

تحلیل مناسبات میان‌نهادی در مدیریت بازاریابی شهری پایدار

بافت‌های فرسوده

مطالعه موردی: کلانشهر اهواز

محمدعلی فیروزی - دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
سعید امان‌پور - دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
جواد زارعی^۱ - دانش‌آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۲۱

چکیده

از تشریح مساعی نهادی در مدیریت شهری با عنوان ماحصل فعالیت‌های درون و میان نهادی سازمان‌های شهری یاد می‌شود که مکمل عمل جمعی بوده و در فرآیند مدیریت شهری دارای ویژگی‌های اعتماد، همکاری، مشارکت، تعامل، تسهیل‌گری و انسجام است. در این راستا موجبات شکل‌گیری نقش‌کنشگران مدیریت بازاریابی شهری پایدار در حوزه‌های سیاست‌گذاری اجرایی، مدیریت اجرایی، توسعه‌گری اجرایی و تسهیل‌گری و تعامل نهادی می‌شود. پژوهش حاضر به بررسی ظرفیت تشریح مساعی میان‌نهادی مدیریت بازاریابی بافت‌های فرسوده شهرهای ایران به صورت عام و کلانشهر اهواز به صورت خاص می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش اعضای ستاد بازاریابی شهری پایدار است. روش پژوهش از نوع توصیفی-تبیینی با رویکرد تحلیل کمی و کیفی است و به همین منظور اطلاعات مورد نیاز بر پایه رجوع به اسناد معتبر علمی، برداشت‌های میدانی و پرسشنامه از کارشناسان و مصاحبه با مدیران نهادهای عضو ستاد بازاریابی بافت‌های فرسوده شهری به عنوان کنشگران مدیریت بازاریابی شهری کلانشهر اهواز جمع‌آوری شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از تکنیک‌های آماری همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره در غالب نرم‌افزار SPSS و همچنین از نرم‌افزار تحلیل شبکه‌های اجتماعی UCINET برای تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام گرفته، استفاده شده است. نتایج بیانگر این است که با توجه به نقش هرکنشگر، باید ارتقای ظرفیت‌های نهادی، متناسب با ضرورت‌ها و الزامات تحقق بازاریابی شهری پایدار به عنوان پیش‌فرض در نظر گرفته شود و با استفاده از رویکرد نونهادگرایی تلاش اصلی بر استفاده از ظرفیت‌های تعاملی و تشریح مساعی مبتنی بر ارتباط و همکاری میان کنشگران، در مقابل ایجاد ساختارهای جدید باشد. به منظور تحقق رهیافت مدیریت یکپارچه در بازاریابی شهری پایدار در سطح کلانشهر اهواز ضروری است هرکدام از کنشگران این حوزه در رهیافتی مشارکتی، وضعیتی متناسب با منابع قدرت و علایق و منافعی که دارند ایفای نقش نمایند. در این راستا تنظیم روابط متقابل میان کنشگران و همکاری میان آنها باید مبتنی بر برنامه بلندمدت و در نظر گرفتن منافع عمومی باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی میان‌نهادی، نونهادگرایی، مدیریت بازاریابی شهری، بافت فرسوده کلانشهر اهواز.

۱۹

شماره بیست‌ونهم

زمستان ۱۳۹۷

فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات شهری

تحلیل مناسبات میان‌نهادی در مدیریت بازاریابی شهری پایدار بافت‌های فرسوده

۱. مقدمه

امروزه در ساختار مدیریت شهری تعامل و ارتباطات درون و میان نهادی، به عنوان اهمی برای بهینه‌سازی عملکرد سازمانی محسوب می‌شود و بسیاری از ناکارآمدی‌های مدیریت شهری حال حاضر به ویژه در کشورهای در حال توسعه، ناشی از تعدد و فزونی نهادی و ضعف هم‌افزایی نهادی سازمانی است که منجر به فزونی چالش‌های شهری و پاسخگو نبودن مدیریت شهری به مسائل متعدد آن همچون فقر، بیکاری، ناهنجاری‌های اجتماعی، تراکم اخلاقی، حاشیه‌نشینی، شکاف طبقاتی، ترافیک، کمبود خدمات و... شده است. به عبارتی جایگزین شدن تقابل نهادی به جای تعامل نهادی در مقیاس خرد و کلان مدیریت شهری منجر به آن می‌گردد. برنامه‌ریزی‌های مدیریت شهری، حتی اگر دارای بهترین هدف، طرح و برنامه باشند، در مرحله اجرا به دلیل ضعف تسهیل‌گری و تعامل و مشارکت نهادی اثرگذاری اقدامات را کاهش می‌دهند؛ چراکه برنامه‌های خرد و کلان در مقیاس شهری نیازمند تعامل و مشارکت تمام بخش‌های مدیریتی و نهادهای مختلف شهری است تا بخش‌های بیان شده در کنار هم و به صورت یکپارچه (با حفظ استقلال نهادی خود) بتوانند برنامه‌های تدوین شده را در عمل به اجرا در بیاورند. در ادبیات سیاست‌گذاری برنامه‌ریزی شهری، مواجهه و حل چنین چالش‌هایی به سادگی صورت نمی‌پذیرد و نیازمند رویکرد ویژه با در نظر گرفتن این پیچیدگی‌های ماهیتی و نهادی است. در این بین رویکردهای مداخله در بافت‌های فرسوده شهری در سیر تکوینی خود از حوزه توجه صرف به بعد کالبدی، به عرصه ملاحظات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی گذر نموده است و رویکردهای بازاریابی و نوزایی شهری با حرکت به سوی راه‌حل‌های یکپارچه و جامع‌نگر برای حل مشکلات بافت‌های شهری تغییر کرده است.

در ایران به ویژه برای کلانشهر اهواز، چند دهه‌ای است که مقوله نوسازی و بازاریابی شهری، به صورت جدی مطرح گردیده است. سیاست‌گذاری در این حوزه از رویکردهای باغلبه مسائل کالبدی و حتی تا حدودی تأکید بر رویکردهای تأمین مالی و سودآوری‌های اقتصادی، تا تحولات چند سال اخیر که تلاش شده تا رویکردهای اجتماعی نیز در کنار دیگر مسائل دیده شود، تغییر کرده است. با این حال به دلیل وجود انواع پیچیدگی‌ها در شهر اهواز از جمله پیچیدگی در نقش و عملکرد سازمان‌های مسئول و ذی‌ربط، روابط نهادی و ساختارهای اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر تعامل میان کنشگران این حوزه، به همراه چالش‌های مدیریتی توسعه شهری، همچنان راهکار قابل قبول و تجربه موفق با تأکید بر بعد رویه‌ای مدیریت شهری در بازاریابی بافت‌های فرسوده، مورد عمل قرار نگرفته است. هرچند در فرآیندهای بازاریابی شهری، این تحولات در سطح جهان صورت پذیرفته و رویکردهای نظری بر ظرفیت‌سازی‌ها در چارچوب ظرفیت‌های نهادی صورت می‌پذیرد و مدل‌های مشارکتی میان کنشگران متعدد به عنوان مدل‌های جایگزین مدیریت متمرکز نهادهای حاکمیتی مطرح می‌گردد، اما همچنان در ایران و به ویژه در کلانشهر اهواز تغییر در این فرآیندها به صورت مؤثر و کارآمد صورت نگرفته و فرآیندهای ظرفیت‌سازی

و توانمندسازی نهادها مبتنی بر تعامل و همکاری میان آنها شکل نگرفته است. یکی دیگر از مسائل موجود در این زمینه، عملیاتی نشدن این مفاهیم در چارچوب‌های نهادی و ساختارهای مدیریتی است. در این فرآیند روابط نهادی میان کنشگران اصلی مدیریت بازاریابی شهری در سطح کلانشهر اهواز، مبتنی بر نقش آنها در این فرآیند نبوده و کارایی لازم را ندارند. به نحوی که نظام مدیریت شهری اهواز همچنان نتوانسته متناسب با این تحولات و در راستای کارآمدی بیشتر تغییر محسوسی به خود ببیند و همچنان نیازمند بررسی از نظر نقش، جایگاه و ماهیت ارتباط آنها با سایر کنشگران است.

