

جغرافیای شرکتی خدمات پیشرفته پشتیبان تولید پژوهش موردی: کلانشهر تهران

علیرضا محمدی* - دکتر در جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی
مظفر صرافی - دکتر در برنامه ریزی شهری، عضو هیات علمی گروه جغرافیا، دانشگاه شهید بهشتی
جمیله توکلی نیا - دکتر در جغرافیای شهری، عضو هیات علمی گروه جغرافیا، دانشگاه شهید بهشتی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۹/۰۷
تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۱/۰۱/۲۶

چکیده

این مقاله در ابتدا "خدمات پیشرفته ی پشتیبان تولید" (APS) را تعریف می کند و به نظریه های پیرامون کارکرد و رفتار فضایی APS می پردازد. سپس جغرافیای شرکتی APS تهران را در مناطق ۲۲ گانه ی شهرداری، با هدف تبیین جایگاه فراملی کلانشهر در شبکه ی شهری جهانی، تحلیل می کند. از حدود دو هزار شرکت ارائه دهنده ی این خدمات، دویست نمونه را مورد پرسشگری و مصاحبه قرار می دهد. یافته های این پژوهش نشان می دهد که: ۱- کلانشهر تهران، مرکز فرماندهی و مدیریت خدمات پشتیبان تولید در ایران است. ۲- تهران از نظر پیوندهای جهانی به واسطه ی APS، از جایگاه ضعیفی برخوردار است و هنوز شهر جهانی محسوب نمی شود. ۳- از نظر سازمان فضایی، خدمات APS جغرافیای جدیدی را بر مبنای اقتصاد شرکتی طی دو دهه ی اخیر در تهران شکل داده است که موجب پیدایش "کانون خدمات شرکتی کلانشهر تهران"*** متفاوت از مرکز تجاری گذشته شهر است.

واژه های کلیدی: جغرافیای شرکتی***، جهانی شدن اقتصادی، شهرهای جهانی، خدمات پیشرفته ی پشتیبان تولید (APS)، کلانشهر تهران.

* نویسنده مسؤل. ۰۹۱۲۶۸۴۴۳۹۲ - Alireza_gup_sbu@yahoo.com

** این کانون علاوه بر (Advanced Producer Services) مطالعه شده در این پژوهش، سایر خدمات پیشرفته شرکتی را نیز دربر گرفته است.
*** جغرافیای شرکتی بخشی از جغرافیای اقتصادی است که به مطالعه ی شکل گیری، رشد، تغییرات، کارکرد، فعالیت، ساختار، پراکنش، روابط و پیوندها، فرهنگ، شبکه ها، اثرات، مدیریت و تصمیمات، کنش ها، رفتارها، الگوها، نیروی انسانی و مالکیت شرکت ها، در ارتباط با فضای جغرافیایی می-پردازد (Walker, ۱۹۸۹, O'Hagan, ۲۰۰۹, Grant and Nijman, ۲۰۰۲, Lualajainen and Stafford, ۱۹۹۵, Wood and Roberts, ۲۰۱۱: ۵۴-۵۵).

ایمن سازی فعالیت های اقتصادی در شبکه ی شهری جهانی اند (Taylor, 2002-x).

بیشتر پژوهشگران از جمله کاستلز (۱۹۹۶م)، ساسن^۲ (۱۹۹۱م)، هال^۳ (۱۹۶۶م) فریدمن^۴ (۱۹۸۲ & ۱۹۸۶)، تیلور^۵ (۲۰۰۴، ۲۰۰۹) و دانیلز^۶ (۱۹۹۱)، بیوراستوک و همکاران (۱۹۹۹a)، وولف (۱۹۸۲) مولارت (۱۹۹۱)، اسمیت (۲۰۰۳) بر وجود پیوندهای مستحکم شهری، در شبکه ای جهانی و در فضای جریان ها به واسطه ی فعالیت شرکت ها، تأکید دارند که در آن حضور و نقش آفرینی خدمات APS، کلیدی است. در واقع خدمات APS، کارکرد امروزی «مکان های مرکزی» و تعیین کننده ی نقش و رتبه ی شهرها در سلسله مراتب شهری جهانی اند (Derudder and Witlox, 2004: 178). در سطح محلی، APS نقاط تلاقی و پیوند مکان ها به فضای جریان ها محسوب می شوند و نقش گره های محلی را در پیوند شبکه ای شهری بر عهده دارند (Friedmann 1982, 1995, Sassen, 1991, 2000). Taylor, 2004, Alderson & Backfield, 2007: 22). بر اساس مطالعات انجام شده، تعداد معدودی از شهرها در کشورهای کمتر توسعه یافته، از نظر وجود این خدمات حائز اهمیت در شبکه ی شهری بهمانی بوده اند (Beaverstock et al, 1999a. Tay-). Short, 1999, 2004: 1. اما برخی دیگر از پژوهشگران عقیده دارند، جهانی شدن و اقتصاد پساوردیسم حتی شهرهای بنا نشده بر پایه ی جهان بینی و نظام سرمایه داری را نیز تحت تأثیر خود قرار می دهد (Taylor, 1999b, Rocco, 2006: 5) و در شبکه ی شهری جهانی، پیوندها به صورت دو سویه است (Derudder & Witlox, 2004: 178). در ارتباط با تهران، نتایج پژوهش برخی از پژوهشگران همچون بیوراستوک^۷ (۱۹۹۹a)، هریس (۱۳۸۸)، صرافی

مقدمه

اقتصاد امروز جهانی؛ اقتصادی شرکتی و عمیقاً شهری است. زیرا، بنابر توافق پژوهشگران، شرکت ها و به ویژه تولیدکنندگان خدمات پیشرفته و تخصصی پشتیبان تولید، به عنوان بازیگران اصلی در اقتصاد معاصر جهانی اند، مکان تمرکز شرکت های جهانی شده و دفاتر مرکزی آنها، شهرهای جهانی اند (Coe et al, 2007: 61). قدرت آنها، گاهی از قدرت کشورها و دولت ها در اقتصاد و جامعه بالاتر است (Sassen, 1991). به نظر ساسن، در پیش گرفتن راهبردهای شرکتی در اقتصاد شهری، علت اهمیت شهرهای جهانی است (Halbert, 2004: 38). شرکت ها در پی اهداف اقتصاد پساوردیستی، برای نفوذ در بازارها و مشتریان تلاش می کنند (Rocco, 2006: 2) و از طریق سیستم های بین المللی تولید، شبکه ها و زنجیره های کالا و خدمات^۱، سرمایه را جغرافیایی می سازند و از طریق ارائه و یا تحریک رشد بخش APS، پیوندهای بین شهری جهانی را سازماندهی می کنند (Freid-mann. and Wolff, 1982, Sassen 1991, Daniels, 1993).

در پیوند فضای جریان ها با فضای مکان ها، وفشردگی زمانی و مکانی، جغرافیای جدیدی از روابط بین شهری شکل گرفته است که شرکت ها محور اصلی آن هستند (Castells, 1996: 147, Harvey, 1989). تفاوت مکانی و ساختاری عوامل تولید، تقسیم جهانی نیروی کار، رشد تقاضای جهانی خدمات و کالاها، شرکت ها را ملزم به پخش مکانی تولید، ارائه و یا تحریک تقاضای خدمات پیشرفته پشتیبان نموده است (Coe et al, 2007: 240-241). به نظر کوهن (۱۹۷۷م)، موفقیت شرکت ها در چرخه ی اقتصادی خود، نیازمند شش تیبانی از طریق APS است (Stanback and Noy-elle, 1982: 15). کلانشهرهای ملی، به مثابه گره ها (Taylor, 2004) و فرآیندها (Castells, 1996)، نیازمند به APS برای سازماندهی، مدیریت، توزیع و

2 S. Sassen

3 P. Hall

4 J. Friedmann

5 P. Taylor

6 P. Daniels

7 Beaverstock

از جامعه‌ی آماری با مقدار خطای احتمالی ۰,۰۶، به عنوان نمونه جهت بررسی انتخاب شده‌اند: علائم:

$$z = 1,96, p = q = 0,5$$

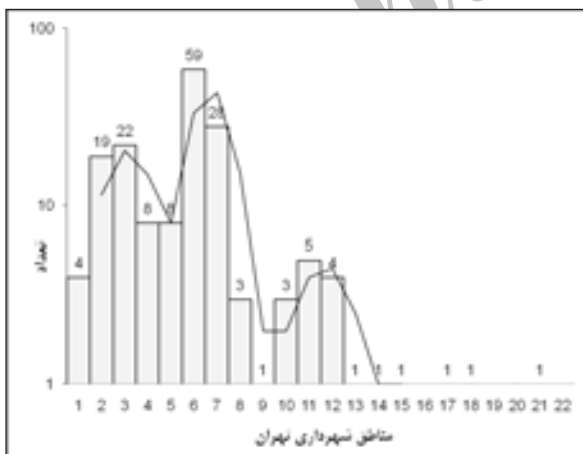
ضریب اطمینان ۹۵٪
مقدار خطای احتمالی اندازه گیری
(d) = 0.06

$$n = \frac{Nz^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq} \quad (1) \text{ فرمول}$$

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2} \left[1 + \frac{1}{Z^2} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right] + Z^2 pq \quad (2) \text{ فرمول}$$

مأخذ: نصرتی ۱۳۹۰، فرشچی، ۱۳۹۰.

