیب‌های اجتماعی - بالا ماندن محلات هرندي و تخی - دارای ترافیک بالا و کمبود پارکینگ به دلیل وجود مراکز بازرگانی بزرگ - فقدان زندگی شایسته در سطح مناسب و کافی - ایمنی ضعیف در بازار به لحاظ زیرساخت و خدمات آتیش نشانی و آفرانس

جدول ۵۲- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه سیزده شهر تهران

موانع سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	ظرفیت سرمایه‌گذاری	مزیت‌های منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	تخصص غالب منطقه	منطقه
- مستغنی و عدم تقارن بافت منطقه به دلیل وجود اراضی وسیع نظامی و صنعتی (دوشان تپه) - دسترسی پذیری نامناسب پهنه شرقی - غربی منطقه - استقرار کاربری‌های صنعتی و کارگاهی در مجاورت بافت مسکونی در بخش‌های شرقی و جنوبی منطقه - همجاری با مراکز نظامی و محیط زیستی در شرق منطقه	- ساخت مجتمع‌های تجاری - خدماتی چند منظوره در مقیاس متوسط محلی و ناحیه‌ای در محلات صفا، امامت و ... - احداث مجموعه‌های تفریحی - خدماتی در اراضی دوشان تپه (به شرط انتقال فعالیت‌های نظامی به خارج از شهر و تغییر کاربری) - ساخت و ساز مسکن میان رده - توسعه مراکز درمانی و دی کلینیک‌های محلی - ظرفیت توسعه و تغییر کاربری اراضی نظامی - در پیرامون منطقه با رویکرد توسعه خدمات تفریحی و گردشگری - توسعه مراکز خدماتی سبک زندگی در مقیاس محلی - پارکینگ طبقاتی با ارائه بسته‌های تشویقی - تجاری - خدماتی - احداث پارکینگ‌های طبقاتی در شمال خیابان - پیروزی و جنوب خیابان دماوند	- انتقال اراضی نظامی در دوشان تپه و توسعه فضاهای خدماتی - تفریحی منطقه و شهر در آن - توان اقتصاد خانوارها در جهت پوشش تقاضای محلی و ناحیه‌ای - استقرار فضای سبز وسیع پارک جنگلی سرخه حصار	سرخه حصار - اراضی قابل بازیابی شهری (پادگان و ورودگاه دوشان تپه) - دروازه ورودی و خروجی شمال شرق تهران	محلات نیروی هوایی، صفا، پیروزی، تهران نو، اراضی دوشان تپه، محور تجاری در شمال خیابان پیروزی و جنوب خیابان دماوند، پارک جنگلی سرخه حصار و خجیر و پادگان دوشان تپه	سرخه حصار، گردشگری، توسعه خدمات محلی	۱۳

جدول ۵۳- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه چهارده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۴	توسعه مسکن (نوسازی بافت فرسوده)، ورزشی، گردشگری فرهنگی، خرده فروشی	محلات چهارصد دستگاه، شیوا، دولاب، پرستار، ابوذر، عارف، شکوفه، قصر فیروزه، جوادیه، وجود سینماهای متعدد با قدمت بالا، استقرار ورزشگاه تختی تهران، استقرار گورستانهای ۵ گانه مسیحیان در محدوده دولاب، وجود بازار گل شهید محلاتی	دروازه دولاب - یادمان‌های اقلیت‌های دینی، محل تولد و رشد بسیاری از ورزشکاران و هیرمنان قدیمی و برند ورزشی منطقه - هویت فرهنگی منطقه	- تعدد مراکز تاریخی - - فرهنگی مانند گورستان آرامنه و باغ سلیمانیه و ظرفیت توسعه گردشگری فرهنگی و بین الدیانی - استقرار ورزشگاه تختی در این منطقه - برند هویت ورزشی و فرهنگی منطقه - وجود محله‌های سکوتی با قدمت بالا مانند چهارصد دستگاه، عارف و ...	- توسعه و احداث مرکز گردشگری فرهنگی صالح در محدوده گورستانهای ۵ گانه مسیحیان در خیابان تاجری (پاسدار گمنام) به صورت پیاده راه فرهنگی - احیا محور سنتی خاوران از طریق توسعه و تقویت عملکرد و کیفیت بدنه تجاری در بخش شمالی حذفاصل خیابان هفده شهریور تا بزرگراه امام علی - ساخت و ساز مسکن با رویکرد مسکن کوچک - مقیاس و حداکثر میان‌برده در محلات جنوبی و مرکزی - توسعه مراکز درمانی و دی کلینیک‌های محلی - در محدوده آهنگ و محلات جنوبی - توسعه زیرساختهای ورزش حرفه‌ای و همگانی - با توجه به هویت ورزشی منطقه - ظرفیت توسعه و تغییر کاربری اراضی نظامی - در پیرامون منطقه با رویکرد توسعه خدمات تفریحی و گردشگری - احداث میادین میوه و تره‌بار و بازارچه‌های محلی - ایجاد بازارچه‌های تخصصی و مراکز کارآفرینی - اشتغال‌زا (مشارکت خانگی) در محلات ضعیف تر جنوبی و مرکزی	- وجود آسپنها - اجتماعی در برخی محلات - جنوبی و مرکزی منطقه - دوپارگی - منطقه در بخش شرقی و غربی - با پوش توسط بزرگراه بسیج - همجاری با مراکز - نظامی در شرق منطقه - ریزداگی بسیاری - از بلوکها و نفوذپذیری پایین - دسترسیها - فرسودگی - زیرساختها در بافت مرکزی منطقه