دستیابی به این هدف مستلزم انجام مطالعات گسترده برای رسیدن به شاخص‌های بافت شهری پایدار و شیوه‌های شهرسازانه تحقق مدیریت شهری پایدار است که با تغییر رویه از ماهیت سنتی به رویکردهای نوین مدیریت شهری در قالب نظام حکمروایی شهری با رویکرد مدیریت یکپارچه شهری امکان‌پذیر می‌شود و با در نظر گرفتن فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در این بافت‌ها و ملزومات فنی-حقوقی آنها، ضوابط و معیارها و الگوهای سازماندهی شهر می‌تواند در جهت اعمال برنامه‌های بازاریابی پایدار بافت‌های فرسوده، شکاف حاصل از بعد رویه‌ای را با شیوه‌های مشارکت طلبانه، هم‌افزایانه و یکپارچه حل نماید. از این رو، هدف این پژوهش بررسی و ارزیابی مدیریت شهری کلانشهر اهواز از بعد شاخص‌های تشریح مساعی نهادی و ضرورت کاربست هم‌افزایی نهادی در جهت تعامل، مشارکت و تسهیل‌گری نهادی در بازاریابی پایدار بافت‌های فرسوده شهری است.

در این راستا پژوهش حاضر درصدد است تا به سئوالات زیر پاسخ گوید:

آیا عملکرد شاخص‌های تشریح مساعی بین نهادی در مدیریت بازاریابی شهری پایدار بافت‌های فرسوده شهر اهواز با هم و در یک سو رابطه دارند؟ کدام شاخص بیشترین تأثیر را دارد؟
کنشگران مدیریت شهری در بازاریابی شهری پایدار چگونه با یکدیگر تعامل داشته و نحوه تأثیرگذاری هر یک چگونه است؟

۲. مبانی نظری پژوهش

۲.۱. نو نهادگرایی و مدیریت بازاریابی شهری

به موازات چالش‌های نوین در حوزه تحولات اجتماعی و اقتصادی و تأثیر آن بر حوزه رکود و فرسودگی در عرصه شهرها، شیوه‌های اداره شهرها نیز تغییر یافته است. بنابراین این که چگونه شیوه‌های نوین حکمروایی می‌توانند با چالش رکود، فرسودگی و ناکارآمدی نواحی گسترده شهرها مواجه شوند، نیازمند بررسی است. علاوه بر این، شیوه‌های مدیریت شهرها در حوزه بازاریابی شهری همراه با انواع پیچیدگی‌ها و به ویژه با ماهیت مسائل و چالش‌های پیچیده سبب می‌شود که مدل‌های متداول مدیریت شهرها پاسخگو نبوده و نیاز به فراهم بودن بسترکنش‌های هم‌افزا و یکپارچه باشد. این تحولات، نهادهای حاکمیتی را در طول دهه‌های گذشته تحت تأثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی درون و برون سیستمی

(ازجمله جهانی شدن) تغییرات نهادی و سیاسی و تغییر در تحولات جمعیتی دچار دگرگونی کرده‌اند و موجب تغییر در مفهوم حکمروایی شهری و نقش حاکمیت به ویژه با تحول در ماهیت فرآیند سیاست‌گذاری شده‌اند (Richards, & Smith, 2002: 127).

در حال حاضر امکان مدیریت شهرها تنها براساس مفهوم حاکمیت به عنوان نهادهای رسمی و حقوقی با قدرت قانونی و به صورت متمرکز نیست، بلکه نیازمند تغییر در شیوه‌های مدیریتی براساس فرآیندهایی است که در آن با وارد شدن سازمان‌های غیررسمی و اجتماعات و نهادهای مدنی توانایی برخورد با مسائل جاری و پیش‌بینی رویدادها در قالب شبکه اجتماعات محلی (جامعه مدنی) که در قالب رویکرد مدیریت یکپارچه به همراه شاخصه‌های شفافیت و پاسخگویی حکمروایی شهری است، میسر می‌شود. در بستر این تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، محیط عملکرد نهادهای حاکمیت شهری دچار تغییرات گسترده و سریعی گردیده و نهادهای حاکمیتی را (هم در سطح ملی و هم محلی)، به نهادهایی انعطاف‌پذیر و با قابلیت انطباق بالاتر تبدیل نموده؛ به عبارتی آنها را از نهادهای حاکمیتی به سوی نهادهای حکمروایی تغییر شکل داده است (Andrew & Goldsmith, 1998: 107).

به نحوی که امروزه بازنگری نهادی در مواجهه با چالش‌های شهری امری ضروری است و مدیریت شهری نمی‌تواند به صورت بالا به پایین، تک‌بعدی، دستوری و کنترلی عمل نماید (Kearns & Paddison, 2000: 845). یکی از نظریات مطرح در زمینه مشارکت در فرآیندهای مدیریتی، تئوری نهادی است، زیرا تغییر در مفاهیم مدیریتی براساس تئوری رژیم^۱ در سال‌های گذشته مورد انتقادات جدی قرار گرفته است (Digaetano & Storm, 2003: 376). به ویژه که در سال‌های اخیر تئوری نونهادگرایی، با در نظر گرفتن پیچیدگی‌های نهادی موجود در مدیریت شهری به عنوان کانون اصلی تحلیل مدل‌های حکمروایی شهری مطرح گردیده است. رهیافت نونهادگرایی نهادهای غیررسمی را در کنار نهادهای رسمی و تعاملات میان آنها در فرایند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی به عنوان یکی از کنشگران اصلی به رسمیت می‌شمارد. هرچند مفهوم یکسانی در زمینه‌های مختلف علوم انسانی و علوم اجتماعی و غیره از مفاهیم نهادگرایی به سختی قابل دستیابی است (Lowndes, 2002: 107). اما تئوری نونهادگرایی در علوم اجتماعی براساس تأکید بر تعامل دوگانه میان ساختار و عاملیت تأکید دارد (Pierre, 2005: 450). از طرفی مهم‌ترین بستر رهیافت نونهادگرایی در حیطه مدیریت شهری، تأثیر آن بر گفتمان حکمروایی و چگونگی آن است. رویکرد نونهادگرایی بیش از این که به دنبال سازمان‌های حاکمیتی (رویکرد سنتی نهادگرایی) باشد، به دنبال نهادهای حکمروایی است. در این نوع رویکرد تفاوت میان نهادها و سازمان مشخص است نهادها را به معنای نیروهای ساختاری که رفتار کنشگران را هدایت می‌کنند به رسمیت می‌شناسد (North, 1990: 5). نونهادگرایی بر ارتباط میان کنشگران فردی و سازمان‌ها بیش از ساز و کارهای رسمی متمرکز است (Hudson, 2004: 450) و سازمان‌ها را در تحلیل‌های نهادی به عنوان کنشگران جمعی،

دارای اهمیت می‌شمارد (Lowndes, 2001: 1960).

