

ارائه مدل توسعه اقتصاد شهری با رویکرد مراکز رشد کار آفرینی " مطالعه موردی

شهر زنجان "

کرامت اله زیاری^۱، ابولفضل مشکینی^۲، علیرضا انبارلو^۳

چکیده

افزایش نرخ بیکاری یکی از شاخص های اقتصاد در شهر است بر اساس آمار به دست آمده نرخ بیکاری در شهر زنجان بیشتر از کل استان است و افزایش نرخ بیکاری در شهر زنجان و به ویژه در میان تحصیل کرده های شهری، باعث ایجاد معضلات اجتماعی و آسیب های فراوانی شده است. این روند منحصر به شهر زنجان نیست و بسیاری از شهرهای دیگر با آن دست به گریبان هستند. از طرفی شهرداری ها نیز پتانسیل بی شماری برای توسعه کسب و کار و حمایت از کارآفرینی دارند که از جمله آنها می توان به امکان برقراری تعاملاتی کارآمد با بخش های دولتی خدمات رسان در حوزه شهر و محوریت و جهت دهی ارائه خدمات آنها به سمت کارآفرینی، داشتن دفاتر اداری در تمام مناطق، نواحی و محلات شهر، حمایت از کسب و کار کوچک شهری، تبدیل بافت های فرسوده به مکانی تولیدی، دسترسی به بازارچه های مختلف و زمین ها و املاک بلا تکلیف، آشنایی با کسب و کار نواحی و محلات شهر اشاره کرد. از این رو، این مقاله سعی دارد با روش کیفی - استقرایی و به کارگیری تحلیل کیفی و تحلیل نمونه های جهانی، چارچوبی مفهومی برای توسعه اقتصاد شهری تحت تاثیر رویکردهای شهر کارآفرین بیابد. طرحی جدید و در کسب و کار در جامعه شهری خود در اندازند، و زمینه اشتغال را فراهم آورند. مراکز رشد کار آفرینی شهری یکی از ایده های جدید می تواند در حال حاضر مشکل بیکاری در جامعه شهری حل نماید و اشتغال یکی از مولفه های بعد اقتصادی زیست پذیری شهری است که زمینه کیفیت زندگی در شهر را تقویت خواهد نمود. نتیجه این مقاله نشان می دهد با به کارگیری چنین فرایندی در کشور ما بخصوص شهر زنجان زمینه رشد کسب و کار را با به کارگیری مدیریت کارا فراهم آورد.

^۱ استاد تمام دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

^۲ دانشیار دانشکده جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس

^۳ دانشجوی دکتری آینده پژوهی، پژوهشگاه شاخص پژوه

واژه های کلیدی

کار آفرینی، شهر کار آفرین، کسب و کار، مرکز رشد کار آفرینی، شهرزنجان

مقدمه

شهرها مانند هر پدیده ای، متأثر از جریان های معاصر خود هستند؛ از این رو شناخت و بررسی ویژگی های هر دوره، به معنای مجموعه ای از تمام مولفه هایی که برآیندشان به حال شکل می دهد و در هر لحظه مقتضیات، نیازها، رویکرد ها و مطالبات جوامع را می سازد و متقابلاً از آنها تاثیر می پذیرد، لذا این ویژگی ها، به طور طبیعی، هر دوره را از سایر دوره ها متمایز می کنند و هرگونه واکنش را منوط به پرسش های اساسی آن قرار می دهند (لطفی، ۱۳۹۰). امروزه شهر، به دنبال جهانی شدن اقتصاد و توسعه آن برای ایجاد محیط های برای اشتغال و تشدید پیامد های رقابت بین شهرها از یک سو و نیاز به زیر ساختار های سرمایه ای برای یک جمعیت رو به رشد از سوی دیگر، علاوه بر بهره گیری از مزیت های نسبی، مجبور به استفاده از مزیت های رقابتی خود می باشد تا روند جهانی سازی را بهتر به نفع خود مدیریت کند (رفعیان و همکاران، ۱۳۹۶). شکل جدیدی از سرمایه شهر محور را موجب شده و شهرها را به سکوی فعالیت های اقتصادی، خلاقیت و بهره وری در شبکه کسب و کار جهانی تبدیل کرده (Castells, 2005). کارآفرینی شهری به عنوان یک رویکرد اساسی برای توسعه مشارکت بخش خصوصی، تعاونی ها و نهاد های مردمی به ویژه سازمان های مردم نهاد و حل مشکلات خانوارهای محروم و ایجاد اشتغال برای رفع بیکاری در شهر زنجان است. کارآفرینی شهری به عنوان پایه ای برای تقویت بخش خصوصی و تامین زیر ساخت های لازم برای این بخش به شمار می آید. با استفاده از کار آفرینی شهری در زنجان می توان بسیاری از اموری مانند صنایع دستی نظیر مسگری، چاقوسازی، مليله کاری... با حمایت شهرداری زمینه اشتغال را فراهم آورد. و در ضمن اموری که مربوطه به شهرداری است نیز به تعاونی ها و زنان سرپرست خانوار سپرد و ایجاد فرصت های نوین در امر خدمت رسانی به مردم ایجاد اشتغال در شهر را فراهم آورد. موجب مشارکت جدی بخشی از شهروندان در توسعه اقتصاد شهری را فراهم آورد. در این مقاله نخست به کارآفرینی شهری پرداخته و ساز و کارهای حمایت از کارآفرینان شهری را تشریح نموده و تعاریف نوین از کارآفرینی و کارآفرینی شهری، به بررسی نقش کارآفرینی شهری در اقتصاد شهری پرداخته است. و در ادامه به ارتباط کارآفرینی و زیست پذیری شهری اشاره کرد از آنجا که زیست پذیری یکی از جنبه های برنامه ریزی شهری است

که منبعت از مکتب توسعه پایدار است. دارای شاخص ها و مولفه های است. که می تواند به کیفیت بالای زندگی کمک کند. کیفیت بالای زندگی شهرنشینان وضعیت فرصت های شغلی و سرمایه گذاری و در آمد ساکنان تاثیر خواهد گذاشت. با استفاده از پتانسیل موجود در شهرداری ها برای حمایت از کار آفرینان شهری که به عنوان مولفه های مولد بودن، درون زایی، کارآفرینی و ایجاد مارکز رشد کسب و کار در سال آتی با فعالیت های اجتماع محور ساکنان محلات شهر در مبارزه با فقر و ایجاد شغل و در آمد ساکنان را فراهم آورد. برای این امر همکاری جمعی برای کسب منفعت از دستگاه های دولتی و شهرداری، برای شهروندان برای توسعه اقتصاد شهر زنجان کمک نماید.