جدول ۵۴- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه پانزده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولوئیت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۵	توسعه مسکن (نوسازی بافت فرسوده) - گردشگری (تفریحی) - خرده فروشی - اجسنتیک (خدمات حمل و نقل و انبارداری)	محورهای فعال منطقه‌ای فدائیان اسلام، بروجردی، خوارزم، بهشت، شوش، افسریه - دروازه جنوب شرق تهران (جاده مشهد) و محل استقرار فعالیتهای نلسازگار و مزاحم منتقل شده از درون شهر - بازار بلور میدان شوش - بوسنان های بزرگ شهری همچون آزادگان، پلوان و توسکا- قطعات بزرگ مقیاس پارکداز در جنبه شرقی خیابان فدائیان اسلام- مجموعه تجاری سرای ایرانی، کارخانه سیمان تهران (واحد هفتم)، کاربری‌های حوزه حمل و نقل و انبارداری در لبه بزرگراه‌های بسیج، بهشت و آزادگان با مقیاس شهری و فراشهری.	دروازه جنوب شرق تهران (جاده مشهد) - بازار شوش - پارکدازهای بزرگ - فضاهاى سبز و باز گسترده و شهری	- وجود اراضی بزرگ - مقیاس خصوصی و عمومی (پارکدازها، گازرها و بوستانها و دیگر اراضی بزرگ مقیاس عمومی) با توجه به دسترسی پذیری مطلوب شهری - وجود جمعیت جوان و تقاضای بالقوه موجود در ایجاد مراکز توبین اشتغال و خدمات - پتانسیل پارافرنی شهری در بافت‌های فرسوده - وجود پهنه‌های سبز گسترده در جنوب منطقه - ظرفیت آزادسازی اراضی ناشی از انتقال صنایع و کاربری های مزاحم - ظرفیت توسعه و پارافرنی عملکردی محور فدائیان اسلام - قابلیت ارتقاء عملکردی محورهای مهم منطقه - ظرفیت اراضی پیرامون میدان بسیج برای تبدیل به قطب عملکردی شهری	- نوسازی بافت فرسوده و مسکن کوچک مقیاس (زیر ۵۰ مترمربع) - اجسنتیک شهری و دروازه ای (شامل انبارهای شرکتیهای تجارت الکترونیک، انبارهای زنجیره سرد، انبارهای حمل و نقل سریع، خدمات حمل و نقل شهری و ...) - ایجاد مراکز تجاری - خدماتی محلی با تمرکز بر خدمات رفاهی محلی از جمله فروشگاهها، دی کلینیکها، مراکز ورزشی، آموزش مهارت‌ها و ... - توسعه صنایع کوچک و متوسط و بازارچه های محلی (در حوزه مشاغل خانگی، صنایع دستی، فضاهاى اشتراکی کارگاهی و ...) - ساماندهی دستفروشان در قالب بازارچه محلی یا پیاده راه - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاه‌های مترو و خطوط پرسرعت - سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مدیریت هوشمند پسماند، انرژی (نیروگاه خورشیدی و بادی) و آب - سرمایه‌گذاری در ایستگاه‌های شارژ خودرو برقی - توسعه مراکز درمانی	- گرایش سرمایه گذاری های بزرگ - مقیاس در منطقه با توجه به پیشینه موقعیت دروازه ای و جنوب شهری و بافت اقتصادی - اجتماعی ساکنین - بافت فشرده کالبدی و نفوذپذیری پایین در بسپار محلات و واحی و فقدان زمین برای توسعه محلی - کمبود زیرساختهای به روز شهری - مسائل اجتماعی و فرهنگی و آسبهای اجتماعی منطقه - گستره های وسیع - کارگاهی انبارداری و جمعیت شافل در آنها و تردد های وسایط سنگین وابسته از جمله عوامل کاهش جذابیت منطقه - برای ایجاد کاربری های شاخص و به روز منطقه ای و شهری و جذب سرمایه گذاری در منطقه محسوب می شوند. - ریسک بالای سرمایه گذاری و نرخ بازدهی عموما پایین تر از مناطق مرکزی و شمالی - گسست ساختار منطقه و شکل دسترسی پذیری مستقیم به گستره های بزرگ مقیاس قابل توسعه با توجه به شبکه های بزرگراهی منطقه

جدول ۵۵- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه شانزده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۶	توسعه مسکن بافت فرسوده- خرده فروشی- حمل و نقل و لجستیک- گردشگری- ورزشی	وجود راه‌آهن تهران، پایانه جنوب، بازار دوم نازی آباد، لوتوس مال، بازارچه جوادیه، راسته غذایی میدان بهمن و بلوار دشت آزادگان (چگرگی‌ها)، شهید رجایی، ضلع غرب خیابان قدائیان اسلام، فرهنگسرای بهمن، پارک بعثت، ورزشگاه مروج‌کار، ورزشگاه دخانیات، اراضی بزرگ مقیاس انبارداری در حدفاصل محدوده راه آهن و خیابانهای شهید رجایی، شوش و بعثت و محلات سکونت‌نای آباد جوادیه، یاغچی آباد، باغ آذری، خزانه و علی‌آباد	بازار دوم نازی آباد، راه‌آهن تهران، راسته غذایی میدان بهمن، پایانه جنوب، ظرفیت اراضی بزرگ مقیاس (کارآزها) در غرب خیابان قدائیان، محل تولد و رشد بسیاری از ورزشکاران و هنرمندان قدیمی و دارا بودن فرهنگ و ورزشی منطقه	- استقرار مراکز مهم لجستیکی مانند گمرک تهران و راه‌آهن و پایانه جنوب - دسترسی به بزرگراه‌های مهم شهری مانند شهید نواب صفوی، آزادگان و شهید رئیس - وجود راسته غذایی میدان بهمن با عملکرد شهری - استقرار محور تجاری بازار دوم با عملکرد فرامسقطی و بازارچه جوادیه با عملکرد ناحیه‌ای و همجاری با بوستان ولایت - ظرفیت آزادسازی اراضی بزرگ مقیاس مربوط به حمل و نقل و توسعه مراکز تفریحی و خدماتی - مقیاس شهری - کیفیت قابل توجه - سکونت در بخشهای از منطقه از جمله محدوده شمالی محله نازی آباد - هویت ورزشی و فرهنگی منطقه	- تبدیل نواحی صنعتی به پارک‌های فناوری و شرکت‌های نوپا و ایجاد پارک‌های کارآفرینی - ساخت انبار و مرکز لجستیکی مدرن، ایجاد پارک حمل‌ونقل هوشمند با ظرفیت اتصال به خطوط ریلی و بزرگراهی و پایانه‌ای موجود - احداث پارکینگ طبقاتی در محدوده نازی آباد - و خزانه - سازماندهی دستفروشان در قالب بازارچه محلی یا پیاده راه - توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و مهارت‌آموزی در محلات باغ آذری، خزانه و جوادیه - سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مدیریت هوشمند، پسماند، انرژی (نیروگاه خورشیدی و بادی) و آب - توسعه زیرساخت‌های ورزش حرفه‌ای و همگانی - با توجه به هویت ورزشی منطقه - مراکز توسعه نوآوری و استارت آپ - توسعه مراکز کار و فعالیت در در برون - فیلدهای شهری	- اختلافات حقوقی بر سر برخی اراضی موجود بین شهرداری و راه‌آهن - الودگی ناشی از فعالیت‌های صنعتی - مکان‌آلودگی و آلودگی صوتی - متنوع ۱۶ (روغن نباتی قوی، آتیار راه آهن و انبار غله و...) - الودگی صوتی و زیست محیطی ناشی از فعالیت‌های حمل و نقل ریلی و سایر فعالیت‌های صنعتی - مسائل اجتماعی و فرهنگی و آسیب‌های اجتماعی منطقه - تفاوت‌پذیری بخش‌های زیادی از منطقه