نهادهای، شیوه‌های خاص تفکر و کنش در جامعه را ساختاردهی می‌کنند (Hamilton, 1932: 23) و به عنوان حلقه واسط بین فرد و اجتماع، به عنوان یکی از اصلی‌ترین اجزای ارتباطی در جامعه شناخته می‌شود. به عبارتی دیگر، این نهادها هستند که با اعمال انواع محدودیت‌ها، تعاملات انسانی را شکل می‌دهند (North, 1990: 6). بنابراین با توجه به پیچیدگی رفتار کنشگران در حوزه بازآفرینی شهری (اعم از سازمان‌های رسمی و غیررسمی) لازم است با رویکرد نهادگرایی به مطالعه روابط میان کنشگران این حوزه پرداخت. چشم‌انداز نهادگرا به درک فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کمک می‌کند و سیاست‌های بازآفرینی شهری را در نظر و عمل، در آن بستر قرار می‌دهد. این چشم‌انداز اساساً مبتنی بر این فرض است که انسان‌ها در انتخاب نقش و عمل خود آحاد مستقل نیستند و بنابراین انتخاب‌هایی عقلانی را به صورت خطی در جهت به حداکثر رساندن منفعت خود انجام می‌دهند (McCarthy, 2007: 2). این تعامل در وضعیت خاص و در محیطی شکل می‌یابد که ساختار آن را روابط قدرت ناشی از سازمان‌های اقتصادی-سیاسی در شهر شکل می‌دهند (Healey, 2006: 95). بنابراین «عاملیت فردی^۲» در جریان دائمی روابط و اقدامات، ساختارهای قدرت را از طریق پذیرش آنها و یا تغییر آگاهانه آنها به کار می‌گیرد و یا اصلاح می‌نماید و مردم این روابط را با نهادی کردن آن در زندگی روزمره و یا با استراتژی‌های آگاهانه خود برای «ایجاد ارتباط» شکل می‌دهند (Healey et al., 1996: 14). از سوی دیگر، ساختاردهی نهادها از طریق کنش‌های متقابل انسانی به صورت قراردادهایی کاملاً انسانی صورت می‌پذیرد؛ به نحوی که قلمرو سازمان‌های رسمی تا فرآیندهایی است که طی آن زمینه‌ها، افراد و تفکر و عملشان را بازساخت می‌کنند (Healey, 1999: 112). بنابراین با توجه به مفاهیم مرتبط با نهاد، می‌توان دو بعد ابعاد رسمی و غیررسمی را در بسترهای نهادی شناسایی نمود. نهادهای رسمی شامل قوانین و مقررات، اسناد سیاستی، سازمان‌های رسمی و قراردادهای هستند، در حالی که نهادهای غیررسمی هرچند قانونی و ثبت نشده‌اند، اما مانند عرف، هنجارها و رفتارها پذیرفته شده هستند و فرآیندهای اجتماعی را شکل می‌دهند (Coaffee & Healey, 2003: 1982; Jessop, 2001: 1226).

۳. مفاهیم اصلی در رهیافت نهادی

۳.۱. سازگاری نهادی^۳

این مفهوم به معنای مجموعه‌ای از عوامل از جمله حضور نهادی قدرتمند، تعامل قوی بین شبکه‌های نهادی و معیارها و ارزش‌های فرهنگی مشترک است. این عوامل با کمک یکدیگر، سبب افزایش حس اعتماد و همکاری می‌گردند که برای انگیزش کارآفرینی و توسعه اقتصادی امری حیاتی است (Amin and Thrift, 1995: 105). مفهوم سازگاری نهادی برای درک و اطلاع یافتن از

2 Individual agency

3 Ex-ante Institutional compatibility Assessment

1 Regime Theory

اقداماتی که نظام‌های حاکمیتی برای توسعه درونزای اقتصاد خود انجام می‌دهند، امری ضروری است. رشد چگالی نهادی، مستقل از وسعت محدوده شهری است. زیرا یکی از ویژگی‌های چشمگیر مناطق شهری توسعه نیافته و یا محروم این است که ادغام تاریخی آنها در پروژه سرمایه‌داری جهانی، آنها را از هرگونه زیرساخت سازمانی مرتبط و مناسب و نیز از برنامه مشترکی که ممکن است به ایجاد ساختارهای برتری کمک کند، محروم نموده است. این شهرها غالباً در اتحاد تنگاتنگ بین سیاستمداران قدرتمند تجار موفق محلی و نهادهای معروف فرهنگ «استعماری» گرفتار شده‌اند. بنابراین گرچه آنها به خوبی قادر به توسعه امکانات در بخش عرضه و به نوعی حرکت به سوی همکاری بین نهادهای داخلی هستند، با این حال ایجاد شالوده‌های فرهنگی، به عنوان کلیدی برای رشد گسترده شهری (همچون اعتماد، هنجارهای مشترک اجتماعی محور، سنت‌های متمایز محلی و غیره) به نظر مشکل می‌آید (Amin and Thrift, 1995:107). هرچند بسیاری از تلاش‌هایی که از طریق ایجاد نهادها و ساختارها در راستای شکل‌دهی به چنین چگالی نهادی انجام گرفته، نتوانسته تضمینی برای پذیرفته شدن و استفاده از این گونه نهادها و ساختارها باشد (McCarthy, 2007:3). دلیل اهمیت سازگاری نهادی آن است که موفقیت سیاست‌ها، علاوه بر وابسته بودن به ترکیب مناسب اهداف و ابزارهای سیاستی، به طور وسیعی به تعامل میان نهادهای خصوصی و دولتی (Bikar, et al., 2004:27) میزان سازگاری با نهادهای جامعه بستگی دارد (Raheem, 2014:455). بنابراین فرآیند ارزیابی سازگاری نهادی، میزان تطابق ابزارهای سیاستی و محیط نهادی هدف را می‌سنجد. شرایط فیزیکی، ویژگی‌های جامعه و مقررات در حال استفاده، سه عاملی هستند که در میدان عمل بر محیط عمل و کنشگران تأثیر می‌گذارند و باعث بازتعریف الگوهای تعامل می‌شوند. در چارچوب توسعه و تحلیل نهادی، با رویکرد ارائه تحلیل‌هایی از محیط فیزیکی، قوانین در حال استفاده و ویژگی‌های جامعه که همان محیط نهادی هستند، می‌توان طراحی سازوکارهای سازگاری نهادی و فرآیند توسعه سیاست‌های جدید را ارائه کرد (Amblard & Mann, 2011:665).

۳،۲. تغییرات نهادی^۱

از آنجا که نهادها، برساخته‌هایی اجتماعی هستند (Lundvall, et al., 2011:75)، «نیازها»، «اهداف»، «انگیزه‌ها»، «توانمندی‌های رخدادهای کلیدی در تاریخ جامعه»، «ساختار اقتصادی و صنعتی»، «فرهنگ جامعه»، «دیدگاه‌ها و ارزش‌های شکل گرفته در جامعه در طول تاریخ»، «ساختار سیاسی» و «چگونگی ایفای نقش دولت در حل مسائل و پیشرفت جامعه»، همگی از جمله عواملی هستند که در قالب مفهوم «نهاد» بر توسعه نهادی تأثیر گذارند (Scott, 2013:115). تغییر در نهادها و انعطاف‌پذیری و پویایی آنها، در ماهیت مفهومی نهادها نهفته است ولی نکته حائز اهمیت در این مفهوم، تفاوت در دوره‌های زمانی تغییر در نهادهای رسمی و غیررسمی است (North, 1994:115). به عبارت دیگر، تغییر سریع و

کوتاه مدت تنها در نهادهای رسمی امکان‌پذیر است، در حالی که تغییر در نهادهای غیررسمی در طولانی مدت امکان‌پذیر و بسیار تدریجی است. از این رو استفاده از نهادهای رسمی مانند قوانین و مقررات و سازمان‌های رسمی (به این دلیل که همزمان به تغییر در سازوکارهای اجرایی، قواعد غیررسمی و مدل‌های ذهنی کنشگران منتهی نمی‌شوند) می‌تواند منجر به واگرایی شدید در نتایج گردد. این تغییر نهادی حاصل تعامل میان سازمان‌ها و نهادهاست و دلیل تغییرات این است که افراد بی‌می‌برند با این تغییر در نحوه تعامل بهتر می‌توانند عمل کنند. از منظر نورث^۲، عامل تغییر در بلندمدت یادگیری است و یادگیری نیز حاصل تلاش سازمان‌ها برای بقاست. با یادگیری تغییر در ساختار ذهنی کنشگران به وجود آمده و فرآیند به صورت تدریجی صورت می‌گیرد (Chavance, 2008:52). در واقع در این رویکرد، یادگیری به عنوان یکی از عوامل درونزا در تغییرات نهادی بروز می‌یابد.

