

پژوهش‌های معماری اسلامی ۹

شماره شایا: X 980 - 2382

فصلنامه علمی - پژوهشی
قطب علمی معماری اسلامی
سال سوم - شماره چهارم - زمستان ۱۳۹۴

- الگوی پنهان حاکم بر نظام استقرار فضایی در مسکن ایرانی - اسلامی (بررسی موردی خانه رسولیان یزد)
حسنعلی پورمند / فاطمه طباطبایی ملاذی
- بررسی ابزارها و روش‌های ایجاد محرمیت در خانه‌ی زینت‌الملک شیراز منطبق بر آیات و روایات اسلامی
کوروش مؤمنی / ندا ناصری
- بررسی اهمیت، اولویت و اصالت فضای باز در مسجد
امیر سلمانی / محمدحسین رحیمی / مهدی خاکزند
- مقایسه سبک شناختی معماری مساجد ایرانی و شعر فارسی
افسانه خاتون آبادی
- مدیریت شهری دوران اسلامی در فضاهای اقتصادی شهر و توسعه و بکارگیری آن در شهرهای ایران امروز
محمد حسین شریف زادگان / بهزاد ملک پور اصل
- مقایسه‌ی تحلیلی نگرش غربی حفاظت با جهان بینی اسلامی در تبیین وجوه فراکالبدی میراث معماری
رضا ابوئی / محمدرضا اولیاء / زهره یادگاری / شهاب افاضت
- نقش مرمتگر در مرمت ابنیه‌ی حوزه‌ی فرهنگ و تمدن اسلامی؛ تأملی بر مبانی رویکردهای مرمتی در دانش مرمت بر اساس عامل انسانی مرمت
محمود ارژمند / احمد امین‌پور



مدیر مسئول: معاونت پژوهشی دانشگاه علم و صنعت ایران

سر دبیر: مهندس عبدالحمید نقره کار

مدیر داخلی: دکتر محمد منان رئیسی

ویراستار ادبی فارسی: سارا متولی

کارشناس مجله: امیرحسین یوسفی

ویراستار انگلیسی: امید خزان

هیأت تحریریه:

دکتر سید غلامرضا اسلامی : دانشیار دانشگاه تهران

دکتر حسن بلخاری : دانشیار دانشگاه تهران

دکتر مصطفی بهزادفر : استاد دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر محمد رضا پور جعفر : استاد دانشگاه تربیت مدرس

دکتر مهدی حمزه نژاد : استادیار دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر اسماعیل شیعه : استاد دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر منوچهر طیبیان : استاد دانشگاه تهران

دکتر محسن فیضی : استاد دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر حمید ماجدی : دانشیار واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی

دکتر اصغر محمد مرادی : استاد دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر غلامحسین معماریان : استاد دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر فاطمه مهدیزاده سراج: دانشیار دانشگاه علم و صنعت ایران

دکتر محمد نقی زاده: استادیار واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی

دکتر علی یاران : دانشیار وزارت علوم تحقیقات ، فناوری

طراح جلد و صفحه آرا: امیرحسین یوسفی

قیمت: ۱۰۰۰۰ ریال

لیست داوران این شماره:

دکتر بهمن ادیب زاده: دانشیار دانشگاه شهید بهشتی
دکتر آریتا بلالی اسکویی: استادیار دانشگاه هنر اسلامی تبریز
دکتر لیدا بلیلیان اصل : استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز
دکتر محمدرضا بمانیان، استاد دانشگاه تربیت مدرس
دکتر مهدی حمزه نژاد: استادیار دانشگاه علم و صنعت ایران
دکتر محمدمنان رئیسی: استادیار دانشگاه علم و صنعت
دکتر سید محمدحسین ذاکری، استادیار دانشگاه شیراز
دکتر مینو قره بیگلو: استادیار دانشگاه هنر اسلامی تبریز
دکتر علی عمرانی پور: استادیار دانشگاه کاشان
دکتر محمدباقر کبیرصابر: استادیار دانشگاه تهران
دکتر منصوره طاهباز: دانشیار دانشگاه شهید بهشتی
دکتر جعفر طاهری: استادیار دانشگاه فردوسی مشهد
دکتر ابوالفضل مشکینی، استادیار دانشگاه تربیت مدرس
دکتر قاسم مطلبی: استادیار دانشگاه تهران
دکتر اصغر محمد مرادی: استاد دانشگاه علم و صنعت ایران
دکتر فاطمه مهدیزاده سراج: دانشیار دانشگاه علم و صنعت ایران
دکتر سیدرسول موسوی حاجی: دانشیار دانشگاه مازندران
دکتر مسعود ناری قمی: استادیار دانشگاه کاشان
دکتر احد نژاد ابراهیمی: استاد یار دانشگاه هنر اسلامی تبریز
دکتر پریسا هاشم پور: استادیار دانشگاه هنر اسلامی تبریز
دکتر بهزاد وثیق: استادیار دانشگاه صنعتی جندی شاپور

نشریه پژوهش‌های معماری اسلامی بر اساس مجوز کمیسیون نشریات
وزارت علوم تحقیقات و فناوری به شماره ۱۳۷۲۰۶/۱۸/۳ مورخ
۹۳/۷/۲۸ از شماره نخست دارای اعتبار علمی پژوهشی می باشد.

این مجله در پایگاه های (SID) و (ISC) نمایه می شود.

مدیریت شهری دوران اسلامی در فضاهای اقتصادی شهر و توسعه و بکارگیری آن در شهرهای ایران امروز



محمد حسین شریفزادگان*

دانشیار، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران (نویسنده مسئول)

بهراد ملک پور اصل**

دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۱۱/۱۲ تاریخ پذیرش نهایی: ۹۴/۱۲/۲

چکیده:

از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی اداره‌ی امور شهرها توسط بخش خصوصی با تأکید ویژه بر نواحی بهبود کسب و کار مورد توجه مدیران شهری قرار گرفته است. بررسی علمی و تجربی در زمینه‌ی ارتباط بین تمرکززدایی مدیریتی و رشد اقتصادی در سطح محلی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت‌های مرکزی در بین برنامه‌ریزان شهری نیز به پایه‌ای برای پژوهش‌های بحثی تبدیل شده است. این رابطه توسط بسیاری از اقتصاددانان توسعه و بخش عمومی در سطح بین‌المللی نیز بررسی شده است؛ به نحوی که نظریه‌های تمرکززدایی، ایجاد و گسترش مشارکت مدیریت محلی در روند تصمیم‌گیری‌های محلی به منظور پی‌ریزی توسعه‌ای درون‌زا و پایدار در مناطق محلی را مورد تأکید قرار داده‌اند. از سویی دیگر روندهای ملی تمرکززدایی و خصوصی‌سازی، شهرهای ایران امروز را با چالش‌هایی مواجه کرده است. چالش اساسی در این زمینه، سازوکار انتقال منافع عمومی از نهادهای ملی و مرکزی به نهادهای محلی و از نهادهای محلی به نهادهای خصوصی است. فرایند این انتقال و نحوه‌ی توسعه و انطباق اصول نوین مدیریت شهری در ایران با تأکید بر انجمن‌های صنفی شهرهای دوران اسلامی هدف اصلی این مقاله است.

به منظور دستیابی به این هدف سه نگاه به مدیریت شهرهای اسلامی در فضاهای اقتصادی شهر و سپس شهرهای امروز مورد بررسی قرار گرفته است. نگاه اول به پیشینه‌ی تاریخی مدیریت شهری از طریق نهادهای صنفی توجه دارد. نگاه دوم، سامانه‌های مدرن در شهرهای اروپایی و آمریکایی نظیر نواحی بهبود کسب و کار را مورد بررسی قرار می‌دهد و در نهایت تغییرات ساختاری و مدیریت شهری در فضای تجاری شهرها در دوران پهلوی اول و دوم به عنوان بخشی از واقعیت شهرهای ایران امروز بررسی شده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در شهرهای ایران از دیرباز تاکنون ساختارها و نهادهای اجتماعی برای صنوف و تجار وجود داشته‌است و تا قبل از انقلاب مشروطیت این نهادها و تشکل‌ها در وجه فضایی خود در فضای شهری بازارها و فضای محلات شهری بروز و ظهور پیدا می‌نمودند و در دوران پهلوی اول و دوم تغییرات اساسی در این فضاها ایجاد شد. در نهایت تلاش می‌شود نحوه‌ی تأثیر و تأثر الگوهای نوین مدیریت شهری بر مدیریت شهری در دوران اسلامی در قالب مدل‌سازی مفومی ارائه شود.

واژه‌های کلیدی: مدیریت شهری دوران اسلامی، نواحی بهبود کسب و کار، فضای اقتصادی شهر.

مقدمه

مقاله‌ی حاضر رابطه‌ی دوسویه و پویای مدیریت شهری در دوره‌ی اسلامی و سازوکارهای فضاهای اقتصادی شهر^۱ مرتبط با آن را مورد بررسی قرار می‌دهد. از دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی به این سو، متون مرتبط با نقش انجمن‌های غیردولتی و صنفی در مدیریت شهری سهم قابل ملاحظه‌ای در درک دنیای معاصر داشته است. با در نظر گرفتن ارتباطات متقابل جهانی در حال افزایش، این مقاله می‌تواند به تشریح تغییرات فراگیر جهانی آشکار هم‌چون تغییرات در زمینه‌ی زندگی و حکمروایی شهری، بازسازی اقتصادی و تغییرات در گونه‌های فضاها و مکان‌هایی که در درون شهرهایمان توسعه می‌یابند؛ کمک نماید. بنابراین بسیاری از موضوع‌ها که در ظاهر متفاوت، ولی دارای ارتباطات درونی با یکدیگر هستند؛ در یک مجموعه به هم پیوسته مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. این رویکرد امکان درک و تشریح تغییرات گسترده‌ی شهری به ویژه شهر در دوران اسلامی را ایجاد می‌نماید و آن را با دانشی که فعالان و در نتیجه‌ی مشارکت ویژه‌ی ما در زندگی شهری بدست می‌آید؛ پیوند می‌دهد.

ساختارها و نهادهای اجتماعی هم‌چون صنوف و اتحادیه‌ها در درون میان برش^۲ حوزه‌های مختلف زندگی روزمره یعنی حوزه‌های مابین زندگی عمومی و خصوصی، سیاسی و شخصی، فردی و اجتماعی، قرار دارند. در این تعریف نهادهای یاد شده ابزار و رانه‌های تغییر اجتماعی و اقتصادی، عنصری فعال در ساختار فضا و مکان و در نظر گرفته می‌شود و نقش حیاتی در شکل‌گیری هویت و زندگی روزمره ایفا می‌نمایند (مورکل^۳ و همکاران ۲۰۰۸). بنابراین، این ساختارها دارای نقش‌های چندگانه‌ی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌باشند و این مقاله در پی آن است که نشان دهد در مدیریت شهری در دوران اسلامی نیز از جایگاه بسیار روشن و مهم برخوردارند و می‌توانند به عنوان میانجی شهر و مکان‌ها و فضاهایی درون آن ایفای نقش نمایند.