جدول ۱: معرفی ابعاد، شاخص ها و گویه های زیست پذیری شهری ارتباط آن با کارآفرینی

ابعاد	شاخص ها	گویه ها
اقتصادی	- مشارکت مالی شهروندان، فرصت های شغلی؛ در آمد - سرمایه گذاری، کارآفرینی شهری	۱. مشارکت مالی در پروژه های شهری
		۲. در آمد مناسب و مکفی سرپرست
		خانواده ۳. تنوع فرصت های شغلی
		۴. سود آوری و رونق سرمایه گذاری محله
		۵- در آمد پایدار

کار آفرینی با رویکرد استراتژیک رشد اقتصادی، نوآوری و سرمایه گذاری بخش خصوصی و رفع بیکاری، در شهر ها به ارمغان می آورد. در این روند و به دنبال آن، شکلگیری اقتصادهای بالغ حاکمیت های کارآفرین در بسیاری از شهرهای جهان در مدیریت تغییر، بازنده سازی و تجدید حیات بافت های شهری، از رویکردهای نوین کارآفرینی شهری، به عنوان الگوی توسعه برای ایجاد مکان های موفق برای زندگی، کار، بهره گرفته اند. در این رویکرد جدید، فضاهای شهری برای پاسخ گویی به نیاز های معاصر ایجاد می گردد و بستر مناسبی برای جذب سرمایه گذاری در شهرهاست. بنابراین هدف اصلی این پژوهش، یافتن چارچوب تعاملی محلات شهری و شهر کار آفرین برای دستیابی به مکان مناسب برای اشتغال است. در راستای نیل به این هدف، طی انجام مطالعه ای تطبیقی با شهرهای سراسر جهان، به تحلیل آن پرداخته و بر اساس ادبیات جهانی حاکم نسبت به بومی سازی برای شهرهای میان اندام نظیر شهر زنجان اقدام گردد.

پیشینه تحقیق

الف: پژوهش های خارجی

بیدالف^۱ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "طراحی شهری، باز آفرینی و شهر کارآفرین" به ارزیابی تفصیلی تاثیر حکمروایی کارآفرین به عنوان عنصر اصلی فرایندهای کارآفرینی و باز آفرینی شهری در شهر لیورپول انگلیساز دهه ۹۰ تاکنون پرداخته و نتایج یافته های تحقیق به نقش باز آفرینی شهری، در جذب سرمایه گذاری، ایجاد اشتغال، کارآفرینی و طراحی شهری اشاره دارد. کایا^۲ و همکاران (۲۰۱۴) در مقاله ای با عنوان "نگرش های شاخص کار آفرینان به عنوان ذی نفعان یک شهر" به مدل سازی نگرش کارآفرینان استان موگلا نسبت به برند سازی شهری پرداخته و نتایج پژوهش به وجود ارتباط بین برند سازی و نگرش ذی نفعان اشاره دارد. و همچنین به فرصت های کسب و کار، شبکه سازی و خدمات دولتی، که بر نگرش کارآفرینان شهری تاثیرگذار است می پردازد.

مادوریرا^۳ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی، ضمن بر شمردن رویکرد شهر کارآفرین به عنوان راهبردی برای توسعه اقتصاد محلی، به بررسی نقش پروژه های بزرگ مقیاس در شهر کار آفرین اشاره دارد. منادی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان "کارآفرینی و رشد اقتصاد شهری" کارآفرینی را به عنوان یک نیروی محرک و سازنده اقتصادی، بلکه در بعد گسترده تر به عنوان یک عامل پویای اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است اشاره دارد. در این مقاله رشد و توسعه اقتصاد شهری را با تاکید بر کارآفرینی و خلاقیت، با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه ای مورد بررسی قراردادده و به تحلیل پتانسیل های موجود در شهرها برای حمایت نوآورانو کار آفرینان شهری می پردازد. رفیعیان و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان "ارائه چارچوب مفهومی تعامل باز آفرینی شهری و شهر کار آفرین در دستیابی به بازاریابی مکان" به بازآفرینی شهری با رویکرد شهر کار آفرین با هدف بهبود زیر ساخت ها و افزایش کیفیت زندگی با مقیاس های جهانی در فرایند جذب سرمایه در بازاریابی مکان، تاکید می شود اشاره دارد. و نتیجه تحقیق نشان می دهد با بکارگیری چنین فرایندی در کشور مستلزم توجه به جنبه های فرهنگی، نهادی و قانونی است.

