

شناسایی استراتژی‌های جهانی شدن اقتصاد در حوزه دیپلماسی شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تهران)

حسین باقری

تهران، ایران

سید مجید ابن‌الرضا

استادیار علوم سیاسی، دانشکده مطالعات بین‌الملل، دانشگاه جامع امام حسین (ع)،
تهران، ایران

دانشجوی دکتری مطالعات منطقه‌ای - مطالعات بین‌الملل، دانشگاه جامع
امام حسین (ع)، تهران، ایران

فرامرز صحرائی*

دانشجوی دکتری مطالعات منطقه‌ای - مطالعات بین‌الملل، دانشگاه جامع
امام حسین (ع)، تهران، ایران

دریافت: ۹۵/۰۳/۰۹ پذیرش: ۹۵/۰۶/۲۱

چکیده: در دو دهه گذشته، جهانی شدن اقتصاد، بسیاری از عرصه‌های زندگی بشر در مناطق گوناگون جهان را دگرگون کرده است. در این راستا، کلان‌شهرها متأثر از مظاهر جهانی شدن، به واسطه ارتقای جایگاه اقتصادی، زیرساختی و ... خود، شکل نوینی از دیپلماسی را متبلور می‌سازند که به آن دیپلماسی شهری گفته می‌شود. در این مقاله سعی شده علاوه بر تبیین و تحلیل نوع رابطه جهانی شدن اقتصادی و سیاست دیپلماسی شهری با استفاده از مدل کمی - تحلیلی SWOT و روش کیفی طوفان فکری، تصویر نظام‌مندی از نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌های تأثیرات جهانی شدن اقتصاد بر دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران، ارائه شود و ساختار دیپلماسی کلان‌شهر تهران، در مواجهه با مظاهر جهانی شدن اقتصاد ارزیابی شود. مقاله حاضر از حیث روش، توصیفی - تحلیلی است که با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مدل تحلیلی SWOT و نیز وزن‌دهی شاخص‌ها از طریق روش کیفی طوفان فکری با ۳۰ نفر از کارشناسان حوزه اقتصاد و دیپلماسی، انجام شده و به تبیین رابطه میان جهانی شدن اقتصاد و دیپلماسی شهری و نقش و کارکرد کلان‌شهر تهران در این حوزه پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان دادند که شیوه‌ای از جهانی شدن با عنوان الگوی جهانی - محلی شدن، برای کلان‌شهر تهران، برآزش بهتری دارد و در پی منطبق کردن مقتضیات جهانی شدن با شئونات سیاست دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران با شرایط محلی است؛ به گونه‌ای که بتوان محلی شدن را با ورود به جهانی شدن، سازگار و متعادل کرد.

واژگان کلیدی: کلان‌شهرها، جهانی شدن، اقتصاد جهانی، دیپلماسی شهری، جهانی - محلی

شدن، تحلیل، شهر تهران، تحلیل SWOT

طبقه‌بندی JEL: C61, N95, F00, F01

فصلنامه علمی - پژوهشی

اقتصاد و مدیریت شهری

شاپا: ۲۳۴۵-۲۸۷۰

نمایه در JSC, EconLit, Econbiz

SID, Noormags, Magiran, Ensani

Civilica, RICeST

www.Iueam.ir

سال چهارم، شماره چهارم (پیاپی ۱۶)

صفحات ۸۷-۱۰۶

پاییز ۱۳۹۵

۱- مقدمه

جهانی شدن شهری و شهری شدن جهان، دو ویژگی منحصر به فرد هزاره سوم است که باعث تغییر نقش شهرها در نظام جهانی شده است. اغلب، این پدیده، ناشی از به هم فشردگی جایگاهی (زمانی- فضایی) است که سامانه‌های اطلاعاتی- ارتباطی جدید و فناوری سازمانی مدیریتی در فرایند جهانی شدن، ایجاد کرده و هم‌زمان، حرکت آزادانه کالا، انسان، اطلاعات و سرمایه را روان‌تر، سریع‌تر، گسترده‌تر و تأثیرگذارتر از قبل کرده است.

در این جریان‌سازی جهانی شده، شهرهای جهانی را باید مهم‌ترین فضای بستر ساز مؤثر برای این نوع حرکات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دانست. از نظر ژئوپولیتیک شهری، فقط کلان‌شهرهای اروپایی و آمریکایی از نظر اقتصادی و تا حدی فرهنگی، نقش پیش‌تاز سازمانی و مدیریتی را در اداره شهرهای جهانی ایفا می‌کنند، ولی هنوز سهم و جایگاه سیاسی و دیپلماتیک دیگر شهرهای جهانی- البته به صورت ایده‌آل آن- قابل توجه نیست (Hubbard et al., 2007). این واقعیت برای جهان شهری در آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین، ناچیز و در خاورمیانه، شمال آفریقا و آسیای میانه، اقدام دیپلماتیک شهری- به معنای مورد نظر این مقاله- کمتر مدنظر بوده است.

نفع شخصی به طور فزاینده‌ای به نیروی پیش‌راننده فعالیت‌های دیپلماتیک شهرها تبدیل شده است. در برخی از شهرها، نفع شخصی تنها انگیزه هدایت‌کننده است و اغلب به سود اقتصادی برگردانده می‌شود؛ از این رو بعد اقتصادی دیپلماسی شهری، عنصر مهمی از فعالیت‌های بین‌المللی شهرها است؛ بدین صورت که دیپلمات‌های شهری، از دو راه می‌توانند از کسب سود اقتصادی برای شهرهای خود،

مطمئن شوند: آن‌ها می‌توانند به جذب توریست، تأسیس دفاتر نمایندگی شرکت‌های خارجی، همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و برگزاری رویدادهای بین‌المللی در شهرهای خود اقدام کنند یا خدمات و دانش خود را صادر کنند و وارد توافق با سایر شهرها شوند (Van der Pluijm & Melissen, 2007).

رابطه اقتصاد جهانی و دیپلماسی شهری در فرایند جهانی شدن، مبحثی است که در عصر حاضر در عرصه مدیریت نوین شهری، به صورت بسیار جدی مطرح شده است. بر این اساس در این مقاله سعی شده ضمن تبیین و تحلیل نوع رابطه جهانی شدن اقتصادی و سیاست دیپلماسی شهری با استفاده از مدل کمی تحلیلی SWOT و روش کیفی طوفان فکری، تصویر نظام‌مندی از نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های تأثیرات جهانی شدن اقتصاد بر دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران، ارائه شود و ساختار دیپلماسی کلان‌شهر تهران، در مواجهه با مظاهر جهانی شدن اقتصاد، معرفی گردد.

در این راستا، مسأله اساسی مقاله حاضر این است که کلان‌شهر تهران به دلایل مختلفی، تحت تأثیر جهانی شدن اقتصاد نبوده و این در حالی است که با وجود فراگیر شدن دیپلماسی شهری در جهان و ظهور گسترده همکاری‌های بین شهری در زمینه‌های اقتصادی، کلان‌شهر تهران نیز می‌تواند برای حل برخی از مشکلات اقتصادی و اشتغال، از ابزارهای این نوع دیپلماسی، در راستای توسعه اقتصادی و صنعتی خود استفاده کند.

سؤالات تحقیق عبارتند از:

- دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران چه نقاط قوت و ضعفی دارد؟
- با چه فرصت‌ها و تهدیدهایی روبه‌رو است؟

شهری، ابعاد این نوع دیپلماسی؛ اعم از اقتصادی، ارتباطی و ... را تبیین و تحلیل کرد.

نجاتی حسینی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی شهری از نظریه تا تجربه»، به بررسی و تبیین ارتباط دیپلماسی شهری با جهانی شدن پرداخت و با معرفی فضای جریان‌ها در برابر فضای مکان‌ها، دیپلماسی شهری را ابزاری کارآمد در توسعه ملی می‌داند. براساس نتایج این تحقیق، امروزه سیاست‌های بیناشهری بر سیاست‌های بینادولتی در ارتباطات سیاسی و فرهنگی و نیز حل برخی از مشکلات و مسائل که سیاست‌های دولتی قادر به حل آنها نیستند، ارجحیت دارد.