برای تکمیل پرسش‌نامه از نمونه‌ها، از نسبت زیر استفاده شده است:
توالی انتخاب نمونه (جامعه آماری / نمونه‌ها) = K



صویر ۱: فراوانی تعداد پرسشنامه به تسهیم آن در مناطق شهرداری تهران

و همکاران، ۱۳۸۸، استنلی^۱ (۲۰۰۳)، شورت^۲ (۲۰۰۴)، دورانت^۳ و همکاران (۲۰۰۹)، بسنز^۴ و همکاران (۲۰۰۹)، (۲۰۱۱) و تیلور (۲۰۰۱a, ۲۰۰۴, ۲۰۱۱) نشان داده است، از نظر شاخص‌های کلان جهانی شدن اقتصادی، کلانشهر تهران تا اوایل سال ۲۰۱۲، جایگاه ضعیفی در شبکه‌ی شهرهای جهانی داشته است و به رغم داشتن توان‌های کالبدی و کارکردی، در لیست شهرهای جهانی قرار ندارد. جان رنه شورت (۲۰۰۴) فراتر از این رفته و تهران را در لیست «سیاه چاله‌ها» قرار داده است. از آنجایی که خدمات APS از عناصر اصلی پیوند شهرهای جهانی در شبکه محسوب می‌شوند، لذا هدف اصلی این پژوهش ضمن شناخت ویژگی‌ها و رفتار مکانی و کارکردی خدمات پیشرفته‌ی تهران، درک پیوندهای شهری فراملی تهران و کشف حقیقت مسئله پیوندهای سست تهران است.

روش و داده‌های پژوهش این پژوهش مبتنی بر مطالعات اسنادی و میدانی است. محدوده‌ی جغرافیایی این پژوهش ۲۲ منطقه‌ی کلانشهر تهران در سال ۱۳۹۰ بوده است. اطلاعات داده‌ای حدود دوهزار شرکت APS از مراجع رسمی و صنفی استخراج شده‌اند. سپس آدرس شرکت‌های APS بر روی نقشه ۱:۲۰۰۰ تهران در محیط ArcGIS پیاده شده‌اند. خدمات ۱- حقوقی بین‌المللی ۲- حسابرسی و خدمات مالی ۳- خدمات IT ۴- خدمات حمل و نقل بین‌المللی؛ و ۵- بیمه، پنج موضوع اصلی بوده‌اند که از دو بعد فضایی و کارکردی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند. با توجه به اینکه جامعه‌ی آماری پژوهش در حدود دوهزار شرکت معلوم بوده است، لذا با استفاده از روش نمونه‌گیری سیستماتیک و همچنین فرمول کوکران (دو فرمول) دویست نمونه، معادل ده درصد

- 1 Stanley
- 2 J.R. Short
- 3 Devriendt
- 4 Bassens
- 5 Black Holes

خدمات پیشرفته پشتیبان تولید [APS]: تعریف و رده بندی

بسیاری از پژوهشگران از جمله ساسن (۱۹۹۱)، هال (۱۹۶۶) فریدمن (۱۹۸۶، ۱۹۸۲)، تیلور (۲۰۰۴) و دانیلز (۱۹۹۱) پژوهشگران، از نظر کارکردی خدمات پیشرفته ی پشتیبان تولید یا APS از ویژگی های اصلی اقتصاد پسا فوردیستی است. ساسن از این خدمات با عنوان خدمات پشتیبان کارکردهای فرمان و کنترل در اقتصاد معاصر شهرهای جهانی نام می برد (Sas-2001: sen). این خدمات عمدتاً برای شرکتها، تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات انجام می گیرند و نه برای مصرف کنندگان (Sassen, 1991: 91). آنها وظیفه ی سازماندهی، مدیریت، توزیع و امنیت تولید را بر عهده دارند (Rocco, 2006: 2). گرین فیلد^۲ معتقد است که آنها "محصولات واسطه" اند (Sassen, 1991: 92) و از نوع کالاهای نهایی که باید به دست مصرف کننده برسند، نمی باشند (Morshidi, 2000: 2237).

به عقیده ی ساسن شهرها مکان های راهبردی تمرکز این خدمات هستند (ساسن، ۱۳۸۳: ۴۸) و تا حدی رتبه هر شهر را در شبکه ی شهری جهانی تعیین می کنند (Halbert, 2004: 381). کاستلز، این خدمات را کارکردهایی برای ایجاد جغرافیای جریان ها می داند (Castells: 1996). به نظر تیلور آنها مرتبط کننده ی شهرها به شبکه اقتصاد جهانی اند (Halbert, 2007: 3). این خدمات، منجر به افزایش کیفیت و ارتقای راندمان اجرایی فعالیت اقتصادی، در طی فرآیند تولید و افزایش ارزش برون دادها می شوند (Ferguson, 1997: 10-11). تیلور، خدمات بانکداری^۳، حسابرسی^۴، خدمات مالی^۵، بیمه^۶، خدمات حقوقی^۷،

کارکردی - نهادی و ساختارشرکتی	مکانی - فضایی
دوره ی شکل گیری شرکتها و تقسیمات اداری، نوع شرکت (فرعی، اصلی) و اندازه ی موسسات	الگوی ساختمانی محل استقرار
غالب مشتریان شرکتها	پراکنش فضایی و محل استقرار شرکتها
روابط و حوزه نفوذ شرکتها در سطح بین المللی	عوامل موثر بر مکان گزینی شرکتها
نحوه ی ارتباط با شرکتها و نهادهای کشورهای خارجی	رفتار و پویایی مکانی شرکتها
دلایل همکاری و روابط خارجی	موانع پویایی و تحرک مکانی شرکتها
دلایل استفاده از ICT	مهمترین موانع در پیوند با کشورها، شهرها و شرکت های خارجی و بین المللی
	-

جدول ۱: متغیرها و مولفه های پژوهش

تدر این راستا متغیرهای زیر برای انجام پرسشگری تدوین شده اند: در تحلیل های فضایی مکانی APS، از تکنیک های Kernel Density, Point Density, Select by Location, IDW: Interpolation و از ابزار Spatial Analysis در ArcGIS استفاده شده است. ابزار تحلیل فضایی عوارض مکانی: Kernel Density: شدت تراکم نقطه ای در سطح. Select by Location: امکان تعیین ویژگی ها و روابط مکانی عوارض جغرافیایی. Point Density: تراکم عوارض نقطه ای در واحد سطح. IDW Interpolation: روش درون یابی چند متغیره جهت تعیین پوشش عوارض نقطه ای غیر معلوم از طریق نقاط معلوم (بخش تحلیل فضایی: نرم افزار ArcGIS).

- 2 Greenfield
- 3 Banking
- 4 Accountancy and Audit
- 5 Credit
- 6 Insurance
- 7 Law

1 Inverse distance weighting (IDW)

نظریه‌های رفتار مکانی و کارکردی APS

در تئوری‌های مکانی گذشته، ارتباط بین مکان و کارکردهای صنعتی و کارخانه‌ای بزرگ مقیاس در سطح [ملی] و منطقه‌ای (Hualachain & Leslie, 2007: 1581)، نقش عرضه خدمات و کالاها توسط شرکت‌ها و تولیدکنندگان (Dae-Young, 2000, p. 733)، حمل و نقل، فاصله و خوشه‌ای شدن برای کاهش هزینه‌ها (Kantola, 2007: 4-8) و نیز صرفه‌های ناشی از مقیاس (Holmes & Stevens, 2002) مورد تأکید بوده‌اند.