مبانی نظری

¹. Biddulph

². Kaya

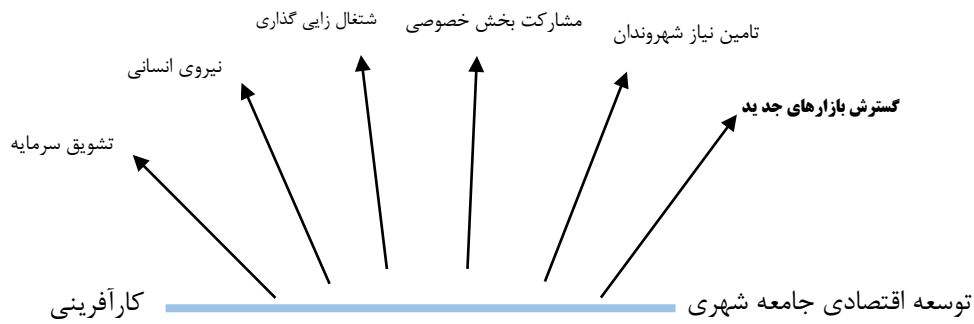
³. Madureira

امروزه "کارآفرین" به فردی نوآور و توسعه دهنده اطلاق می شود که فرصت های موجود بازار را کشف می کند و از آنها بهره برداری می نماید. کار آفرینی با موضوعاتی نظیر ایده ها، محصولات و خدمات جدید یا ترکیب منابع جدید که ایجاد یک کسب و کار جدید، سود آوری، ارضای نیاز های مشتری و اشتغال زایی منجر می شود، مرتبط است (کنعانی، ۱۳۸۸). کارآفرینی شهری با آن دسته از فعالیت های کار آفرینانه اطلاق می شود که در حوزه جغرافیایی شهر انجام شده و در راستای بهبود سطح زندگی، تامین خدمات مورد نیاز، درآمدزایی، ایجاد اشتغال و برای تعدادی از شهر وندان انجام می گیرد. از جمله مصادیق کارآفرینی شهری می توان به کارآفرینی در کسب و کار خانگی^۱ و کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک^۲ در محدوده شهرها اشاره کرد (کنعانی، ۱۳۸۸). نخستین بار شهر کارآفرین، همراه با ظهور شهرهای جهانی، تئوری های بازاریابی شهری و رشد شهری، در دهه ۱۹۷۰ و به ویژه ۱۹۸۰ مطرح گردید و ابتدا بیشتر مفهومی اقتصادی داشت (Matexas, 2007). پیش تر، تعاریف مبتنی بر تفسیر این مفهوم با استفاده از رابطه ی میان شخصیت کارآفرینان با این حوزه بوده، به نحوی که شخصیت کارآفرین در این حوزه اهمیت فراوانی داشت (Eckhardt & shane, 2003). البته امروزه هم شخصیت کارآفرین هم چنان مورد توجه بوده، اما آن چه تعاریف جدید به آن اشاره می کنند نقش فرصت ها در فرایند کارآفرینی عبارت است از تحصیل منابع فرصت ها از طریق فرایند اکتشاف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها و چیدمان افراد در راستای کشف، ارزیابی و بهره برداری از آنها (Sarason & et 2005). بنابراین نحوه شناسایی، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها اهمیت فراوانی یافته است. توسعه اقتصادی جوامع شهری با اثر بخشی کار آفرینی تبیین شده است که بر اساس شکل شماره ۱ بیانگر اهمیت کار آفرینی شهری است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱. Home Based Business 'HB'

^۲. Small Business "SB"



شکل شماره ۱- فرایند تاثیر کار آفرینی در توسعه اقتصادی جوامع شهری

در حقیقت کارآفرینان شهری با خلق ایده ها، فرصت ها و بازار های جدید، ظرفیت های نوینی را برای سرمایه گذاری بخش خصوصی، سازمان های غیر دولتی، تعاونی ها و ... ایجاد می کنند. این امر موجب استفاده بهینه از امکانات و منابع موجود به ویژه نیروی انسانی می شود و علاوه بر اشتغال زایی نقش مهمی را در توزیع ثروت در جامعه، گسترش بخش خصوصی و افزایش کمی و کیفی خدمات و تولیدات ایفا می کند (موسسه توسعه فردا، ۱۳۸۲). شهرداری ها نهادی عمومی است که پتانسیل کافی برای حمایت موثر در زمینه کارآفرینی شهری و ایجاد اشتغال در اختیار دارد. در این میان این نهاد عمومی است می تواند در تمام نواحی و محلات شهر حضور یابد خدمات خود را برای حمایت از کارآفرینان به صورت سازماندهی شده در اختیار شهروندان قرار دهد.

مراکز رشد کار آفرینان شهری، ابزار نوین توسعه اقتصادی در شهرها هستند. لغت نامه آکسفورد مرکز رشد را چنین معنا می کند. دستگاہی است که گرمای لازم برای سر بیرون آوردن جوجه ها از تخم مرغ، پرورش دادن کودکان نارس و یا پرورش باکتری ها تامین می کند. اما تعریف آن در حوزه کسب و کار عبارت است از مراکزی که تسهیلاتی برای تعدادی از کسب و کار های جدید و در حال رشد فراهم می کنند. از جمله اینکه از امکانات و فضای اداری، تحقیقاتی و آزمایشگاهی و بازارچه های محلی است. این تسهیلات به طور رایگان با هزینه کم برای مدتی مشخص در اختیار افراد حقیقی و حقوقی که واجد شرایط حضور در مراکز رشد شناخته شوند، قرار می گیرند (اسد زمانه، ۱۳۸۲).

جدول شماره ۲ اهداف کلی مراکز رشد کار آفرینان

اهداف	ردیف
تقویت بخش خصوصی نو آور و کار آفرین در راستای منافع عمومی	۱
حمایت از شرکت های تازه تاسیس و کار آفرینان در توسعه کالا و خدمات	۲
حمایت کار آفرینان صنایع دستی در شهر زنجان	۳
کمک به جذب بیشتر کارآموزان و فارغ التحصیلان دانشگاهی در مراکز بازار کار	۴
ارایه آموزش های مدیریتی، بازاریابی، مالی در زمینه راه انداز و توسعه کسب و کار	۵
برگزاری جشنواره های صنایع دستی در سایر شهر ها با همکاری شهرداری آنها در زمینه ارایه محصولات	۶