قورچی و امانی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی شهری در فرایند جهانی شدن»، سعی کردند به فرایند جهانی شدن و تأثیرات آن بر مفاهیم حکمرانی جهانی، سازمان‌های بین‌المللی غیردولتی و همچنین دیپلماسی شهری و نقش آن در همکاری‌های بین‌المللی چندجانبه و ارتقای موقعیت کلان‌شهرها پردازند.

۳- مبانی نظری

دیپلماسی شهری

دیپلماسی شهری، بخشی از دیپلماسی عمومی است که در مقابل دیپلماسی سنتی قرار دارد. تفاوت بین دیپلماسی شهری و رسمی این است که دیپلماسی شهری یک هنر است و مهم‌تر از آن کاربردی است و نیز سروکار این نوع از دیپلماسی با مردم است (موسوی شقایب، ۱۳۸۹).

این شکل از دیپلماسی که شهرهای جهان در آن شرکت دارند، استفاده از قابلیت کلان‌شهرهای جهان برای توسعه سیاست بیناشهری بین‌المللی به

- آیا کلان‌شهر تهران در معرفی دیپلماسی شهری مبتنی بر جهانی شدن اقتصاد و اقتصاد جهانی به عنوان ابزاری برای رونق اقتصادی خود، موفق بوده است؟

- آیا الگوی خاصی از دیپلماسی شهری مبتنی بر جهانی شدن اقتصاد و اقتصاد جهانی مورد نیاز کلان‌شهر تهران است؟ اهداف تحقیق عبارتند از:

- بررسی و ارزیابی موقعیت اقتصادی کلان‌شهر تهران در ورود به عرصه دیپلماسی شهری
- شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در ارتباط با همکاری‌های بین‌المللی و ارائه راهکارهای مؤثر و کاربردی در زمینه بهره‌مندی آن از مؤلفه‌های اقتصاد جهانی.

۲- پیشینه تحقیق

در مورد بررسی و شناخت نقش جهانی شدن اقتصاد بر ساختار دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران، پژوهش‌هایی انجام شده است. در این مقاله با بررسی منابع فارسی و لاتین موجود در زمینه دیپلماسی شهری و رابطه آن با جهانی شدن اقتصاد، سعی در تجزیه و تحلیل موضوع مورد مطالعه شده است. برخی مطالعات انجام شده در این زمینه به شرح زیر می‌باشند:

گرین وی^۱ (۲۰۰۰) به منظور رفع ابهامات موضوع دیپلماسی شهری در کتابی با عنوان «نگاهی جامع به رسالت شهرها در عرصه سیاست بین‌المللی»، به بیان زمینه‌های نظری دیپلماسی شهری پرداخت و ضمن مفهوم‌سازی دیپلماسی

نزدیکی را با شهروندان دارند، انجام می‌شود و باعث رشد و توسعه اقتصادی شهرها می‌گردد.

۲- شبکه‌های همکار شهری^۲: شهرها در سطح منطقه‌ای، می‌توانند سامانه‌های عملی شهری را شکل دهند که در پی ایجاد تشریک مساعی برای افزایش برتری رقابتی کل منطقه در اقتصاد جهانی است. رابطه میان شهرهای کشورهایمانند: سنگاپور، اندونزی و مالزی، روشن‌ترین نمونه‌های چنین سامانه‌های شهری عملی فعال هستند.

موقعیت کلان‌شهر تهران در عرصه دیپلماسی

شهری

کلان‌شهر تهران با برخی از شهرهای جهان، قراردادهای خواهرخواندگی امضا کرده که می‌تواند با استفاده از قرارداد خواهرخواندگی و سیاست دیپلماسی شهری، سهم مشارکت شهروندان در اداره شهر را افزایش داد و به توسعه اقتصادی تهران، دست یافت. اما این مسأله تنها یک روی سکه است و این قضیه نیز از مزایایی، برخوردار و با کاستی‌هایی مواجه می‌باشد.

مزیت‌های نسبی کلان‌شهر تهران در عرصه دیپلماسی شهری عبارتند از:

۱- عضویت ایران در سازمان‌های تخصصی بین‌المللی به خصوص سازمان متروپولیس و UCLG^۳ می‌تواند محیط و بستری برای چانه‌زنی و سهیم شدن تهران در حکمرانی جهانی باشد.

۲- انعقاد تفاهم‌نامه خواهرخواندگی کلان‌شهر تهران با ۱۷ شهر در شبکه شهرهای جهانی

جای سیاست‌های بینادولتی، در قالب سیاست شهری با توجه به پتانسیل شهروندی است (نجاتی حسینی، ۱۳۸۹).

یکی از مزایای دیپلماسی شهری این است که محدودیت‌هایی که در دیپلماسی ملی وجود دارد در دیپلماسی شهری نیست؛ برای مثال ممکن است هر کشوری در مورد موضوعی خاص، عقیده‌ای داشته باشد که یکسان‌سازی آن در سطح دیپلماسی بین‌الملل وجود ندارد (نجاتی حسینی، ۱۳۹۰).

از نظر ژئوپلیتیک شهری، تنها کلان‌شهرهای اروپایی و آمریکایی و همچنین شهرهای کشورهای شرق آسیا مانند: ژاپن، کره جنوبی، سنگاپور و هنگ‌کنگ، نقش مؤثر و پیشتازی در تعاملات جهانی و شبکه‌ای اقتصادی در قلمرو جهان شهرها و دیپلماسی شهری ایفا می‌کنند و شهرهای کشورهای آسیای میانه، حضور پررنگ و مؤثری در این جریان جهانی ندارند (احمدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).

از جمله اشکال مختلف همکاری‌های بیناشهری در عرصه دیپلماسی شهری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: (Sizoo & Musch, 2008)

۱- خواهرخواندگی^۱: تفاهم خواهرخواندگی بین شهرهایی امضا می‌شود که نوعی وجه تشابه و همسانی از قبیل: ویژگی‌های باستانی، تاریخی، فرهنگی، نمادهای مشترک و غیره با یکدیگر دارند تا از ظرفیت‌های یکدیگر برای پیشبرد اهداف خاص علمی، اقتصادی و ... استفاده کنند. خواهرخواندگی بدون توجه به قراردادهای رسمی بین دولت‌ها به وسیله شهرداران و مدیران محلی که ارتباط

2- Urban Network Partner

3- United Cities and Local Governments

1- Twin Towns or Sister Cities

جدول ۱- مصادیق روابط خواهرخواندگی کلان‌شهر تهران در شبکه شهرهای جهانی

شهر	کشور	ردیف
هاوانا	کوبا	۱
پروتوریا	آفریقای جنوبی	۲
مسکو	روسیه	۳
مینسک	بلاروس	۴
بیشکک	قرقیزستان	۵
دوشنبه	تاجیکستان	۶
کویت	کویت	۷
خارطوم	سودان	۸
برزیلیا	برزیل	۹
کاراکاس	ونزوئلا	۱۰
صنعا	یمن	۱۱
پکن	چین	۱۲
آنکارا و استانبول	ترکیه	۱۳
بغداد	عراق	۱۴
لندن	انگلستان	۱۵
هانوی	ویتنام	۱۶
مانیل	فیلیپین	۱۷

منبع: (مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، ۱۳۹۰)

۳- استفاده کم از پتانسیل‌های ایرانیان مقیم خارج از کشور جهت حضور و لابی‌گری در سازمان‌های بین‌المللی مرتبط با مدیریت شهری

۴- ارتباط نسبتاً ضعیف کلان‌شهر تهران با سازمان‌های تخصصی بین‌المللی و سازمان ملل

۵- ضعف قوانین مشخص حکومت‌های محلی در زمینه‌های دیپلماسی شهری و روابط بین‌الملل در کلان‌شهر تهران

۶- ضعف دیپلماسی شهری تهران در عرصه بین‌الملل

۷- عدم تفاهم پیرامون پیوستن کلان‌شهر تهران به سازمان‌های بین‌المللی به خصوص دیپلماسی شهری.

جهانی شدن

برخی از اندیشمندان، جهانی شدن را مرحله‌ای از سرمایه‌داری یا مدرنیته جدید می‌دانند و برخی آن را یک

۳- مجمع شهرداران آسیایی و موقعیت مناسب آن برای جلب مشارکت‌های بین‌المللی در جهت مدیریت شهری کلان‌شهر تهران

۴- وجود نیروی انسانی کافی و خیره در زمینه دیپلماسی شهری و روابط بین‌الملل در کلان‌شهر تهران

۵- حضور تقریبی سه تا پنج میلیون ایرانی در کشورهای خارجی و وجود پتانسیل‌های قوی از منظر روابط بین‌الملل.