۳،۳. مشروعیت نهادی^۳

تئوری مشروعیت بر مبنای تئوری اقتصاد سیاسی بنا نهاده شده است. مشروعیت نهادی ارزیابی سازمان به وسیله یک سیستم اجتماعی را نشان می‌دهد (Deephhouse and Carter:2005:210). که ناشی از بررسی ذی‌نفعان سازمان از میزان مطابقت سازمان با استانداردها و مدل‌های خاص است. در این تئوری نهادها تا زمانی می‌توانند به حیات خود ادامه دهند که جامعه آنها را مشروع بداند و به آنها مشروعیت ببخشد. به عبارتی دیگر، قرارداد اجتماعی ما بین نهادها و تک‌تک اعضای جامعه وجود دارد. جامعه به عنوان مجموعه‌ای از افراد به نهادها رسمیت و اختیار استفاده از منابع طبیعی و نیروی کار را ارائه می‌کند. نهادها از این منابع استفاده می‌کنند و ضمن ارائه کالا و خدمات به جامعه، بر روی محیط، اثرات مثبت و منفی می‌گذارند. مشروعیت منبعی است که حیات نهادها به آن وابسته است، اما می‌تواند بر این منبع اثر گذاشته و یا آن را دستکاری نماید. مشروعیت به طور موضوعی به وجود می‌آید اما در عین حال به عنوان هدف می‌تواند به دست بیاید (Suchman, 1995, 547). مشروعیت معمولاً به عنوان یک شاخص از یک ماشین گسترده و توسعه یافته است که نیروی هنجاری، عرفی را که نیروهای سازمان را محدود، ایجاد یا توانمند می‌سازد، هدایت می‌کند (Suchman, 1995:548). به نحوی که به دنبال ارتقای کارایی، برخی علایق ذی‌نفعان مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ بنابراین مشروعیت کاهش می‌یابد و در فرایندهای انتشار کارایی، مشروعیت را به عنوان نتیجه ارتباطات ذی‌نفعان تفسیر می‌گردد.

در ادبیات مدیریت، دو رویکرد اصلی برای مشروعیت وجود دارد: رویکرد استراتژیک و رویکرد نهادی (Elsbach, 1994:114)، رویکرد استراتژیک مشروعیت را یک منبع عملیاتی می‌بیند که سازمان از محیط اجتماعی خود آن را به دست آورده و از آن برای به دست آوردن سایر منابع استفاده می‌کند. اما در حالت دیگر، رویکرد

2 North

3 Institutional legitimacy

1 Institutional change

سازمانی یک دیدگاه انفعالی به سازمان دارد و مشروعیت را به عنوان متغیر وابسته به محیط اجتماعی قلمداد می‌کند که تصمیمات مدیریتی به طور وسیع تحت تأثیر مجموعه‌ای از باورهای پذیرفته شده، ساخته می‌شود. در این راستا ابعاد مشروعیت نهادی نیز به شرح زیر هستند: مشروعیت هنجار، مشروعیت قانون، مشروعیت شناختی و عرفی.

از سوی دیگر، نهادها برای حفظ مشروعیت خود، دلایل وجودی خود را موجه جلوه می‌دهند؛ این امر فقط از خصلت مشروعیت‌طلبی نهادی سرچشمه می‌گیرد و نه ماهیت عقلایی آن (Nelson, 2002: 266). تغییرات نهادی به نحوی تناقض‌آمیز با ماندگاری نهادی آن ارتباط دارد؛ هر نهاد غیررسمی، عادات پایدار و علاقیمی را به وجود می‌آورد که از آن حمایت می‌کنند (Nelson, 2008: 2).

۳.۴. پاسخگویی اجتماعی نهادی

نهاد، مجموعه به هم پیوسته‌ای از قواعد تنظیمی^۲، هنجاری^۳، شناخت^۴ و ساختاری^۵ است که حاصل فعالیت کنشگران موجود در یک عرصه است (Scott, 2013: 65)؛ به گونه‌ای که قاعده بازی حاکم بر مدیریت شهر را تعیین و در نهایت خط سیر مشخصی برای تقویت برخی فعالیت‌ها و محدودیت برخی دیگر ایجاد می‌کند (Niosi, 2011: 1801). از این رو، پاسخگویی اجتماعی، مفهومی نوین در حوزه مدیریت سازمانی است که جایگزین مفهوم مسئولیت‌پذیری شده است. در این مفهوم، سازمان‌های پیشرو توجه به ارائه خدمات نوین اجتماعی، پاسخگویی و توجه به حقوق افراد جامعه را به عنوان یکی از اصلی‌ترین اهداف خود قرار می‌دهند (KoK et al, 2001: 288). در این مفهوم، لازم است رویکردها فراتر از جزءنگری در اهداف سازمانی و با نگاه به محیط اجتماعی باشد، به طوری که خیر جمعی را به همراه داشته باشد و با نگاه به مفهوم پاسخگویی به عنوان یکی از ابعاد تحقق حکمروایی، بتوان آن را ابزاری برای دادن توضیح متعهدانه از تصمیمات یک نهاد به فرد یا سایر نهادها به شمار آورد (Sheikh & Beise, 2011: 30).

۳.۵. سرمایه اجتماعی نهادی^۶

سرمایه اجتماعی مبنایی است برای توصیف ارتباطات میان افراد و سازمان‌ها (Adler, 2002: 18). از نظر فوکویاما^۷، سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارها و یا ارزش‌های غیررسمی و مثبت است که اعضای یک اجتماع در آن سهیم هستند. در حقیقت، سرمایه اجتماعی را به عنوان یک منبع با ارزش از ظرفیت‌های سازمانی و یادگیری، با طیف گسترده‌ای از نتایج مثبت، از جمله

- 1 Social Responsiveness
- 2 Regulative
- 3 Normative
- 4 Cognitive
- 5 Structural
- 6 Institutional social capital
- 7 Fukuyama

اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل، گروه‌های اجتماعی، احساس هویت جمعی، گروهی، احساس وجود تصویری مشترک از آینده و کارگروهی در یک سیستم اجتماعی و انسجام اجتماعی می‌داند (Barr & Cherry, 2006: 207). پاتنام^۸ سرمایه اجتماعی را در آثار متعدد خود با سه مؤلفه، به عنوان ویژگی سازمان اجتماعی تعریف می‌نماید؛ شبکه‌ها، هنجارهای همیاری و اعتماد. (Putnam, 2009: 6).

سرمایه اجتماعی در پس مدیریتی خود به دو بخش سرمایه اجتماعی درون نهادی و میان نهادی تقسیم می‌شود. منظور از سرمایه اجتماعی درون نهادی به چگونگی ارتباط بین افراد و واحدها و بخش‌های مختلف در درون نهادی است که شبکه‌ای از تعاملات اجتماعی را در راستای ارتقای سطح عملکرد سازمان ایجاد می‌کند. در سرمایه اجتماعی میان نهادی بررسی نوع و نحوه ارتباط بین نهادهای مختلف مدیریتی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی در قالب بخش‌های دولتی، عمومی، خصوصی و مردمی مورد نظر است. از جمله ابعاد آن می‌توان به میزان تعاملات رسمی و غیررسمی، میزان اعتماد بین نهادی، میزان مشارکت بین نهادها، نوع و نحوه مشارکت بین نهادی، میزان تسهیل‌گری نهادی، مسئولیت اجتماعی بین نهادها، میزان تشریک مساعی بین نهادی و میزان آگاهی نهادی اشاره کرد.

نکته حائز اهمیت، تبیین رویکرد نهادی به فرآیندهای بازآفرینی شهری، و به ویژه در حوزه نهادهای درگیر در فرآیند مدیریت بازآفرینی است. این مفهوم بدین معناست که در بعد نهادی بخش‌های مختلف، سرمایه نهادی گوناگونی وجود دارند که به عنوان منابع اجتماعی، با ارتقای سرمایه فکری و اجتماعی و یا افزایش سرمایه‌های اجتماعی-نهادی و با حمایت و گسترش شبکه‌های محلی و ایجاد شبکه‌های وسیع تر اعتماد و همکاری در این فرآیند را به دست می‌آورند. سرمایه نهادی از یک سو، عملکرد (وظایف) راکه مؤسسات شایستگی یا توانایی انجام آن را دارند، شامل می‌شود و از سوی دیگر، منابع (انسانی، فنی و مالی) و ساختار سازمان را در بر می‌گیرد. ساختار شامل روابط، قوانین، ارزش‌ها، رفتار و غیره است. به عبارت دیگر ساختار یک نهاد در یک سیستم شامل روابط کار، سلسله‌مراتب، انجام دستورات داده شده، تقسیم کار و مسئولیت‌ها، کانال‌های ارتباطی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات است (bhagavan and virgin, 2004: 3).