منبع: مطالعات نگارنده

ضمن اینکه نهاد های مدیریت شهری می توانند با ارائه طرح های اولویت دار و پژوهش ها و فعالیت های مورد نیاز به کار آفرینان و فارغ التحصیلان ایده مند دانشگاهی و حمایت ویژه از آنها در درصد رفع مشکلات در حوزه کاری خود برآیند(کنعانی وهمکاران، ۱۳۸۳).
شکل ۳ کار کردهای مراکز رشد کار آفرینان شهری

مرکز رشد شهری					
افزایش میزان اشتغال	ایجاد و توسعه کسب و کار های خانگی	تجاری سازی ایده ها	بازاریابی محصولات کار آفرینان	ایجاد مکانی برای خدمات به کار آفرینان	توسعه صنایع دستی شهر

منبع: مطالعات نگارنده

مراکز رشد شهری به آن دسته از فعالیت های را مورد حمایت قرار می دهند که حوزه زندگی شهری شکل گیرند. مهم ترین ویژگی مراکز رشد شهری عبارت از نقشی که در بهبود کار آفرینی ایفا می کنند. کار آفرینی با بهره برداری از فرصت ها ظرفیت های موجود در جامعه منجر به توسعه منابع می شود. مرکز رشد شهری قادر است با بهره گیری از ساز و کارهای هماهنگی و همکاری خود، نیاز ها و ظرفیت های پتانسیلی این دو گروه را مورد شناسایی قرار

داده و سپس ضمن ارائه راهنمایی ها و خدمات مورد نیاز ، از این فرصت های طلایی را در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی زندگی شهروندان بهره برداری کند.

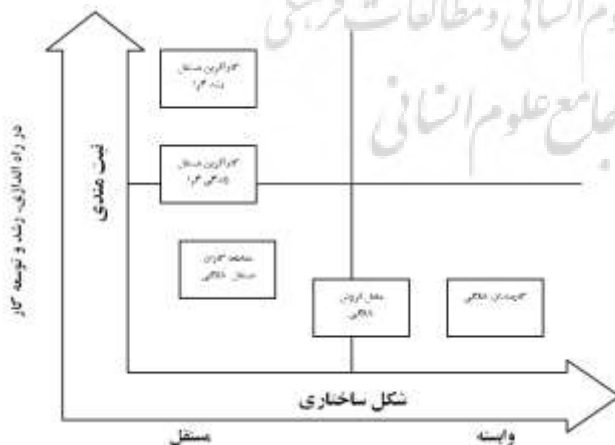
مفهوم کسب و کار خانگی

اگرچه مفهوم کسب و کارهای خانگی قدمت دیرینه ای داشته اما در مورد تعریف آن هنوز اتفاق نظر کلی وجود ندارد . نقطه ی مشترک در تاکید بر خانه به عنوان محل اصلی و عمده ی کسب و کار است (Musket,2005,1). به طوری که فانگ اعتقاد دارند کسب و کارهایی را میتوان خانگی نامید که صرف نظر از اندازه و نوع آنها محل کار اصلیشان در خانه باشد . اما نقطه ی تمایز و ابهام در تفاوتی است که میان کارکنان خانگی و کار آفرینان خانگی وجود دارد. بدین ترتیب که مشخص نیست بین که فعالیت های افرادی که در استخدام و قرارداد یک شرکت یا موسسه ی مستقل بیرونی بوده اما دفتر کار و محل انجام وظایف آن ها در خانه است با فعالیتهای افرادی که در استخدام هیچ سازمانی نبوده و به طور مستقل برای ایجاد ارزش افزوده به کارهای تولیدی، خدماتی و فروش می پردازند چه تفاوتی وجود دارد. در برخی تعاریف ارایه شده این دو مفهوم در هم آمیخته و کسب و کار خانگی نامیده شده اند. درحالی که کار خانگی مفهوم وسیعی است که صاحبان و اداره کنندگان کسب و کارهای خانگی را نیز شامل می شود (-Rosnafisah,al,2009.25). روبرتز و کریسمن (۱۹۹۷) تعارف متعدد از کسب و کارهای خانگی را به سه دسته تقسیم می کنند :

- تعاریف فراگیر: در اینگونه تعاریف هیچ تمایزی میان کارکنان خانگی و کارآفرینان خانگی وجود ندارد. به عنوان مثال هیچ تفاوتی میان کارمند بانکی که وظایف اش را با شبکه ی اینترنت و در خانه انجام می دهد با فردی که به طور مستقل کسب و کاری اینترنتی را در خانه راهاندازی کرده وجود ندارد و هر دو کسب و کار خانگی نامیده می شوند .

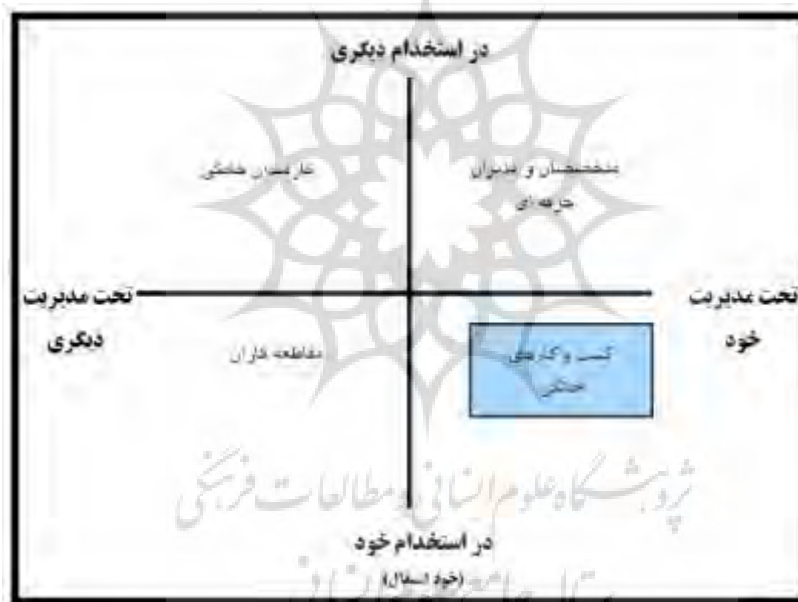
- تعاریف خاص : تنها کسب و کارهایی را شامل می شود که فرد به صورت تمام وقت در خانه آن را اداره می کند.