هم‌چنین کاستی‌های کلان‌شهر تهران در عرصه دیپلماسی شهری عبارتند از:

۱- کمبود راهبردها و راهکارهای مؤثر اجرایی دیپلماسی شهری تهران

۲- مشارکت پایین نمایندگان شهرداری کلان‌شهر تهران در سازمان‌های بین‌المللی و غیردولتی

تعامل می‌پردازد و نفوذ متقابل جهان و محل، به نتایج منحصر به فردی در مناطق جغرافیایی گوناگون، منتهی می‌شود. جهانی- محلی شدن، وضعیتی بینابین و موقعیتی جامعه‌شناختی بین جهانی شدن عام‌گرا و محلی شدن خاص‌گرا است.

جهانی شدن عام‌گرا، همه عوامل را به صورتی یکسان و کلی در نظر می‌گیرد و نمی‌خواهد با حذف تفاوت‌ها و نادیده گرفتن تمایزها، جوامع بشری موجود را براساس الگوی برگرفته از مدرنیته غربی یکسان‌سازی کند؛ اما محلی شدن خاص‌گرا همه عوامل را خاص، متمایز و متفاوت می‌بیند و با ستیز فرهنگی با دیگری به ویژه تمدن غرب، در پی طراحی الگوی بومی و خودی برای هر جامعه‌ای است (Alderson et al., 2007).

جهانی- محلی شدن مدنظر این مقاله بر خلاف نظر رابرتسون که براساس تعریف خود از جهانی شدن، برای فرهنگ، استقلال نسبی قائل است و جهانی- محلی شدن را براساس وقوع هم‌زمان دو فرایند محلی شدن و جهانی شدن در عرصه فرهنگ تبیین می‌کند (رابرتسون، ۱۳۸۲)، صرفاً در عرصه اقتصادی آن مطرح بوده و منظور از آن، کالایی شدن فرهنگ‌های محلی و تخصص‌گرایی قابل انعطافی است که امکان متناسب کردن بسیاری از محصولات را با نیازهای مختصات محلی گوناگون فراهم می‌آورد و از طریق تعامل بازار جهانی با بازارهای محلی، باعث ایجاد بازارهای جهان- محلی می‌شود که تقاضاهای بازار جهانی را با واقعیت‌های بازار محلی ادغام می‌کند.

جهانی شدن اقتصاد

اولین برداشت معمول از جهانی شدن اقتصاد، مترادف با بین‌المللی شدن است که رشد مبادلات و تعاملات بین‌المللی را مدنظر قرار می‌دهد. در دومین کاربرد، جهانی شدن اقتصاد، معادل آزادسازی در نظر گرفته شده است. در این نگرش، جهانی شدن، به فرایند حذف محدودیت‌های تحمیل شده از ناحیه دولت بر

راه جدید تفکر معرفی کرده‌اند. پراتون^۱، جهانی شدن را فرایندی از تحول می‌داند که مرزهای سیاسی و اقتصادی را کم‌رنگ کرده، ارتباطات را گسترش داده و تعامل فرهنگ را افزایش می‌دهد. به نظر او جهانی شدن، پدیده‌ای چندبعدی است که آثار آن، قابل تسری به فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی، نظامی و فناوری است و هم‌چنین فعالیت‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (به‌کیش، ۱۳۸۰). جهانی شدن از نظر واترز^۲، فرایندی اجتماعی است که در آن، قید و بندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی- اقتصادی و فرهنگی سایه افکنده است، از بین می‌رود و مردم به طور فزاینده از کاهش این قید و بندها، آگاه می‌شوند (واترز، ۱۳۷۹).

جهانی- محلی شدن^۳

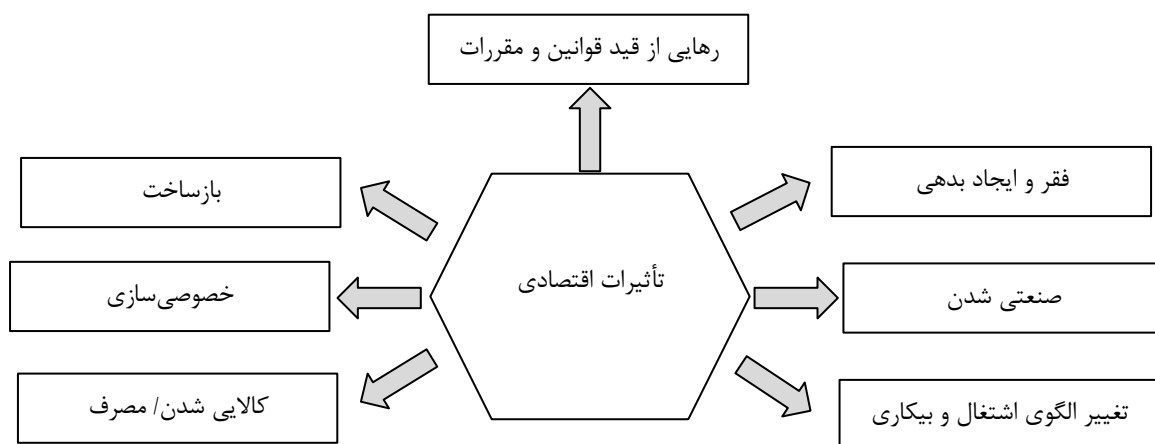
با توجه به ویژگی مهم جهانی- محلی شدن که شامل فرایند یکپارچگی مردم جهان در یک جامعه واحد و کم‌رنگ شدن مرزهای گوناگون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ... می‌باشد، مسأله بقا یا تداوم هویت‌های محلی، به یکی از مسائل چالش‌برانگیز جهان امروز تبدیل شده است؛ زیرا به نظر برخی از متخصصان، جهانی شدن، تأثیر منفی بر هویت‌های محلی دارد و باعث از بین رفتن تفاوت‌ها می‌شود و در نهایت، فرهنگ خاصی بر طیف وسیعی از فرهنگ‌های دیگر در جهان غالب می‌شود (ریتزر^۴، ۱۳۹۰).

در برابر این دیدگاه، نظریات مخالفی هم وجود دارد که از میان آنها طرح ایده جهان- محلی شدن رابرتسون^۵ مشهورتر است؛ ایده‌ای که در آن، جهان برای تولید پدیده‌ای متمایز به نام جهان- محل، با محل به

1- Perraton
2- Waters
3- Glocalization
4- Ritzer
5- Robertson

تجارت، محدودیت‌های ارزهای خارجی، کنترل سرمایه و نیز حذف روادید برای شهروندان برخی کشورها مشاهده کرد (Schulte, 2000). در شکل ۱، اثرات جهانی شدن بر اقتصاد نشان داده شده است.

روابط خارجی کشورها به منظور دستیابی به یک اقتصاد جهانی باز و بدون مرز اشاره دارد. به عبارتی دیگر در این کاربرد، منظور از جهانی شدن، فرایند ادغام در اقتصاد بین‌الملل است. این نوع جهانی شدن را می‌توان در کاهش گسترده یا حتی حذف کامل موانع بر سر راه



شکل ۱- تأثیرات جهانی شدن بر اقتصاد

منبع: (Rodriguez & Rodrik, 2001)