جدول ۵۶- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هفده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۷	توسعه مسکن در بافت فرسوده- بازارهای تخصصی تجاری- ورزشی	بازارهای تجاری مقیاس فرامنطقه‌ای و شهری در بافت آباد و امامزاده حسن- وجود محور نیلوفری (بازا فرینی مسیر قطار تهران- تبریز از طریق زیر گذر نمون) - سکونت مراکز در بسیاری از محلات از جمله بافت آباد، آذری، امامزاده حسن، بلورساز، سجاد، مقدم، ابوذر	بازارهای تجاری مقیاس فرامنطقه‌ای و شهری در بافت آباد و امامزاده حسن- نیلوفری (بازا فرینی) مسیر قطار تهران- تبریز	- مراکز تجاری متعدد - فروش مسلمان، پوشاک، لوازم خودروهای سبک و سنگین، فروشگاه‌های صنایع و مصنوعات الومینیوم، در راسته هیا مختلف منطقه - هویت سنتی و مذهبی منطقه - احداث و ارتقا عملکرد پروژه تجاری- خدماتی- فرهنگی محور نیلوفری (زیر گذر نمون) مسیر قطار تهران- تبریز	- نوسازی مراکز ورزشی خصوصی و مجتمع‌های فرهنگی-تجاری - نوسازی و تجمیع پلاکها در بافت فرسوده در محله‌های زمزم، بلورساز و امامزاده حسن با رویکرد مسکن کوچک مقیاس - تقویت خدمات تکمیلی و جانبی تجاری در محدوده های تجاری- شهری بافت آباد و امامزاده حسن - احداث و ارتقا عملکرد پروژه تجاری- خدماتی- فرهنگی محور نیلوفری (زیر گذر نمون) مسیر قطار تهران- تبریز - توسعه پارکینگهای طبقاتی در پیرامون محور نیلوفری - توسعه صنایع کوچک و متوسط و بازارچه های محلی (در حوزه مشاغل خانگی، صنایع دستی، فتهای اشتراکی کارگاهی و ...) - احداث مراکز محله با خدمات تجاری، درمانی و فرهنگی و رفاهی - توسعه زیرساختهای ورزش حرفه‌ای و همگانی با توجه به هویت ورزشی منطقه - ایجاد و توسعه مسیرهای پیاده تجاری- فرهنگی در محدوده امامزاده حسن.	- مسائل اجتماعی و فرهنگی و منطقه - متراکم ترین منطقه تهران و بافت فشرده کابندی در بسیار محلات و نزاحی و فقدان زمین کافی برای توسعه - سراه بسیار پایین خدمات محلی - ریسک بالای سرمایه گذاری و نرخ بازدهی عموما پایین تر از مناطق مرکزی و شمالی

جدول ۵۷- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه هجده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۸	توسعه مسکن در بافت فروسده- صنایع کارگاهی شهری- کشاورزی شهری- لجستیک-تجاری مقیاس شهری	وجود محورها و کانوینهای صنعتی- کارگاهی در منطقه کوره های اجریزی، عرصه های کشاورزی، بازار آهن تهران شادآباد و محلات سکونی شپرک ولیعصر، فردوس، تولیداو، شادآباد	صنایع کارگاهی شهری- وجود اراضی بزرگ مقیاس شهری (کشاورزی- انبار- صنایع- کوره اجریزی و ...)- دسترسی پذیری مطلوب به شهرهای قم و ساوه	- وجود مراکز تجاری با عملکرد فر منطقه‌ای مانند بازار آهن - استقرار انواع انبارها و وجود اراضی بزرگ مقیاس - وجود صنایعی با عملکرد فر منطقه‌ای همچون شیر پاستوریزه و کیان تایر - استقرار محوره‌های سکونی در حاشیه شمال و شرق منطقه - وجود اراضی وسیع - مقیاس (خالی از انبیه و فعالیت) مانند کوره‌های اجریزی - وجود فعالیت‌های کشاورزی در بخشی‌هایی از منطقه - دسترسی مطلوب به سمت ساوه و قم	- ایجاد مراکز عرضه تجاری-صنایع کارگاهی با رویکرد ارائه نمایشگاهی و فروش در مقیاس شهری (ارت لنیا، فروش کالاهای حجیم و ...) - توسعه صنایع کوچک و متوسط و بازارچه های محلی (در حوزه مشاغل خانگی، صنایع دستی، فضاهای اشتراکی کارگاهی و ...) - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاه‌های مترو و خطوط پرسرعت - سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌های مدیریت هوشمند پسماند، انرژی (نیروگاه خورشیدی و پادی) و آب - سرمایه‌گذاری در ایستگاه‌های شارژ خودرو برقی - ساخت انبارها و مراکز لجستیک با فناوری نوین - ساخت انبار و مرکز لجستیک مدرن، ایجاد پارک حمل‌ونقل هوشمند، اتصال به خطوط ریلی و بزرگراهی - احداث و توسعه مراکز گردشگری کشاورزی شهری در مزارع جنوبی منطقه	- کمبود گرایش سرمایه گذاری های بزرگ - مقیاس در منطقه با توجه به پیشینه، موقعیت دروازه ای و جنوب شهری و بافت اقتصادی-اجتماعی ساکنین - وجود فضاهای بی دفاع شهری - عدم وجود زیرساخت‌های مناسب شهری مانند حمل و نقل - حاشیه‌ای بودن و تداخل شدید کاربری‌های شهری و فرا شهری - آسپ‌های اجتماعی منطقه مانند اسکان مهاجران غیرقانونی و اسکان افراد در کوره‌های اجریزی - گسستگی بافت و عدم انسجام فضایی - ریسک بالایی سرمایه گذاری و نرخ بازدهی عموماً پایین تر از مناطق مرکزی و شمالی