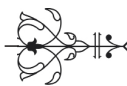
ارتباط مدیریت شهری و نهادهای اجتماعی - اقتصادی دارای نمونه‌های قابل ذکر بسیاری است. به عنوان

نمونه، رشد سریع تعداد جمعیت و کاربرد زمین تحت عنوان پراکنده‌رویی شهری^۴ در شهرهای دنیا منجر به بازساختاردهی کالبدی، تعریف مجدد بنیان‌ها براساس تغییرات در روش‌های حکمروایی شهری و روابط اجتماعی و فرهنگی نوین شده است. در این بازساختاردهی، نقش انجمن‌های صنفی اقتصادی بسیار مهم است و فضاها و مکان‌های نوین - از جمله مراکز شهری احیا شده - بازتاب دخالت نهادهای یاد شده می‌باشد. در مقابل، قطبی شدن روزافزون فضایی و اجتماعی^۵ مابین داراه^۶ (افرادی که مکان‌ها و فضاهای شهری برجسته را اشغال می‌کنند) و ندارها^۷ در حال شکل‌گیری است و گروه اخیر نواحی فقیر و گتوها جایی که جدایی‌گزینی^۸ بر مبنای طبقه و قومیت صورت می‌پذیرد را به عنوان محل سکونت برمی‌گزینند.

برای رویارویی با این مشکل، برنامه‌ریزی و مدیریت شهری از اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی بخشی از زندگی عمومی شده و با ریشه گرفتن از اصلاحات اجتماعی، به حرفه و فعالیتی بدل گشته که بر فضاهای ساخته شده و نیز محیط‌های طبیعی شهرها و مناطق کشورهای گوناگون تأثیر گذاشته است و سعی دارد با بهره‌گیری از ظرفیت‌های انجمن‌های غیردولتی در راستای مشکل‌گشایی از نابرابری فضایی گام بردارد. در همین راستا و بر مبنای روندهای ملی تمرکززدایی و خصوصی‌سازی، شهرهای ایران امروز نیز با چالش‌هایی مواجه شده‌اند. چالش اساسی در این زمینه، سازوکار انتقال منافع عمومی از نهادهای ملی و مرکزی به نهادهای محلی و از نهادهای محلی به نهادهای خصوصی است. فرایند این انتقال و نحوه‌ی توسعه و انطباق اصول نوین مدیریت شهری در ایران با تأکید بر انجمن‌های صنفی شهرهای دوران اسلامی هدف اصلی این مقاله است. بر همین اساس پرسش‌های این تحقیق را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

- o رهیافت‌های نوین مدیریت شهری با تأکید بر بخش خصوصی و استقلال مالی کدامند؟
- o نواحی بهبود کسب‌وکار با کدامین سازوکار مدیریتی می‌توانند به مدیریت شهری در سطح محلی یاری برسانند؟
- o مدیریت شهری دوران اسلامی در فضاهای اقتصادی





می‌رفت و معمولاً در سراهای سرپوشیده قرار داشت. تولید پارچه بخاطر قدمت تاریخی آن که از زمان باستان یکی از تولیدات صنعتی ایران بشمار می‌رفت و از طریق راه ابریشم صادر می‌گردید (عیسوی ۱۳۶۲، ۱۲۵-۱۳۰). در بازارهای دوران اسلامی قیصریه، پایه‌ی اقتصادی بازار بشمار می‌رفت. قیصریه از بازارهای روم شرقی و انطاکیه اقتباس شده است. بعد از قیصریه بازارهای مسکران، درودگران، قفل‌سازان و حلبی‌سازان قرار داشت که به راسته بازارها که نظیر قالی‌باغان، کفشگران تقسیم می‌گردید.

در کنار بازارها کاروانسراها و سراه‌ها، بازار نعلبدان، زین‌سازان، پالان‌دوزان قرار داشت که همانند چارپارخانه‌ها تدارک کاروان حمل و نقل کالاها را انجام می‌دادند. در خارج دروازه‌ی شهر نیز بازارهای فرعی برای مردم روستایی و دوره‌گردها، پیله‌وران و سیدفروشان خودنمایی می‌نمودند و دباغ‌خانه‌ها، رنگرزخانه‌ها، سفال‌سازی، کوره‌پزخانه‌های آجر، رویگرخانه و سلاخ‌خانه بخاطر آلودگی‌های محیطی و احتیاج به محوطه و زمینی بیشتر در خارج از شهر قرار داشت. همچنین بازارهای هفتگی مثل جمعه و شنبه بازارها و گورستان‌ها نیز در خارج شهر مستقر بود. در گرداگرد بازارها در داخل باروی شهرها خانه‌های مسکونی قرار داشت و سکنه به راحتی دسترسی به بازارهای متنوع جهت خرید و فروش داشتند و می‌توانستند مایحتاج خود را خریداری نمایند.

نهاده‌ها و انجمن‌های صنفی پیشه‌وران و بازرگان در قرون سوم به بعد از قرن سوم هجری که دوره‌ی شکوفایی تمدن اسلامی و رونق تجارت و شهرنشینی بود. انجمن‌های صنفی تاکنون وجود داشته است. حتی بعضی از خاورشناسان روسی این تشکله‌ها را به دوران ساسانیان منسوب می‌کنند. بعضی از مطالعات و پژوهش‌ها که توسط فلورکائن، ماسینیون انجام شده است؛ انجمن‌های اجتماعی و جشن‌های انقلابی مثل کراستیان یا انجمن فتوت و اخوان‌الرضا را با سازمان‌های صنفی در ارتباط می‌داند و در اخوان‌الرضا بخش‌های از آن به کارهای دستی و حرفه‌ای می‌پرداختند و یا اینکه اسماعیله سعی داشتند فتوت و اصناف را بهم پیوند نمایند. احمد اشرف می‌گوید به هر حال

شهر و توسعه و بکارگیری آن در شهرهای ایران امروز با توجه به رهیافت‌های نوین مدیریت شهری دارای چه ویژگی‌هایی است؟ و الگوی مفهومی آن کدام است؟

پیشینه و روش تحقیق

شهر در دوران باستان و در دوران اسلامی جزء اساسی از زندگی سیاسی و اقتصادی جامعه‌ی ایران محسوب می‌شدند. شهرهای اسلامی از سه رکن آرگ، مسجد جامع یا آدینه و بازارها تشکیل می‌گردید. هر سه رکن نیز جایگاه اجتماعی علمی و سیاسی داشته و بازاریان شامل تجار، کسبه و پیشه‌وران بود. بازار شالوده اصلی نظام اجتماعی شهرها و رکن اساس قدرت اقتصادی و اجتماعی شهرها به شمار می‌رفت. تجار بزرگ و متوسط سلسله‌مراتب اجتماعی بازار را هدایت می‌نمودند و هر حرفه و کسب‌وکاری دارای سه رده‌ی استادان، صاحبان دکان و کارگران و شاگردان بود. ابن‌اخوانه در کتاب آیین شهرداری هفتاد و هفت پیشه را برای بازارهای اسلامی برشمرده است و کتاب جغرافیایی اصفهان تجار و اصناف اصفهان را در سده گذشته ۱۷۳ پیشه بنام (جماعت) یاد می‌کند و کتاب تاریخ کاشان از ۳۳ صنف پیشه‌ور، ۹۹ استادکار را در شهر کاشان در همان دوره یاد کرده است. در تهران نیز در سال ۱۳۰۶ هجری شمسی در اواخر دوره قاجار و اوائل دوران پهلوی، ۱۴ نوع تجارت، ۸۹ نوع کسب و ۹۹ نوع پیشه‌وری وجود داشت.^۹

اصناف پیشه‌وران و تجار در بازار جایگاه خاصی به خود اختصاص داده بودند و هر بخش از بازار به حرفه و صنف خاصی تعلق داشت. مسجد جامع در کنترل شاهراه اصلی شهر یا در محل برخورد شاهراه‌های اصلی در فضاهای بزرگ مسدود قرار داشت و در یک روی آن ساختمان‌ها و در سوی دیگر آن بازارها شکل گرفته بود. به هر صورت بازار در کنار مساجد جامع قرار داشت. معمولاً بازارهای شمع‌فروش، عطاران، مَهر و تسبیح‌فروشان که کالاهای مذهبی عرضه می‌نمودند؛ در نزدیک‌ترین مکان به مسجد جامع استقرار یافته بودند. سپس بازارهای کتاب‌فروشان، صحافان و چرم‌سازان قرار داشتند و بعد از آن بازار قیصریه یا پارچه‌فروشان قرار داشت. عرصه‌ی فروش پارچه در بازار - که به آن قیصریه می‌گفتند - از مهم‌ترین بازارها بشمار





احترام همگان بود؛ بعنوان نامزد ریش‌سفیدی یا فدایی صنف انتخاب و به رؤیت و تصدیق نقیب‌الملک که نایب کلانتر شهر و سرپرست که خدایان و اصناف و محلات بود می‌رساندند و سپس او را به کلانتر شهر جهت صدور حکم معرفی می‌نمودند. احمد شرف به نقل از میرزا رفیعا در مکتوب دستورالملک در این باره می‌گوید: «رضایت‌نامه تعیین استادان اصناف که فدائیان محلات بودند؛ منوط به رضای چهار دانگ از هر صنف یا سکنه محله می‌باشد به اعتراف جماعت مزبور نقیب شهادت می‌نویسد و بعد از آن کلانتر تعلیقه می‌دهد.» همچنین میرزا رفیعا در شرح وظایف کلانتر اصفهان می‌گوید: «کدخدایان محلات و استادان اصناف به نصب او منصوب و به عزل او معزول می‌باشند؛ واحدی را مدخلیتی نیست.» چارلز عیسوی در کتاب تاریخ اقتصادی ایران در دوران قاجار می‌گوید: «اصناف فقط واحدهای مالی شهرهای ایران نبودند؛ بلکه اتحادیه‌های مذهبی استاد شاگرد را که به همان حرفه تعلق داشت تشکیل می‌دادند و نقش برجسته‌ای در حیات تولیدی پیشه‌وران بازی می‌کردند. توده‌ی پیشه‌وران مرکب از استادان بودند. استادان در تولیدات صنایع دستی ایران پایگاه بسیار مهمی داشتند. مالیات‌ها بر طبق تعداد استادان هر صنف بسته می‌شد. فقط آن استادانی حق داشتن شاگرد را داشتند که حرفه‌ی خود را به آنها یاد داده و آنها را برای استاد شدن آماده سازد. ریش‌سفیدان که معمولاً شورای اصناف را تشکیل می‌دادند در روابط بین استاد و شاگرد دخالتی نمی‌کردند. فقط زمانی که استادی مرتکب قصور می‌شد؛ مثلاً در رساندن شاگرد به مقام استادی کوتاهی می‌کرد؛ شورا حق دخالت داشت و در این صورت شاگرد را بدون رضایت استاد تا مقام استادی تعلیم می‌داد. دخالت مراجع شهری را در زندگی پیشه‌وران و تجار می‌توان از تمشیت قیمت‌ها نیز دریافت. این کار به ندرت توسط اصناف انجام می‌شد و قیمت‌ها را عرضه و تقاضا تعیین می‌شد.

با این حال، در مواقع اضطراری نظیر شیوع بیماری‌های واگیر و جنگ، قیمت اجناس از طرف دولت یا حکام محلی تعیین می‌شد. تنظیم قیمت‌ها همیشه وجود نداشت

فشار انجمن‌های صنفی هر چه باشد در سده چهارم و پنجم بر شمار این انجمن‌ها افزوده شد و پیشه‌وران هر حرفه براساس خود صنف جداگانه‌ای پدید آوردند. چنانکه ابن بطوطه هشتم درباره اصناف اصفهان می‌گوید: هر دسته از پیشه‌وران اصفهان رئیس و پیشکسوتی برای خود انتخاب می‌کند که او را کلو می‌نامند.