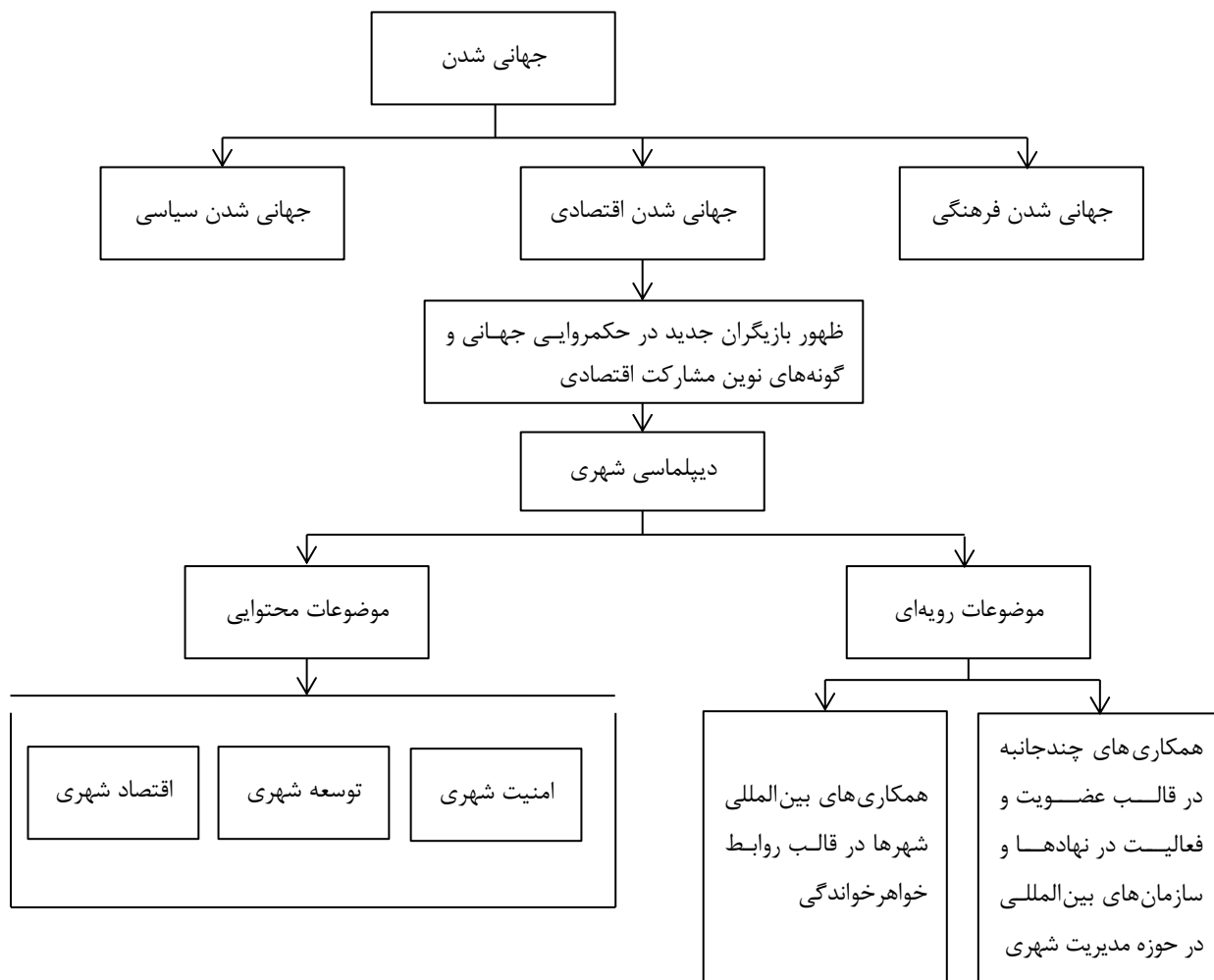
شهری، توسعه شهری، اقتصاد شهری و نمایندگی شهری بررسی کرد (Hubbard et al., 2007).

از بعد رویه‌ای نیز می‌توان دیپلماسی شهری را در دو زمینه همکاری‌های بین‌المللی شهری در قالب خواهرخواندگی و همکاری‌های چندجانبه در قالب عضویت و فعالیت در نهادها و سازمان‌های بین‌المللی در حوزه مدیریت شهری قرار داد. بدین ترتیب مدل تحلیلی تحقیق حاضر به صورت شکل ۲، ارائه شده است.

مدل تحلیلی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف دارای ماهیت تبیینی در قلمروی تحقیقات سیاست‌پژوهی است که با هدف شناخت مسائل مرتبط، کفایت سیاست‌های موجود دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران و ارائه توصیه‌های سیاستی در حوزه جهانی شدن اقتصاد این شهر، تدوین شده است.

مطابق نظر محققان، دیپلماسی شهری را می‌توان از حیث محتوایی بر پایه موضوعات کلیدی امنیت



شکل ۲- مدل مفهومی تحقیق

منبع: (اقتباس و باز تنظیم از مدل بصیرت و جلیلی، ۱۳۹۳)

جهانی شدن در تهران

چالش‌های فراوری کلان‌شهر تهران برای جهانی شدن را می‌توان از دو بعد درونی و بیرونی بررسی کرد (Daivid Fried, 2004). در بعد درونی، نقاط ضعف و قوت و چگونگی ارائه راهکارهای کاربردی برای حضور مؤثر کلان‌شهر تهران در عرصه جهانی بررسی می‌شود. در بعد بیرونی نیز از میان کلیه ابعاد جهانی شدن، به عرصه اقتصادی آن توجه شده است. قبل از این بررسی‌ها، نیازمند کمی کردن این پدیده و ساخت به‌کارگیری شاخص‌های مناسب برای اندازه‌گیری آن هستیم که یکی از این ابزارها، استفاده از روش تحلیل

SWOT می‌باشد. در این تکنیک، با در نظر گرفتن فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط ضعف و قوت و تنظیم ماتریس، به تبیین استراتژی‌های مطلوب پرداخته و در نهایت با استفاده از این مدل، می‌توان به وضعیت فعلی کلان‌شهر تهران و ظرفیت‌های آن برای ورود به عرصه جهانی پی برده و الزامات مورد نیاز آن را دست‌بندی کرد.

موقعیت کلان‌شهر تهران در عرصه جهانی شدن

اقتصاد

منطقه کلان‌شهر تهران شامل شهر تهران و کانون‌های جمعیتی، اقتصادی و خدماتی اطراف آن است که با ملاحظه حدود تقسیم‌های اداری، ۱۲۰۰۰

میلیون رتبه‌بندی کرده که هشت شهر منطقه خاورمیانه در بین این شهرها قرار دارد که تهران جزو آن‌ها نیست (Van Woensel & Cruz, 2009).

- تعداد بانک‌های خارجی: طبق آمار، در سال ۲۰۱۳ در تهران تنها ۴۴ شعبه بانک خارجی وجود داشته که این رقم در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته که میانگین تعداد آن ۱۸۲ شعبه و همچنین در مقایسه با کشورهای در حال توسعه که میانگین تعداد آن به ۸۵ شعبه می‌رسد، اندک است (سلیمانی و نظریان، ۱۳۸۹). در کل با توجه به مباحث مطرح شده و ارزیابی چهار متغیر فوق، می‌توان ادعا کرد که کلان‌شهر تهران نتوانسته است در شبکه جهانی حضوری پویا داشته باشد.

۴- روش تحقیق

مقاله حاضر از حیث روش، توصیفی است که با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مدل تحلیلی SWOT و تشکیل جلسات طوفان فکری با ۳۰ نفر از کارشناس حوزه اقتصاد و دیپلماسی انجام شده و ضمن تحلیل جداگانه SWOT برای جهانی شدن اقتصاد و دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران، در نهایت با وزن‌دهی مؤلفه‌های مربوط به نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی مسأله تحقیق، به تبیین موقعیت جهانی شدن اقتصاد و دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران پرداخته است. مدل تحلیلی SWOT، ابزاری مشتمل بر چهار مقوله قوت، ضعف، فرصت و تهدید برای شناسایی نظام‌مند عواملی است که راهبرد باید بهترین سازگاری را با آن‌ها داشته باشد. اساس منطق این مدل بر این واقعیت استوار است که یک راهبرد اثربخش باید قوت‌ها و فرصت‌های یک سیستم را به حداکثر برساند و در مقابل، ضعف‌ها و تهدیدات را کمینه کند (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۳). مراحل اجرایی تحلیل SWOT در این تحقیق، عبارتند از:

کیلومتر مربع از ۱۸۸۰۰ کیلومتری استان تهران را دربر گرفته و بازار واحدی از کار و سکونت را تشکیل داده است که اجزای آن با هم ارتباط روزمره دارند.

ارزیابی کلان‌شهر تهران در عرصه جهانی شدن اقتصاد

روش‌ها و شاخص‌های شناسایی شهرهای جهانی و اندازه‌گیری میزان جهانی شدن، نیازمند یک استاندارد بین‌المللی است که دارای ملاک‌های اقتصادی است (Alderson et al., 2007) که در ادامه به جایگاه کلان‌شهر تهران در هر یک از این ملاک‌ها پرداخته شده است:

- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی: طبق اعلان و انتشار رسمی گزارش جهانی سرمایه‌گذاری کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل متحد (۲۰۱۳)، تهران تنها توانسته است با جذب ۱۱۸ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (بدون نفت و گاز)، در میان استان‌های کشور حائز رتبه سوم شود. این در حالی است که حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در استانبول در سال ۲۰۰۲، ۸۲۴۷ میلیون دلار و همچنین حجم سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۲۰۰۴ در منطقه کلان‌شهری سئول، ۶۲۰۲ میلیون دلار بود (Aghaei, 2013).