جدول ۵۸- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه نوزده شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۱۹ منطقه	توسعه مسکن بافت فرسوده - لجستیک - گردشگری - بازارهای تخصصی تجاری	محلات سکونت‌ی خانی آباد، شریعتی، بهمنیار، عبدال آباد، دولتخواه، نعمت آباد، شکوفه وجود بازارهای شهری قابل توجه از جمله در عبدال آباد، نعمت آباد، صالح آباد، میدان مرکزی میوه و تره بار	دروازه جنوبی تهران - نزدیکی به حرم مطهر، بهشت زهرا و نمایشگاه شهر آفتاب - وجود بازارهای شهری قابل توجه از جمله در عبدال آباد، نعمت آباد، صالح آباد، میدان مرکزی میوه و تره بار	- اهمیت بالایی منطقه به واسطه دسترسی همزمان به بزرگراه‌های آزادگان، بزرگراه ایستگاه سمنی، بزرگراه شهید تندگویان و بزرگراه کاظمی و آژدره تهران به قم و ساوه - نزدیکی به مراکز مهمی مانند آرامگاه امام خمینی و بهشت زهرا - وجود بازارهای مهم با مقیاس عملکردی شهری و فراشهری مانند بازار پارچه و پوشاک عبدال آباد و میل نعمت آباد و بازار مرکزی میوه و تره و بار تهران - وجود اراضی بزرگ - مقیاس و بدون فعالیت مانند کوره‌های آجرپزی - وجود برخی فعالیت‌های کشاورزی مستقر در منطقه	- نوسازی بافت‌های فرسوده و توسعه مسکن کوچک مقیاس در با اولویت محلات عبدال آباد و دولت خواه - ایجاد مراکز عرضه تجاری- صنایع کارگاهی با رونکرد ارائه نمایشگاهی و فروش در مقیاس شهری (اوت لنیا، فروش کالاهای حجیم و ...) - بازآفرینی اراضی کوره‌های آجرپزی با رویکرد استقرار خدمات تفریحی- رفاهی- فراغتی در مقیاس شهری و منطقه ای - تقویت فعالیت‌های جانبی در پشتیبانی از بازارهای شهری عبدال آباد، ... (خدمات پذیرایی، خدمات تفریحی، رفاهی و ...) - احداث و توسعه مراکز گردشگری کشاورزی شهری در مزارع جنوبی منطقه - سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مدیریت هوشمند پسماند، انرژی (نیروگاه خورشیدی و بادی) و آب - سرمایه‌گذاری در ایستگاه‌های شارژ خودرو برقی - ساخت انبار و مرکز لجستیکی مدرن، ایجاد پارک حمل‌ونقل هوشمند، اتصال به خطوط ریلی و بزرگراهی	- عدم گرایش سرمایه‌گذاری های بزرگ - مقیاس در منطقه با توجه به پیشینه، موقعیت دروازه ای و جنوب شهری و بافت اقتصادی- اجتماعی ساکنین - عدم وجود زیرساخت‌های مناسب شهری - انهم از مراکز درمانی، حمل و نقل و ... - آسپ‌های اجتماعی منطقه مانند اسکان مهاجران غیرقانونی و اسکان افراد در کوره‌های آجرپزی - ریسک بالای سرمایه‌گذاری و نرخ بازدهی عموماً پایین تر از مناطق مرکزی و شمالی

جدول ۵۹- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه بیست شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویتهای سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
منطقه ۲۰	گردشگری مذهبی و فرهنگی، توسعه مسکن، خرده فروشی، لجستیک شهری	حرم حضرت عبدالعظیم - بازار ری - چشمه علی - این بابویه - امامزاده عبدالسی بی شهرپانو - آثار تاریخی پیش از اسلام از جمله آتشکدها و درها و سنگ نگاره‌ها - آثار تاریخی پس از اسلام از جمله برج طغرل، باروی ری، استوان، نقاره خانه، زنجان هارون و ... و محلات سکونتی دلمان، دولت آباد، جوانمرد قصاب، صفاییه، ۱۳ آبان، ولی آباد، اسنخر، حمزه آباد، نر آباد، کارخانه سیمان ری، و ... پهنه های کشاورزی شهری در درون و پیرامون منطقه و دروازه جنوبی شهر تهران	هویت مذهبی (حرم عبدالعظیم) و باستانی (ری قدیم) - کشاورزی شهری - راسته غنایی دولت آباد - دروازه ورودی و خروجی جنوب تهران - آرائی بزرگ مقیاس قابل برنامه‌ریزی	- ظرفیت کلان - توسعه گردشگری مذهبی - حرم حضرت عبدالعظیم - دسترسی راحت - به مدهای مختلف حمل و نقل و امکان توسعه لجستیک شهری - ظرفیت توسعه - انرژیهای نو - گردشگری - کشاورزی شهری	- احداث زائرسراهای متوسط و اقتصادی - راه‌اندازی بازارچه‌های دائمی صنایع‌دستی و سوغات مذهبی با طراحی سنتی-مدرن - احداث پارکینگهای طبقاتی (بتنی و مکانیزه) در نزدیکی حرم و بازار ری با ارائه بسته های تشویقی تجاری-خدماتی - احداث و توسعه مراکز گردشگری کشاورزی شهری در مزارع جنوبی منطقه - نوسازی بافت فرسوده و ایجاد مسکن کوچک مقیاس (۳۰ تا ۵۰ مترمربع) و میان رده - توسعه مراکز پخش کالا و پارکهای لجستیک شهری - پایانه بار و مسافر با توجه به دسترسی مناسب به تمامی مدهای حمل و نقل - سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل درون‌شهری ویژه زائران (مینی‌بوس‌های برقی، کالسکه برقی) - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاههای مترو و خطوط پرسرعت - سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مدیریت هوشمند - پسماند، انرژی (نیروگاه خورشیدی و بادی) و آب - سرمایه‌گذاری در ایستگاههای شارژ خودرو برقی - بازآفرینی صنایع متروکه به مراکز نوآوری، نمایشگاههای صنعتی یا شهرک‌های فناوری شهریت و توسعه مراکز کار اشتراکی (سیمان ری، پالایشگاه ری و ...) - توسعه رستوران‌ها و کافه‌های سنتی و بین‌المللی در اطراف حرم - ساماندهی دستفروشان در قالب بازارچه محلی یا پیاده راه	- محدودیت‌های ارتقاعی ساخت و ساز در حوضرت پیرامون حرم عبدالعظیم - کمیبود فرسودگی زیرساختها برای توسعه گردشگری مذهبی - موازی مدیریت متولی - نیادهای شهری - مشکلات ناشی از مسائل حقوقی املاک و ضوابط شهری (موقوفات، فقدان اسناد رسمی، کاربری موجود و پیشنهادی و ...)