یکی از خصوصیات اصلی تشکل اصناف خودفرمانی آنان در برابر حکومت بوده است. این به آن مفهوم است که این تشکل‌ها نهادهای مردم‌نهاد و غیردولتی برای حل و فصل مشکلات بازاریان، تجار، پیشه‌وران برای حل مشکلات به دست خودشان بوده است که نشان از ایجاد تشکل و نهاد اجتماعی براساس مشارکت عمومی بوده است و می‌توانستند در مقابل زورگویی و تحمیل حکومت از خودهمبستگی، مقاومت نشان دهند. عملاً بعنوان نهاد و لایه‌ی محافظ بین دولت و مردم قرار می‌گرفتند.

در دوران حکومت سلسله‌ی صفویان بخصوص شاه عباس در اصفهان بخاطر رونق شهرنشینی و رشد اقتصادی کشور تلاش و کوشش اقتصادی و صنعتی در ایران در قالب گسترش اصناف و پیشه‌وران افزون گردید. در این میان، انجمن‌های صنفی نیز گسترش یافت. لکن بیشتر زیر نظر حکومت و دستگاه نظارت حکومتی شهر اداره می‌شد. چنانچه احمد اشرف از قول مینورسکی محقق روسی می‌گوید: «داروغه از نظر انتظامی و امور جزایی با کمک عسس‌ها، بازارها را زیر نظارت داشت محتسب بر جزئیات فعالیت‌های اصناف از لحاظ کیفیت کار و اوزان و مقایسات و تنظیم فهرست قیمت‌های جاری نظارت می‌کرد و خلافکاران را به شدیدترین و موهن‌ترین وجهی کیفر می‌داد و کلانتر شهر نیز که به ظاهر باید از اصناف حمایت کند عملاً مهم‌ترین وظیفه‌اش سهمینه‌بندی مالیات‌ها بود و در واقع واسطه‌ای بود میان دستگاه مالیاتی با پیشه‌وران شهری.»

در اصناف دوران صفویه^{۱۰} هر صنفی دارای استادان صنف که متشکل از کارگران و شاگردان بود؛ به کار خود می‌پرداختند. استادان اصناف، با رأی مستقیم از جامعه استادان صنوف مختلف، یک نفر که معتمد و مورد





فضای تجاری شهرها در دوران پهلوی اول و دوم. چهارم) ارائه‌ی الگویی برای حکمروایی شهری در دوران اسلامی بر مبنای چارچوب نظری جهانی و تجارب تاریخی ایران؛ نواحی بهبود کسب و کار نوین ایران.

سازوکارهای مدرن مدیریت اقتصادی فضاهای شهری در شهرهای اروپایی و آمریکایی روندهای ملی تمرکززدایی^{۱۲} و خصوصی‌سازی، دولت‌های محلی را با چالش‌هایی مواجه کرده است. در این راستا دولت‌های فدرال و مرکزی همچنان کارهای عمومی بیشتری را به مقامات محلی واگذار می‌کنند. همزمان، دولت‌های محلی، امور بسیاری را به بخش خصوصی واگذار می‌کنند. چالش جاری برای قانون دولت محلی، تضمین کردن این نکته است که منافع عمومی به منزله‌ی تهیبه خدمات، از نهادهای ملی و مرکزی به نهادهای محلی و از نهادهای محلی به نهادهای خصوصی منتقل شوند.

این چالش محافظت از منافع عمومی در حین افزایش اعتماد به بخش خصوصی محلی، اغلب مقارن با ایجاد نواحی بهبود کسب‌وکار است. این نواحی که مشروعیت خود را از قوانین موضوعه دولتی می‌گیرند؛ مناطقی خاص هستند که مالکان به نحو داوطلبانه بر خود مالیات تعریف می‌کنند تا برای یک انجمن بهبود شرایط اقتصادی، سرمایه‌گذاری کنند. این در حالیست که شهرها معمولاً مالیات‌های اجباری را جمع می‌کنند و مسئولان شهر همیشه نمایندگان این انجمن‌ها هستند.

در همین راستا از سال ۱۹۷۰ میلادی در کانادا، بحث بین‌المللی مداومی درباره‌ی مناطق بهبود کسب‌وکار (به اختصار BID) به منزله روشی برای تجدید حیات شهرنشینی و توسعه اقتصادی در کار بوده است. اما منطقه بهبود کسب‌وکار چیست؟ در اهداف و ساختارهای این مشارکت‌ها در کشورهای مختلف تفاوت‌های بزرگی وجود دارد. BID را به عنوان یک ناحیه عمدتاً درون‌شهری و به لحاظ جغرافیایی معین که به واسطه آن مالکان اموال و کسب‌وکارها برای بهبود محیط کسب‌وکار و محیط شهرنشینی با هم همکاری می‌کنند. خدمات فراهم شده

و یا در همه‌ی شهرها انجام نمی‌پذیرفت. بعضی اوقات ریش‌سفیدان یا پیشه‌وران و یا اتحادیه‌های تجاری در مورد تنظیم قیمت‌ها در بازار به مذاکره می‌نشستند؛ چنین تنظیم قیمت‌ها از قرن‌ها پیش در ایران متداول بوده است.

این نکته حائز اهمیت است که انجمن‌ها صنفی نهادی بود که دستگاه حکومتی توسط آن نهاد؛ بعنوان سازمان گردآوری مالیات مواجه می‌شد و مشکل جمع‌آوری مالیات که همواره یکی از مشکلات جامعه آن روز بود؛ با مشارکت دست‌جمعی پیشه‌وران حل و فصل می‌شد. این سلسله‌مراتب که از کلانتر شهر آغاز می‌گردید و از نقیب‌الملک عبور و توسط ریش‌سفیدان که فدائیان اصناف نامیده می‌شدند به استادان و سپس پیشه‌وران می‌رسید؛ می‌توانست امور اجتماعی و اقتصادی داخل صنف و مسائل رابطه با حکومت که عمدتاً حول مالیات، نظارت، کیفیت و کمیت امور پیشه‌وران حرکت می‌نمود را به خوبی به انجام برساند و کارکرد اجتماعی قدرتمندی در جامعه و آن روز از خود نشان دهد.

این امر را می‌توان نهادی اقتصادی برای تسهیل کنندگی امور اقتصادی آن روز به حساب آورد و قدرت و توانایی کارکرد سازمانی و نهادی که بشکل دموکراتیک انتخاب و عزل و نصب می‌گردید؛ در درون سازمان تولید نوعی سرمایه اجتماعی مبتنی بر هنجارهای کنش‌های اجتماعی دانست. بطوری که کارکرد اجتماعی و اقتصادی شهودی برای متعادل کردن حیات اجتماعی و تعادل اقتصادی آن دوره‌ی تاریخی به چشم می‌خورد.

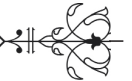
با توجه به تغییرات رخ داده در زمینه مدیریت شهری در کشورهای بیشتر توسعه یافته و با مروری فشرده بر پیشینه تاریخی مدیریت شهری در دوران اسلامی می‌توان روش کار این مقاله را در چهار گام بیان نمود:

نخست) بررسی پیشینه‌ی تاریخی مدیریت شهری از طریق نهادهای صنفی.

دوم) بررسی ساز و کارهای مدرن اقتصادی مدیریت شهری در شهرهای اروپایی و آمریکایی نظیر نواحی بهبود کسب‌وکار^{۱۱}

سوم) مروری بر تغییرات ساختاری و مدیریت شهری در





۱۹۲۰ تا ۱۹۶۰ میلادی، شهروندان شهرهای مختلف به خصوص در امریکا و کانادا، ملزم به خرید از نواحی تجاری مرکز شهرها بودند. آن‌ها به منظور تهیهی مایحتاج خود، با اتومبیل‌های شخصی، خود را به بازارچه‌های خیابانی و خرده فروشی‌ها می‌رساندند.

این وضعیت تا جایی ادامه یافت که در اوایل دهه ۱۹۶۰، فروشگاه‌های بزرگ حومه‌ی شهرها به عنوان فضایی مناسب به منظور تهیه کالاهاى مختلف به وجود آمدند. این فروشگاه‌ها که در اوایل در شهرهایی نظیر تورنتو ایجاد شده بودند؛ به شهروندان این امکان را می‌دادند تا از تسهیلات جانبی نظیر فضای توقف مناسب و تهویه مطبوع در تمامی فصول سال برخوردار باشند.

بنابراین، در چنین شرایطی، عدم استفاده از مراکز شهرها و در نتیجه زوال آنها امری اجتناب ناپذیر می‌نمود. پس از گذشت فاصله‌ی چند سال از این فرآیند، واکنش‌ها و اعتراض‌ها نسبت به این پدیده آغاز گردید و اولین قدم در جهت رفع این مشکلات در تورنتو مورد بررسی قرار گرفت. این امر سبب شکل‌گیری ایده‌ی نواحی بهبود کسب‌وکار شد و شهرداری‌های بسیاری را به خود جذب کرد به نحوی که اینک آنها نقش مهمی در فرایند توسعه شهرنشینی و تجدید حیات مراکز شهر در سرتاسر جهان بازی می‌کنند.

حدود نیم‌دهه پس از شکل‌گیری اولین ناحیه بهبود کسب‌وکار در کانادا، اولین ناحیه بهبود کسب‌وکار در ایالات متحده و در ناحیه نیوارلن^{۳۱} ایجاد شد. روند گسترش نواحی بهبود کسب‌وکار در امریکا نسبت به کانادا سرعت کمتری داشت؛ تا جایی که پس از گذشت نزدیک به یک دهه از ایجاد اولین ناحیه‌ی بهبود کسب‌وکار در امریکا، اولین ناحیه‌ی بهبود کسب‌وکار در شهر نیویورک ایجاد شد که توانست در گسترش مفاهیم نواحی بهبود کسب و کار در سطح امریکا نقش مؤثری را ایفا کند؛ تا جایی که کنفرانس‌ها و همایش‌های متعددی در طی سال‌های بعدی به منظور تبیین مزایا و توضیح الگوهای بهینه برای اجرای نواحی بهبود کسب‌وکار برگزار گردید.

روند گسترش نواحی بهبود کسب‌وکار در سال‌های ۱۹۸۵ به بعد با سرعت بیشتری ادامه یافت؛ تا جایی که تا سال

از جانب BID علاوه بر خدماتی هستند که توسط شهرداری تدارک دیده می‌شوند و معمولاً شامل امنیت، حفظ فضای عمومی، امحاء زباله و دیوارنوشته‌ها، توسعه اقتصادی، بهبود توقف‌گاه‌های عمومی خودروها، رخدادهای خاص و خدمات اجتماعی می‌شود.

اما تعریف‌های دیگری نیز وجود دارند. به نظر لِرلِن هُویت^{۳۲}، استادیار در دپارتمان مطالعات و برنامه‌ریزی شهری در موسسه تکنولوژی ماساچوست، «یک BID نهادی است تحت سیطره عموم مردم، که هنوز به نحو خصوصی جهت‌دهی می‌شود و مکمل خدمات عمومی در بهبود فضای عمومی مشترک است. علاوه بر این، چنین نهادهایی از نوعی آموزه کمک به خود تبعیت می‌کنند، که بدین وسیله یک سازوکار خود-مالیات‌بندی قهری^{۳۴} درآمد چندین ساله را تامین می‌کند» (هویت^{۳۵}، ۲۰۰۵، ۴-۵).