آنها همچنین کارکنان خانگی را از نظر شکل ساختاری کسب و کار و نیت مندی در کار در ۵ نوع دسته بندی می کنند.



نمودار ۱. نوع شناسی کار خانگی
Roberts, Chrsman, 1997, p 26)

- ۱- کار آفرین مستقل رشدگرا: این افراد یک کسب و کار خانگی مستقل را راه اندازی می‌کنند. کار آفرین مستقل رشدگرا کرده و امیدوارند در آینده بتوانند آن را گسترش داده و تبدیل به یک کسب و کار واقعی کنند.
- ۲- کار آفرین مستقل زندگی گرا: این افراد یک کسب و کار خانگی مستقل را راه اندازی کرده، اما تمایلی به توسعه آن نداشته و بیشتر به دنبال تعادل میان کار و زندگی هستند.
- ۳- مقاطعه کار مستقل: افرادی که در خانه، به صورت سفارشی و با دریافت کارانه برای افراد یا موسسه های بیرونی کار می‌کنند.
- ۴- عامل فروش خانگی: افرادی که نمایندگی فروش، نصب و پشتیبانی یک شرکت را در خانه بر عهده دارند.
- ۵- کارمندان خانگی: افرادی که به طور کامل در استخدام یک موسسه بیرونی بوده، اما وظایفشان را در خانه و یا از محل خانه انجام می‌دهند (Roberts, 1998, 27-29).



نمودار ۲. چارچوبی برای کار خانگی و کسب و کارهای خانگی (Rosnafisah et al. 2009, p.25)

ملاحظه می شود که در این نوع شناسایی هرچه ساختار کارخانگی به سمت استقلال ونیت مندی بیشتر پیش می رود، ماهیت کارآفرینانه ی آن بیشتر شده و به مفهوم کسب وکار خانگی نزدیکتر می شود. همچنین سالازار(۲۰۰۱) کارکنان خانگی آنها را براساس چگونگی استخدام و نوع مدیریت و کنترلی که بر کار دارند در چهار دسته جای می دهد که کسب وکارهای خانگی را در میان یکی از این چهار نوع جای می دهد.

دسته ی اول کارمندان خانگی اند این افراد نه تنها در استخدام و حقوق بگیر یک سازمان بیرونی هستند بلکه تحت کنترل و نظارت آن نیزقرار داشته و استقلال زیادی در چگونگی انجام وظایف خود ندارد. تنها تفاوت آنها با کارمندان معمولی در خانه به عنوان محل کارشان است .

دسته دوم متخصصان و مدیران حرفهای هستند که وظایف و مسؤولیتهایشان را از خانه انجام می دهند. این افراد اگرچه مزدبگیر یک سازمان بیرونی هستند اما مدیریت و کنترل بر بسیاری از جوانب کاریشان را خود بر عهده دارند . برخی راهبران سایت های اینترنتی را میت وان در این دسته جای داد .

دسته ی سوم مقاطعه کاران خانگی هستند. این افراد بخشی از زنجیره ی تولید و خدماتهای یک سازمان بیرونی بوده و تحت سفارش و به خواست آن فعالیت کرده و کارانه دریافت می کنند. برای مثال افرادی که سرهم بندی محصولات یک شرکت تولیدکننده ی اسباب بازی را در خانه انجام می دهند و یا افرادی که نصب و تعمیرات محصولهای یک شرکت تولیدکننده ی لوازم خانگی را بر عهده می گیرند را می توان در این دسته جای داد . و در نهایت دسته ی چهارم که صاحبان کسب وکارهای خانگی نامیده میشوند، این افراد خود به طور مستقل یک فعالیت اقتصادی را راه اندازی کرده و درباره ی تولید، ارایه ی خدماتها و فروش محصولهایشان خود تصمیم گیری می کنند. چنین فعالیت هایی را بنگاههای اقتصادی خانگی (Phillips,2002)، شرکت های خانگی (Tipple,2006) یا کسب وکارهای خانگی (pratt,2000) می نامند و به صاحبان و ۳ خانگی بنیانگذاران آن کارآفرینان خانگی (Finmark, 2009) می گویند.

با توضیحات ارایه شده درباره ی چهارنوع کارکنان خانگی؛ کارآفرینی ویژگی منحصر به فردی است که صاحبان کسب وکارهای خانگی را از سه دسته ی اول متمایز می کند. اگرچه سه دسته ی اول نقش قابل توجهی در کاهش هزینه های یک سازمان به دلیل انتقال

بخشی از فعالیتها به خانه ها داشته؛ اما نمی توان مدعی بود که اثرگذاری قابل توجهی در رشد اشتغال و کارآفرینی در یک جامعه دارند؛ چرا که صرفاً یک جا به جایی مکانی انجام شده و شغل جدیدی ایجاد نمی شود. در حالی که دسته ی اخیر با شناسایی و بهره گیری از فرصتهای کارآفرینانه نقش قابل توجهی در توسعه ی اشتغال ایفا می کنند. بنابراین می توان کسب و کارهای خانگی را اینگونه تعریف کرد: هر نوع فعالیتی که در آن فرد یا افرادی در محل زندگی خود بدون اینکه در استخدام یا مدیریت دیگری باشند به طور مستقل و برای ایجاد ارزش افزوده، به تولید واریه ی خدماتها و فروش می پردازند. در این به تبعیت از فینمارک (2006) سه نوع کسب و کار خانگی وجود دارد:

- کسب و کارهای خانگی تولیدی؛

- کسب و کارهای خانگی خدماتی؛

- کسب و کارهای خانگی خرده فروشی (احمدی و همکاران، ۱۳۸۸)