همچنین در مکان‌گزینی این خدمات، دسترسی به خدمات APS (Davis & Henderson, 2004)، کاهش هزینه‌های نیروی کار از طریق نزدیک شدن به CBD شهر (Leslie & Hualachain, 2007: 1598 & 1581)، مجاورت با سایر شرکت‌های APS برای افزایش بهره‌وری (Hualachain & Ies, 2004, p. 1582, Davis & Henderson, 2004) مهم تلقی شده‌اند. در ادامه، تقاضای بازار برای خدمات APS، دسترسی به مشتریان از طریق روابط چهره به چهره و جذابیت حومه‌های شهری و مسکونی (Hualachain & Leslie, 1583)، کریدورهای اصلی و حلقه‌های بیرونی شهرها (Rocco, 2006, p. 6)، دسترسی به مشتریان محلی، صرفه‌های در تجمع، دسترسی به محل اجتماع نیروی کار متخصص و بازار مشتریان، (Ryan, 2003: 31)، استفاده از IT (Lindahl & Beyers, 1999: 19, Young, 2000: 742-743) از اهمیت برخوردار بوده‌اند. نزدیکی و رابطه با مکان فعالیت‌های تولیدی و صادراتی کالا و خدمات (Andersson, 2006: 1, Jacobs & Koster & Hall, 2010: conclusions) کاهش هزینه‌ها و سرعت در ارائه خدمات (Coffey & Bailly, 1991: 109) کسب سود بیشتر ناشی از مجاورت (Goe, 1990) و استقرار در مناطق کلانشهری مهم (Shearmur & Doloreux, 2008: 2-5) از عواملی هستند که در مکان‌گزینی و رفتار مکانی شرکت‌های ارائه دهنده‌ی خدمات APS مهم تلقی می‌شوند.

مدیریتی^۱ و تبلیغات^۲ را جزء اصلی و پیشرفته معرفی می‌کند (Taylor, 2004: 81). مارشال^۳ و همکاران (۱۹۸۶) خدمات پشتیبان تولید را به ۳ گروه اصلی دسته‌بندی نموده‌اند: (۱) خدمات تولید شده توسط شرکت‌ها برای مصرف خود (۲) خدمات تولید شده توسط شرکت‌ها به منظور فروش (۳) خدمات تولید شده توسط شرکت‌ها به سفارش شرکت‌های دیگر (Sassen, 1991: 100).

از دلایل اصلی برای رشد این خدمات، گسترش سستفاده از آنها در تمامی بخش‌های اقتصادی (De-rudder & Witlox, 2004: 173)، تقاضای بازار، تلاش تهیه‌کنندگان این خدمات برای فروش خدمات و محصولات جدید، برون‌سپاری و تخصصی شدن خدمات است (Daniels & Moularet, 1991, Moularet & Todtling, 1995). در نهایت برخی از خدمات APS شامل مواردی است که در جعبه‌ی ۱ (کادرنوشت) فهرست شده‌اند:

جعبه ۱: فهرست مهمترین خدمات پیشرفته پشتیبان تولید

۱۱. خدمات فناوری ارتباطات و اطلاعات	۱. خدمات مالی، اعتباری و بانکداری
۱۲. خدمات پست و مخابرات	۲. خدمات بیمه
۱۳. خدمات جهانگردی و هتل‌داری	۳. خدمات حساسبری
۱۴. خدمات مدیریت و امنیت	۴. خدمات مستغلات و دارایی‌ها
۱۵. خدمات پژوهش و ابداع	۵. خدمات مدیریت تجارت بین‌المللی
۱۶. خدمات پزشکی و بهداشتی	۶. خدمات تبلیغات
۱۷. خدمات لیزینگ و اجاره داری	۷. خدمات بازاریابی
۱۸. خدمات مهندسی معماری و ساختمان	۸. خدمات حقوقی
۱۹. خدمات دفترداری	۹. خدمات مهندسی و خدمات کامپیوتری
۲۰. خدمات لجستیک و حمل و نقل بین‌المللی	۱۰. خدمات مشاوره‌ی حرفه‌ای

مأخذ: محمدی، ۱۳۸۹: ۱۸

- 1 Management consultant
- 2 Advertisement
- 3 Marshal

دسترسی به زیرساخت‌های پایه	میزان نیاز شرکت به برخوردهای چهره به چهره	قیمت زمین و اجاره بهای تجاری / اداری و مالیات
دسترسی به بازار و مشتری خدمات	میزان برخورداری و استفاده از IT	ویژگی فضای انتخاب شده (اجتماعی، اقتصادی، فضایی)
وجود شرکت‌های تولیدی	نوع خدماتی که توسط شرکت ارائه می‌شود	سیاست و اهداف شرکت‌ها.
امکان دسترسی به نیروی کار متخصص	اندازه (تعداد شاغلین) شرکت	استفاده از خدمات شهری / محلی
صرفه‌های در مقیاس	میزان فاصله از CBD	دسترسی به فرصت‌های پژوهش و توسعه
تقاضای بازار / مشتری	سال شروع فعالیت	اندازه شرکت و تولیدکننده (مشتری) (تعداد شاغلین)
مجاورت یا دوری از سایر شرکت‌ها	منبع سرمایه‌گذاری شرکت	مرکز بودن یا شعبه بودن شرکت (اصلی / فرعی)
قدرت رقابتی و شهرت شرکت‌ها	قوانین و مقررات شهری	تغییرات سازمانی و ساختاری در اندازه و نوع کار شرکت‌ها

جدول ۲: مهمترین فاکتورها و تعیین کننده‌های مکان‌گزینی خدمات APS

مأخذ: نگارندگان. جمع‌بندی نظرات.

دانیلز^۳ (۱۹۸۵) معتقد است در «مدل چند هسته‌ای شدن»، APS به سمت حومه‌ها و مراکز پیرامونی گسترش می‌یابند، لیکن مراکز اصلی آنها همچنان در مراکز اصلی شهر و «CBD» باقی می‌مانند (Aranya, 2005: 2). به نظر ایلیس^۴ (Illeris, 1996)، با گسترش ICT، دیگر محدودیت‌هایی در گزینش مکان‌یابی خود ندارند (ibid: 4). برخی از پژوهشگران دلایل دیگری مانند دوره‌ی زندگی شرکت‌ها، برخوردهای اولیه، ویژگی‌های مکان و ساختمان، قراردادهای پیمان‌کاری جزء، شرایط اقتصادی، تاریخی و فرهنگی مکان را در انتخاب و استقرار شرکت‌ها مهم تلقی می‌کنند (ibid: 4-8).

در نهایت تجمع پیشرفته‌ترین شبکه‌ها و زیرساخت‌های ICT در کلانشهر، خدمات پیشرفته را در دسترس مشتریان در جغرافیایی پراکنده قرار می‌دهد (صرافی، ۱۳۸۰: ۳۹۲). از نظر کارکردی، APS جهانی و بین‌المللی، از سلسله مراتب شهرهای جهانی برای استقرار تبعیت می‌کنند. بیش از ۸۰٪ آنها در شهرهای کشورهای توسعه‌یافته مستقر شده‌اند (GaWc, 2011). لیکن این به معنای عدم شکل‌گیری