ارزش مفهوم سرمایه نهادی در این است که در صورت توجه به آن، بصیرت لازم درخصوص تدوین راهبردها، سیاست‌ها و الگوهای بازآفرینی شهری در بافت‌های فرسوده را شکل بخشیده و ضمن جهت دادن به تغییرات اساسی در ابعاد نهادی، بسترهای شناخت لازم را برای درگیر کردن هر چه بیشتر کنشگران اصلی در روند بازآفرینی شهری پایدار را فراهم می‌کند. به عبارتی توسعه سرمایه‌های نهادی، فرآیندی یکپارچه است که فضای متجانس برای استفاده از سرمایه انسانی فراهم می‌کند (Masum, 2011: 6). بنابراین برای تحقق مدیریت بازآفرینی شهری پایدار لازم است مشارکت مؤثر همه کنشگران بر پایه فرآیندی پایین به بالا، مبتنی بر

مشارکت و آگاهی و اعتماد همراه با تعادل در مناسبات قدرت میان کنشگران و با نقش تعامل و تسهیل‌گری به دست آید.

۴. روش تحقیق

رویکرد حاکم بر این پژوهش توصیفی-تحلیلی است. اطلاعات مورد نیاز بر پایه رجوع به اسناد معتبر علمی، برداشت‌های میدانی و پرسشنامه از کارشناسان و مصاحبه با مدیران نهادهای عضو ستاد بازاریابی بافت‌های فرسوده شهری به عنوان کنشگران مدیریت بازاریابی شهری کلانشهر اهواز جمع‌آوری شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از تکنیک‌های آماری همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره در غالب نرم‌افزار SPSS و همچنین از نرم‌افزار تحلیل شبکه‌های اجتماعی UCI NET برای تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام گرفته، استفاده شده است. در پژوهش حاضر انجام مطالعات و بررسی‌ها به صورت منظم و در قالب یک رهیافت هدف‌محور صورت گرفته و شناخت تحلیلی محیط به لحاظ اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و زیست‌محیطی صورت پذیرفته است. پایایی به دست آمده با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه ۰٫۸۴ بوده که نشان از پایایی مناسب تحقیق است.

اما قاعده کلی در رهیافت تحلیل شبکه‌ای این است که ابتدا باید ویژگی‌ها و روابط درون و میان واحدها مورد بررسی قرار بگیرد و نه ویژگی‌های خود واحدها (Raab & Kenis, 2007:3). در واقع این یک رهیافت رابطه‌ای است و در آن واحدها عبارتند از افراد، نهادها، سازمان‌ها و روابط نیز شامل تبادل اطلاعات، پول و کالا می‌شود (Krott & Hasanagas, 2006: 557). مبانی نظری این تکنیک، نظریه‌گراف‌ها، جبر ماتریس‌ها و نظریه شبکه‌ای است (Brandes & Erlebach, 2005:16).

برای تحلیل شبکه‌های اجتماعی نیاز به جمع‌آوری داده‌های رابطه‌ای است. داده‌های رابطه‌ای از طریق سؤال از کنشگران شبکه در مورد رابطه آنها با سایر کنشگران به دست می‌آید. برای این منظور هم می‌توان از داده‌های ثانویه استفاده کرد و هم از طریق مصاحبه و سؤال مستقیم از کنشگران. برای تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام گرفته، داده‌ها در غالب یک ماتریس ۱۶ در ۱۶ وارد نرم‌افزار تحلیل شبکه‌های اجتماعی UCI NET شده و مرکزیت خروجی^۱ و میانی^۲ آن محاسبه گردیده است.

۱ مرکزیت درجه تعداد مجاورهای یک نقطه است که از مجموع هر سطر در ماتریس مجاورت شبکه به دست می‌آید (Borgatti, 2005: 59) و هرچه میزان درجه یک نقطه بیشتر باشد، دسترس آن به منابع بیشتر بوده و مرکزی‌تر محسوب می‌شود. که در آن $d_{ij}d_{ij}$ فاصله کوتاه‌ترین مسیر به i به گروه j است و در صورتی قابل محاسبه است که کل شبکه همبند باشد.

رابطه ۱ $C_c(n_i) = (\sum_{i-j} d_{ij})^{-1}$

۲ این نوع مرکزیت براساس موقعیت کنشگران در شبکه و قرار گرفتن در کوتاه‌ترین مسیر میان جفت کنشگر دیگر محاسبه می‌شود؛ در واقع مرکزیت میانی تعداد دفعاتی است که نقطه i برای ارتباط با نقطه j از کوتاه‌ترین مسیر، نیاز به عبور از نقطه k به عنوان واسط دارد. اگر g_{ij}

برای ترسیم شبکه‌ها نیز از نرم‌افزار Net Draw استفاده شده است. در این راستا از روش کدگذاری باز استفاده شده است. این روش فرآیندی است تحلیلی که در آن از طریق بررسی داده‌ها، مفاهیم و عبارات مفهومی شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد مفاهیم کشف می‌شود (Strauss & Corbin, 1998:101).

۵. یافته‌های پژوهش

۵.۱. سنجش و شناخت میزان تشریک مساعی نهادی

نتایج حاصل از سنجش و شناخت میزان تشریک مساعی نهادی دو بخش عمومی و دولتی مدیریت شهری شهر اهواز حاکی از این است که تشریک مساعی میان کنشگران مدیریت شهری در مواجهه با بافت‌های فرسوده ظرفیت مناسبی نداشته است. اما بین شاخص‌های تشریک مساعی نهادی رابطه معناداری وجود داشته و شاخص‌های مورد نظر در ارتباط با هم عمل کرده‌اند. نتایج تحلیل همبستگی مبین این نکته است که بین مدیریت بازاریابی شهری پایدار و شاخص‌های سرمایه اجتماعی، همبستگی قوی و معناداری وجود دارد. بدین معنا که با افزایش یک مقدار در شاخص‌های سرمایه اجتماعی بین نهادی، میزان موفقیت برنامه‌های مدیریت شهری در راستای بازاریابی شهری پایدار بافت‌های فرسوده افزایش می‌یابد و هر تغییر مثبتی در این شاخص‌ها، نقطه قوتی برای برنامه‌ریزی شهری است. بنابراین با بهبود وضعیت شاخص‌های سرمایه اجتماعی بین نهادی، تنش‌ها و نزاع‌های همسایگی کاهش، روابط دوستانه‌تر و میزان اعتماد، آگاهی و امنیت و تعامل نیز افزایش می‌یابد که به نوبه خود تأثیرات مثبتی در موفقیت مدیریت شهری در امر بازاریابی پایدار بافت‌های فرسوده شهر اهواز خواهد داشت (جدول شماره ۱).

در ادامه تحقیق برای این که کدام یک از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی بین‌نهادی بیشترین تأثیر را در برنامه‌ریزی محلات فرسوده دارد، از آزمون رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. در این راستا هر یک از شاخص‌ها به عنوان متغیر مستقل و کل ارزش تمامی شاخص‌ها به عنوان متغیر وابسته در مدل جانمایی شد. مطابق با نتایج جدول شماره ۲ متغیر تعامل و تسهیل‌گری بین‌نهادی با میزان بتای ۰/۳۸۴ و متغیر آگاهی بین‌نهادی با میزان بتای ۰/۳۱۱ به ترتیب بیشترین تأثیر را در بازاریابی محله جولان داراست؛ این در حالی است که متغیرهای مشارکت، اعتماد و انسجام بین‌نهادی در مراتب بعدی تأثیرگذاری قرار گرفته‌اند. بنابراین با برنامه‌ریزی در راستای ارتقای این مؤلفه‌ها می‌توان بازاریابی را در بافت‌های فرسوده شهر اهواز تسریع و پایدار ساخت. از طرفی طبق نتایج جدول زیر، به صراحت می‌توانیم بگوییم که متغیر تعامل و تسهیل‌گری بین‌نهادی بر ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر ویژه‌ای دارد (جدول شماره ۲).

g_{ij} تعداد راه‌های ارتباطی i به j باشد، آنگاه $g_{ij}g_{ij}$ تعداد ارتباطاتی

است که از نقطه k می‌گذرد.

رابطه ۲ $\sum_i \sum_j \frac{g(k)}{g_{ij}}, i \neq j \neq k \sum_i \sum_j \frac{g(k)}{g_{ij}}, i \neq j \neq k$

در واقع مرکزیت بینابینی، اندازه‌گیری احتمال قرار گرفتن یک کنشگر بر سر راه ارتباط کنشگران دیگر است (Borgatti, ۲۰۰۵:۶۰).