انجمن مدیریت مرکز شهر^{۳۶} که محل آن در لندن است؛ BIDها را به عنوان مشارکت‌هایی بین قدرت محلی و اجتماع کسب‌وکاری محلی توصیف می‌کند که طرح‌ها و خدماتی که به محیط بازرگانی و قلمرو عمومی سود می‌رسانند را توسعه داده و به پیش می‌برند (هویت^{۳۷}، ۲۰۰۵، ۵).

به علاوه، هیچ قرارداد نام‌گذاری استاندارد برای نواحی بهبود کسب و کار در سرتاسر جهان وجود ندارد. انگلستان، بخش‌هایی از ایالات متحده (مثلاً نیویورک سیتی) و آلمان (مثلاً هامبورگ) اصطلاح BID را اخذ کرده‌اند؛ اما در دیگر ایالات، نام‌های بسیار دیگری برای نام‌گذاری این نواحی انتخاب شده است. «ناحیه‌ی بهبود شهر»^{۳۷} در افریقای جنوبی، یا «حوزه‌ی بهبود کسب‌وکار» در کانادا، «ناحیه‌ی بهبود عمومی»^{۳۸} در تگزاس/امریکا و «منطقه‌ی بهبود ویژه»^{۳۹} در آریزونا، نیوجرسی، اوتا/امریکا.

روند تاریخی شکل‌گیری نواحی بهبود کسب‌وکار

توسعه‌ی مناطق بهبود کسب‌وکار به یک عمل ابتکارآمیز در تورنتو باز می‌گردد؛ که در آن مالکان کسب‌وکار همکاری کردند تا با تهیه‌ی خدمات ارتقایافته، در محیط بازرگانی محلی سرمایه‌گذاری کنند. روستای غربی بلور^{۴۰} در تورنتو قدیمی‌ترین ناحیه‌ی بهبود کسب‌وکار در جهان است که در سال ۱۹۷۰ پایه‌گذاری شد. پیش از این تاریخ، و در سال‌های





مشخص است.

مارک دیویس و لورن هویت در تعاریف خود از نواحی بهبود کسب‌وکار، بر مالیات به عنوان پایه‌ی اصلی ایجاد این نواحی تأکید دارند. چنانکه مارک دیویس در تعریف نواحی بهبود کسب‌وکار می‌گوید: «این نواحی، محدوده‌هایی هستند که صاحبان املاک به صورت داوطلبانه مالیات‌هایی بر خود وضع می‌کنند تا منابع مالی لازم برای بهسازی‌های داخل محدوده را تأمین کنند» (اس. داویس ۲۲، ۱۹۹۷، ۱۴).

هویت نیز در تعریف خود از نواحی بهبود کسب‌وکار ذکر می‌کند که «نواحی بهبود کسب‌وکار محدوده‌هایی خوداتکا از لحاظ مالی هستند که به وسیله صاحبان املاک و یا تجار محلی اداره می‌شود و قانونی بودن آنها توسط دولت‌ها محرز می‌گردد تا بدین وسیله محدوده جغرافیایی مشخص شده، بهسازی گردد» (مورکل و همکاران ۲۰۰۸). به عقیده‌ی وی، واژه‌ی «نواحی بهبود کسب‌وکار» به طور همزمان برای تبیین محدوده‌ی جغرافیایی مشخص که خدمات ویژه‌ای را دریافت می‌کند و همچنین برای سازمانی که این محدوده را اداره می‌کند و خدمات مورد نیاز محدوده را تهیه می‌کند؛ مورد استفاده قرار می‌گیرد. علاوه بر این در بسیاری از تعاریف، از نواحی بهبود کسب‌وکار به عنوان مکانیزم‌های مالی منعطفی برای بهسازی و مدیریت یک محدوده تجاری مشخص یاد می‌شود (دپارتمان تجارت خدمات خرد شهر نیویورک^{۳۳} ۲۰۰۴). نواحی بهبود کسب‌وکار با فعالیت‌ها و خدماتی که ارائه می‌دهند؛ اهداف خود را تحقق می‌بخشند. فعالیت‌های عمده نواحی بهبود کسب‌وکار در پنج دسته‌ی فعالیت‌های تبلیغات و بازاریابی، نگهداری و نظافت، حمایت سیاسی و بهسازی‌های کوچک مقیاس تقسیم می‌شوند که هر یک شامل خدمات زیر خواهند شد: (آپا^{۳۴} ۲۰۰۶، ۲۵)

۰ بازاریابی و تبلیغات

۰ نگهداری

۰ امنیت

۰ حمایت سیاسی

۰ بهسازی‌های کوچک مقیاس

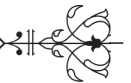
۲۰۰۲ میلادی آمار نواحی بهبود کسب‌وکار به ۸۰۰ ناحیه بهبود کسب‌وکار رسید که کشورهای ایالات متحده با ۴۲۹ و کانادا با ۳۴۸ ناحیه بهبود کسب‌وکار، بیشترین تعداد نواحی بهبود کسب‌وکار را دارا هستند. همچنین شهرهای نیویورک، تورنتو، لس‌آنجلس، ونکوور، فیلادلفیا و کیپ‌تاون بیشترین تعداد نواحی بهبود کسب و کار را در میان شهرهای دنیا در خود جای داده‌اند. کشورهایی نظیر انگلستان نیز در طی سال‌های اخیر به جمع مصرف کنندگان ایده نواحی بهبود کسب و کار پیوسته‌اند که نتیجه‌ی آن، ایجاد ۱۷ ناحیه‌ی بهبود کسب و کار در شهر لندن -در طی سال‌های ۲۰۰۰- بوده است. در این میان در کشورهایی نظیر ایران، تاکنون از این ایده استفاده نشده است.

در راستای تسهیل پیاده‌سازی این نواحی امروزه اکثر ایالات امریکا و استان‌های کانادا قوانینی را به تصویب رسانیده‌اند که به دولت‌های محلی اجازه می‌دهد BIDها را تشکیل دهند. برآورد می‌شود که بیش از ۱۰۰۰ ناحیه‌ی بهبود کسب و کار هم اینک در امریکای شمالی وجود داشته باشد (مورکل و همکاران ۲۰۰۸، ۴۵). این مفهوم در هر نوع شهر (کوچک یا بزرگ)، محیط اقتصادی (پایدار، ضعیف) و سطح موفقیت (همسایگی‌های کم‌درآمد و پردرآمد) معمول شده است. متناظراً، در شهرهای امریکای شمالی می‌توان BIDهای کوچک و بزرگی را یافت که آشکارا به لحاظ اندازه‌ی جغرافیایی منطقه‌ی تحت پوشش، میزان بودجه، ساختار سازمانی و البته نوع فعالیت‌ها با یکدیگر متفاوت هستند. ناحیه‌ی بهبود کسب‌وکار میدان تایمز در نیویورک سیتی و منطقه‌ی مرکز شهر در فیلادلفیا دو مثال خوب از BIDهای بزرگ هستند.

مفهوم نواحی بهبود کسب و کار

نگرشی بر تعاریف ارائه شده از نواحی بهبود کسب‌وکار مشخص می‌کند که این تعاریف، علی‌رغم اینکه از زوایای مختلف مطرح شده‌اند؛ لیکن دارای مشترکات فراوانی نیز هستند. در این تعاریف، تأکید بر مشارکت بخش عمومی و خصوصی، تأمین منابع مالی از طریق مالیات‌بندی و دموکراسی در ایجاد نواحی بهبود کسب‌وکار به وضوح





شهری بروز و ظهور پیدا می‌نمودند؛ لیکن بعد از دوران پهلوی اول که شهرنشینی مدرن اندک‌اندک به شکل ناقص و تقلیدی در ایران شروع گردید در خیابان‌ها و شبکه‌های جدید شهری مغازه‌ها، مراکز خرید و پاساژها رقیب بازارهای سنتی در ایران شدند.

این نهادها اگرچه به حکومت‌های مرکزی نزدیک بودند؛ ولی در قالب نهادهای مستقل عمل می‌کردند. در دولت رضاشاه به بهانه‌ی مخالفت با قانون انحصار تجارت، اتاق بازرگانی را که تنها نهاد نمایندگی منافع تجار بود؛ به حالت تعلیق درآمد و پس از برکناری رضاشاه به بسیاری از بازاریان و تجار نمایندگان در اتاق تجارت شدند. بعد از کودتای ۱۳۳۲، نخست‌وزیر کودتا، انجمن بازرگانان و اصناف و پیشه‌وران را که به نفع دولت مصدق فعالیت می‌کرد؛ غیرقانونی شناخت. این نهادها نمایندگان اصناف و صاحبان سرمایه در بخش مدرن بودند که تضعیف گردیدند (سعیدی و شیرین کام ۱۳۸۴، ۲۶-۲۷).

در دهه‌ی ۱۳۴۰ به همراه توسعه‌ی شهرها از طریق رشد شبکه‌های حمل و نقل مشکلات اصناف و بازار سنتی را در توزیع محدود نمایان‌تر و نیاز به تغییرات در نحوه‌ی توزیع را بیشتر کرد؛ همچنین توسعه‌ی حمل و نقل و دسترسی به حوزه‌های خرید بزرگ‌تر از جمله فضاهای جدید خرید و فروشگاه‌های بزرگ اندیشه محلیت را مورد تهدید قرار داد (همان). حوزه‌های عمومی جدید و مدرن خرید برای حل مشکلات روزافزون توزیع در اقتصاد شهری ایجاد شدند. طبقه‌ی متوسط جدید - که در دهه‌ی ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ در اثر گسترش شهرنشینی رشد کرده بود- از این فضاها بیشتر استفاده می‌کردند. بدین لحاظ فضای اجتماعی عمومی جدیدی برای خانواده‌ها اعم از زنان و جوانان خلق شدند.

از سوی دیگر تغییر در سازمان تولید از تولید سنتی به تولیدات کارخانه‌ای و تولید دست‌ساز به تولیدات انبوه کالاهای مورد نیاز جامعه و نیز ضرورت عرضه و تبلیغات خاصی برای جلب مصرف‌کنندگان و افزایش مصرف در جامعه - که یکی از ملزومات رونق اقتصادی است- موجب شکل جدیدی در مناسبات توزیع کالا در شهرها گردید. ریچارد سنت جامعه‌شناس امریکائی نیز، رشد حوزه‌های

منافع به دست آمدنی از BID

منافع حاصل از نواحی بهبود کسب‌وکار را می‌توان در سه زمینه‌ی منافع عمومی، مالکان، قدرت‌های محلی مورد بررسی قرار داد که در زیر به هر یک از آن‌ها اشاره شده است (اس. داویس ۱۹۹۷: میچل ۲۵ ۱۹۹۹).

همگان/اجتماع

- رفاه اقتصادی و رشد اقتصادی در ناحیه ایجاد می‌کند.
- سرمایه‌گذاری درونی را جذب می‌کند.

کسب‌وکارها/مالکان

- تعداد افراد وارد شده برای خرید را بالا می‌برد.
- گذر و خرید مشتریان را افزایش می‌دهد و می‌تواند منجر به افزایش سود شود.
- هزینه‌ها را کاهش می‌دهد (کاهش جرم، فعالیت‌های جمعی، مثلاً، تبلیغات/بازاریابی).
- برای پاسخ به مشکلات بخش‌های منفرد منعطف است.