اهمیت اقتصادی و اجتماعی تعاونی های کسب و کار خانگی

کسب و کار خانگی موجب کاهش نشت اقتصادی محلی به مناطق دیگر می شود و افراد محلی خودشان در منطقه خودشان کار می کنند و از نظر استخدامی خود کفایی به وجود آمده و رشد اقتصادی محلی پایدار تسهیل می شود. به این ترتیب نیروی بالقوه ای برای ترویج کسب و کارهایی که فرصت اشتغال محلی یا بومی خلق می کنند به وجود می آید (عباسی، ۱۳۹۰). کسب و کارهای خانگی نقطه ی شروع مناسبی برای جوانان است، زیرا راه اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار ساده و آسان است (کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۸، ۴۱). این نوع کسب و کارها برای افرادی که در مان های دور افتاده ساکنند و زنانی که مسئولیت خانوادگی دارند نیز بسیار مفید است. به ویژه صنایع نو ظهوری مانند فناوری اطلاعات (IT) که در آن جنسیت نیز مطرح نیست، می تواند برای هر دو جنس اشتغال ایجاد کند (وزرات تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۰). از طرفی هم بسیاری از افرادی که کسب و کارهایی خانگی به راه می اندازند تمایل به ایجاد توازن میان کار و زندگی خانوادگی دارند (انتظاریان و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۷۸). در این نوع کسب و کار افراد به دلیل ذی نفع بودن، انگیزه ی بیشتری دارند، همین امر سبب می شود عملکرد بهتری داشته باشد و در نتیجه بهره وری افزایش یابد (ملکی نژاد، ۱۳۸۵، ص ۲۶). کسب و کارهای خانگی یکی از

مهم ترین بخش های کسب و کار هستند که در سال های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. فعالیت آن به شرح زیر است.

فعالیت اقتصادی خانگی (Home Business): به آن گروه از فعالیتهای اقتصادی اطلاق می گردد که امرار معاش خانواده از طریق یکسری فعالیتهای اقتصادی در فضای موجود زندگی تامین گردد. تجارت خانگی (Home – based Business): هر گونه جابجایی و تحویل کالا و خدمات به دست مصرف کننده و تا درب منازل متقاضیان بدون توجه به محل تولید کالا یا خدمات، تجارت خانگی نامیده می شود. از مهمترین محاسن تجارت خانگی، کاهش هزینه های خرید همچون ترافیک و صرفه جویی در وقت و انرژی جسمی و روحی، حذف واسطه های غیر ضروری و در نتیجه تقسیم ارزش افزوده کالاها بین تولید کننده اصلی، مصرف کننده اصلی و شبکه توزیع است.

کارآفرینی خانگی (Home – based Entrepreneurship):

تبدیل یک ایده به فعالیت اقتصادی با استفاده از سرمایه انسانی (HC)، امکانات فیزیکی و فضای کاری موجود در خانه، کارآفرینی خانگی نامیده می شود. با توجه به اینکه زمان و هزینه های تبدیل ایده به محصول در فضای خانه با استفاده از منابع موجود به حداقل کاهش می یابد، ضریب ریسک پذیری و شکست فعالیتهای کارآفرینانه در منازل کاهش یافته و بسترسازی مناسبی برای فعالیتهای بعدی فراهم می گردد.

هدف های تحقیق

- ◀ بررسی و شناسایی عوامل موثر بر کسب و کار در شهر
- ◀ آرایه الگوی برای حمایت از کارآفرینان در امر اشتغال برای رفع بیکاری
- ◀ آرایه ی سیاست های مناسب رشد و توسعه کسب و کار

روش تحقیق

این مقاله با روش کیفی - استقرایی و استفاده از نمونه پژوهی جهانی، سعی در تحلیل و تبیین عناصر و ارائه چارچوب مفهومی برای تعامل مراکز رشد کارآفرینی و شهر کارآفرین، در

دستیابی به اشتغال دارد. همچنین با توجه به گونه شناسی متداول که تحقیق را براساس هدف به سه نوع توصیفی، تبیینی و اکتشافی تقسیم می کند، این پژوهش دارای ماهیتی اکتشافی است. زیرا در جست جوی ابعاد و عرصه های تاثیرگذار بر فرایندهای مراکز رشد کارآفرینی شهری با رویکرد شهر کارآفرین بر بستر بازاریابی مکان می باشد. در این پژوهش، اطلاعات لازم بر اساس روش اسنادی، با مراجعه به متون و اسناد کتابخانه ای، سایت های اینترنتی معتبر و رصد کردن انواع پژوهش های نظری و تجربی، گردآوری شدند. بر این اساس، دو نمونه از مراکز رشد کارآفرینی شهری در جهان مراکز رشد در شهرهای کیسلی^۱ استرالیا و ناپروویل^۲ فرانسه انتخاب شدند در کنار آن به شهرهای سیدنی استرالیا، استیل آفریقای جنوبی که در آنها بازآفرینی شهری با رویکرد شهرکار آفرین نیز اشاره می گردد.