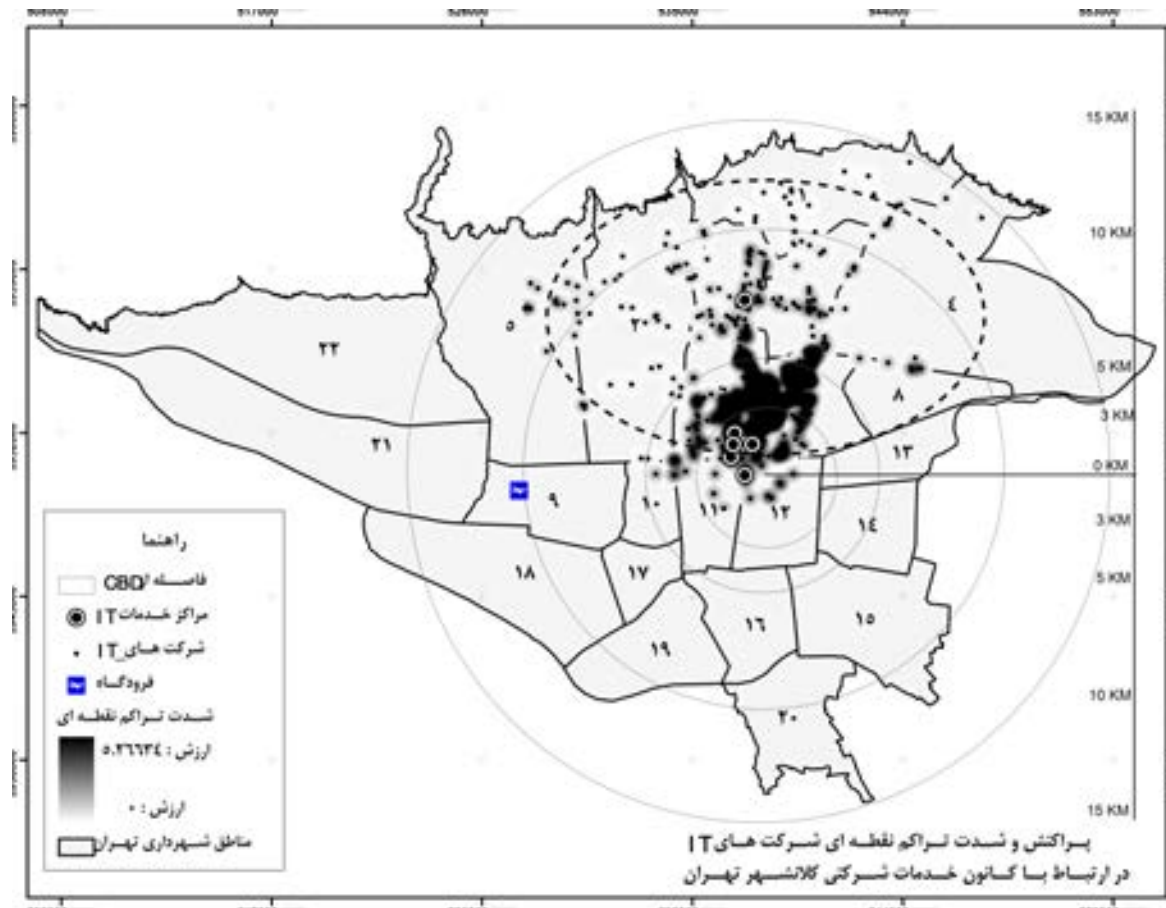
در مقیاس کلان دسترسی به بازارهای بین‌المللی و در مقیاس خردتر دسترسی به بازارهای ملی از مهمترین عوامل تمرکز مکانی APS در کلان‌شهرهای جهانی و ملی‌اند (18: Shearmur & doloreux). خدمات APS از سلسله مراتب شهری، دسترسی به مشتری و بازار، مرکزیت بازارها، و تخصص و مهارت کارکنان در مکان‌گزینی خود تبعیت می‌کنند (Ferguson: 108-111). به این موارد (Shearmur & doloreux: 19-20). باید قیمت زمین و دسترسی به بازار (مشتری) را نیز اضافه نمود (Mota & Brandao, 2005: 12). مولارت^۱ و گلوچ^۲ (۱۹۹۳) بر این عقیده‌اند که مکان‌گزینی APS تا حد زیادی به ارتباط شبکه‌ای خارجی و داخلی آنها بستگی دارد (Moulaert & Gallouj, 1993: 104). مکان‌گزینی آنها از: ۱- ماهیت خدمات APS. ۲- پویایی فضایی و بخشی بازارهای مشتری ۳- جایگاه ملی یا منطقه‌ای APS و چند فاکتور اصلی دیگر تبعیت می‌کنند (Moulaert & Gallouj, 1995: 151-152). لذا وجود زیرساخت‌ها و تسهیلات لازم پیشرفته؛ نقش مهمه‌ای در رفتار مکانی آنها دارد (Pereira & Derud, 2009: 26).

3 .Daniels.

4 .Illeris.

1 .Moulaert

2 .Gallouj



تصویر ۲: شدت تراکم نقطه ای شرکت های IT در مناطق شهرداری تهران

مأخذ: نگارندگان. براساس داده های شرکتی در پنج بخش مورد مطالعه، ۱۳۹۰.

مجتمع های اداری تجاری نوین و عمدتاً در مناطق شمالی شهرداری تهران مکان گزیده اند. به ترتیب مناطق شش، هفت، سه و دو و یک مهمترین مناطق ثقل و گرانیگاه تمرکز شرکت های APS بوده اند. به طور میانگین ۵۸٪ از شرکت ها در شعاع پنج کیلومتری CBD شهر، مستقر شده اند. همچنین شدت تراکم و نزدیکی نقاط به یکدیگر (IDW و Kernel Density Interpolation)، در مناطق شش، هفت و سه به بالاترین میزان می رسد. این موضوع به مفهوم اهمیت صرفه های در انباشت^۱، صرفه های در مقیاس^۲ و ارتقای مزیت-های رقابتی^۳ از طریق

APS در شهرهای خارج از این سلسله مراتب نیست. همه ی شهرهای جهانی در یک سطح برابر، از APS برخوردار نمی باشند و جغرافیای حضور آنها متفاوت است (Taylor, 2004). مجموع عوامل موثر در رفتار و مکان گزینی APS را در جدول ۲، خلاصه نموده ایم.

تحلیل داده ها و ارائه ی یافته ها

تحلیل فضایی APS

براساس خروجی پردازش داده ها (جدول ۳)، به طور میانگین در حدود ۸۰٪ از شرکت های APS حقوقی بین المللی، بیمه، IT، و حسابرسی تهران در دوره ی ۱۳۸۰-۱۳۹۰ و شصت درصد از شرکت های خدمات حمل و نقل بین المللی در دوره ی ۱۳۶۰-۱۳۸۰ شکل گرفته اند. از نظر ویژگی های فضایی، به طور میانگین، ۸۰٪ از شرکت ها در ساختمان های آپارتمانی و

1 .Economy of Agglomeration
2 .Economy of Scale
3 .Competitive Advantages

متغیرها APS	حقوقی بین المللی	حسابرسی	IT	حمل و نقل بین المللی	بیمه
دوره‌ی شکل‌گیری	۱۳۸۰-۱۳۹۰	۱۳۸۰-۱۳۹۰	۱۳۸۰-۱۳۹۰	۱۳۶۰-۱۳۸۰	۱۳۸۰-۱۳۹۰
الگوی ساختمانی	آپارتمانی	آپارتمانی	آپارتمانی	آپارتمانی	آپارتمانی و بلندمرتبه
پراکنش مکانی	۶-۳-۲-۱	۶-۷-۳-۲	۶-۷-۳-۲	۶-۷-۳-۲-۱۱-۱۲-۸-۲۱	۲-۶-۵-۴-۳-۷-۸
ارتباط با CBD	CBD ۵۵٪ درون	CBD ۶۰٪ درون	CBD ۵۶٪ درون	CBD ۷۸٪ درون	CBD ۴۰٪ درون
دلایل انتخاب مکان فعلی	حمل و نقل آسان، بهای املاک، CBD، ادارات و نهادها	مشتري، حمل و نقل آسان، ادارات و نهادها، بهای املاک	حمل و نقل آسان، CBD، ادارات و نهادها، بهای املاک	حمل و نقل آسان، CBD، بهای املاک، ادارات و نهادها	مشتري، بهای املاک، CBD، ICT، ادارات و نهادها
تمایلات جابه‌جایی شرکت‌ها	۶-۷-۱-۲-۳-۴-۵	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷	۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷	۶-۷-۱-۲-۳-۴-۵	۲-۳-۴-۵-۱
موانع جابه‌جایی مکانی شرکت‌ها	بهای املاک و اجاره، نارسایی حمل و نقل، نبود خدمات ICT	بهای املاک و اجاره، نارسایی حمل و نقل، نبود خدمات ICT	بهای املاک و اجاره، نارسایی حمل و نقل، نبود خدمات ICT	بهای املاک و اجاره، نارسایی حمل و نقل، نبود خدمات ICT	بهای املاک و اجاره، نارسایی حمل و نقل، نبود خدمات ICT
محل استقرار غالب مشتریان	۹۰٪ تهران و شهرهای اطراف	۸۰٪ تهران و شهرهای اطراف	۷۰٪ تهران و شهرهای اطراف	۵۳٪ تهران و شهرهای اطراف	۹۸٪ تهران و شهرهای اطراف