جدول شماره ۱: ضرایب همبستگی بین مدیریت بازآفرینی پایدار بافت‌های فرسوده و سرمایه اجتماعی بین نهادی

متغیر	مدیریت بازآفرینی شهری پایدار	انسجام بین نهادی	آگاهی بین نهادی	مشارکت بین نهادی	تعامل و تسهیل‌گری بین نهادی	اعتماد بین نهادی
مدیریت بازآفرینی شهری پایدار	۱	-	-	-	-	-
انسجام بین نهادی	R = .263 Sig = .000	۱	-	-	-	-
آگاهی بین نهادی	R = .321 Sig = .000	R = .278 Sig = .000	۱	-	-	-
مشارکت بین نهادی	R = .236 Sig = .000	R = .331 Sig = .000	R = .363 Sig = .000	۱	-	-
تعامل و تسهیل‌گری بین نهادی	R = .387 Sig = .001	R = .394 Sig = .000	R = .221 Sig = .000	R = .413 Sig = .000	۱	-
اعتماد بین نهادی	R = .279 Sig = .000	R = .415 Sig = .000	R = .194 Sig = .005	R = .372 Sig = .000	R = .320 Sig = .000	۱

جدول شماره ۲: ضرایب تأثیر رگرسیونی ابعاد سرمایه اجتماعی بین نهادی در بازآفرینی پایدار بافت فرسوده

شاخص‌ها سرمایه اجتماعی بین نهادی	F	Coefficients		Sig.
		Unstandardized B	Standardized Beta	
		۱,۳۳۶		.000
تعامل و تسهیل‌گری بین نهادی	۲۱,۶۳	۰,۲۶۳	۰,۳۸۴	.000
مشارکت بین نهادی	۱۲,۳۹	۰,۲۶۱	۰,۲۲۳	.000
آگاهی بین نهادی	۱۸,۵۳	۰,۳۱۱	۰,۳۱۱	.000
انسجام بین نهادی	۵,۶۱	۰,۱۹۸	۰,۱۷۳	.000
اعتماد بین نهادی	۱۶,۸۵	۰,۲۰۹	۰,۱۹۵	.000

۵.۲. تحلیل مناسبات میان کنشگران و قدرت اثرگذاری آنها در فرآیند مدیریت بازآفرینی شهری پایدار

در ادامه پژوهش به بررسی ارتباط عملکردی کنشگران بازآفرینی شهری پایدار باهمدیگر می‌پردازیم. طبق بررسی‌های صورت گرفته حاصل از منابع و تحقیق میدانی، ارتباط کارکردی نهادها و کنشگران مدیریت بازآفرینی شهری بافت‌های فرسوده در درجه نخست بیشتر با نهادهای عمومی (شهرداری و شورای شهر) و در درجه دوم با نهادهای سیاست‌گذاری و توانمندسازی (استانداری و راه و شهرسازی) است. در انجام مصاحبه‌ها باکنشگران مدیریت بازآفرینی شهری تلاش شد تا رابطه قدرت میان آنها از دیدگاه خود این گروه‌ها و سایر گروه‌ها مورد ارزیابی قرارگیرد. در این راستا یکی از سئوالات کلیدی مطرح شده در مصاحبه‌های انجام گرفته عبارت بوده از این که ارتباط کاری شما درجهت بازآفرینی پایدار بافت‌های فرسوده کلانشهر اهواز به ترتیب اولویت بیشتر با کدام نهادهای مدیریت شهری بوده است. نتایج حاصل از نهادها و کنشگران گویای این بود که عمدتاً نهادهای عضو ستاد بازآفرینی

در چارچوب مدیریت شهری برای مداخله در بافت فرسوده با سه سازمان استانداری و فرمانداری، راه، مسکن و شهرسازی و شهرداری و شورای شهر در اولویت بوده و سپس سازمان‌های زیرساختی دارای ارتباط عملکردی بودند. در جدول شماره ۳ کنشگران دخیل در مدیریت بازآفرینی شهری بافت‌های فرسوده بیان شده است. گفتنی است که یکی از اصلی‌ترین اقدامات در تحلیل فرآیند مدیریت بازآفرینی شهری در شهر اهواز، شناسایی کنشگران این حوزه است. به این منظور با توجه به روش شناسی کیفی پژوهش، با بررسی اسناد موجود و بررسی تفصیلی و عمیق، مصاحبه با متخصصان این حوزه، مدیران و کارشناسان تخصصی در بخش‌های تخصصی و مرتبط در دولت و مدیریت شهری اعم از شرکت مادر تخصصی عمران و بهسازی شهری، سازمان نوسازی شهری، شهرداری‌های مناطق دارای بافت‌های فرسوده و ناکارآمد، شوراهای محلی ساکنان و معتمدین محله و فعالان محله و همچنین جلسات گروه بحث‌های کانونی نیز برگزار گردیده است.

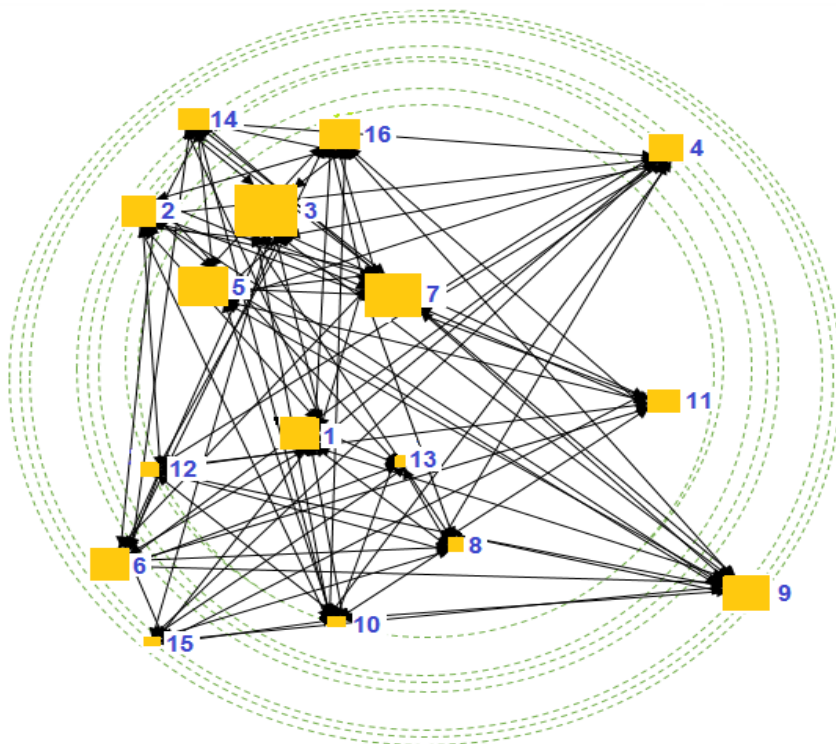
جدول شماره ۳: کنشگران مدیریت بازآفرینی شهری پایدار

کد	کنشگر	کد	کنشگر	کد	کنشگر
۱	سازمان بهسازی نوسازی شهری	۷	بهبیستی و کمیته امداد	۱۲	استانداری و فرمانداری
۲	دادگستری و نیروی انتظامی	۸	ادارات آب، برق، گاز	۱۳	مسکن، راه و شهرسازی
۳	بانک‌های عامل	۹	محیط زیست	۱۴	شهرداری و شورای شهر
۴	آموزش و پرورش	۱۰	کار و تعاون	۱۵	ثبت اسناد
۵	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	۱۱	پیمانکاران، مشاوران، صاحبان صنایع و مشاغل کوچک	۱۶	شهرداری منطقه
۶					بنیاد مسکن