شکل شماره ۳ نمونه تجربیات موفق ابرشهرهای دنیا در مراکز رشد کار آفرینی شهری	
مرکز رشد کسب و کار های کوچک در شهر کیسلی استرالیا ۱	برای اهداف: ۱- رشد و بهبود کارآفرینی، ۲- کاهش شکست کسب و کار و خدمات مشاوره ای به ساکنان شهر فعال در عرصه اشتغال ۳- ارائه تسهیلات برای پیشرفت کسب و کار های خانگی ۴- آرایه خدمات چون مشاوره تجاری و تهیه طرح های تجاری
مرکز رشد کارآفرینی شهری در ناپروویل فرانسه ۲	برای اهداف: ۱- یکپارچه سازی و برقراری هماهنگی خدمات کارآفرینی ۲- تهیه و تدوین برنامه عملیاتی منطقه ای برای فعالیت اقتصادی و ایجاد اشتغال ۳- تهیه و تدوین راهبرد و برنامه ارشادی منطقه ای و ملی کارآفرینی ۴- آرایه کمک و خدمات مشاوره ای به کارآفرینان برای توسعه اقتصادی موجود در راستای تامین منافع افراد منطقه

1-<http://www.casey.vic.gov.au> 2-Henriquez C.2001

جدول شماره ۴ بازآفرینی شهری با رویکرد شهرکار آفرین	
سیدنی استرالیا	اقدامات: ۱- ظرفیت سازی نهادی و مشارکت دادن سازمان های مردم نهاد ۲- اهمیت دادن به بخش خصوصی و سرمایه گذاری آن ۳- ارتقای

¹ .Casey

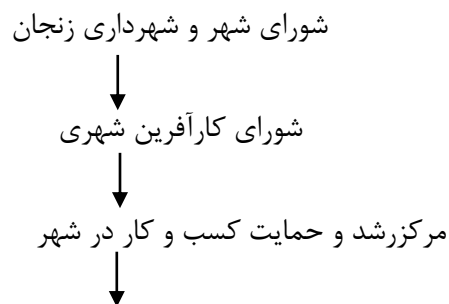
² .Napierville

<p>یادگیری، نوآوری و خلاقیت ۴- افزایش فرصت های اشتغال و درآمد زایی ۵- جلوگیری از دو قطبی شدن اجتماعی</p>	
<p>اقدامات: ۱-۱- ظرفیت سازی نهادی و مشارکت دادن سازمان های مردم نهاد ۲- اهمیت دادن به بخش خصوصی و سرمایه گذاری آن ۳- ارتقای یادگیری، نوآوری و خلاقیت ۴- افزایش فرصت های اشتغال و درآمد زایی ۵- جلوگیری از دو قطبی شدن اجتماعی ۶- برنامه ریزی استراتژیک بازار ۷- حفظ میراث و ارتقای هویت محلی</p>	<p>استیل آفرینای</p>

منبع : رفعیان و همکاران، ۱۳۹۶

نتیجه گیری

توسعه کار آفرینی مقوله مهمی است که دولت ها با اجرای برنامه ها و سیاست هایی در راستای آن گام بر می دارند. تعاونی های کسب و کار خانگی به عنوان یکی از انواع کسب و کار مهم سهم مهمی در این مقوله دارد. از مهم ترین اهداف توسعه آنها می توان به افزایش اشتغال، توسعه اقتصادی و افزایش رقابت در اقتصاد و پویایی آن اشاره کرد. هم چنین اغلب کسب و کارهای خانگی گرایش کار آفرینانه دارند. گسترش کسب و کارهای خانگی در چهار بعد باعث تحول در جامعه می شود. در بعد اجتماعی، گسترش کسب و کارهای خانگی موجب افزایش اشتغال می شود. این کسب و کارها گرایش به کاربرد فنون دارند تا سرمایه. در بعد اقتصادی، درآمد در جامعه همگون تر را موجب شده و از این نظر از بروز بسیاری از تنش های اجتماعی جلوگیری می کنند. در بعد سیاسی، ایجاد این کسب و کارها موجب توزیع مناسب فرصت ها در میان مردم می شود و از به قدرت رسیدن گروهی خاص جلوگیری می کند. برخی نیز آن را در جهت توسعه مردم سالاری و جامعه مدنی می انگارند. بالاخره در بعد شخصی، فضایی مناسب تری برای بروز خلاقیت انسان های اقتصادی فراهم خواهد شد. شهر کار آفرین که ابتدا با هدف توسعه اقتصادی مطرح گردید، تحت تاثیر نظریه های مطرح شده از دهه ۹۰ میلادی که به آنها اشاره شد، تکامل یافت و امروزه اهدافی فراتر از اهداف اقتصادی را دنبال می کند. در ادامه این مقاله مدل اجرایی تدوین شده جهت توسعه کارآفرینی در شهر زنجان است. اهداف اولیه طرح برای اجراء در شهر به شرح زیر است:



مدیریت و ارائه خدمات کارآفرینی در طرح های اشتغال زا

کارآفرینی یکی از راه های ضروری برای زندگی خوب است و مدیریت شهری با راه اندازی مراکز توسعه کارآفرینی به دنبال توسعه اقتصاد خانواده، تبدیل شهر به یک شهر کارآفرین کاهش آسیب های اجتماعی و توانمندسازی جامعه است. مطابق این طرح بستر حمایتی از طرف شهرداری فراهم شده و فرصت ها و ظرفیت های جدیدی برای توسعه اقتصادی شهرها را فراهم می آورد. کارآفرینان با خلق ایده ها، فرصت ها و بازار های جدید، و ظرفیت های نوینی را برای بخش سرمایه گذاری بخش خصوصی، تعاونی و... ایجاد می کنند. در شهر زنجان تنها نهاد موجه و منطقی برای ایجاد مراکز توسعه کار آفرینی شهری، شهرداری با حمایت شورای شهر است. که با توجه به تاثیر منحصر به فرد خود می تواند پیشگام در توسعه و تقویت کارآفرینی و رفع اشتغال در کشور باشد. و زمینه لازم را برای یک شهر زیست پذیر فراهم آورد.

پیشنهادها

در پایان می توان توصیه های زیر را برای پژوهشگران و کار آفرینان ارائه داد: توصیه می شود تلاش شود افراد بیشتری تبدیل به کارآفرین موفق شوند، و با ایجاد ساختارهای بهتر اجتماعی؛ دیگران نیز مجبور می شوند تا کارآفرین باشند. بهتر است علاوه بر توجه و عنایت به مقوله کارآفرینی تمامی اساتید، نخبگان، مسئولان و... در راه نهادینه سازی این فرهنگ متعالی در انسجام و ساماندهی آن بسیار بکوشند و از هرگونه موازی کاری بپرهیزند. در پژوهش های آتی انتظار می رود دیگر محققان به طور جداگانه موضوعات کار آفرینی شهر زنجان در ابعاد مختلف مورد بررسی قرار دهند.