قدرت‌های محلی

- مدیریت بخش خصوصی/ مهارت‌های سازمانی را کنترل می‌کند.
- موجب فهم بیشتری از نقش انجمن‌های محلی می‌شود.

موجرها

- به رشد ارزش سرمایه کمک می‌کند.
- ارزش اجاره‌ی اموال و ناحیه را بالا می‌برد.
- مطلوبیت منطقه را بالا می‌برد و مالکان را به خود جذب می‌کند.

- در بازرگانی رشد ایجاد می‌کند که بر اجاره‌های گردش‌محور اثر می‌گذارد.

- موجب پیوندهای مثبت با شهرداری می‌شود.

تغییرات ساختاری مدیریت شهری در فضای

تجاری شهرها در دوران پهلوی

در شهرهای ایران از دیرباز تاکنون ساختارها و نهادهای اجتماعی برای صنوف و تجار وجود داشته است تا قبل از انقلاب مشروطیت این نهادها و تشکل‌ها در وجه فضائی خود صرفاً در فضای شهری بازارها و فضاهای محلات





کمک نمودند.

فروشگاه‌های بزرگ در ایران مثل فروشگاه‌های فردوسی و ایران در تهران و شهرهای بزرگ در کنار توسعه‌ی شهری، توسعه‌ی حمل و نقل، تغییرات در ساختار شهری، ایجاد بلوارهای بزرگ و پاساژها رشد کردند. در حالی که مشکلات اصناف در توزیع محدود، نمایان‌تر و نیاز به تغییرات در نحوه‌ی توزیع بیشتر می‌شد؛ رشد این فروشگاه‌ها پیامدهای ناخواسته‌ی اجتماعی مثل پرسه‌زدن، گشت زنی و استفاده‌ی فراغتی از فضای پیاده‌روها و خیابان‌ها را برای طبقات رو به گسترش شهری در دهه‌ی ۴۰ و ۵۰ در پی داشت. در این فضاها «خرید کردن مدرن» مصرف همه چیز از زمان (صرف اوقات فراغت) گرفته تا کالاهای مختلف را شامل می‌شده که سازمان زندگی روزمره را تشکیل می‌دادند (همان).

ارائه‌ی الگویی برای حکمروایی شهری در دوران اسلامی بر مبنای چارچوب نظری جهانی و تجارب تاریخی ایران نواحی بهبود کسب و کار نوین ایران با توجه به فرآیندی که در شهرهای دوران اسلامی ایران به منظور نهادهای خودفرمان سلسله‌مراتبی طی شده است و کارآمدی انجمن‌های صنفی را در فضای اقتصادی شهری نشان می‌دهد؛ به نظر می‌رسد که عناصری از خصوصیات مدیریت شهری نهادی در آن دوره‌های تاریخی را بتوان با توجه به روند فضاها‌ی اقتصادی شهری بعد از مشروطیت، در شکل‌گیری و سازماندهی سازمان‌های مردم‌نهاد برای نواحی بهبود کسب و کار شهری بکار گرفت. برای این منظور، میزان تأثیرگذاری هر یک از خصوصیات یاد شده در شکل‌گیری سازمان‌های مردم‌نهاد برای نواحی بهبود کسب‌وکار شهری با استفاده از روش آیکولد تعیین خواهد شد.

ماتریس آیکولد یک ماتریس جامع برای استفاده در ارزیابی روابط کمی و کیفی شاخص‌های مختلف است. سیستم علامت‌گذاری برای هر یک از خانه‌های ماتریس شامل نشانه‌هایی به این ترتیب می‌باشند: مفید یا مضر بودن اثر، احتمال وقوع اثر، مقیاس زمانی وقوع اثر و اینکه آیا در طراحی‌ها، اثرات در نظر گرفته شده است یا خیر. از محاسن

خرید را پاسخی به رشد تولیدات کارخانه‌ای (تولید انبوه) می‌داند. دوی این استدلال را مطرح می‌کند که رشد تولید سبب اصلی تغییر نظام قدیمی توزیع شد که پاسخگوی تولیدات روزافزون و متنوع نبود. او همچنین در کنار این تغییر از تأثیر محدود توسعه حمل و نقل و تغییر در زمینه فیزیکی شهر نام می‌برد. طراحی مجدد شهری (ایجاد بلوارهای بزرگ) و کاهش طول گردش برای خرید درون شهری با توسعه ارتباطات و کاهش طول گردش برای خرید درون شهری با توسعه ارتباطات و وسایل حمل و نقل به نحوی فراهم گردید که امکان دسترسی آن به حراج‌های فصلی فراهم گردید. این تحولات نشان‌دهنده‌ی بخشی از تغییرات نهادها و شکل‌های تجاری و صنفی مدیران ایران است.

در دوران پهلوی اول با ساخته شدن خیابان‌ها و بلوارها، مغازه‌های خیابانی توانستند اجناس خود را در معرض بازدید و فروش مشتریان قرار دهند و این امر کمک موجب نوعی رفتار اجتماعی شهرنشینان در گردش در خیابان‌های شهری و خرید و احیاناً نوعی تفریح و تفرج گردید. در دوران پهلوی دوم - که مدرن‌سازی جامعه‌ی ایران شدت بیشتری یافت - تغییرات عمده‌ای در ساختار شهرهای ایران پدید آمد و مراکز خرید و خیابان‌هایی که انواع کالاها اعم از پوشاک و وسایل خانگی و حتی کالاهای فرهنگی مثل کتاب را در معرض دید و فروش قرار می‌داد؛ شروع به کار نمودند. خیابان‌های شاه‌آباد و لاله‌زار از این دست بودند.

این پدیده همواره در تضاد منافع با سبک سنتی خرید و فروش در بازارها و محلات سنتی شهرها بود. اما به تدریج راسته‌های خیابان و مراکز خرید خاص در اطراف خیابان‌ها در شهرهای بزرگ شکل گرفت و با توجه به تغییر در سبک زندگی مردم در اثر مدرن‌سازی جامعه ایران تقاضای جدیدی در گروه‌های اجتماعی متوسط و بالا به وجود آمد که نه در مغازه‌های خیابان‌ها پاسخ داده می‌شد و نه در بازارهای سنتی شهرها. در خیابان‌ها و گره‌گاه‌های شهری مراکز خرید بزرگ‌تری شکل گرفت که شامل فروشگاه‌های بزرگ و متوسط و کوچک بودند. این فروشگاه‌ها به گسترش پدیده‌ای به نام دموکراتیزه شدن تجمل‌گرایی یا مدگرایی



روش آیکولد در سلولی از ماتریس که احتمال بروز اثر وجود دارد؛ نوع و ویژگی اثر با استفاده از توصیف‌کننده‌های جدول ۱ بیان می‌شود. در این پژوهش ماتریس آیکولد با توجه به هدف این بند مبنی بر ارائه‌ی الگویی برای حکمروایی شهری در دوران اسلامی مناسب‌سازی شده است.

ماتریس آیکولد بیان ویژگی‌های هر اثر بر پارامترها می‌باشد؛ به طوری که علامت‌ها و اعداد مورد استفاده در این ماتریس وضعیت و خصوصیات اثر را شرح می‌دهند. این ماتریس دارای چندین سطر و ستون می‌باشد. ستون‌های این ماتریس به شاخص‌های اولیه و سطرهای این ماتریس نیز به ویژگی‌های شاخص‌های ثانویه مربوط می‌شود. در

جدول ۱. توصیف‌گرهای ماتریس ICOLD (مأخذ: صیادی ۲۶ و همکاران ۲۰۰۹، ۳-۴)

ماهیت اثر	که بر اساس دو علامت + و - است و به ترتیب بیانگر اثر مطلوب و اثر نامطلوب می‌باشد.
شدت اثر	<p>۰ زیاد: این توصیف‌کننده در مورد اثراتی به کار برده می‌شود که موجب تغییرات قابل توجهی نسبت به وضع موجود می‌گردند. در ماتریس آیکولد این شاخص با نماد عددی ۳ نمایش داده می‌شود.</p> <p>۰ متوسط: این توصیف‌کننده اثراتی را شامل می‌شود که میزان تغییرات حاصل از آن‌ها نسبت به وضع موجود کمتر از اثرات عمده است ولی مقدار این اثر آنقدر کم نیست که در گروه کم قرار بگیرد. این شاخص با نماد عددی ۲ نمایش داده می‌شود.</p> <p>۰ کم: اثراتی که تغییرات آن‌ها نسبت به وضع موجود کمتر از ۲ گروه قبل می‌باشد و با نماد عددی ۱ قابل بیان است.</p>
تداوم اثر	اثراتی که در مقطع خاص به وقوع پیوسته و تداوم ندارند؛ اثرات مقطعی محسوب شده و با نماد T نمایش داده می‌شوند. اثراتی که در دراز مدت به صورت دوره ای یا مداوم وجود خواهد داشت؛ اثر دائم بوده و با نماد (P) نمایش داده می‌شوند.
زمان وقوع اثر	کلیه‌ی اثراتی در نتیجه اتخاذ یک راهبرد ایجاد می‌شود؛ به طور همزمان پدید نمی‌آیند. برخی اثرات ممکن است بلافاصله یا در فاصله کوتاهی از شروع فعالیت پدیدار شوند و برخی اثرات ممکن است در زمان طولانی‌تری آشکار شوند. علائم M، L و I نشان‌دهنده‌ی زمان وقوع اثر در بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت می‌باشند.
قطعیت اثر	<p>برای نشان دادن میزان قطعیت اثر نیز از شاخص‌های متفاوتی استفاده می‌شود:</p> <p>۰ اثر قطعی: این شاخص در مورد اثراتی بکار می‌رود که وقوع آن‌ها با توجه به وضعیت موجود و همچنین موارد مشابه از نظر تیم کارشناسی به اثبات رسیده است. در ماتریس آیکولد این اثرات را با نماد (C) نشان داده می‌شوند.</p> <p>۰ اثرات احتمالی: این شاخص در مورد اثراتی بکار می‌رود که وقوع آن‌ها قطعی نمی‌باشد ولی احتمال پیدایش آن‌ها وجود دارد. نماد نمایش این اثرات در ماتریس (P) می‌باشد.</p> <p>۰ اثرات غیرمتمثل: این شاخص معرف اثراتی است که احتمال وقوع آن‌ها بسیار ضعیف است. نماد نمایش این اثرات در ماتریس (I) می‌باشد.</p> <p>۰ اثرات نامشخص: این شاخص معرف اثراتی است که احتمال وقوع آن‌ها نامشخص است. نماد نمایش این اثرات در ماتریس (N) می‌باشد.</p>



شرایط کشور به روش مقایسه‌ای سنجیده شده است. در جدول ۳ ستون نخست (A)، کارکرد انجمن‌های صنفی شهرهای اسلامی و خصوصیات مهم آن‌ها را بیان می‌کند. به عنوان نمونه این اصناف نقش واسط بین مردم و حکومت را دار بودند و این به عنوان یکی از ویژگی‌هایی است که امکان توسعه و انطباق برای ایجاد نواحی بهبود کسب و کار آن بسیار مهم است.

در ستون دوم (B) خصوصیات نواحی بهبود کسب‌وکار شهری به شکل تطبیقی با کارکرد انجمن‌های صنفی شهرهای اسلامی بیان شده است تا مقایسه‌ای دقیق‌تر مابین این دو موضوع و سیر تکامل انجمن‌های صنفی انجام شود.