جدول ۶۰- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه بیست و یک شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	موانع سرمایه‌گذاری
۲۱	توسعه مسکن در بافت فرسوده، اجسنتیک شهری، فناوری، تجاری-خدماتی چند منظوره	استقرار شرکتهای بزرگ خودروساز از جمله ایران خودرو، سایپا، کرمان موتور، پارس خودرو و شرکتهای قطعه ساز و ... شرکتهای دارویی عیندی، داروپخش و لقمان و دیگر مراکز متعدد صنعتی از جمله داروگر، ایران تایر، مینو، ارج و ... در محور کاملا صنعتی، اجسنتیک و انبارداری جاده مخصوص، وجود پایانه غرب (ترمینال آزادی) - مراکز سکونت عمده شامل تهرانسر، شهرک آزادی، وودآورد، شهرک فرهنگیان و دانشگاه تهران و ... مراکز متعدد خرده فروشی بزرگ مقیاس شامل شهر فرش، شهر لوازم خانگی، به فضاهاى تفریحی و ورزشی مانند شهرک غزالى، موزه خودروسازی و باشگاه فوتبال نفت	اراضی ذخیره توسعه شهری با کاربری موجود صنعتی، دروازه غربی تهران، صنایع توسعه یافته در دهه ۳۰ در لبه جاده مخصوص تهران- کرج، زیرساخت‌های صنعتی و انبارداری گسترده	- ترافیک نسبتاً روان - دسترسی به اتوبان تهران - کرج، از جنوب به جاده قدیم تهران - کرج، از شرق به مسیل کن و از غرب به گرمدره - استقرار صنایع بزرگ کشور در حوزه خودروسازی، قطعه سازی، دارویی، بهداشتی، غذایی و ... - وجود برخی کیفیتهای مطلوب سکونتی در محلاتی چون تهرانسر و شهرک آزادی - اراضی دشت دانه قابل برنامه‌ریزی - دسترسی مطلوب به مناطق پیرامون تهران در غرب، شمال غرب و جنوب غرب (کرج، شهریار و ...)	- ایجاد مراکز اجسنتیک شهری (انبارهای صنعتی، شرکتهای پخش، تجارت الکترونیک و ...) با تمرکز بر خدمات در غرب و کل شهر تهران - نوسازی و بازآفرینی بافت‌های صنعتی و ایجاد مراکز چند منظوره نمایشگاه‌های تخصصی و مراکز تجاری عمده (اوت لت ها، مراکز تخصصی و ...) - توسعه ساخت و سازهای مسکن میان رده و کوچک مقیاس در بافت‌های متروکه صنعتی و انبارداری (از طریق تغییر کاربری طبق ضوابط) - احداث مجتمع‌های تجاری چندمنظوره (Retail + Office + Entertainment) به دلیل فراگیری در حاشیه شهر تهران - ایجاد مجموعه های متنوع اقامتی برای کارگران فنی و صنعتی - سرمایه‌گذاری در پروژه‌های TOD در اطراف ایستگاههای مترو و خطوط پرسرعت - سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مدیریت هوشمند پسماند، انرژی (نیروگاه خورشیدی و بادی) و آب - سرمایه‌گذاری در ایستگاههای شارژ خودرو برقی - احداث پارک علم و فناوری تخصصی در حوزه حمل‌ونقل، اجسنتیک یا خودروسازی و دفاتر کار اشتراکی - در این زمینه - احداث تالارهای برگزاری کنسرت و نمایش (به ویژه برنامه های بزرگ پروداکشن)	- چند پارگی فضاهاى عملکردی مسکونی-صنعتی - متروکگی فضاهاى کارگاهی و کارخانجات و انبارها و وجود اراضی بی دفاع و ناپایمن شهری - ضعف حمل و نقل عمومی - مسائل و چالشهای حقوقی متعدد در وضعیت مالکیتی اراضی بزرگ مقیاس - تاخیرات در تعیین بالادستی شهری در تعیین پهنه و کاربری اراضی - تعدد نهادهای تصمیم گیر شهری، حاکمیتی، صنعتی، اوقاف، محیط زیستی و ... تعارضات موجود - برندینگ ضعیف منطقه به عنوان مسکونی در تصور عمومی مردم (به دلیل تنوع فعالیت‌های صنعتی و انبارداری)

جدول ۶۱- ارزیابی پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری منطقه بیست و دو شهر تهران