- حجم تجارت خارجی: میزان حجم صادرات و واردات در منطقه کلان‌شهری تهران بیانگر مصرف‌گرایی در استان تهران می‌باشد؛ به طوری که حدود ۲۵ برابر صادرات در منطقه کلان‌شهر تهران با واردات کالا مواجه هستیم، این در حالی است که در شهرهای استانبول و سئول، توازن میان واردات و صادرات کالا وجود دارد (www.tehranexpor.com).

- ترافیک و حمل‌ونقل هوایی در سطح بین‌المللی: بررسی‌هایی که بر مبنای داده‌های هشت‌ماهه اول سال ۲۰۱۱ انجام شده، ۱۶۳ شهر برتر جهان را به عنوان شهرهای کانونی در جابه‌جایی تعداد مسافران هوایی از زیر دو میلیون تا بالای ۳۰

- در ستون دوم (وزن)، به هر یک از این عوامل و براساس اثر احتمالی آنها بر موقعیت استراتژیک فعلی سیستم (براساس نتایج به دست آمده از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود)، وزنی از یک (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) می‌دهیم. هر چقدر وزن بیشتر باشد، تأثیر بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود (جمع ستون دوم بدون توجه به تعداد عوامل، یک است).

- در ستون سوم (درجه‌بندی)، به هر مؤلفه و براساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم به آن مؤلفه خاص، امتیازی از ۴ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف)، براساس نتایج به دست آمده از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود می‌دهیم. این درجه‌بندی نشان می‌دهد که سیستم چگونه به هر یک از مؤلفه‌های بعد بیرونی پاسخ می‌دهد.

- در ستون چهارم (امتیاز وزنی)، وزن را در درجه هر مؤلفه (ستون دوم ضرب در ستون سوم) ضرب می‌کنیم تا امتیاز وزنی آن به دست آید. به این ترتیب، برای هر مؤلفه، یک امتیاز وزنی از ۱ تا ۴ به دست می‌آید که به طور متوسط (میانگین) این امتیاز عدد ۳ است.

در نهایت، امتیازات وزنی مؤلفه‌های دو بعد درونی و بیرونی در ستون چهارم را به طور جداگانه با یکدیگر جمع و امتیاز وزنی را محاسبه می‌کنیم. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به ابعاد و مؤلفه‌های موجود بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. همواره متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم در یک زمینه، عدد ۳ است (هانگر و ویلن^۱، ۱۳۸۱)؛ چنان‌چه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است.

- شناسایی ساختار تجزیه و تحلیل SWOT
- انجام طوفان ذهنی برای شناسایی عوامل داخلی اقتصادی کلان‌شهر تهران (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی اقتصادی و مظاهر جهانی شدن اقتصاد (فرصت‌ها و تهدیدها)
- اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی و وارد کردن عوامل انتخاب شده با توجه به اولویت‌بندی
- تشکیل ماتریس SWOT
- مقایسه عوامل داخلی و خارجی با یکدیگر و تعیین استراتژی‌های SO، WO، ST، WT
- تعیین اقدامات مورد نیاز برای انجام استراتژی‌های تعیین شده
- بررسی نتایج اقدامات مورد نیاز.

۵- یافته‌های تحقیق

باید نقاط ضعف بر مبنای تحلیل SWOT، تحت کنترل باشند تا به نقاط قوت تبدیل شوند و با فرصت‌های بیرونی همسو شوند. همچنین تهدیدها نیز باید به فرصت‌ها تبدیل شوند. از این رو با توجه به مطالب بیان شده در خصوص اقتصاد کلان‌شهر تهران، به ارزیابی برخی از عوامل مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد و شکل‌گیری دیپلماسی شهری مبتنی بر آن، می‌پردازیم:

تحلیل عوامل مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد

کلان‌شهر تهران

برای تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد کلان‌شهر تهران، جدولی تشکیل می‌شود که براساس عوامل داخلی (ضعف‌ها و تهدیدها) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) دارای چهار ستون شامل: عوامل، وزن، درجه‌بندی و امتیاز وزنی می‌باشد:

- در ستون اول (ابعاد درونی و بیرونی)، مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم را نام می‌بریم.

نتایج تحلیل مؤلفه‌های بعد درونی مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد کلان‌شهر تهران (IFAS)
 برای سازماندهی بعد درونی تحلیل حاضر، در قالب قوت‌ها و ضعف‌های فراروی کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با

توجه به اهمیت هر یک از قوت‌ها و ضعف‌ها و میزان تأثیرگذاری هر یک از آنها، کارکردهای مثبت و منفی اقتصاد جهانی بر اقتصاد کلان‌شهر تهران، محاسبه و در جداول ۲ و ۳ ارائه شده‌اند:

جدول ۲- نتایج تحلیل مؤلفه‌های بعد درونی جهانی شدن اقتصاد کلان‌شهر تهران (نقاط قوت)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	نقاط قوت
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	فعالیت گسترده اقتصادی
۰/۶۸	۴	۰/۱۷	نیروی کار گسترده و ارزان در تهران
۰/۲۴	۳	۰/۰۸	تاریخ و فرهنگ کلان‌شهر تهران
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	وجود شرایط متنوع اقلیمی و جغرافیایی کلان‌شهر تهران و شهرهای پیرامونی آن
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	موقعیت استراتژیکی کلان‌شهر تهران به عنوان پایتخت کشور
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	وجود جذابیت‌های تهران جهت سرمایه‌گذاری بنگاه‌های اقتصادی خارجی
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	موقعیت ویژه جمعیتی و مالی کلان‌شهر تهران
۰/۹۶	۴	۰/۲۴	جایگاه کلان‌شهر تهران به عنوان مادرشهر اصلی ایران
۳/۴۷	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول ۳- نتایج تحلیل تطبیقی مؤلفه‌های بعد درونی مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد کلان‌شهر تهران (نقاط ضعف)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	نقاط ضعف
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	وجود برخی از قوانین ناکارآمد تجاری- اقتصادی
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	تعداد اندک واحدهای R&D در واحدهای تولیدی و صنعتی کلان‌شهر تهران
۰/۶۸	۴	۰/۱۷	عدم توجه ویژه به برخی از حقوق مصرف‌کنندگان و عدم رعایت برخی از ضوابط استاندارد بین‌المللی در تولیدات داخلی
۰/۶۸	۴	۰/۱۷	عدم حضور پررنگ و مؤثر بخش خصوصی در عرصه اقتصاد کلان‌شهر تهران
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	ضعف زیرساخت‌های مناسب اقتصادی، شهری، رفاهی و ... در کلان‌شهر تهران در مقایسه با مقیاس‌های جهانی
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	نفوذ برخی از تصمیمات سیاسی بر اقتصاد تهران
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	وجود نقدینگی غیرمولد در بازار کلان‌شهر تهران
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	افزایش عوامل انگیزشی برای مهاجرت نخبگان
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	وجود برخی از کالاهای خارجی در بازار تهران علی‌رغم وجود تولید داخلی آن
۳/۵۳	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

نتایج تحلیل بعد بیرونی مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد کلان شهر تهران (EFAS) برای سازماندهی بعد بیرونی تحلیل حاضر در قالب فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی فراروی اقتصاد کلان شهر تهران، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با توجه به

اهمیت هر یک از فرصت‌ها و تهدیدها و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آنها بر کارکردهای مثبت و منفی اقتصاد جهانی بر اقتصاد کلان شهر تهران، محاسبه شده که در جداول ۴ و ۵ آورده شده است.