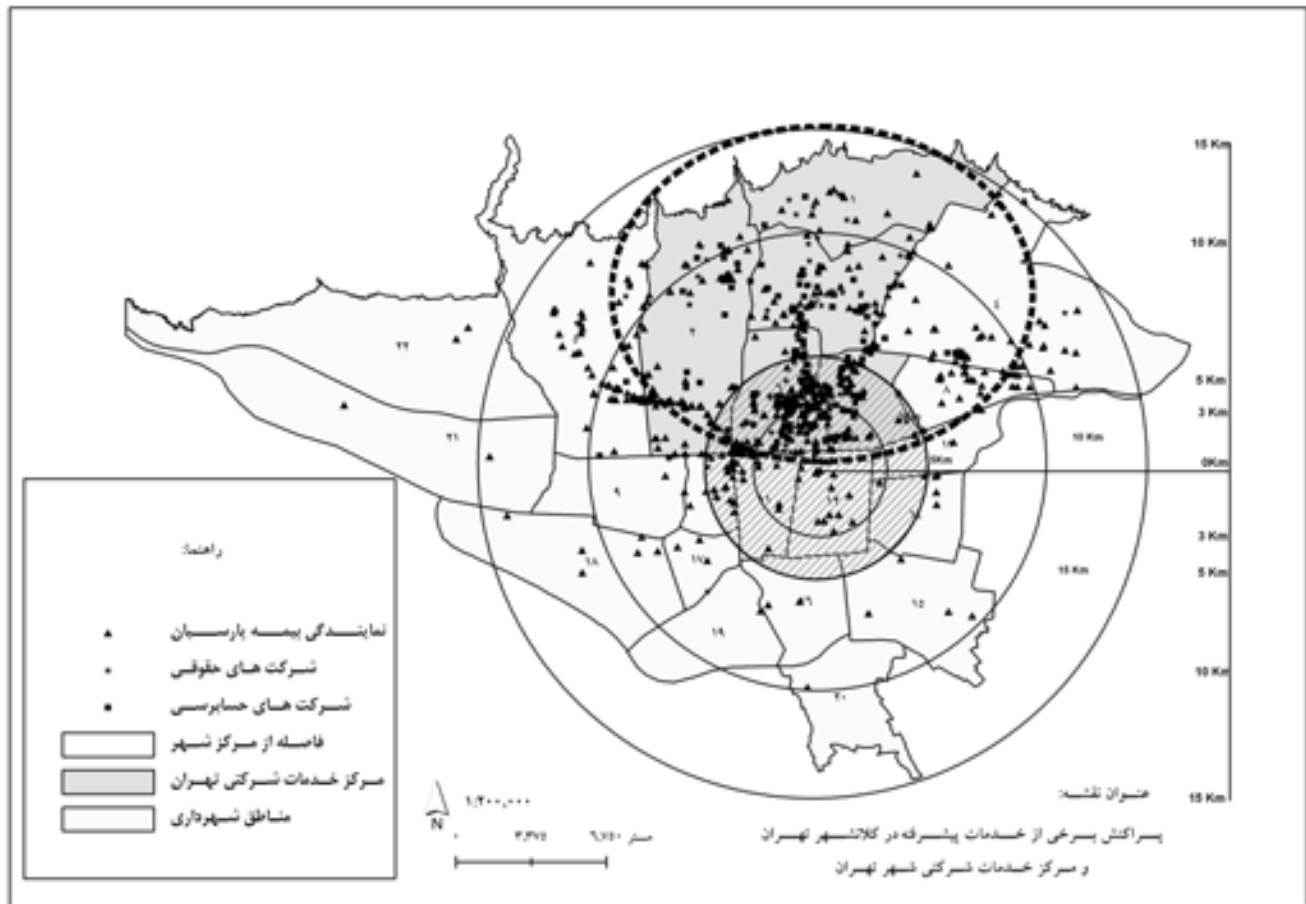
جدول ۳: ویژگی و رفتار مکانی APS در کلانشهر تهران در سال ۱۳۹۰
مأخذ: نگارندگان

مزیت‌های نسبی منطقه‌ای است. دسترسی به شبکه حمل و نقل آسان و سریع، مجاورت با CBD، توجه به بهای اجاره و فروش املاک، مجاورت با ادارات و نهادهای اقتصادی و اجتماعی شهر، دسترسی به خدمات ICT، مجاورت با مشتری از مهمترین فاکتورها در مکان‌گزینی شرکت‌های APS بوده‌اند (جدول ۳). خدمات APS در وهله اول گرایش به ماندگاری در مناطق شش و هفت و سه و سپس تمایل به گسترش در مناطق یک تا پنج شهرداری را دارند. در حالی که سایر خدمات در اولویت نخست جابه‌جایی مناطق یک تا پنج را انتخاب می‌کنند. تمایل به جابه‌جایی به سمت هیچ‌کدام از مناطق هشت تا ۲۲ شهرداری تهران ملاحظه نمی‌شود. اجاره بهای زیاد املاک، نارسا بودن حمل و نقل آسان و سریع، دور شدن از بازار مشتری و دور شدن از ادارات

و نهادهای دولتی و ارائه دهندگان خدمات ICT، از جمله موانع مهم در رفتار مکانی و تحرکات شرکت‌ها به سمت مناطق بهتر، محسوب می‌شوند. شهر تهران و شهرهای پیرامون بلافاصله آن، به طور میانگین ۷۸٪ از مشتریان این شرکت‌ها را در خود مستقر کرده‌اند. این تمرکز به ویژه برای مشتریان شرکت‌های خدمات بیمه و حقوقی بالا و برای شرکت‌های حمل و نقل پایین است. لذا، مشتریان محلی تأثیر کلیدی در رفتار مکانی APS تهران دارند.

تحلیل کارکردی APS

به طور میانگین ۹۸٫۵٪ از شرکت‌های خدمات APS تهران به عنوان دفتر اصلی و مرکزی در تخصص خود محسوب می‌شوند و کمتر شعبه‌ی مستقل دارند (جدول ۵). در مورد خدمات بیمه ۹۸٪ از شرکت‌ها نماینده و کارگزار بیمه‌های مرکزی می‌باشند.



تصویر ۳: پراکنش برخی از خدمات APS و شکل گیری "کانون خدمات شرکتی کلانشهر تهران"

شاغل نیز می‌رسد. کل خدمات APS، به طور تخمین بیش از ۲۵ هزار نفر شاغل را به صورت مستقیم در تهران به خود جذب نموده است. غالب مشتریان شرکت‌های حقوقی، از اشخاص، ادارات و شرکت‌های داخلی هستند و اگر ارتباط خارجی هم وجود داشته باشد، عمدتاً برای گرفتن خدمات از آنها است که با واسطه‌های تجاری و یا ICT برقرار می‌شود. در شرکت‌های بیمه، حقوقی و حسابرسی، برخوردهای حضوری، بیش از خدمات حمل و نقل بین‌المللی و IT است و نهایتاً، در مجموع APS، غلبه با روابط

به استثنای خدمات حمل و نقل بین‌المللی و بیمه، سایر خدمات بررسی شده، فاقد شعبه‌های داخلی و یا خارجی اند و یا شعبه‌های آنها محدود به دفاتر محلی در برخی شهرهای کشورهای حوزه خلیج فارس است. لذا تمرکز آنها به سمت بازارهای داخلی و محلی است.

از نظر اندازه شرکت‌ها، عمده‌ی APS تهران در زمره‌ی شرکت‌های کوچک در مقایسه با شرکت‌های بین‌المللی قرار دارند. البته به طور میانگین برای مثال در بخش IT اندازه شرکت‌ها به بالای ۲۵ نفر

تهران برای گرفتن خدمات از شرکت‌های مستقر در شهرهای جهانی از طریق واسطه‌های تجاری و یا ICT، عمل می‌کنند و به طور میانگین ۱۶٪ از این ارتباطات از طریق ICT فراهم می‌شود.

سیاست‌های بین‌المللی، قوانین و مقررات داخلی و خارجی، نبود نیاز به روابط بین‌المللی و سیاست خارجی ایران، از جمله مواردی بوده‌اند که شرکت‌ها آن را از عوامل مهم در روابط و پیوندهای شرکتی تهران در شبکه‌ی شهری جهانی ذکر نموده‌اند. نهایتاً مجموع پردازش داده‌ای که ورود به جزییات آن مقدور نمی‌باشد، نشان می‌دهد که پیوندهای مکانی شرکت‌های APS تهران چه از نظر حضور در شبکه شهرهای جهانی و چه از نظر نقش‌آفرینی کارکردی، ضعیف است و مقایسه‌ی جایگاه آن در شبکه نیازمند بررسی‌های مقایسه‌ای است.

درصد مشتریان خارجی*	درصد مشتریان داخلی*	درصد ارتباطات بین‌المللی	درصد تمرکز APS به نسب کل	APS
۲۲٪	۷۸٪	۹۵٪	۷۱٪	حمل و نقل بین‌المللی
۱۰٪	۹۰٪	۴۰٪	۷۵٪	حقوقی
۴٪	۹۶٪	۵۰٪	۸۰٪	IT
۴٪	۹۶٪	۱۴٪	۸۷٪	حسابرسی
۳٪	۹۷٪	۱۶٪	۱۰۰٪	بیمه

جدول ۴: درصد روابط فراملی APS تهران و مشتریان آنها (مقادیر

به نسبت نمونه‌ها)

مأخذ: نگارندگان.

جدول ۵: ویژگی‌های کارکردی APS در کلانشهر

تهران در سال ۱۳۹۰

مأخذ: نگارندگان.

حضور است. ICT در یک دهه‌ی اخیر به کاهش روابط حضوری، کمک زیادی نموده است.

به ترتیب اهمیت وابستگی، شرکت‌های IT، حمل و نقل بین‌المللی، بیمه، حسابرسی و حقوقی از فناوری ICT استفاده می‌کنند و به آن متکی شده‌اند. به طور میانگین ۷۰٪ از APS تهران، روابطی بین‌المللی ندارند. تنها در حدود ۹۵٪ از شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی به دلیل ماهیت کاری خود که ایجاب سفر می‌کند، با مناطق مختلف جهان رابطه دارند. به ترتیب اروپا، آسیا و اقیانوسیه، آمریکای شمالی، آفریقا و استرالیا از مناطقی هستند که با APS تهران ارتباط دارند. لیکن این ارتباط به مفهوم پیوندهای شرکتی نمی‌باشد و غالباً روابط برای پشتیبانی از تبادل کالا است. می‌توان حمل و نقل بین‌المللی را "بین‌المللی‌ترین" APS تهران تلقی نمود. اما نمی‌توان خدمات شرکت‌های حمل و نقل تهران را جهانی شده و قابل رقابت با شرکت‌های جهانی شده تلقی کرد.