منطقه	تخصص غالب منطقه	مهمترین مراکز کار و فعالیت منطقه	مزیت های منطقه	ظرفیت سرمایه‌گذاری	اولویت‌های سرمایه‌گذاری	منابع سرمایه‌گذاری
۲۲	گردشگری شهری، مسکن بلند مرتبه، تجاری- اداری، فرهنگی فاخر، فناوری، اقامت لوکس	دریاچه شهدای خلیج فارس- پارک جنگلی چیتگر و خرگوش دره، بوستان جوانمردان- باغ ملی گیاه شناسی، پارک آبشار تهران- مجموعه ورزشی آزادی- بلنمرتبه سازی های پیرامون دریاچه و در شمع شمالی و غربی و شرقی دریاچه- شهرک سازهای متعدد از جمله راه‌آهن، باقری، خرازی، دانشگاه شریف، هوانبروز، صدرا، چشمه ساحل، کوکک و ...- ورودی آزادراه تهران شمال- رود دره کن- مرکز تجمع مالها و مراکز متعدد تجاری- تفریحی از جمله ایران مال، پاملند، زمال، طوبی، آسمان و ...- مراکز دانشگاهی از جمله علامه طباطبائی، دانشگاه پلیس - دروازه ورودی غربی تهران	تهران نوین با رویکرد خدمات به روز، با کیفیت و مقیاس فراشهری در حوزه سکونت، تفریح، طبیعت، ورزش، فرهنگ، گردشگری، خرید و اقامت	- جذب جریان مهاجرتی از مناطق مرده و اعیان شهر - دریاچه و پارک چیتگر و مراکز تجاری و تفریحی پیرامون آن - در مقیاس فرانشیزی - ترافیک معکوس روزانه - دسترسی مطلوب به مناطق پیاپی پیرامون تهران در غرب، شمال غرب و جنوب غرب (کرج، شهریار و ...) - استقرار مراکز مهم آموزش عالی مانند دانشگاه علامه طباطبائی - استقرار مجموعه ورزشی آزادی به عنوان بزرگترین مجموعه ورزشی کشور	- احداث فضاهای اداری به صورت اکوسیستم اداری در قالب ۶ رویکرد مختلف از جمله به صورت بزرگ و یکپارچه (فضاهای بزرگ برای هلدینگ ها و ...)، دفاتر اداری بزرگ و متوسط (۱۰۰ تا ۲۵۰ متر مربع)، دفاتر اداری کوچک (زیر ۱۰۰ متر مربع)، دفاتر اشتراکی (coworking)، دفاتر اداری- اختصاصی با فضای تکمیلی مشاع (از جمله در مورد آتلیه های معماری، کارگاههای هنری، استودیوها و ...) و نهایتا اکوسیستم‌های اداری نوآورانه - مسکن لوکس و مدرن - مراکز تجاری مقیاس محلی و ناحیه‌ای - مراکز تفریحی، فرهنگی و هنری مقیاس محلی و ناحیه‌ای با هدف گذاری جمعیت نوجوان، زنان و کودکان (از جمله شهر بازی، گیم نت، کابری، کتابخانه، نگارخانه و ...) - هتل و مراکز اقامتی لوکس - پروژه های زیرساختی و توسعه حمل و نقل عمومی با رویکرد PPP - پارکینگهای طبقاتی با آراهه بسته های تشویقی - تجاری- خدماتی - تم پارکهای سبز - تالارهای شهری (کسرت، نمایش، کافه، جشنواره و ...) - استقرار مراکز دانشگاهی داخلی و خارجی - پارکهای فناوری و مراکز رشد استارت‌آپها و صنایع خلاق - شعب بزرگ مقیاس فروشگاههای خارجی - خدمات متمایز ورزشی در مقیاس حداکثر - منطقه از جمله کلینیک ماساژ و اسپا، مرکز بازی و ورزش کودکان، سالنهای ورزشی متوسط (اسکیت، صخره‌نوردی، بلیارد و بولینگ و ...) و سالن های کوچک (بدنسازي، یوگا، ژیمناستیک، ابروییک و ...) - مراکز چک آپ پزشکی VIP	- ضخف حمل و نقل عمومی و خودرو محوری منطقه - موازی کاری نهادهای متولی مدیریت شهری و مشکلات ناشی از مسائل حقوقی املاک و ضوابط شهری (موافقات، فقدان اسناد رسمی، پهنه بندی، طرح تفصیلی، کاربری موجود و پیشنهادی و ...) - پیش بینی ترافیک فراینده در سالهای آینده

ضمیمه: فهرست عناوین فرصت‌های سرمایه‌گذاری اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

در این بخش بر مبنای محورهای اساسی سرمایه‌گذاری و نیز اولویت‌های موضعی و موضوعی سرمایه‌گذاری تعریف شده در اطلس جامع سرمایه‌گذاری و نیز تعامل صورت گرفته با شهرداری مناطق مختلف و سازمان‌ها و شرکت‌های زیرمجموعه شهرداری تهران و نیز هم‌اندیشی با سرمایه‌گذاران محترم، فهرست پیشنهادی فرصت‌های سرمایه‌گذاری تهیه و در جدول زیر ارائه شده است. بخش عمده‌ای از طرح‌های معرفی شده در این جدول در گروه طرح‌های محرک توسعه و زیرساختی قرار می‌گیرند و بخشی نیز در گروه طرح‌های پیرو. جانمایی و مطالعات امکان‌سنجی فنی و اقتصادی برخی از طرح‌های مذکور انجام و بررسی و مطالعه امکان‌سنجی و دیگر مطالعات مورد نیاز سایر طرح‌ها نیز به ترتیب اولویت می‌بایست انجام شود.

از آنجا که اطلس سرمایه‌گذاری شهرداری تهران، برنامه‌ای غلتان است، بر مبنای مزیت‌های رقابتی شهر تهران، فهرست فرصت‌ها مرتب به روز شده و به همراه اطلاعات برگرفته از سند اطلس سرمایه‌گذاری، در سایت سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری تهران در قالب سامانه اطلس جامع سرمایه‌گذاری، برای استفاده سرمایه‌گذاران و علاقمندان بارگذاری می‌شود.