جدول ۴- نتایج تحلیل تطبیقی مؤلفه‌های بعد بیرونی مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد کلان شهر تهران (فرصت‌ها)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	فرصت‌ها
۱/۴	۴	۰/۳۵	دسترسی واحدهای اقتصادی کلان شهر تهران به فناوری‌های پیشرفته تکنولوژی و برپایی واحدهای R&D با سایر شهرهای جهان
۱/۲۸	۴	۰/۳۲	افزایش مقیاس تولید اقتصادی واحدهای اقتصادی کلان شهر تهران و کاهش هزینه‌های تولید
۰/۶۸	۴	۰/۱۷	گسترش دامنه تجارت بین‌المللی بنگاه‌های اقتصادی کلان شهر تهران و توسعه بازار داخلی
۰/۱۶	۲	۰/۰۸	فراهم شدن فرصت بیشتر برای شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کلان شهر تهران جهت عرضه کالاهای بومی خود
۰/۱۶	۲	۰/۰۸	توسعه منابع مالی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی فعال در کلان شهر تهران و شهرهای پیرامونی آن
۳/۶۸	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول ۵- نتایج تحلیل تطبیقی مؤلفه‌های بعد بیرونی مؤثر بر جهانی شدن اقتصاد کلان شهر تهران (تهدیدها)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	تهدیدها
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	مخاברה سریع برخی از مشکلات اقتصادی کلان شهر تهران به اقصی نقاط جهان
۰/۵۱	۳	۰/۱۷	گریزناپذیر بودن رقابت تولیدکنندگان و بنگاه‌های اقتصادی کلان شهر تهران با تولیدکنندگان جهانی
۰/۵۱	۳	۰/۱۷	محوریت یافتن کارگران حرفه‌ای و ماهر و بیکاری تعداد زیادی از کارگران ساده
۰/۵۱	۳	۰/۱۷	تغییر دامنه انتظارات اقتصادی و رفاهی شهروندان تهرانی
۰/۵۱	۳	۰/۱۷	افزایش مصرف کالاهای خارجی
۰/۲۸	۲	۰/۱۴	کم‌رنگ شدن نقش اقتصاد محله‌ای
۳/۰۴	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

پس از تحلیل ماتریس جهانی شدن اقتصاد در کلان شهر تهران، ماتریس جایگاه دیپلماسی شهری این کلان شهر در نظام اقتصاد جهانی با توجه به نظریه‌ها و اطلاعات مقاله حاضر، تحلیل شده است.

نتایج تحلیل مؤلفه‌های بعد درونی مؤثر بر دیپلماسی شهری کلان شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی (IFAS) برای سازماندهی بعد درونی تحلیل حاضر، در قالب قوت‌ها و ضعف‌های فراروی دیپلماسی شهری کلان شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هر یک از قوت‌ها و

ضعف‌ها و میزان تأثیرگذاری هر یک از آنها، کارکردهای کلان‌شهر تهران، محاسبه و در جداول ۶ و ۷ ارائه مثبت و منفی اقتصاد جهانی بر دیپلماسی شهری شده‌اند:

جدول ۶- نتایج تحلیل مؤلفه‌های بعد درونی دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی (نقاط قوت)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	نقاط قوت
۰/۹۶	۴	۰/۲۴	امنیت شهری بالای کلان‌شهر تهران
۰/۹۲	۴	۰/۲۳	موقعیت استراتژیک کلان‌شهر تهران به عنوان پایتخت کشور
۰/۵۴	۳	۰/۱۸	عقد پیمان خواهرخواندگی کلان‌شهر تهران با ۱۷ شهر جهانی
۰/۵۴	۳	۰/۱۸	افزایش مرادوات سیاسی و اقتصادی کلان‌شهر تهران با شهرهای کشورهای همجوار
۰/۱۷	۱	۰/۱۷	برگزاری گردهمایی‌های کلان بین‌المللی در کلان‌شهر تهران
۳/۱۳	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول ۷- نتایج تحلیل تطبیقی مؤلفه‌های بعد درونی دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی (نقاط ضعف)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	نقاط ضعف
۰/۹۲	۴	۰/۲۳	ضعف ساختار سازمانی مشخص در حوزه دیپلماسی شهری در شهرداری کلان‌شهر تهران
۰/۹۲	۴	۰/۲۳	روی کاغذ ماندن ۱۷ قرارداد خواهرخواندگی تهران با شهرهای جهانی
۰/۹۲	۴	۰/۲۳	کم‌توجهی مدیران ارشد شهر تهران به اهمیت دیپلماسی شهری در امور بین‌الملل
۰/۹۲	۴	۰/۲۳	حضور محدود و کم‌رنگ نمایندگان شهرداری کلان‌شهر تهران در سازمان‌های بین‌المللی
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	ارتباط ضعیف کلان‌شهر تهران با سازمان‌های تخصصی بین‌المللی
۰/۲۴	۳	۰/۰۸	ضعف قوانین مشخص محلی در زمینه دیپلماسی شهری
۴/۱۹	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

از عوامل درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هر یک از فرصت‌ها و تهدیدها و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آنها بر کارکردهای مثبت و منفی اقتصاد جهانی بر دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران، محاسبه شده که در جداول ۸ و ۹ آورده شده است.

نتایج تحلیل بعد بیرونی دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی (EFAS) برای سازماندهی بعد بیرونی تحلیل حاضر در قالب فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی فراروی دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی، با استفاده

جدول ۸- نتایج تحلیل تطبیقی مؤلفه‌های بعد بیرونی دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی (فرصت‌ها)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	فرصت‌ها
۱/۲۸	۴	۰/۳۲	حضور دفتر نمایندگی مجمع شهرداران آسیایی در تهران و فرصت برای مشارکت فعالانه این کلان‌شهر با شهرهای آسیایی
۱/۲۸	۴	۰/۳۲	فراهم شدن فرصت ارتباط بیشتر شهرداری تهران با سفارتخانه‌های کشورهای جهان
۰/۸۰	۴	۰/۲۰	حضور سه تا پنج میلیون ایرانی مقیم خارج از کشور، به عنوان پتانسیل‌های قوی از منظر روابط بین‌المللی
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	عضویت ایران در سازمان‌های تخصصی بین‌المللی نظیر متروپولیس برای چانه‌زنی‌های مدیران شهری در عرصه توسعه اقتصاد شهری
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	وجود نیروی انسانی خبره در کلان‌شهر تهران برای ورود به عرصه دیپلماسی شهری جهانی
۳/۸۴	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول ۹- نتایج تحلیل تطبیقی مؤلفه‌های بعد بیرونی دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی (تهدیدها)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	تهدیدها
۱/۲۴	۴	۰/۳۱	ضعف راهبردهای اساسی جهت ورود کلان‌شهر تهران به عرصه همکاری‌های بین‌الملل
۰/۶۹	۳	۰/۲۳	موضع‌گیری برخی از قدرت‌های جهانی علیه تهران و تحریم آن از بسیاری از مزایای بین‌المللی
۰/۶۹	۳	۰/۲۳	عدم تفاهم پیرامون پیوستن کلان‌شهر تهران به سازمان‌های بین‌المللی و گسترش روابط بین‌شهری حقیقی
۰/۶۹	۳	۰/۲۳	نابسامانی‌های سیاسی و جنگ داخلی در برخی از کشورهای همسایه
۳/۳۱	-	۱	جمع

منبع: (یافته‌های تحقیق)

شناسایی و تحلیل مؤلفه‌های استراتژیک

با توجه به اطلاعات جداول وزن‌دهی و رتبه‌بندی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها متغیرهای جهانی شدن اقتصاد و دیپلماسی شهری در خصوص کلان‌شهر تهران و بسته به این که وضعیت مواجهه کلان‌شهر تهران با اقتصاد جهانی و

دیپلماسی شهری متأثر از آن، با کدام یک از خانه‌های ماتریس، منطبق باشد، استراتژی کلان خاصی برای هر یک از این دو متغیر مورد مطالعه تحقیق حاضر، تجویز شده و کلیه استراتژی‌های اصلی کلان‌شهر تهران در این دو حوزه، حول این استراتژی کلان، استوار می‌شوند.