در بخش خدمات حقوقی به ترتیب شهرهای: لندن، پاریس، دوبی، سئول، تورنتو، مونترال، استانبول، باکو، در بخش حسابرسی: لندن، دوبی، پاریس، سئول، مادرید، در بخش IT: شانگهای، دوبی، هنگ کنگ، سئول، پکن، سنگاپور، لندن، نیویورک، میلان، در بخش حمل و نقل بین‌المللی شانگهای، میلان، پاریس، هامبورگ، مادرید، سئول، استانبول، هنگ کنگ، توکیو، لندن، سنگاپور، پکن، مسکو، دوبی، کیف، رم، نیویورک، بیروت، سیدنی، لاذقیه، تفلیس، بروکسل، استکهلم، وین، و در بخش بیمه: لندن، شانگهای، پکن شهرهایی هستند که کلانشهر تهران با آنها روابط دارد. توکیو و شهرهای آسیای مرکزی، آفریقا، اروپای شرقی و آمریکای جنوبی کمترین سهم را در روابط شرکت‌های تهران دارند. جالب توجه آنکه توکیو به عنوان یک جهان‌شهر (Friedmann, 1982, 1986, 1995. Sassen, 1991, Beaverstock et al, 1999, Taylor, 2004, GaWc, 2011)، کمترین ارتباط شرکتی را با APS تهران دارد. شرکت‌های APS

متغیرها APS	حقوقی بین المللی	حسابرسی	IT	حمل و نقل بین المللی	بیمه
تقسیمات اداری	۱۰۰٪ دفتر اصلی	۱۰۰٪ دفتر اصلی	۹۴٪ دفتر اصلی	۱۰۰٪ دفتر اصلی	۹۸٪ نمایندگی و کارگزاری
اندازه شرکت ها	میانگین ۵-۱ نفر	میانگین ۵-۱ نفر	میانگین بالای ۱۶ نفر	میانگین ۱۰-۱۶ نفر	میانگین ۵-۱ نفر
غالب مشتریان شرکت ها	افراد و اشخاص	شرکت ها و ادارات	شرکت ها و ادارات و اشخاص	شرکت ها و ادارات داخلی و خارجی (با واسطه)	افراد و اشخاص، شرکت ها و ادارات
نحوه ی ارتباط با مشتریان در تهران	۱۰۰٪ چهره به چهره و مراجعه مشتری	۸۰٪ چهره به چهره، حضور در مکان مشتری و قراردادهای ICT ۱۰٪ جزء	۵۰٪ چهره به چهره و حضور در مکان مشتری، ۲۶٪ ICT	۴۲٪ با ICT، قراردادهای جزء، و چهره به چهره	۷۰٪ چهره به چهره و حضور مشتری، IT
روابط بین شرکتی در تهران	۱۰۰٪ تبادل تجربه	۴۷٪ تبادل تجارب و ۲۰٪ تبادل خدمات (خرید)	۶۰٪ تبادل خدمات (خرید، نمایندگی فروش)، ۲۲٪ تبادل تجارب و مشاوره	۸۰٪ تبادل خدمات (خرید و فروش)، ۱۸٪ تبادل اطلاعات و مشاوره	۹۰٪ تبادل خدمات و تجارب و مشاوره
دلیل استفاده از ICT	برقراری روابط حرفه ای و ابزار شرکتی	ارتباطات، ابزار شرکتی، گزارشات مالی	برقراری روابط حرفه ای و ابزار شرکتی	۹۰٪ برای برقراری روابط حرفه ای و تبادل خدمات	برقراری روابط حرفه ای و ابزار شرکتی
حوزه ی نفوذ بین المللی شرکت ها	۶۰٪ فاقد روابط بین المللی، اروپا، آسیا، آمریکای شمالی	۸۶٪ فاقد روابط بین المللی، اروپا، آسیا، آفریقا	۵۰٪ فاقد روابط بین المللی، آسیا، اروپا، آمریکای شمالی	۹۵٪ دارای روابط بین المللی، آسیا و اقیانوسیه، اروپا، آفریقا، آمریکای شمالی، استرالیا	۸۶٪ فاقد روابط بین المللی، آسیا و اقیانوسیه، اروپا
شهرهای جهانی مرتبط با تهران	لندن، پاریس، دو بی، سئول، تورنتو، مونترال، استانبول، باکو	لندن، دو بی، پاریس، سئول، مادرید	لندن، دو بی، هنگ کنگ، سئول، پکن، سنگاپور، لندن، نیویورک، میلان	شانگهای، میلان، پاریس، هامبورگ، مادرید، سئول، استانبول، هنگ کنگ، توکیو، لندن، سنگاپور، پکن، مسکو، دو بی، کیف، رم، نیویورک، بیروت، سیدنی، لاذقیه، تفلیس، بروکسل، استکهلم، وین	لندن، شانگهای، پکن
دلایل ارتباطات	۱۰۰٪ گرفتن مشاوره و تبادل تجربه و در مواردی اخذ خدمات	تبادل تجربه، کارگزاری خارجی	خرید خدمات، قبول نمایندگی فروش	تبادل خدمات، نمایندگی	اخذ خدمات، تبادل خدمات، مشاوره
نحوه ی ارتباط با شهرهای جهانی	۳۳٪ IT و ۶۶٪ چهره به چهره	از طریق شرکت های داخلی، چهره به چهره و نمایندگی شرکت های خارجی	۶۰٪ از طریق شرکت های داخلی، چهره به چهره و قبول نمایندگی	از طریق شرکت های داخلی، چهره به چهره و قبول نمایندگی، ۱۰٪ ICT	از طریق شرکت های داخلی، چهره به چهره و قبول نمایندگی، ۷٪ ICT
مهمترین موانع پیوند	نبود و عدم نیاز به روابط بین المللی، تفاوت های حقوقی، قوانین و مقررات داخلی و خارجی، ضعف در رقابت با شرکت های خارجی، نبود تبادلات گسترده اقتصادی	نبود و عدم نیاز به روابط بین المللی، قوانین و مقررات داخلی و خارجی، تحریم ها	نبود و عدم نیاز به روابط بین المللی، قوانین و مقررات داخلی و خارجی، سیاست های خارجی، اقتصادی شرکت ها	نبود و عدم نیاز به روابط بین المللی، قوانین و مقررات داخلی و خارجی، تحریم ها	نبود و عدم نیاز به روابط بین المللی، قوانین و مقررات داخلی و خارجی، سیاست داخلی و خارجی

کانون به تدریج از CBD تجاری - سنتی شهر تهران جدا می شود و به تدریج به صورت حلقه های رشد بیضوی شکل، به سمت مناطق شمالی شهر، حرکت می کند و مناطق یک، دو، سه، شش و هفت شهرداری تهران را در بر می گیرد.

ب- کارکردی: (۱) - کلانشهر تهران مرکز فرماندهی، مدیریت و کنترل خدمات APS در ایران است و به طور میانگین مراکز اصلی بیش از ۸۰٪ خدمات APS کشور، در آن مستقر شده اند. از نظر کارکردهای فراملی، خدمات APS تهران در خدمت اقتصاد ملی است. بیش از ۹۰٪ مشتریان APS های تهران ملی بوده و کارکردهای فراملی و جهانی ارائه نمی دهند. (۲) - خدمات APS تهران جهانی نشده اند و در رقابت با APS جهانی شده ضعیف و پیوند کم اهمیتی دارند. ۸۰٪ از APS مطالعه شده در این پژوهش، پیوندی کارکردی با شهرهای جهانی نداشته و در مواردی که پیوند داشته اند، این پیوند بسیار کم اهمیت و در خدمت مشتریان ملی بوده است. بیش از ۹۸٪ از نمونه های APS مطالعه شده، شعبات و یا دفاتری در شهرهای جهانی ندارند (تعداد این شهرها بیش از ۱۰۰ شهر است). شرکت های فراملیتی و جهانی شده ی خارجی نیز در بخش APS، حضوری در فضای کلانشهر تهران ندارند. تنها بخش حمل و نقل، بین المللی بیشترین ارتباطات را دارد که به ماهیت ارتباطی آن باز می گردد. مشاوره و دریافت تجارب و خرید خدمات، و کمتر فروش و ارائه ی خدمات، از مهمترین دلایل روابط APS تهران، بوده است. در مجموع بخش بسیار محدودی از APS تهران در پیوند با شبکه شهری جهانی است که سهم آن در مجموع APS بسیار ناچیز است (۳) - استفاده از خدمات ICT بخش جدایی ناپذیری از خدمات APS تهران شده است. (۴) - یک اتصال و پیوند چرخه ای درون شبکه ای و برهم کنش فزاینده در خدمات APS تهران وجود دارد. فعالیت هرکدام از آنها متأثر از فعالیت دیگر APS است. (۵) - سیاست های اقتصادی بین المللی، تهران را در مقایسه با شهرهای دوبی، استانبول و

در مجموع شهرهای لندن، دوبی، شانگهای، سئول، پکن و استانبول مهمترین شهرهایی هستند که تعداد محدود APS تهران با آنها ارتباط دارند و این ارتباط در بخش ها و شهرهای مختلف، متفاوت است و جزییات آن در جدول پنج منعکس شده است. بنابراین، شهرهای اروپای غربی، آسیای جنوب شرقی، خاورمیانه و آمریکای شمالی به ترتیب اهمیت بیشترین ارتباط را در نمونه های محدود دارای روابط، دارند. شهرهای نیویورک و توکیو به عنوان جهان شهر (Global City) و همچنین شهرهای آسیای مرکزی، آفریقا، آمریکای جنوبی و اروپای شرقی سهم بسیار کمتری در این ارتباط دارند.