در ستون سوم (C) خصوصیات شهرهای نیمه‌مدرن ایران بررسی شده است تا موضوع‌های مطرح شده در ستون اول و دوم در شرایط ایران نیز بررسی شود.

در ستون چهارم امکان توسعه و انطباق برای ایجاد نواحی بهبود کسب‌وکار در شهرهای ایران بر مبنای سه ستون نخست مورد بررسی قرار گرفته است.

نتایج این بررسی نشان می‌دهد که در برخی موارد می‌توان به طور هم‌زمان از پتانسیل‌های هر سه مورد برای شکل‌دهی به نواحی بهبود کسب‌وکار استفاده نمود و در برخی موارد نیز محدودیت‌هایی وجود دارد که سبب می‌شود به شکل محدودتری از آن‌ها برای ایجاد نواحی یاد شده استفاده نمود. در ستون‌های بعدی نیز با توجه به هدف مقاله - که تأکید بر انجمن‌های صنفی شهر در دوران اسلامی و کارکرد آن‌ها می‌باشد- با استفاده از روش آیکولد سعی شده است که ماهیت، شدت، تداوم و زمان اثر ستون نخست بر تشکیل نواحی بهبود کسب و کار شهری نوین در ایران مورد بررسی قرار گیرد و بر مبنای آن بتوان نواحی بهبود کسب و کار کارآمد و منطبق با آموزه‌های اسلامی دست یازید. جدول ۳ نتایج این موارد را نشان می‌دهد.

پس از تعیین نوع اثر و شدت اثر و اهمیت آن ضرایب هر یک از انواع اثرات در آن‌ها ضرب می‌شود. این ضرایب به شرح زیر می‌باشند:

جدول ۲: توصیف کننده کمی ماتریس ایکلد
(مأخذ: صیادی و همکاران ۲۰۰۹، ۳-۴)

معیارهای اثر	انواع اثر	اختصار	مقدار کمی
شدت اثر	زیاد	۳	۳
	متوسط	۲	۲
	کم	۱	۱
ماهیت اثر	مثبت	+	+
	منفی	-	-
تداوم اثر	مقطعی	T	۰,۷
	دایم	P	۱,۵
زمان وقوع اثر	کوتاه مدت	I	۱
	میان مدت	M	۰,۵
	بلندمدت یا ثانویه	L	۱,۵

در نهایت، پس از ضرب خصوصیات اثر در شدت و اهمیت، عدد حاصله را به سود نزدیک‌ترین عدد صحیح گرد می‌کنند. با توجه به اقتباس ناقص شهرهای ایران از شهرهای غربی و این که اصولاً «هیچ روند توسعه‌ای را نمی‌توان اقتباس نمود» می‌بایست توسعه شهری، در فرآیند درونی آن شکل پیدا کند. ضرورت سازمان‌یابی فضایی که در فضاهای تجاری و صنفی شهرها به خصوص شهرهای بزرگ بر اساس رویکرد مردم نهاد و خودفرمان می‌تواند کارایی این گونه فضاها را از جهت رابطه با شهرداری و دولت، ارائه‌ی خدمات برتر و رقابتی و بالا بردن منافع صنوف مشارکت جو به شکل فزاینده‌ای افزایش دهد.

بنابراین به منظور رسیدن به خصوصیات سازمان‌یابی مردم‌نهاد نواحی بهبود کسب‌وکار شهری بر اساس شرایط ایران در جدول، سه خصوصیت کارکرد انجمن‌های صنفی شهرهای اسلامی، خصوصیات نواحی بهبود کسب و کار شهری در غرب (BID) و خصوصیات نواحی شهری اقتصادی در جامعه‌ی نیمه‌مدرن ایران را برای تطبیق با

جدول ۳. خصوصیات کارکردی متناظر انجمن های صنفی شهرهای اسلامی و BID و دوران نیمه مدرن ایران برای امکان توسعه و انطباق در ایران با تأکید بر انجمن های صنفی شهرهای دوران اسلامی

کارکرد انجمن های صنفی شهرهای اسلامی (A)	خصوصیات نواحی بهبود کسب و کار شهری (B)	خصوصیات شهرهای نیمه مدرن ایران (C)	امکان توسعه و انطباق برای ایجاد نواحی بهبود کسب و کار	شدت اثر ستون A در الگوی تشکیل نواحی بهبود کسب و کار شهری نوین در ایران	ماهیت اثر ستون A در الگوی تشکیل نواحی بهبود کسب و کار شهری نوین در ایران	تداوم اثر ستون A در الگوی تشکیل نواحی بهبود کسب و کار شهری نوین در ایران	زمان وقوع اثر ستون A در الگوی تشکیل نواحی بهبود کسب و کار شهری نوین در ایران
صنوف متعددی را شامل می شود	تنوع شغلی ارائه خدمات صنفی را عهده دار است	در راسته خیابان ها تنوع شغلی پراکنده وجود دارد	A+B+C	۳	+	P	I- M
دارای سلسله مراتب است	از سازماندهی مدرن یک نهاد خودگردان برخوردار است	خطی وجود دارد	سازماندهی درون ناحیه ای فضای ناحیه کسب و کار لازم است	۳	+	T	M
نقش واسط بین مردم و حکومت را دارا است	نقش واسط بین مردم و شهرداری و دولت را دارند	این نقش کم رنگ شده است	این نقش باید تقویت گردد	۳	+	T	M
دارای کارکرد مالیات گیری است (Taxation)	دارای کارکرد مالیات گیری و تعیین مالیات توافقی دارند	در صورت کارکرد خوب اتحادیه صنفی می تواند این کار را انجام دهد	A+B	۲	+	P	I- M
با مراجع اجتماعی نزدیک مسجد ارتباط دارد	با مسئولین شهرداری و دولت در تماس هستند و موجب رابطه مثبت با شهرداری می گردد	این رابطه به طور مثبت برقرار نیست	B	۲	+	P	I- M



I- M	P	+	۳	در A+B سازماندهی درون فضای ناحیه کسب و کار	برای اتحادیه صنوف وجود دارد ولی فضای ناحیه ای ندارد	در یک فرآیند رأی گیری عمومی ایجاد می شوند	ارکان آن انتخابی است و با رأی صنوف انتخاب می شوند
I- M	P	+	۳	B+C	صرفاً در خیابان های پرتردد تشکیل می گردد	در فضاها و مراکز خاص تجاری شکل می گیرند	در یک فضای شهری مشخص در جوار بازار و مسجد قرار دارند
I- M	P	+	۳	A+B	به عنوان بخش خصوصی منفرد عمل می کند	کاملاً خودگردان و برای حل مسائل واحدهای تجاری شکل می گیرد و با حکومت در همکاری و چالش است	دارای استقلال نسبی است و خودفرمانی در مقابل حکومت بوده است
L- M	T	+	۳	A+B	نقش های دیگری ندارد	غیر از مالیات نقش تبلیغات، نگهداری، امنیت، حمایت سیاسی و بهسازی های کوچک مقیاس را به عهده دارد	غیر از مالیات گیری دارای نقش های اجتماعی، سیاسی و آموزشی و کنترل قیمت را دارا هستند
L- M	T	+	۳	A+B	این نقش از بین رفته است ولی اتحادیه ها می توانند تا حدی این نقش را داشته باشند	کارکرد میانجی و تسهیل گری در مدیریت شهری را دارد	نقش میانجی و تسهیل گری را در مدیریت شهری دارد
L- M	T	+	۳	A+B	این خصوصیت را ندارند	غیرانتفاعی است	به عنوان کاری اجتماعی موظف ولی بدون دریافت دستمزد
L- M	T	+	۳	A+B	این خصوصیت را ندارند	امکان توسعه و بهسازی در فضای شهری و توسعه تجاری و صنفی را فراهم می کند	می تواند به ساماندهی اصناف کمک و در پیشرفت کارها اثربخش باشد و به رونق کسب و کار کمک کند



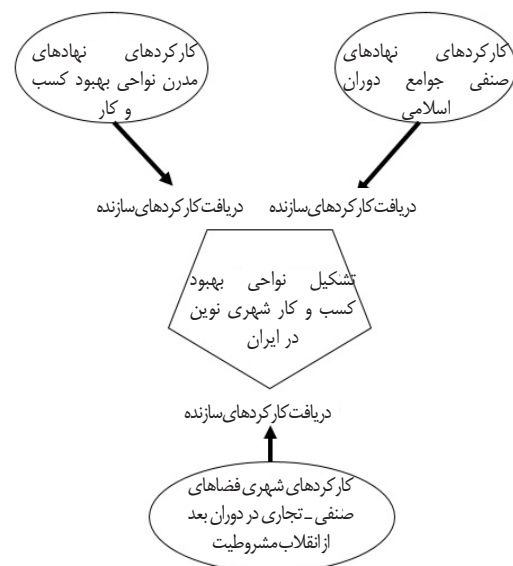
M	P	+	۲	A	تا حدی اتحادیه این کار را انجام می دهد ولی کارکرد کاملی ندارد	این خصوصیت را ندارد	به عنوان داور در مشکلات صنفی وارد شده و مسائل را حل و فصل می کند
M	P	+	۲	A+B	این خصوصیت را ندارند	قدرت رقابت ناحیه را افزایش می دهد	به امکان تولید و ارائه خدمات بهتر کمک کند
L- M	T	+	۳	A+B	این خصوصیت را ندارند	معنایی مثبت از مکان و احساس بهتری از ایمنی و رفاه را ارائه می دهد	فضای بازار و راسته ها را تعمیر و نگهداری و مطلوب می سازد
L- M	T	+	۳	A+B	در اتحادیه ها تا حدی وجود دارد	موجب حمایت تجاری و صنفی می گردد	سلسله مراتب انجمن صنفی مدافع آحاد صنف است
M	P	+	۳	A+B	موجب A+B فهم بیشتری از مدیریت خودگردان محله محور تجاری و صنفی می گردد	این خصوصیت را ندارند	موجب قدرت بخشی به صنوف در جامعه سنتی و متمرکز می شود
M	T	+	۲	A+B	خودبه خود تجمع موجب این امر می شود	موجب افزایش سرمایه می شود	ارزش دکان ها و سراها را حفظ می کند
L	P	+	۳		برای شهرهای ایرانی - اسلامی مدرن و پیشرفته مفید است	در جامعه ای نیمه مدرن و نیمه سنتی شکل گرفته است	مربوط به جامعه سنتی با اقتصاد شیوه زندگی سنتی است
M	P	+	۳		این سازماندهی هزینه ها را کاهش و درآمد را افزایش و ارائه خدمات شهری را کارآمد می کند	تجمع باعث کاهش هزینه ها می شود	صنوف در رابطه با هم در راسته های مختلف کار می کنند