امتیاز عوامل بیرونی

۴		۳	۲	۱
۳		۶	۵	۴
۲		۹	۸	۷
۱				
	۱	۲	۳	۴

امتیاز عوامل درونی

نمودار ۱- ماتریس استراتژی‌های کلان SWOT

منبع: (یافته‌های تحقیق)

راهبرد بازنگری (WO) ← شماره‌های ۳، ۵ و ۷
(تمرکز بر فرصت‌های بیرونی به واسطه کاهش نقاط ضعف درونی)

راهبرد تهاجمی/رقابتی (SO) ← شماره ۱
(تمرکز بر نقاط قوت درونی و استفاده مناسب از فرصت‌های بیرونی)

راهبرد تدافعی (WT) ← شماره‌های ۶، ۸ و ۹
(تمرکز بر کاهش آسیب‌پذیری)

راهبرد تنوع‌بخشی (ST) ← شماره‌های ۲ و ۴
(تمرکز بر نقاط قوت درونی و مقابله با تهدیدهای بیرونی)

امتیاز عوامل بیرونی

۴		۳	۲	۱
۳/۳۶				
۳		۶	۵	۴
۲		۹	۸	۷
۱				
	۲	۳	۳/۵۰	۴

امتیاز عوامل درونی

نمودار ۲- ماتریس استراتژی‌های کلان تأثیرگذار در مواجهه کلان‌شهر تهران با اقتصاد جهانی

منبع: (یافته‌های تحقیق)

امتیاز عوامل بیرونی

۴			
۳/۷۵	۳	۲	۱
۳			
	۶	۵	۴
۲			
	۹	۸	۷
۱			
	۲	۳	۳/۶۶
	امتیاز عوامل درونی		

نمودار ۳- ماتریس استراتژی کلان تأثیرگذار اقتصاد جهانی، بر ساختار دیپلماسی شهری کلان شهر تهران

منبع: (یافته‌های تحقیق)

فرصت و قوت، می‌توان به این مهم تأکید کرد که راهبرد کلان شهر تهران در خصوص برخورد با مسأله اقتصاد جهانی و مواجهه دیپلماسی شهری این کلان شهر، اصولاً می‌تواند راهبردی تهاجمی/ رقابتی (SO) باشد؛ در راهبرد تهاجمی/ رقابتی که بر نقاط قوت داخلی و استفاده مناسب از فرصت‌های بیرونی متمرکز است، برای رقابتی تر شدن رابطه کلان شهر تهران با اقتصاد جهانی و اجرایی کردن مظاهر آن در دیپلماسی شهری، می‌توان راهبردهای زیر را ارائه کرد:

- همکاری کلان شهر تهران با سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و افزایش میزان مشارکت این کلان شهر در معادلات اقتصادی و دیپلماسی جهانی
- راه‌اندازی واحدهای کوچک اقتصادی با همکاری بنگاه‌های اقتصادی بین‌المللی و مشارکت شهرداری‌های کلان شهر تهران در تمام مناطق شهری با توجه به ارزان بودن نیروی کار با هدف کاهش هزینه‌های تولید.

همان گونه که پیشتر نیز بدان اشاره شد، امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم، چگونه به ابعاد و مؤلفه‌های موجود بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. چنان چه متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم، بالاتر از عدد ۳ باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است. بر این مبنا طبق اطلاعات مندرج در نمودار ۲ و ۳ می‌توان ادعان داشت که مؤلفه‌های استراتژیک انتخابی تحقیق حاضر در خصوص مواجهه کلان شهر تهران با اقتصاد جهانی، از تأثیرگذاری بالایی برخوردار بوده و به واسطه بالا بودن مؤلفه مربوط به فرصت، حکایت از این واقعیت دارد که کلان شهر تهران در مواجهه با اقتصاد جهانی از فرصت‌های مغتنمی برخوردار می‌باشد. با بررسی نمودار ۳ که در خصوص مؤلفه‌های استراتژیک تأثیرگذار اقتصاد جهانی، بر ساختار دیپلماسی شهری کلان شهر تهران می‌باشد و نیز با توجه به بالا بودن امتیاز وزنی و بالا بودن وزن مؤلفه‌های

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در دهه‌های اخیر، دیپلماسی شهری، نقش عمده‌ای در توسعه شهرها و پیوند پتانسیل‌های داخلی با فرصت‌های بین‌المللی از طریق همکاری‌های شبکه‌ای داشته است. بدون شک با روند یکپارچگی و اتحاد شهرها در زمینه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در آینده‌ای نه چندان دور، شاهد شکل‌گیری دهکده‌ای جهانی و فرایندی به نام جهانی شدن با بازیگرانی چون شهرها، شهروندان و قدرت‌گیری نهادهای مردمی و حکومت‌های محلی در راستای اهداف ملی خواهیم بود. روند رو به رشد فناوری‌های ارتباطی از یک سو و ناکارآمدی سیاست‌های دولتی در بیشتر زمینه‌ها از سوی دیگر، باعث شدت گرفتن پذیرش دیپلماسی شهری با تفکر جهانی شدن به عنوان ابزاری برای رونق اقتصادی و سایر ابعاد انسانی شده است. این‌که ما در این عرصه موضع تقابلی یا تفاهمی داشته باشیم، بسته به سیاست‌های کلی نظام دارد. اما آنچه که مشهود است از یک طرف، سیر روزافزون تعداد جهان‌شهرهای همکار می‌باشد که ایده‌ها، افکار، فناوری‌ها و اطلاعات را بین هم رد و بدل می‌کنند و زودتر به تفاهم‌های لازم می‌رسند و از توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بالایی نیز برخوردار می‌شوند. از طرفی دیگر، انزوا و گوشه‌گیری از جریان‌های جهانی و تکیه صرف بر منابع داخلی، باعث عقب‌افتادگی در تمامی ابعاد ملی در طولانی‌مدت خواهد شد. یکی از راهبردهای اساسی دیپلماسی شهری، توسعه اقتصادی شهرها، در شبکه شهرهای همکار می‌باشد. با توجه به موقعیت استراتژیک کلان‌شهر تهران در آسیای میانه از یک سو و توان‌های بالقوه و بالفعل کلان‌شهر تهران نظیر: زیرساخت‌ها، خدمات، مناطق گردشگری، مراکز درمانی، تولیدی و صنعتی از سوی دیگر، لزوم ورود جدی و برنامه‌ریزی شده این کلان‌شهر در جهت هم‌گامی توسعه اقتصادی آن با نوع سیستم

دیپلماسی شهری را ضروری می‌کند. دیپلماسی شهری می‌تواند فرصت مساعدت‌های مالی و علمی را در این زمینه فراهم آورد و باعث تقویت نقاط قوت و کم‌رنگ‌تر شدن ضعف‌های اقتصادی کلان‌شهر تهران و هم‌سوتر شدن آن با معیارهای اقتصاد جهانی، آن هم نه به شکل جهانی شدن محض که جهانی-محلی شدن شود. از این رو بر مبنای یافته‌های این مقاله، می‌توان نتیجه گرفت که هرگونه طرح سیاست شهری جهت ورود کلان‌شهر تهران به عرصه دیپلماسی شهری باید بتواند به ملاحظات جهانی-محلی شدن (و نه مقتضیات جهانی شدن مطلق یا حتی محلی شدن صرف) وفادار باقی بماند.

کلان‌شهرها در بسیاری از کشورهای غربی، پیش‌تازان دیپلماسی شهر بوده‌اند. در ایران نیز کلان‌شهر تهران عهده‌دار چنین جایگاهی است. شهر تهران با توجه به موقعیت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نسبت به دیگر کلان‌شهرها ایران و منطقه می‌تواند با در اختیار گرفتن دیپلماسی شهری، در ارتقای جایگاه اقتصاد جهانی در سطح منطقه و بین‌الملل مؤثر واقع شود. از این رو، ارتقای جایگاه و نقش کلان‌شهری تهران در عرصه جهانی و جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی الزامی است. این کلان‌شهر با توجه به دارا بودن ظرفیت‌های توسعه در قالب ابعاد توسعه ملی و در راستای استفاده از فرصت‌های بین‌المللی در حوزه روابط بین‌شهری، نیازمند دیپلماسی شهری مؤثر و فعال با توجه به اقتضات فرهنگی، سیاسی و محیط بین‌المللی است.

بر این اساس وجود ساختار و توانمندی‌های سازمانی تهران از نظر داشتن فضاها و نهادهای مرتبط با دیپلماسی شهری مانند: نهادهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مردمی بدون وابستگی به دولت و مدیریت‌های تخصصی سازمانی عهده‌دار دیپلماسی شهری برای ورود به عرصه روابط بین‌المللی شهری و دیپلماسی شهری، امری لازم و ضروری است. با توجه به واقعیت‌های

موجود، کلان‌شهر تهران و مدیریت شهری آن، نیازمند نهادسازی و بسترسازی اولیه از این حیث است.