جدول ۶۲- فهرست فرصت‌های سرمایه‌گذاری اطلس جامع سرمایه‌گذاری شهرداری تهران

ردیف	عنوان فرصت	منطقه شهرداری
۱	مسیر تندرستی و کافه کتاب دارآباد	۱
۲	تکمیل طبقات سه الی هفت مجتمع تجاری آ مال	۱
۳	هتل و اداری محدوده H۱ برج میلاد	۲
۴	پارکینگ طبقاتی محدوده P۲ برج میلاد	۲
۵	کاج جشنواره محدوده C۱ برج میلاد	۲
۶	مجموعه تجاری، پذیرایی و نمایشگاهی محدوده C۱ برج میلاد	۲
۷	آکادمی هنر، بازیهای رایانه ای و کتابخانه محدوده C۱ برج میلاد	۲
۸	مجموعه بینال، سالن حراج آثار هنری و موزه دیجیتال محدوده C۱ برج میلاد	۲
۹	مجموعه گردشگری ایران زمین (باغ بوتانیک تهران)	۲
۱۰	پارکینگ طبقاتی	۲
۱۱	مجموعه ورزشی و تفریحی باغ برره	۲
۱۲	نیروگاه خورشیدی مجموعه موزه ملی دفاع مقدس	۳
۱۳	کارخانه نوآوری سوله های بوستان یاس	۴
۱۴	ایستگاه شارژ خودرو و خدمات جانبی پایانه پاسداران	۴
۱۵	توسعه و تجهیز مجموعه ورزشی و تفریحی شیان	۴
۱۶	ایستگاه شارژ خودرو و خدمات جانبی پایانه آزادی	۵
۱۷	تکمیل طبقات فوقانی ایستگاه متروی ارم سبز	۵
۱۸	مجتمع مسکونی مافی	۵
۱۹	هتل در حریم منطقه ۵	۵
۲۰	مجموعه ورزشی چند منظوره ارم	۵
۲۱	پارکینگ مکانیزه بیمه‌ی	۶
۲۲	پارکینگ مکانیزه دانشگاه تربیت مدرس	۶
۲۳	تکمیل، نوسازی و به بهره برداری از فضای تجاری ایستگاه متروی سرسبز	۸
۲۴	شهربازی بوستان رضوان	۱۰
۲۵	شهربازی بوستان ۲۲ بهمن	۱۰
۲۶	تکمیل و راه اندازی مرکز خدمات درمانی و فیزیوتراپی در طبقه هفتم ساختمان تاکسیرانی تهران	۱۱
۲۷	پروژه مشارکتی خدمات خودرویی میدان راه آهن	۱۱
۲۸	تجاری فرهنگ	۱۱
۲۹	احیای مرکز کارآفرینی رویش شوش	۱۲
۳۰	مجتمع تجاری ظل السلطان	۱۲
۳۱	پارک موضوعی بوستان آزادگان	۱۵
۳۲	هتل پنج ستاره بوستان آزادگان	۱۵
۳۳	مجتمع تجاری و تفریحی ری فورت	۱۵
۳۴	شهربازی بوستان وحدت	۱۵
۳۵	شهربازی بوستان فدائیان اسلام	۱۵
۳۶	پردیس کارآفرینی	۱۵
۳۷	پروژه پارکینگ مکانیزه افسریه	۱۵

۳۸	شهربازی امیرکبیر	۱۵
۳۹	شهربازی فجر	۱۵
۴۰	نیروگاه خورشیدی و مرکز خدماتی شهید گودرزی	۱۶
۴۱	ایجاد مراکز اداری مقیاس کوچک و متوسط در محدوده محور کار و فعالیت تهران در طرح جامع (شوش - بعثت)	۱۶
۴۲	قایقرانی دریاچه بوستان بعثت	۱۶
۴۳	گذر گردشگری و غذای ملل بوستان بهمن	۱۶
۴۴	شهربازی بوستان بعثت	۱۶
۴۵	ایستگاه شارژ خودرو و خدمات جانبی شمال ترمینال جنوب	۱۶
۴۶	مجتمع مسکونی - تجاری هلال احمر	۱۷
۴۷	مجتمع ورزشی - مسکونی امام سجاد	۱۷
۴۸	ایجاد مراکز صنعتی پشتیبان تولید محصولات چوبی در منطقه ۱۸	۱۸
۴۹	ایجاد مجتمع صنفی خدماتی بازار آهن شاد آباد و انتقال انبارها به حریم منطقه ۱۸	۱۸
۵۰	توسعه سالنهای نمایشگاهی و خدمات جانبی نمایشگاه شهر آفتاب	۱۹
۵۱	نیروگاه CCHP نمایشگاه شهر آفتاب	۱۹
۵۲	هتل و مجموعه ورزشی نمایشگاه شهر آفتاب	۱۹
۵۳	مرکز تجارت دو نمایشگاه شهر آفتاب	۱۹
۵۴	مرکز تجارت سه نمایشگاه شهر آفتاب (نمایشگاه دائمی صنعت ساختمان)	۱۹
۵۵	طراحی، ساخت، نصب و بهره برداری از تابلوهای تبلیغاتی نمایشگاه شهر آفتاب	۱۹
۵۶	نیروگاه خورشیدی نمایشگاه شهر آفتاب	۱۹
۵۷	مجتمع خدماتی رفاهی بین راهی نمایشگاه شهر آفتاب، مجهز به ایستگاه شارژ خودرو برقی	۱۹
۵۸	نیروگاه خورشیدی سقف سوله های میدان میوه و تره بار مرکزی تهران	۱۹
۵۹	استادیوم ۴۰ هزار نفری پارک ورزش ایرانیان	۱۹
۶۰	ایجاد مجموعه تفریحی (پارک موضوعی) در بوستان ولایت	۱۹
۶۱	ایستگاه شارژ خودرو و خدمات جانبی پایانه متروی جوانمرد قصاب	۲۰
۶۲	پارکینگ مکانیزه حرم حضرت شاه عبدالعظیم	۲۰
۶۳	مجتمع ایستگاهی متروی دولت آباد	۲۰
۶۴	مجموعه ورزشی (ورزشهای توپی و سالن بدنسازی)	۲۲
۶۵	مجموعه فرهنگی - هنری (سالنهای سینما و مراکز فرهنگی - هنری)	۲۲
۶۶	مجتمع درمانی موج	۲۲
۶۷	مجتمع خدمات خودرو	۲۲
۶۸	هتل پنج ستاره چیتگر	۲۲
۶۹	بوستان آموزشی - تفریحی زلزله	۲۲
۷۰	هتل در حریم منطقه ۲۲	۲۲
۷۱	تجهیز کشتی تفریحی (رستوران روی آب) در دریاچه چیتگر	۲۲
۷۲	پروژه مجموعه بزرگ خدمات خودرویی منطقه ۲۲	۲۲
۷۳	مجموعه تفریحی و پذیرایی جزایر سه گانه دریاچه چیتگر	۲۲
۷۴	مرکز تجارت کالاهای لوکس و مد	ترجیحاً مناطق شمالی تهران
۷۵	مرکز بین‌المللی پزشکی زیبایی با استانداردهای جهانی	ترجیحاً منطقه ۲۲