L	P	+	۳	دسترسی مردم و رضایت‌مندی ایشان را فراهم می‌کند	تجمع صنوف شهری را ارزیابی می‌کند	تجمع سبب دسترسی به خرید و افزایش درآمد می‌گردد	تجمع در بازار و راسته بازارها موجب دسترسی بیشتر و متمرکز می‌شود
L	P	+	۲	امکان مدیریت عمومی خودگردان در ناحیه کسب و کار شهری فراهم می‌شود	این خصوصیت را ندارند	مدیریت بخش خصوصی و کنترل سازمان‌ها را امکان‌پذیر می‌کند	در سلسله مراتب صنوف امکان مدیریت عمومی فراهم می‌شود
I- M	P	+	۳	مسئولیت‌پذیری هم‌کارانه را افزایش می‌دهد	در اتحادیه‌ها تا حدی ناقص وجود دارد	بالا رفتن مسئولیت‌پذیری همکارانه را فراهم می‌کند	هم‌بستگی صنفی افزایش می‌یابد که مسئولیت متقابل بین سلسله مراتب و صنوف ایجاد می‌کند
L	P	+	۳	رونق کسب و کار را افزایش داده و کارایی نواحی شهری را گسترش می‌دهد	صرفاً تجمع فضایی و تخصصی در مراکز صنفی و تجاری رونق کسب و کار را دارد	رفاه اقتصادی و رشد اقتصادی در ناحیه ایجاد می‌کند	موجب رونق کسب و کار صنفی می‌شود

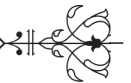
نحوه‌ی تأثیر و تأثر این خصوصیات در نمودار ۱ نشان داده شده است:



نتیجه‌گیری

بر اساس جدول ۱ - که خصوصیات کارکردی متناظر انجمن‌های صنفی شهرهای اسلامی را در سازگاری با BID و دوران نیمه مدرن ایران را نشان می‌دهد - و همچنین نمودار ۱ - که نحوه تأثیر و تأثر خصوصیات سه گانه ذکر شده در جدول پ را توضیح می‌دهد - می‌توان نتیجه گرفت که خصوصیات جدیدی برای توسعه‌ی فضاهای اقتصادی شهر بر اساس تجارب گذشته و دوران شکل‌گیری مدرنیسم ارائه می‌گردد که هم بر تجارب بین‌المللی استوار است و هم ریشه در خصوصیات کارکردی تاریخ مدیریت شهری دوران اسلامی دارد. اگر این خصوصیات جدید، معطوف به تجارب درونی و بیرونی کارکرد فضاهای اقتصادی شهر در نظر گرفته شود؛ در این صورت این خصوصیات که مستخرج از مباحث نظری و تجربی و تاریخی عنوان شده





بیشتر از طریق ارائه کالاها و خدمات با کیفیت بیشتر و قیمت کم‌تر را ایجاد می‌کند.

○ امکان نظافت و بهداشت و رعایت انضباط اجتماعی را در محیط فضای شهری به وجود می‌آورد.

○ کمک به مالیات‌بندی و ارائه‌ی مالیات به سازمان مالیاتی کشور را تدارک می‌بیند.

○ کمک به قیمت‌گذاری برای رضایت‌مندی و رفاه مردم می‌نماید.

○ ارائه‌ی طرح‌های تکریم ارباب رجوع و ایجاد رضایت‌مندی مردم را امکان‌پذیر می‌کند.

○ امکان سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه‌های مختلف را فراهم می‌سازد.

○ امکان دریافت منابع مالی مناسب از بانک‌ها برای صنوف را تدارک می‌بیند.

○ تشکیل مرتب جلسات آموزش، توجیهی بین صنوف ناحیه امکان‌پذیر می‌شود.

○ ایجاد امکان حل‌وفصل اختلافات صنفی فراهم می‌شود.

○ همکاری با شهرداری، شورای شهر و شورایی‌ها به منظور بالا بردن کارایی ناحیه تحقق می‌یابد.

در انتها، می‌توان گفت این مقاله سعی نموده است ضرورت استفاده از تجارب جهانی برای کارکردهای مدرن شهری را با شرایط تاریخی، تجربی و محلی شهرهای ایران تطبیق دهد و بر اساس این اصل که «توسعه تقلیدی نیست ولی بایست در شرایط محیطی طراحی و سازگار گردد»؛ شرایط توسعه‌ی کارکرد مدیریت شهری در شهرهای ایران را بر اساس آموزه‌های بین‌المللی و شرایط تاریخی و تجربی شهرهای ایران ارائه شود.

در این مقاله و فرآیند روش انجام آیکولد است؛ به عنوان راه‌حل‌ها و سیاست‌های پیشنهادی به منظور کارکرد بهتر فضاهای اقتصادی شهر در ایران امروز پیشنهاد می‌گردد. بنابراین خصوصیات اصلی آموزه‌ها و سیاست‌ها به شرح ذیل است:

۱. مبتنی بر آموزه‌های سنتی مدیریت شهری شهرهای اسلامی است.
 ۲. مبتنی بر آموزه‌های جهانی در کارکردهای جهانی مدیریت شهری محله محور و خودفرمان متکی به نهادهای مردمی است.
 ۳. انجام کارکردهای تعیین مالیات، بهسازی و بازسازی، قیمت‌گذاری و تبلیغات، بهبود کیفیت، رضایت ارباب رجوع را در بر دارد.
 ۴. سازماندهی انتخابی اعضا صنوف برای انجا امور محوله و تشکیل یک سازماندهی غیردولتی مردم نهاد را دارد.
 ۵. رابطه با شهرداری و دولت جهت مفاهمه و حل مسائل فی‌مابین را مهیا می‌سازد.
 ۶. تسهیل‌گری و میانجی بین شهرداری، دولت و مردم به منظور کم کردن هزینه مبادله را دارد.
 ۷. استقرار فضایی در مراکز تجاری شهری اعم از فضای باز و بسته یا راسته‌های خیابانی را شامل می‌گردد.
 ۸. تنوع و تخصص در ارائه خدمات صنفی و تجاری را دارد.
 ۹. به مدیریت شهری کمک می‌نماید.
 ۱۰. امکان شبکه شدن نواحی در سطح شهرها و ارائه‌ی کارکردهای تجمعی را ایجاد می‌نماید.
- این آموزه‌ها می‌تواند خدمات زیر را در فضاهای اقتصادی شهر ارائه نماید:

- امنیت اجتماعی را تقویت می‌کند.
- حمایت اجتماعی توسط همکاری با سازمان‌های بیمه‌گر را امکان‌پذیر می‌کند.
- بازسازی و نوسازی کالبدی و فضایی محل کسب‌وکار را فراهم می‌سازد.
- ارائه تبلیغات یکپارچه و تخصص به منظور رقابت را امکان‌پذیر می‌نماید.
- ارائه سیاست‌های رقابتی به منظور جلب مشتری و فروش





پی نوشت

۱. urban economic space mechanism
۲. intersection
۳. Morçöl
۴. urban sprawl
۵. increasing social and political polarization
۶. haves
۷. have not's
۸. segregation
۹. این آمار برگرفته از سه منبع زیر است:
- ابن اخوه. ۱۳۴۷. آئین شهرداری (معالم القرية احكام الحسبنة). ترجمه‌ی دکتر جعفر شعار. بنیاد فرهنگ ایران.
- تحویلدار میرزا حسن خان. ۱۳۴۲. جغرافیای اصفهان. به کوشش دکتر منوچهر ستوده تهران: انتشارات مؤسسه تحقیقات اجتماعی.
- کلانتر ضرابی، عبدالرحیم (سهیل کاشانی). ۱۳۴۱. تاریخ کاشان. به کوشش ایرج افشار. تهران: ابن سینا. صص ۲۳۶-۲۴۰.
۱۰. این بخش عمدتاً برگرفته از این منبع است: سینورسکی. ۱۳۳۴. سازمان اداری حکومت صفوی. ترجمه‌ی محسن رجب نیا. تهران: انتشارات زوار.
۱۱. business improvement district
۱۲. ecentralization
۱۳. Lorlen , M Hoyt
۱۴. compulsory self-taxing
۱۵. Hoyt
۱۶. the association of town center management
۱۷. city improvement district
۱۸. public improvement district
۱۹. special improvement district
۲۰. Bloor West Village
۲۱. New Orleans Downtown Development District
۲۲. S.Davis
۲۳. New York City department of small business services
۲۴. Apa
۲۵. Mitchell
۲۶. Sayadi



منابع

۱. ابن اخوه، محدبن. ۱۳۴۷. آئین شهرداری (معالم القریه احکام الحسبیه). ترجمه‌ی دکتر جعفر شعار. تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
۲. ابن خلدون، عبدالرحمن. ۱۳۴۵. مقدمه ابن خلدون، جلد اول. ترجمه محمد پروین گنابادی. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
۳. اشرف، احمد. ۱۳۵۳. ویژگی‌های تاریخی شهرنشین در ایران دوره‌ی اسلامی. تهران: نامه‌ی علوم اجتماعی ۱ (۴): ۴۹-۷.
۴. تحویلدار، میرزا احسن خان. ۱۳۴۲. جغرافیای اصفهان. به کوشش دکتر منوچهر ستوده. تهران: انتشارات مؤسسه تحقیقات اجتماعی.
۵. حاج سیاح. ۱۳۴۶. خاطرات حاج سیاح. به کوشش حمید سیاح. تهران: انتشارات دانش.
۶. سعیدی، علی اصغر، و فرهاد شیرین کام. ۱۳۸۴. موقعیت تجار و صاحبان صنایع در ایران عصر پهلوی (مطالعه موردی: خاندان لا جوردی). تهران: گام نو.
۷. سعیدی، علی اصغر، و فرهاد شیرین کام. ۱۳۸۸. موقعیت تجار و صاحبان صنایع در ایران عصر پهلوی (محمد رحیم ایروانی). تهران: گام نو.
۸. سعیدی، علی اصغر، و فرهاد شیرین کام. ۱۳۸۸. موقعیت تجار و صاحبان صنایع در ایران عصر پهلوی (حاج محمد تقی برخوردار). تهران: گام نو.
۹. عیسوی، چارلز. ۱۳۶۲. تاریخ انتقادی ایران، قاجاریه ۱۳۳۲-۱۲۱۵ ه. ق. ترجمه‌ی یعقوب آژند. نشر گستر.
۱۰. کلانتر ضرابی، عبدالرحیم (سهیل کاشانی). ۱۳۴۱. تاریخ کاشان. به کوشش ایرج افشار. تهران: ابن سینا.
۱۱. گونتر، ویس مرده. ۱۳۸۱. جامعه‌شناسی برای اقتصاد. ترجمه‌ی هادی حمدی. تهران: انتشارات سمت.
۱۲. میرزا رفیعا. ۸-۱۳۴۷. دستورالملوک به کوشش محمدتقی دانش‌پژوه. مجله‌ی دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی: ضمیمه سال ۱۶ (۵۶): ۲۰-۳۵.