از این رو، با توجه به مباحث نظری مطرح شده در مقاله حاضر، پیشنهاد می‌شود تا بر اساس برآزش راهبرد تهاجمی/ رقابتی (SO) برای کلان‌شهر تهران، الگوی جهانی- محلی شدن به عنوان الگویی مناسب برای کلان‌شهر تهران در نظر گرفته شود.

به عبارت دیگر، منطبق با نظریه محلی- جهانی شدن رابرتسون، الگوی جهانی- محلی شدن، برای کلان‌شهر تهران برآزش بهتری دارد و به دنبال منطبق کردن مقتضیات جهانی شدن با شئونات سیاست دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران با توجه به شرایط محلی است؛ به گونه‌ای که بتوان محلی شدن را با ورود به جهانی شدن، سازگار و متعادل کرد.

پیشنهادها نیز در راستای تسریع هرچه بیشتر فرایند دیپلماسی شهری کلان‌شهر تهران ارائه می‌گردد:

- اراده عمومی برای ارتقای کلان‌شهر تهران به شهری برتر در سطح منطقه و جهان
- وجود مصوبات و اسناد کافی برای حمایت از جهانی شدن کلان‌شهر تهران از جمله طرح جامع مصوب شهر تهران

- عضویت کلان‌شهر تهران در سازمان‌های تخصصی غیردولتی بین‌المللی مرتبط با دیپلماسی شهری
- توجه بیشتر مدیران ارشد شهرداری کلان‌شهر تهران به اهمیت دیپلماسی شهری در امور بین‌الملل.

بنابراین، دستیابی کلان‌شهر تهران به مدیریتی دیپلماسی‌گرا در حوزه معادلات اقتصاد جهانی نیازمند نگاه جامعی است که با اراده‌ای آگاهانه ضمن تلاش برای برداشتن تنگناها و نارسایی‌ها، بتوان از موقعیت‌ها و فرصت‌های لازم و پیش‌رو، بهترین استفاده را در راستای بهبود مدیریت شهری و بیشترین نفع را برای شهروندان تهرانی فراهم کند؛ میزبانی تهران از شهرداران کشورهای

آسیایی که بیانگر مسیر جدیدی در سطح تعاملات بین ملت‌ها و دولت‌ها می‌باشد و عرصه‌های جدیدی را در توسعه دیپلماسی شهری پیش‌روی حاکمان محلی قرار خواهد داد، از این قبیل منفعت‌هاست که کلان‌شهر تهران می‌تواند به خوبی از مزایای آن بهره‌مند گردد.

۷- منابع

احمدی‌پور، زهرا؛ قورچی، مرتضی؛ قادری حاجت، مصطفی. (۱۳۹۱). تبیین جایگاه دیپلماسی شهری در توسعه، حوزه نفوذ ژئوپلیتیکی، جغرافیا و توسعه فضای شهری، شماره ۱، ۱۸۲-۱۵۷.

بصیرت، میثم؛ جلیلی، سید مصطفی. (۱۳۹۳). تحلیل فرصت‌ها و چالش‌های توسعه دیپلماسی شهری در کلان‌شهر تهران، نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی، ۱۹ (۳)، ۶۶-۵۳.

بهکیش، محمد مهدی. (۱۳۸۰). *اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن*، تهران: نشر نی.

حکمت‌نیا، حسن؛ موسوی، میرنجف. (۱۳۸۳). *بررسی تحلیل روند تغییرات سطوح توسعه و نابرابری‌های ناحیه‌ای در استان یزد (۱۳۷۵-۱۳۵۵)*، طرح پژوهشی، پیام‌نور.

رابرتسون، رونالد. (۱۳۸۲). *جهانی شدن (تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی)*، ترجمه کمال پولادی، تهران: ثالث.

ریتزر، جرج. (۱۳۹۰). مبانی نظریه جامعه‌شناسی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، ترجمه خلیل میرزایی و علی بقایی سرابی، تهران: جامعه‌شناسان.

سرور، هوشنگ؛ پورطاهری، مهدی؛ پرهیزکار، اکبر؛ کاظمیان، غلامرضا. (۱۳۸۹). *جهانی شدن اقتصاد و چالش پایداری در منطقه کلان‌شهری تهران، برنامه‌ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)*، ۱۴ (۲)، ۴۲-۲۳.

سلیمانی، علیرضا؛ نظریان، اصغر. (۱۳۸۹). *جایگاه کلان‌شهرهای کشورهای اسلامی در فرایند جهانی شدن و پراکنش مکانی فعالیت‌های جهانی شدن در آن‌ها*، چهارمین کنفرانس جغرافیدانان جهان اسلام، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- Clark, E., & Lund, A. (2000). Globalization of a commercial property market: the case of Copenhagen. *Geoforum*, 31(4), 467-475.
- Daivid Fried, R. (2004). Strategic Managment. Translated by Ali Parsaeyan and Seyed Mohammad Erabi, 6th Publicashed, Pubished by Center for Cultural Recerch.
- Greenway, R. S. (Ed.). (2000). *Discipling the city: A comprehensive approach to urban mission*. Wipf and Stock Publishers.
- Hubbard, P., P. J. Taylor & B. Derudder (2007). *Cities in Globalization, Practices, policies and theories*. London and New York: Routledge.
- Mahdi Pour, A. (2012) *SWOT Analyzing*. Shiraz University.
- Rodriguez, F., & Rodrik, D. (2001). Trade policy and economic growth: a skeptic's guide to the cross-national evidence. In *NBER Macroeconomics Annual 2000, Volume 15*. 261-338.
- Schulte, J.A. (2000). *Globalization: a critical introduction*. New York: ST.Martin's press.
- Sizoo, A., & Musch, A. (2008). City diplomacy, the role of local governments in conflict prevention, peace-building and post-conflict reconstruction. *W: City Diplomacy. Red. A. Musch, Ch. van der Valk, A. Sizoo, K. Tajbakhsh. VNG International, The Hague*.
- Van der Pluijm, R., & Melissen, J. (2007). *City diplomacy: the expanding role of cities in international politics*. Netherlands Institute of International Relations' Clingendael'.
- Van Woensel, T., & Cruz, F. R. (2009). A stochastic approach to traffic congestion costs. *Computers & Operations Research*, 36(6), 1731-1739.
- www.tehranexpor.com
- قورچی، مرتضی؛ امانی، محمد. (۱۳۸۸). دیپلماسی شهری در فرایند جهانی شدن، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، دانش شهر، شماره ۷.
- مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران. (۱۳۹۰). *طرح مطالعاتی جهانی شدن تهران*، اندیشگاه بافت شهر تهران (سازمان نوسازی شهر تهران).
- موسوی شفايي، سید مسعود. (۱۳۸۹). دیپلماسی شهری ابزاری برای توسعه ملی در عصر فضای جریان‌ها، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، دانش شهر، شماره ۱۸.
- نجاتی حسینی، سیدمحمود. (۱۳۸۹). *شهروندی شهری: از نظریه تا سیاست شهری و تجربه فرهنگی*، دانشنامه علوم اجتماعی تربیت مدرس، ۲(۳).
- نجاتی حسینی، سیدمحمود. (۱۳۹۰). *سیاست شهری و دیپلماسی شهری (از نظریه تا تجربه)*، دوفصلنامه علمی- پژوهشی جامعه‌شناسی تاریخی، ۳(۲)، ۱۱۷-۱۴۲.
- هانگر، جی. دیوید؛ ویلن، تامس. (۱۳۸۱). *مبانی مدیریت استراتژیک*، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- واترز، مالکوم. (۱۳۷۹). *جهانی شدن*، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی و سیاوش مریدی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- Aghaei, P. (2013). Tehran in the process of economic globalization, *Bulletin of Environment, Pharmacology and Life Sciences*, 3(1), 6-8.
- Alderson, A. S., J., Beckfield, P. J., Taylor, B., Derudder, P., Saey & Witlox, F. (2007). *Globalization and the world city system*, Preliminary results from a longitudinal data set London and New York: Routledge.
- Aribas, I. & Perez, F. (2008). *Measuring Globalization of International trade: Theory and Evidence*, Universitat jaume iand Ivie, Valensia Spain, 127-128.