۷۶	مشارکت شهرداری تهران در کارخانه صنایع چوب نامیرا	خارج از تهران
۷۷	پسماند سوز ۶۰۰۰ تنی تهران	سازمان پسماند
۷۸	ایجاد پلنفرم تأمین مالی جمعی گردشگری	مناطق مختلف
۷۹	تولید و توزیع غذای سالم و اقتصادی در سطح شهر تهران	مناطق مختلف
۸۰	ساماندهی لجستیک کالاهای تند گردش سوپرمارکتهای شهر تهران با نرم افزار ERP	مناطق مختلف
۸۱	نیروگاه خورشیدی اراضی سازمان محیط زیست	مناطق مختلف
۸۲	توسعه و نوسازی شبکه فیبر نوری تهران	مناطق مختلف
۸۳	مرکز تجارت فناوریهای نوین و هوشمندسازی	مناطق مختلف
۸۴	مرکز تجارت صنایع غذایی و کشاورزی پیشرفته	مناطق مختلف
۸۵	مرکز تجارت صنایع خلاق و فرهنگی- هنری	مناطق مختلف
۸۶	مرکز تجارت فناوریهای دیجیتال و نوآوری (مانند متاورس)	مناطق مختلف
۸۷	مرکز تجارت تجهیزات پزشکی و دارویی	مناطق مختلف
۸۸	مرکز تجارت فناوریهای انرژی تجدید پذیر	مناطق مختلف
۸۹	مرکز تجارت رسانه و سرگرمی	مناطق مختلف
۹۰	مرکز ارائه خدمات بهداشت روان (حداقل ۵ مرکز با تمرکز بر کودکان، زوجین، بزرگسالان، سالخوردگان) (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۹۱	مرکز ارائه خدمات سرمایه گذاری خطرپذیر (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۹۲	مرکز تخصصی خدمات سلامت مشاغل کم فعالیت (مانند رانندگان، کارمندان و ...) (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۹۳	مرکز کار اشتراکی (تخصصی و یا عمومی)	مناطق مختلف
۹۴	شهر سلامت غیر متمرکز تهران با بازار هدف بین المللی (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۹۵	ساماندهی لجستیک میوه و تره بار شهر تهران با نرم افزار ERP	مناطق مختلف
۹۶	مرکز خدمات دندانپزشکی غیرمتمرکز تهران (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۹۷	مرکز خدمات تشخیصی و تصویربرداری پزشکی غیرمتمرکز تهران (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۹۸	ایجاد شبکه حمل و نقل اشتراکی باربری برقی	مناطق مختلف
۹۹	ایجاد شبکه مراکز چکآپ پزشکی سریع در مناطق مختلف شهر (شرکتهای خدماتی چند مرکزی)	مناطق مختلف
۱۰۰	پناه گاههای دو منظوره (پناه گاه و بازارچه های محلی یا بازار روزها) در مناطق مختلف شهر تهران	مناطق مختلف
۱۰۱	مشارکت شهرداری تهران در یک کارخانه صنایع مبلمان و تجهیزات اداری	مناطق مختلف
۱۰۲	مشارکت شهرداری تهران در یک گلخانه تولید گل و گیاه مورد نیاز پارکها و فضاهای سبز شهری	مناطق مختلف
۱۰۳	واگذاری نگهداری پایدار از بوستانهای تهران	مناطق مختلف
۱۰۴	مشارکت با بخش خصوصی در تعویض موتور کولرهای آبی در شهر تهران	مناطق مختلف
۱۰۵	ایجاد مجتمع های ایستگاهی در TOD های تهران	مناطق مختلف
۱۰۶	توسعه خطوط متروی تهران با استفاده از سرمایه گذاری بخش خصوصی و استفاده ظرفیتهای قانونی صرفه جویی در مصرف سوخت (بنزین)	مناطق مختلف
۱۰۷	کاهش مصرف برق در ساختمانهای شهرداری تهران از طریق تعویض لامپها با مشارکت بخش خصوصی در ازای جایگزینی هزینه برق	مناطق مختلف

مناطق مختلف	کاهش مصرف برق در معابر و بوستانهای تهران از طریق تعویض لامپها با مشارکت بخش خصوصی و برق منطقه ای در ازای جایگزینی هزینه برق و اختصاص دیمند	۱۰۸
مناطق مختلف	اختصاص فضا جهت ایجاد نیروگاههای گازی کوچک مقیاس یک تا دو مگاواتی در نقاط مختلف تهران به صورت BOT و یا BOLT یا BOO	۱۰۹
مناطق مختلف	اختصاص فضا جهت ایجاد نیروگاههای گازی کوچک مقیاس CHP و یا CCHP در نقاط مورد نیاز شهر تهران به صورت BOT و یا BOLT یا BOO	۱۱۰
مناطق مختلف	مرکز بازیافت زباله های الکترونیکی با مشارکت شهرداری تهران	۱۱۱
مناطق مختلف	ایجاد پارک موضوعی میخوام انجام دهم (شهر بچه ها) با مضمون استعدادیابی شغلی کودکان تا ۱۵ سال (نمونه کالفرنیا و مکزیکوسیتی) در یکی از بوستانهای تهران	۱۱۲
مناطق مختلف	ایجاد پارک موضوعی بهشت بانوان در نقاط مختلف تهران (مرکز تفریحی- ورزشی و زیبایی مختص بانوان با امکانات نگهداری کودکان)	۱۱۳
مناطق مختلف	ایجاد پارک موضوعی ورزش من (با مضمون استعدادیابی ورزشی کودکان تا ۱۵ سال) در یکی از بوستانهای تهران	۱۱۴
مناطق مختلف	ایجاد پارک موضوعی هنر من (با مضمون استعدادیابی هنری کودکان تا ۱۵ سال) در یکی از بوستانهای تهران	۱۱۵
مناطق مختلف	واگذاری مراکز فراموز شهرداری تهران به بخش خصوصی	۱۱۶
مناطق مختلف	واگذاری مراکز فرهنگ شهرداری تهران به بخش خصوصی	۱۱۷