یافته ها

یافته های کلیدی پژوهش، در دو بخش الف - فضایی و ب - کارکردی در بندهای ذیل، خلاصه می گردد:

الف - بخش فضایی: ۱- خدمات APS در اقتصاد شهری تهران به نحو چشمگیری در جغرافیای کلانشهر نمود یافته است و در دو دهه ی اخیر به ویژه طی سال های ۱۳۷۰-۱۳۹۰ بالاترین رشد را داشته اند. ۲- در حدود ۵۸٪ از APS تهران در درون محدوده ای به شعاع ۵ کیلومتر از مرکز CBD شهر استقرار دارند. شرکت های نوبنیاد APS، ساختمان های اداری و تجاری نوین را در مناطق شمالی شهر با دسترسی به زیرساخت های پایه از جمله حمل و نقل و زیرساخت های خدمات ICT و خدمات شرکتی، زمینه های اقتصادی و شرایط مناسب با کیفیت محیطی بالا انتخاب نموده اند. ۳- در مکان گزینی خدمات APS به ترتیب دسترسی آسان به زیرساخت های اصلی مانند حمل و نقل سریع و خدمات ICT، قیمت و اجاره بهای املاک، مجاورت با CBD شهر، مجاورت به ادارات و نهادهای دولتی، شرکت ها و دسترسی به بازار مشتری مهم بوده اند ۴- بخش APS، جغرافیای جدیدی با ویژگی ساختاری و کارکردی کاملاً متمایز از CBD سنتی شهر، در کلانشهر تهران به وجود آورده است که آن را "کانون خدمات شرکتی کلانشهر تهران" (تصویر ۳) نام نهادیم. این

و اگر شهرها را به عنوان سیستم‌های باز بپذیریم، پیوندهای سست تهران چالشی بزرگ برای پایداری اقتصادی کلانشهر در ارتباط با منابع ناپایدار اقتصادی آن، در آینده است. از راه‌های برون شد از این مسأله، برنامه‌ریزی در حوزه‌ی اقتصاد شرکتی با رویکرد فراملی و جهانی است و یکپارچه نمودن سیاست‌های ملی با برنامه‌ریزی اقتصادی، فضای کلانشهر با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی فراملی^۱ را الزامی می‌نماید.

برخی شهرهای عربی حوزه خلیج فارس به حاشیه رانده است. تهران نه تنها از نظر اقتصادی و فضایی نتوانسته است خود را یک شهر جهانی معرفی کند، بلکه بخش زیادی از سرمایه‌های مالی آن به سمت کشورهای عربی و آسیای و اقیانوسیه جریان یافته است.

نتیجه

اما آنچه که در این پژوهش به آن رسیده‌ایم از دو جنبه‌ی مکانی و کارکردی، حائز اهمیت است. ۱- از بعد فضایی، APS تهران، کانون اقتصادی جدیدی مبتنی بر فعالیت بخش خصوصی- دولتی را تحت عنوان "کانون خدمات شرکتی کلانشهر تهران" به وجود آورده است که متکی به خدمات دانش پایه‌ای است که از سوی شرکت‌ها ارائه می‌شود. کیفیت محیطی، کارکردی، زیرساختی، امکان فعالیت، مجاورت، تراکم و پیوند بین شرکتی برای ارائه‌ی خدمات تخصصی را میسر نموده است. این کانون طی سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۰ و به ویژه دهه‌ی ۸۰، دارای رشد چشمگیری بوده است. ۲- از بعد کارکردی، خدمات APS در چارچوب تقاضای ملی و محلی فعالیت می‌کنند و با وجود داشتن قابلیت‌های دانش و نیروی تخصصی، کارکردهایی جهانی شده ارائه نمی‌دهند. آنها در شبکه‌ی شهری جهانی حضور ندارند و در کنار این مسأله، شرکت‌های جهانی شده‌ی APS، حضور و پیوند شرکتی در فضای کلانشهر تهران ندارند. اگرچه ICT امکان تبادل جریان‌ها را در شبکه‌ها به وجود آورده است، اما حضور مکانی APS خود به مثابه ایجاد گره‌هایی برای تقویت جریان‌ها در شبکه است. این گره‌ها، نتوانسته‌اند تهران را به عنوان گره اصلی، به شبکه‌ی شهری جهانی متصل کنند.

این پژوهش نشان داد که تهران از بعد پیوندهای مکانی و کارکردی به واسطه‌ی APS، نه تنها به موقعیت شهرهای جهانی نرسیده است، بلکه در ۸۰٪ خدمات APS مطالعه شده، بین‌المللی نیز محسوب نمی‌شود. تهران در شبکه‌ی شهرهای جهانی جایگاهی ندارد

1 Transnational Strategic Planning

References:

- منابع
1. Alderson, Arthur S. and Jason Beckfield (2007). Globalization and the world city system. In: Cities in Globalization. In: P.J. Taylor, B. Derudder, P. Saey and F. Witlox, Cities in Globalization: Practices, Policies and Theories. London: Routledge. pp. 21 – 36.
 2. Andersson, M. (2006). Co-location of Manufacturing and Producer Services. In Karlsson, C. Johansson, B. & Stough, R. R. (2006). Entrepreneurship and Dynamics in the Knowledge Economy. Routledge, NY.
 3. Aranya, R (2005). Location Theory in Reverse: An Evolutionary Model of Location for Global Production in the IT Industry of Bangalore. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb164.html>.
 4. Barf, R. A. (1987). Industrial clustering and the organization of production: a point pattern analysis of manufacturing in Cincinnati, Ohio, Annals of the Association of American Geographers, 77, pp. 89–103.
 5. Bassens, D., Derudder, B. Witlox, F. (2009). Searching for the Mecca of Finance: Islamic Financial Services and the World City Network. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb282.html>.
 6. Bassens, D., Derudder, B. Witlox, F. (2011). Setting 'Other' Standards: On the Role, Power and Spatialities of Interlocking Shari'a Boards in Islamic Financial Services. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb309.html>.
 7. Beaverstock, J.V. Smith, R.G. and Taylor, P.J. (1999a). A Roster of World Cities. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb164.html>.
 ۱. ساسن، ساسکیا (۱۳۸۳). جغرافیای جدید مرکز و حاشیه. ترجمه‌ی کیومرث ایران‌دوست. در: مدیریت شهری، شماره ۱۷، صص: ۴۶-۴۹.
 ۲. فرشچی، مجتبی (۱۳۹۰). فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه. پایگاه علمی شرکت داده‌پردازی آماری ایران شرق.
 ۳. صرافی مظفر (۱۳۸۰). "پایداری شهر در جایگاه فرمانطقه ای و جهانی". در مجموعه‌ی: به سوی پایداری و شهروندمداری؛ تحقیق پایه‌ای منشور شهر تهران. تهران، انتشارات دبیرخانه‌ی علمی کنگره‌ی منشور شهر تهران. صص: ۴۰۸-۳۸۵.
 ۴. صرافی، مظفر. قورچی مرتضی. محمدی، علیرضا (۱۳۸۸). "جهانی شدن، شهرهای جهانی و کلانشهر تهران". در: دو فصلنامه اقتصاد شهر، سال اول، شماره اول. صص ۸۹-۹۷.
 ۵. محمدی، علیرضا (۱۳۸۹). "کارکردهای اقتصادی شهرهای جهانی و خدمات پیشرفته پشتیبان تولید". فصلنامه‌ی اقتصاد شهر. شماره ۷. صص: ۸-۲۵.
 ۶. محمدی، علیرضا (۱۳۹۰). "تحلیل فضایی خدمات پشتیبان تولید (APS) با تأکید بر کارکرد فراملی کلانشهر تهران، رساله‌ی دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده‌ی جغرافیا، تهران.
 ۷. مهندسان مشاور بوم سازگان (۱۳۸۵). "طرح راهبردی شهر تهران". مصوب ۱۳۸۶ شورای عالی شهرسازی و معماری ایران و شهرداری تهران. مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
 ۸. نصرتی، شهلا (۱۳۹۰). روش تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران. پایگاه علمی و پژوهشی پارس مدیر.
 ۹. هریس، نایجل (۱۳۸۸). "تهران، شهرهای جهانی و بحران مالی جهانی". در: فصلنامه اقتصاد شهر، سال ۱، شماره ۲.