منابع و ماخذ

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۷). کار آفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات شرکت پردیس.
- کنعانی، مهدی (۱۳۸۳). نقش مراکز رشد شهری در توسعه اقتصاد شهری، همایش شهرداری ها و اقتصاد شهری، دانشگاه تربیت مدرس.
- منادی، عارف، ساعتی چوپر، فاطمه، صادقی، اسماعیل (۱۳۹۳). کار آفرینی و رشد اقتصاد شهری، کنفرانس بین المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی.
- رفیعیان، مجتبی، محمدی آید غمیش، فاطمه (۱۳۹۵). ارائه چارچوب مفهومی تعامل باز آفرینی شهری و شهر کار آفرین در دستیابی به بازار یابی مکان، فصلنامه علمی - پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری.
- اکرامی، محمود، صفری، ثنا (۱۳۹۳). توسعه مولفه های کار آفرینی کارکنان شهرداری "مطالعه موردی شهر تهران"، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۶.
- احمدی، نهال، باغبان، فاتحی زاده، مریم السادات (۱۳۸۸). کسب و کار های خانگی: راهی به سوی خود اشتغالی زنان و کار آفرینی در خانه، همایش نقش زن در توسعه علوم، فرهنگ و تمدن اسلامی.
- انتظاریان، ناهید؛ طاهره، طهماسبی (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۲۷، ص ۷۸.
- برخورداری، فاطمه (۱۳۸۹). چالش ها و راهکارهای توسعه کسب و کار های خانگی، ماهنامه بازار کار، سال ۱۱، شماره ۵۹۳، ص ۶.
- بهنود، مهسان (۱۳۸۸). واحد های اعتباری راهکاری جهت جلب مشارکت اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی در تعاونی ها، مجموعه مقالات اولین نشست تعاونی های زنان، آبان ما، ص ۷۵.
- عباسی، عباس (۱۳۹۰). مشاغل خانگی، دورکاری صنعتی و افزایش مزیت رقابتی، نظام جامع اطلاع رسانی اشتغال.
- کردناییج، اسداله؛ زالی، محمدرضا (۱۳۸۸). راهکار های توسعه کار آفرینی در ایران. فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۱۱، ص ۴۱.

- ملکی نژاد، امیر (۱۳۸۵). تحلیلی بر نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی، فصلنامه راهبرد یاس، شماره هشتم، ص ۲۶.
- سعدی، حشمت اله؛ حیدری، فریبا (۱۳۹۲). تعاونی های مسب و کار خانگی در استان همدان (چالش ها و راهکارها)، توسعه کار آفرینی، دوره ششم، شماره اول، ص ۸۷-۱۰۴.
- based Entrepreneurs and White –collar, on- manament Workers, dissertation submitted to the faculty of graduate studies in partial fulfillment of the requirements for doctor of philosophy , faculty of manadement , Calgary, alberta
- Rosnafisah Suleiman, site Salvia Mohamed Sheriff, Mohd Sharifuddin Ahmad, 2009. The E –Business potential for Home – Based Businesses in Malaysia: A Qualitative Study, International Journal of Cyber Society and Education - pages 21-26, Vol.2, No.1
- Musket Glenn, Mike Woods (2005), Home-Based Business: An Economic Development Alternative, Oklahoma Cooperative Extension Fact Sheets.
- Phillips Bruce D.(2002) Home-Based Firms, E-Commerce, and High-Technology Small Firms: Are They Related? Economic Development Quarterly, Vol. 16 No. 1, pp.39-48.
- Tipple Graham(2006) “Employment and work conditions in home based enterprises in four developing countries: do they constitute ‘decent work’?” Work, employment and society. Volume 20(1): 167–179
- Pratt, J.H. (2000), Home-based Business: The Hidden Economy, Report for the United States Small Business Administration, Dallas, TX
- Finmark Trust, (2006). Home Based Entrepreneurs. from: www.finmark.org.za Fong A., CS. Ching, Yip K., Chan J. and Corpcom Services (2000). Working in home: A Guidebook for Working Women and Homemakers. Corpcom Services Sdn.Bhd Publication: Singapore.
- Sanyang, S.E. and H. Huang. 2008. Green Cooperatives: A Strategic Approach Developing Women’s Entrepreneurship in the Asian and Pacific Region. World Journal of Agricultural Sciences. 4(6).
- United States Department of Agriculture (USDA)(2010). How to Start a Cooperative. USDA | Rural Development | Cooperative Information Report 7. Edit by G. Rapp and G. Ely.
- Xuchu XU. & Ke. Shao & Q. Llang , H. Guo, Z. uhui (2011). Chinese Small Farmers’ Entry into Big Markets: From Led by Leading Enterprises to Relying on Farmer Cooperatives. New Opportunities for Cooperatives. Global Research Conference. 24.–27.8.2011 – Mikkeli, Finland.

-Memili, Esra, Hanqing fang, james j. chrisman. 2015. "The impact of small- and medium-sized family firms on economic growth", December, Volume 45, pp 771-785.

-Gicheva, D. & Link, A.N. 2015. "The gender gap in federal and private support for entrepreneurship", December, pp 729-733.

-Lurie, Yotam. 2016. "The Ethics of Cooperation in Business", Department of Management, Ben-Gurion University of the Negev.

-Rosnafisah Suleiman, Site Salvia Mohamed Sheriff, Mohd Sharifuddin Ahmad. (2009) "The e-Business Potential for Home-Based Businesses in Malaysia: A Qualitative Study", International Journal of Cyber Society and Education - Pages 21-36, Vol. 2, No. 1.