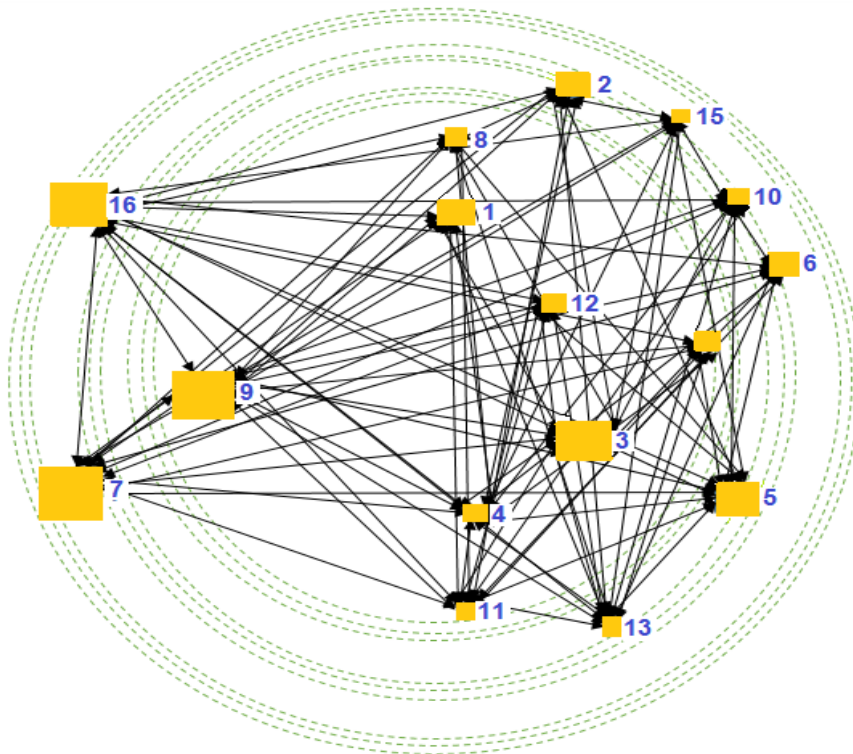
در ادامه با استفاده از داده‌های کدگذاری شده بر مبنای مصاحبه‌ها و با استفاده از نرم‌افزار UCINET قدرت اثرگذاری کنشگران مورد محاسبه قرار گرفته است. در این راستا، از شاخص درجه مرکزیت خروجی^۱ برای رتبه‌بندی قدرت اثرگذاری کنشگران مدیریت بازاریابی شهری بافت‌های فرسوده شهراوه‌ز استفاده شده است. در این نمودار گره‌هایی که در مرکز قرار گرفته‌اند، فعال‌تر هستند و در نتیجه قدرت نفوذ و اثرگذاری بیشتری بر سایر کنشگران دارند. مطابق با تصویر شماره ۱ درجه مرکزیت خروجی طبق تعریف ارائه شده در نرم‌افزار UCINET به معنای قدرت اثرگذاری هر کنشگر بر سایر کنشگران است. در ترسیم این گراف علاوه بر قدرت اثرگذاری، فاصله میان کنشگران و ارتباط آنها نیز در نظر گرفته می‌شود. در این گراف سه دسته اصلی قابل تشخیص است، دسته نخست شامل مجموعه‌ای از کنشگران در سطح شهراست که در مرکز آنها شهرداری و شورای شهر (کد ۳) قرار دارد، در کنار آنها سایر کنشگران محلی با قدرت اثرگذاری پایین‌تر مانند شهرداری منطقه (کد ۶) و سازمان بهسازی نوسازی شهری (کد ۷)، بنیاد مسکن (کد ۵)، مسکن و راه و شهرسازی (کد ۲)، استانداری و فرمانداری (کد ۱)، پیمانکاران، مشاوران، صاحبان صنایع و مشاغل کوچک (کد ۱۶) قرار دارند که قدرت اثرگذاری پایینی در مقایسه با کنشگر مرکزی شهرداری و شورای شهر دارند. در دسته بعدی کنشگران ادارات آب، برق، گاز (کد ۱۳)، دادگستری و نیروی انتظامی (کد ۸)، آموزش و پرورش (کد ۱۰)، بهزیستی و

کمیته امداد (کد ۱۲)، سازمان حفاظت محیط زیست (کد ۱۴) و کار و تعاون (کد ۱۵)، قرار دارند که دارای ارتباطات رسمی قدرتمندی با یکدیگرند. از این دو دسته مهمتر دسته سوم هستند که شامل ثبت اسناد (کد ۴)، بانک‌های عامل (کد ۹) و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (کد ۱۱) که دارای قدرت اثرگذاری متفاوتی هستند اما نکته حائز اهمیت در مورد آنها دور بودن از دو کانون دیگر است. بانک‌های عامل با وجود این که دارای قدرت اثرگذاری بالایی هستند ولی ارتباط زیادی با سایر کنشگران به صورت مستقیم ندارند.

شاخص دیگری که مورد بررسی قرار گرفته، شاخص مرکزیت میانی^۲ که بیانگر این است که کدام کنشگر دارای بیشترین مرکزیت در میان سایر کنشگران است. به عبارتی مشخص می‌کند کدام یک از کنشگران بیشترین میزان قدرت در اعمال برنامه‌های بازاریابی شهری پایدار را داراست. تصویر شماره ۲، روابط میان کنشگران را بر اساس شاخص مرکزیت میانی نشان می‌دهد. طبق این شاخص، کنشگران به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند. دسته نخست با کدهای ۱۶، ۱۴، ۱۲، ۱۰، ۸، ۶، ۲، کنشگرانی هستند، غیرتصمیم‌گیر که بیشتر از طریق دسته دوم وارد فرآیند بازاریابی می‌شوند. دسته دوم با کدهای ۱۳، ۱۱، ۵، ۴، شامل شهرداری و شورای شهر، ثبت اسناد، شهرداری منطقه، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و ادارات آب، برق و گاز هستند که همگی دارای روابط و مناسبات قوی و تأثیرگذارند. کنشگرهایی با کدهای ۹، ۱۶، ۷، شامل سازمان



تصویر شماره ۱: شبکه قدرت اثرگذاری بر اساس شاخص درجه مرکزیت خروجی و مقدار شاخص برای هر کنشگر در فرآیند مدیریت بازاریابی شهری پایدار شهراوه‌ز



تصویر شماره ۲: شبکه قدرت کنشگران بازآفرینی شهری سطح شهراهو از براساس شاخص مرکزیت میانی

بهسازی و نوسازی شهری، بانک‌های عامل، پیمانکاران و مشاوران و صاحبان مشاغل و صنایع کوچک هستند که با یکدیگر قطب سوم را تشکیل داده‌اند. به عبارتی دسته سوم کنشگرانی هستند (بانک‌های عامل، پیمانکاران و مشاوران و صاحبان صنایع کوچک و سازمان بهسازی و نوسازی) که بیشترین تأثیر را در فرآیند تحقق بازآفرینی شهری پایدار بافت‌های فرسوده دارند و مطابق با نتایج حاصل از شاخص مرکزیت میانی بیشترین توان اثرگذاری را در شبکه قدرت میان کنشگران مدیریت بازآفرینی شهری دارا هستند.

۶. نتیجه‌گیری

با توجه به الزامات تحقق مدیریت یکپارچه بازآفرینی شهری پایدار و همچنین ترکیب آنها با وضعیت کنونی مناسبات نهادی مدیریت بازآفرینی شهری در سطح شهر اهواز می‌توان نقش‌هایی را برای تحقق این فرآیند تعریف کرد. در این راستا و با توجه به نقش هر کنشگر، باید ارتقای ظرفیت‌های نهادی متناسب با ضرورت‌ها و الزامات تحقق بازآفرینی شهری پایدار به عنوان پیش فرض مد نظر قرار گرفته شود. ضمن این که با رویکرد نونهادگرایی، تلاش اصلی بر استفاده از ظرفیت‌های تعاملی و تشریک مساعی مبتنی بر ارتباط و همکاری میان کنشگران، در مقابل ایجاد ساختارهای جدید باشد. بر این اساس، ارتباط میان نقش‌های مختلف این فرآیند براساس قدرت اثرگذاری بر دیگر کنشگران این فرآیند با استفاده از داده‌های به دست آمده کارشناسی، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است. طبق نتایج حاصله، تسهیل‌گری نهادی و آگاهی نهادی دارای

قدرت اثرگذاری و رهبری اجتماعی بالایی هستند. میزان اثرگذاری آنها به دلیل ماهیت بینابینی خود در مقابل سایر شاخص‌های سرمایه اجتماعی نهادی هستند. پس از آنها شاخص‌های مشارکت، اعتماد و انسجام نهادی دارای تأثیرات مثبت در روند مناسبات میان نهادی بازآفرینی شهری پایدار بافت‌های فرسوده کلانشهر اهواز هستند. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که به منظور تحقق رهیافت مدیریت یکپارچه در بازآفرینی شهری در سطح شهر اهواز ضروری است هر کدام از این کنشگران مدیریت بازآفرینی شهری در رهیافتی مشارکتی، وضعیتی متناسب با منابع قدرت و علایق و منافعی که دارند، ایفای نقش نمایند.