- ty. Department of Geography. For the degree of master in Arts.pp.137.
17. Friedmann, Johan & Wolff, G (1982). "World City Formation: Agenda for Research and Action, International Journal of Urban and Regional Research, 3: 309-344.
 18. Friedmann, Johan (1986). "The World City Hypothesis". Development and Change.
 19. Globalization and World Cities Research Network [GaWc]. (2011). the World Acoording GaWc 2010. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2010t.html>. September 14.
 20. Goe R, W (1990). "Producer services, trade and the social division of labour" Regional Studies 24 327-42.
 21. Grant, R. Nijman, j. (2002). Globalization and corporate geography of cities in the less-developed world. Annals of association American Geographers. 92 (2), pp. 320-340. Other Version of This article available at: <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb78.html>. Accessed in: 2011, 05, 28.
 22. Halbert, L., (2004). The Decentralization of Intrametropolitan Business Services in the Paris Region: Patterns, Interpretation, Consequences. Economic Geography 80(4): 381-404, Clark University. <http://www.clarku.edu/econgeography>
 23. Halbert, L., (2007). "From sectors to functions: producer services, metropolization and agglomeration forces in the Ile-de-France region". http://latts.cnrs.fr/site/p_lattsperso.php?Id=1092
 24. Hall, P (1966). The World Cities (Heinemann, London).
 25. Harvey, David (1989). The Urban Experi-
www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb5.html.
 8. Castells, M. (1996). The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell.
 9. Coe, Nei. M, Kelly, Philip F. Yeung, Henry W.C (2007). Economic Geography: A Contemporary Introduction. Balck Well Publishing 426 pp.
 10. Coffey, W. & Bailly, A. (1991), "Producer services and flexible production: an exploratory analysis", Growth and Change, 22, 95-117.
 11. Daniels P, (1993), Service Industries in the World Economy (Blackwell, London).
 12. Daniels, P. Moulart, F (1991). The Changing Geography of Advanced Producer Service. London and New York: Belhaven Press.
 13. Davis, J. C. and Henderson, J. V. (2004) the agglomeration of headquarters. Working Paper, Brown University (http://www.econ.brown.edu/faculty/henderson/papers/Agglomerat_on_of_Headquarters5_33.pdf; accessed 12 June 2006).
 14. Derudder, B. Witlox, F. (2004). Assessing Central Places in a Global Age. Journal of Retailing and Consumer Services 11, pp.171-180.
 15. Devriendt, L. Boulton, A. Brunn, S. Derudder, B Witlox. . F (2009). Major Cities in the Information World: Monitoring Cyberspace in Real-Time. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb308.html>
 16. Ferguson, Matthew (1997). The Location Decisions of Producer Services in a Commercially Transformed Area. Carleton Universi-

- ties. www.feweb.vu.nl/ersa2005/final_papers/612.pdf.
34. Moulaert, F. Gallouj, C (1993). The Locational Geography of Advanced Producer Service Firms: The Limits of Economies of Agglomeration. *The Service Industries Journal*, 1743-9507, Volume 13, Issue 2, Pages 91 - 106. <http://www.informaworld.com>.
 35. Moulaert, F. Gallouj, C (1995). Advanced Producer Services in the French Space Economy: Decentralization at the Highest Level. In A: FRANK MOULAERT and F. Todtling (Eds), *The Geography of Advanced Producer Services in Europe (Progress in Planning)*, p 193-195, Pergamon, Oxford.
 36. Ohagan, S (2009). Corporate Directors and Educational Affiliations: A spatial-temporal Analysis. *The Industrial Geographer*, Volume 6, Issue 2, Pages 3-30.
 37. Ohmae, K (1990). *The Borderless World: Power and Strategy in the Interlinked Economy*. London: Collins.
 38. Pereira, R.A.O. Derudder, B. (2009). An Appraisal of the Determinants of Connectivity Change in the World City Network. *Environment and Planning A*, 40 (2), (2008), 446-463. [<http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb164.html>]. PP. 1-27.
 39. Rocco, Roberto (2006). The Geography of Advanced Producer Services: New corporate centralities in polycentric urban structures. 17 pp. www.reser.net/file/28524/12/07/201009:25.
 40. Sassen, S. (1991). *The Global City*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
 41. Sassen, S. (2001). *The Global City*: New York, London, Tokyo. Oxford: Blackwell.
 26. Huallachain, O, Leslie, F. (2007). Producer Services in the Urban Core and Suburbs of Phoenix, Arizona. *Urban Studies*, Vol. 44, No. 8, 1581-1601, July 2007.
 27. Hymer, S.H (1972). The multinational corporation and the law of uneven Development. in: J.N. Bhagwati (Eds.). *Economics and World Order*. New York: Macmillan. pp. 113-140.
 28. Jacobs, W, Koster, H.R.A. and Hall, P.V. (2010). The Location and Global Network Structure of Maritime Advanced Producer Services. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb342.html>.
 29. Kantola, Jan (2007). Market Potential Analysis of Producer Services A study of Jonkoping County. Jonkoping International Business School, Jonkoping University. Master Thesis in Economics.
 30. Laulajainen, R. and H.A. Stafford (1995). *Corporate Geography: Business Location Principles and Cases*, Dordrecht, the Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
 31. Lindahl, D. P. and Beyers, W. B. (1999). The Creation of Competitive Advantage by Producer Service Establishments. *Economic Geography*, 75: 1-20. Doi: 10.1111/j.1944-8287.1999.tb00071.x. <http://onlinelibrary.wiley.com>. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb71.html>. Accessed 10 January 2011.
 32. Morshidi, Sirat (2000). Globalizing Kuala Lumpur and the Strategic Role of the Producer Services Sector. *Urban Studies*, Vol. 37, No. 12, 2217-2240.
 33. Mota, Isabel Brandao, A. (2005). Modeling Location Decisions - The role of R&D activi-

50. Taylor P.J. (2004) *World City Network: a Global Urban Analysis*. Routledge, London.
51. Taylor, P.J. Hoyler, M. Pain, K. and Vinciguerra, S (2011). Extensive and Intensive Globalizations: Explicating the Low Connectivity Puzzle of US Cities Using a City-dyad Analysis. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb369.html>. 18, 10, 2011.
52. Walker, R. (1989). A requiem for corporate geography: new Directions in industrial organization, the production of palace and uneven development. *Geog. Ann.* 71 B (1), pp. 43-68.
53. Wood. A. Roberts. S. (2011). *Economic Geography: places, Networks and flows*. London and New York, Routledge. 179 pages.
54. Young, Kim. Dae (2000). The Locational Characteristics of Agglomeration Areas of Advanced Producer Services in Seoul: Advertising-Related Industry. *Journal of the Korean Geographical Society*. Vol.35.No.5.pp 731-734.
42. Shearmur, Richard Doloreux, David (2008). *Urban Hierarchy or Local Buzz? High-Order Producer Service and (or) Knowledge-Intensive Business Service Location in Canada, 1991-2001*.
43. Short, J.R (2004). *Black Holes and Loose Connections in the Global Urban Network*. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb76.html>. Accessed in: 2011, 05, 28.
44. Short, John R. and Y. Kim. (1999). *Globalization and the City*. Essex: Longman.
45. Smith.R.G (2003). *World City Actor-Networks*. *Progress in Human Geography*, 27(1) pp.25-44. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb71.html>. Accessed 10 September 2010.
46. Stanback, Thomas M., Jr., and Thierry J. Noyelle. (1982). *Cities in Transition: Changing Job Structures in Atlanta, Denver, Buffalo, Phoenix, Columbus (Ohio), Nashville, Charlotte*. Totowa, N.J.: Allanheld, Osmun.
47. Stanley, B. (2003). "Going Global" and Wannabe World Cities: (Re) conceptualizing Regionalism in the Middle East. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb45.html>.
48. Taylor P.J. (2001-A). *West Asian/North African Cities in the World City Network: A Global Analysis of Dependence, Integration and Autonomy*. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb58.html>.
49. Taylor P.J. (2002-x). *Amsterdam in a World City Network*, Loughborough, Geography Department at Loughborough University. Available at <http://www.lboro.ac.uk/gawc/pubrm1.html>