References

1. American Planning Association. 2006. *Planning and Urban Design Standards*.
2. Ashraf, Ahmad. 1974. Historical Characteristics of Civilization of Iran in Islamic Era. *Name-ye Olum-e Ejetmaee* 1 (4): 7- 49.
3. Brooks, Leah. 2008. Volunteering to be Taxed: Business Improvement Districts and the Extra-Governmental Provision of Public Safety. *Public Economies* (92): 388- 406.
4. Brooks, Leah. 2006. *Unveiling Hidden Districts: Assessing the Adoption Patterns of Business Improvement Districts in California*. Routledge.
5. Department for Communication and Local Government. 2007. *The Development and Implementation of Business Improvement Districts*. London.
6. Easavi, Charles. 1983. *Critical History of Iran, Ghajar Era 1215-1332 Hejri Ghamari*. Translated by Yaghub Azhand. Gostar Publication.
7. Ebne al-Okhovat, Mohammadeben. 1968. *Municipal Rules (Maalem al-Ghariat Ahkam al-Hosbanat)*. Translated by Jafar Shoar. Tehran: Culture Foundation of Iran.
8. Ebne Khaldun, Abd al-Rahman. 1345. *Moghaddameye Ebne Khaldun, 1st Volume*. Translated by Mohammad Parvin Gonabadi. Tehran: Translating and Publishing Books Agency.
9. Gunter, Vis Morde. 2002. *Sociology for Economics*. Translated by Hadi Hamdi. Tehran: SAMT.
10. Haj Sayyah. 1967. *Haj Sayyah's Memories*. By Hamid Sayyah. Tehran: Danesh.
11. Hoyt, Lorene. 2005. Planning through Compulsory Commercial Clubs: *Business Improvement Districts Economic Affairs* 25 (4): 24-40.
12. Kalantar Zarabi, Abd al-Rahim (Soheil Kashani). 1962. *History of Kashan*. By Iraj Afshar. Tehran: Ebne Sina.
13. Luis Massignon. 1943. *Islamic Builds in Encyclopedia of Social Sciences*.
14. Mirza Rafea. 1995. Dastur al-Moluk. By Muhammad Taghi Daneshpazhuh. *Journal of Literature and Humanity Sciences 16th year appendix* (5, 6): 20-35.
15. Mitchell, J. 1999. *Business Improvement Districts and Innovative Service Delivery*. New York: The Rice Water House Coopers Endowment for the Business of Government.
16. Morçöl, Göktug, Lorlen Hoyt, Jack W.Meek, and Ulf Zimmermann. 2008. *Business Improvement Districts; Research,*



Theories and controversies. New York: CRC Press.

17. New York City Department of Small Business Services. 2004. *Starting a Business Improvement District: a Step by Step Guide.*

18. Saeedi, Ali asghar, and Farhad Shirinkam. 2005. *Merchants and Craftmans on Iran in Pahlavi Era (Case Study: Lajevardi Family).* Tehran: Gam-e Neu.

19. Saeedi, Ali asghar, and Farhad Shirinkam. 2007. *Merchants and Craftmans on Iran in Pahlavi Era (Muhammad Rahim Irvani).* Tehran: Gam-e Neu.

20. Saeedi, Ali asghar, and Farhad Shirinkam. 2009. *Merchants and Craftmans on Iran in Pahlavi Era (Haj Muhammad Taghi Barkhordar).* Tehran: Gam-e Neu.

21. Sayadi, A. and et al. 2009. Environmental Impact Assessment of Gotvand Hydro-Electric Dam on the Karoon River Using COLD Technique. *World Academy of Science, Engineering and Technology* (30): 6-25.

22. Tahvildar, Mirza Hasankhan. 1963. *Geography of Isfahan.* By Manuchehr Sotude. Tehran: Publication of Social Researches Institute.

23. The Benefits of Business Improvement Districts: *Evidence from New York City.* 2007. Furman Center for Real Estate & Urban Policy, New York University.





Urban Management of Urban Economic Spaces in Islamic Era and Development and Application of it in Contemporary Iranian Cities

Mohammad Hossein Sharifzadegan*

Assocaited professor in urban and regional planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Behzad MalekpourAsl**

PhD candidate of urban and regional planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received:01/02/2015

Accepted: 21/02/ 2016

Abstract

In this paper, the management of Islamic cities in the urban economic spaces and also the contemporary cities are studied from three different viewpoints:

First, the history of urban management through corporate institutions; second, the modern systems in European and American cities such as BID (Business Improvement District); and third, structural changes and urban management in the business space of the cities during Pahlavi I and II eras.

Through the first viewpoint at the history of the cities and urban management's rule during the Islamic rule, we encounter structures and institutions whose main characteristic was self-autonomy against the government; sometimes they were also a coordinator between people and the government. Corporate councils and organizations governed the economic system of the cities which had its own special hierarchy such as corporate masters including workers, and students and a trustful elderly acknowledged by the city sheriff deputy and head of the corporate and neighborhoods who was introduced by the city sheriff. These institutions were functioning properly at the time; hence, corporate councils played a significant role in management of the cities and neighborhoods and specially the bazaars, independent of business organizations. These councils which were located near bazaars and mosques facilitated rising of Khums and Zakat or urban tax-collection system.

The first major, and obvious, question in a discussion of BID reforms is what "governance" and "good governance" mean? Despite its popularity the concept of "governance" is highly ambiguous and excessively broad, and has remained so, notwithstanding numerous attempts to clarify it. Indeed the elasticity of the concept is suggested as the key to its attraction, as some thinkers trace the intellectual context of the emergence of "governance" in academic and policy discourse: the notion of "governance" had an a priori attractiveness as it could refer to complexities entailing a good deal more than administration or management, namely the element of political restructuring and the handling of this, while at the same time including the administrative-management dimension. It opened the window for a focus on how "politics"

* m_sharifzadegan@sbu.ac.ir

** b_malekpour@sbu.ac.ir



or the political process was conducted and embedded within larger structures. The concept introduces the political dimension into an otherwise technocratic discourse of public issues but in such a way that allows more flexibility than an explicitly political approach. In practice, it enables the user to maintain a camouflage of political neutrality when necessary as governance discussions span the vast space between the political technical continuums and may hence be adjusted more towards one end or the other as circumstances require. The expansiveness of the concept goes further as governance literally can mean many different things to different people. We must summarize the diverse meanings in the dimensions of substantive content and character. Along the first are those who define governance as basically the rules of conducting public business on one end, and those who see governance as the activities of steering public affairs on the other. The second dimension contrasts those who emphasize governance as process, and those who see governance as results or outcomes of public decision-making. Each of the various meanings – rules, steering, process or outcome – consists of highly variable contents.

To improve the business, corporate, spatial, and local auto governed and participation of all stake holders of the corporate in urban spaces, BID is proved to be effective in European and American countries. Proportionate to such changes, the urban management changed from the traditional methods of the corporate councils to corporate unities and corporate and the relevant state offices and corporate unities played a significant role in management of the corporate sections of the cities.

Since the 1990s, planning engagement with urban governance has sought to theorize space, scale and state strategy through multi scaled analysis of political and economic activity as a series of situated and context specific processes. A focus on multiple spatiality's of state activities has led to 'strategic-relational' consideration of state power as social relations via a focus on the interplay between institutional forms and political forces. This approach shies away from focusing on national institutional structures and/or individual actors or organizations, instead considering 'local political leadership' in order to theorize broader structural changes. In reviewing geographical work on Islamic urban regime theory, regulation, growth coalitions and so on, which has considered how urban politics and policy are formed through public-sector and private sector coalitions of power which shape the ruling shows that research has concentrated on 'functional equivalences', not comparing institutions/actors but instead comparing similar modes, patterns and processes of governance.

Based on the past experiences of the entities managing economic sections of the cities and incomplete Modernism experience of urban development in the last 90 years, the paper attempts to localize and develop a new approach such as BID based of Iran conditions and experiences in order to assist the management efficiency of Iranian cities.

Keywords: Islamic era urban management, BID, urban economic spaces.



Managing Director: vice chancellor for
research-Iran University of Science and Technology

Editor-in-chief: Abdol Hamid Noghreh Kar

Administrative Director:

Mohammad Mannan Raeesi

Administrative assistant:

AmirHosein Yousefi

Persian literary Editor: Sara Motevalli

English literary Editor: Omid Khazaeian

Editorial Board Members:

Seyyed Gholam Reza Eslami: Associate Professor,
Tehran University

Hasan Bolkhari: Associate Professor, Tehran University

Mostafa Behzadfar: Professor,

Iran University of Science and Technology

Mohammad Reza Pourjafar: Professor,

Tarbiat Modares University

Mahdi Hamzeh Nejad: Assistant Professor,
Iran University of Science and Technology

Esmail Shieh: Professor, Iran University
of Science and Technology

Manoochehr Tabibian: Professor, Tehran University

Mohsen Faizi: Professor, Iran University
of Science and Technology

Hamid Majedi: Associate Professor, Science and
Research Branch, Islamic Azad University

Asghar Mohammad Moradi: Professor, Iran University
of Science and Technology

Gholam Hossein Memariyan: Professor, Iran University
of Science and Technology

Fatemeh Mehdizadeh: Associate Professor, Iran University
of Science and Technology

Mohammad Naghizade: Assistant Professor, Science and
Research Branch, Islamic Azad University

Ali Yaran: Associate Professor, Iran Ministry of Science,
Research and Technology

Design assistant: AmirHosein Yousefi

Reviewers for Volume3, Number9:

Bahman Adibzadeh, Associate professor, Shahid Beheshti
University

Azita Balali Oskuie: Assistant Professor, Tabriz Islamic Art
University

Lida Balilianasl: Assistant Professor, Tabriz Islamic Art
University

Mohammad Reza Bemanian: Professor, Tarbiat Modares
University

Mahdi Hamzeh Nejad: Assistant Professor, Iran University of
Science and Technology

Mohammad Manan Raesi: Assistant Professor, Iran University
of Science and Technology

Mohamad Ranjbar Kermani: Assistant Professor, Qom
University

Seid Mohammad Hoscin Zakeri: Assistant Professor, Shiraz
University

Ali Omranipur: Assistant Professor, kashan University

Minoo Gharabeiglu: Assistant Professor, Tabriz Islamic Art
University

Mohamad Bagher Kabirsaber: Assistant Professor, University of
Tehran

Mansureh Tahbaz: Associate Professor, Sahid Beheshti
University

Jafar Taheri: Assistant Professor, Ferdosi University

Abolfazl Meshkini: Assistant Professor, Tarbiat Modares
University

Ghasem Motalebi: Assistant Professor, University of Tehran

Asghar Mohammad Moradi: Professor, Iran University of
Science and Technology

Fatemeh Mehdizadeh Seraj: Associate Professor, Iran
University

of Science and Technology

Seid Rasool Moosavi Haji: Associate Professor, Mazandaran
University

Masood Nari Qomi: Assistant Professor, Kashan University

Ahad Ebrahimi Nezhad: Assistant Professor, Tabriz Islamic Art
University

Parisa Hashempur: Assistant Professor, Tabriz Islamic Art

Behzad Vasiq: Assistant Professor Jondy Shapoor University





▣ **The Latent Pattern of Spatial Arrangement in Iranian-Islamic Houses (Case study of Rasoulia House, Yazd)**

Hassan Ali Pourmand / Fatemeh Tabatabaei Malazi

▣ **Surveying the Tools and Methods of Creating Privacy in the Zinat-ol Mulk Traditional House in Shiraz (Based on the Quran Verses and Islamic Hadiths)**

Kourosh Momeni / Neda Naseri

Analysis of the Importance, Priority and Originality of Open Space in the Mosque

▣ Amir Salmani / Mohammad Hossein Rahimi / Mehdi Khakzand

▣ **Comparing of Stylistics of Iranian mosques architecture and Persian poetry**

Afsaneh Khatonabadi

Urban Management of Urban Economic Spaces in Islamic Era and Development and Application of it in Contemporary Iranian Cities

▣ Mohammad Hossein Sharifzadegan / Behzad MalekpourAsl

Analytical comparison between Western Conservation Viewpoints and Islamic Ideology in Expressing Metaphysical Aspects of Architectural Heritage

▣ Reza Abouei / Mohammad Reza Owlia / Zohreh Yadegari / Shahab Efazat

**The role of restorer in restoring monuments of Islamic culture and civilization
A review of restoration approaches in restoration knowledge based on human factor
in restoration**

▣ Mahmood Arzhmand / Ahmad Aminpoor