روابط میان این کنشگران و نقش آنها براساس منابع قدرت در اختیار و همچنین میزان قدرت اثرگذاری بر سایر کنشگران به همراه محاسبات و رتبه‌بندی امتیازی مرتبط با آن مورد ارزیابی قرار گرفت. دو کنشگر اصلی این فرآیند عبارتند از شهرداری و شورای شهر که در کنار آنها سایر کنشگران با قدرت اثرگذاری پایینی قرار دارند. این کنشگران با در اختیار داشتن بالاترین میزان قدرت اثرگذاری بر سایر کنشگران و با توجه به سرمایه اجتماعی تولید شده به وسیله آنها، یعنی تسهیل‌گری نهادی، آگاهی نهادی، مشارکت نهادی، اعتماد نهادی و انسجام نهادی، بیشترین تأثیر را در فرآیند بازآفرینی شهری پایدار بافت‌های فرسوده دارا هستند. در دسته بعدی کنشگران ادارات آب، برق، گاز، دادگستری و نیروی انتظامی، آموزش و پرورش، بهزیستی و کمیته امداد، سازمان حفاظت محیط زیست و کار و تعاون قرار دارند که دارای ارتباطات رسمی قدرتمندی با یکدیگرند. در این فرآیند دسته سوم و وجود دارد که شامل ثبت اسناد، بانک‌های عامل و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری که

دارای قدرت اثرگذاری متفاوتی هستند اما نکته حائز اهمیت در مورد آنها دور بودن از دوکانون دیگر است. بانک‌های عامل با وجود این که دارای قدرت اثرگذاری بالایی هستند ولی ارتباط زیادی با سایر کنشگران به صورت مستقیم ندارند. البته با توجه به نتایج حاصل از تحلیل مرکزیت میانی نیز مشخص گردید که بانک‌های عامل، پیمانکاران و مشاوران و صاحبان صنایع کوچک و سازمان بهسازی و نوسازی، بیشترین توان اثرگذاری را در شبکه قدرت میان کنشگران مدیریت بازاریابی شهری را دارا هستند.

نکته حائز اهمیت در رابطه با دو کنشگر اصلی در فرآیند بازاریابی شهری کلانشهر اهواز (شهرداری و شورای شهر) عبارتند از استفاده از ظرفیت این دو کنشگر با توجه به دو نقش رهبری اجتماعی و همچنین تسهیل‌گری محلی با توجه به قدرت اثرگذاری بالای آنهاست. سازمان نوسازی و بهسازی شهر اهواز در رده بعدی اثرگذاری قرار گرفته است. مقایسه این وضعیت یا وضعیت کنونی شهر اهواز نشان می‌دهد که با توجه به این که در حال حاضر سازمان نوسازی شهر اهواز به عنوان تنها سازمان متولی در مدیریت بازاریابی شهری بافت‌های فرسوده، ایفای نقش می‌کند، ضروری است وظایف سیاست‌گذاری راهبردی، مدیریت اجرایی، توسعه‌گری و همچنین پایش و نظارت بر اقدامات بازاریابی شهری را بر عهده گیرد. در این راستا ضروری است برنامه بلندمدتی براساس مشارکت همه کنشگران و به صورت پایین به بالا به صورت توسعه‌ای تدوین شود که در آن مطالبات و منافع همه کنشگران در نظر گرفته شود. همه کنشگران به یک میزان توانمند شده، دارای روابط قدرتمند و متعادل بوده و براساس اعتماد میان کنشگران به منظور تدوین طرح و برنامه نهادی و اجرای آن موجبات تسهیل‌گری نهادی را ساختار دهد. بدون حضور همه کنشگران، برنامه‌ها هرچند کامل و همه جانبه نگر قابلیت تحقق نیافته و مورد وفاق جمعی نیستند. مشارکت ساکنان، پشتیبانی و به عبارتی دیگر تسهیل‌گری نهادی حاکمیتی در این فرآیند نقش مهمی را ایفا می‌کنند و کیفیت این برنامه بلندمدت وابسته به میزان ظرفیت نهادی مشارکتی کنشگران به ویژه ساکنان و بخش عمومی است. متخصصان و سازمان‌های مردم نهاد و داوطلبانه نیز می‌توانند دانش تخصصی و مهارت‌های ارتباطی و مشارکتی مورد نیاز را فراهم آورند. در حال حاضر این تعاملات نه بر مبنای ارتباط متقابل و اهداف مشترک، بلکه بر مبنای منافع سازمانی است؛ بنابراین کنشگران تمایل و ضرورتی به همکاری با یکدیگر ندارند. بسترسازی نهادی مبتنی بر شبکه‌سازی میان کنشگران، ایجاد کمیته‌های همکاری مشترک با اهداف روشن میان گروه‌های مختلف کنشگران و پشتیبانی از تصمیمات حاصل از این کمیته‌ها به ویژه با حضور اجتماعات محلی، مشارکت فعال کنشگران را سبب شده و منجر به اعتمادسازی و تحقق همکاری بیشتر می‌شود.

نکته دیگر این است که تنظیم روابط متقابل میان کنشگران و همکاری میان آنها مبتنی بر برنامه بلندمدت و در نظر گرفتن منافع عمومی است. بدون وجود چنین برنامه بلندمدت توسعه و طرح و برنامه نهادی مبتنی بر آن، بسیار محتمل است که این فرآیند به سوی پاسخگویی به خواسته‌ها و منافع کنشگران قدرتمند جهت

گیری ننماید. همانگونه که در حال حاضر بسیاری از سیاست گذاری‌ها در شهر اهواز مبتنی بر منافع بخش خصوصی و جلب سرمایه‌گذار برای ساخت وسازهای محلی است، در حالی که منافع اقتصادی آن نیز به جای تبدیل شدن به منفعت اجتماع محلی (اقتصاد اجتماعی) (در اختیار این بخش) بخش خصوصی و سرمایه گذار) قرار می‌گیرد. بنابراین لازم است در این فرآیند همه کنشگران حضور داشته باشند و بنابر نتایج تحلیل‌های قبلی که مبتنی بر ویژگی‌های کمی و کیفی آنها در فرآیند مدیریت یکپارچه بازاریابی شهری پایدار، نقش آنها مشخص شده، براساس این نقش، فرآیند قدرتمندسازی و توانمندسازی آنها صورت گیرد تا روابط قدرت متعادل میان کنشگران در عمل تحقق یابد. بیان مجدد این نکته ضروری است که مشارکت همه جانبه کنشگران بدون اعتماد متقابل، تسهیل‌گری و آگاهی صورت نگرفته و تضمینی بر موفقیت فرآیندهای مدیریت یکپارچه نیست.

References:

- Amblard, L. & Mann, C., 2011. Ex-ante institutional compatibility assessment of policy options: methodological insights from a case study on the Nitrate Directive in Auvergne, France. *Journal of Environmental Planning and Management*, pp. 661-684.
- Amin, A., Thrift, N. (1995). Globalization, Institutional Thickness and the Local Economy. In: Patsy Healey et al. (Eds): *Managing Cities. The New Urban Context*, Chichester: 91-108.
- Andrew, C., Goldsmith, M. (1998). From Local Government to Local Governance – and Beyond? *International Political Sciences Review*, 101-117.
- Bahaghvan, m, virgin, I (2004), *Generic Aspects of Institutional Capacity Development in Developing Countries*, Stockholm Environment Institute.
- Bikar, V., Capron, H. & Cincera, M., (2004), *An Integrated Scheme for the Evaluation on Institutional set-Ups: The case of the Belgian Regional Innovation system*. Working Paper-University Liber De Brielle's.
- Booth, Ph. (2005). Partnerships and Networks: The Governance of Urban Regeneration in Britain, *Journal of Housing and the Built Environment*, 20: 257-269.
- Carely, M. (2000). Urban Partnerships, Governance and the Regeneration of Britain's Cities *International Planning Studies*, 5 (3): 273-297.
- Change, 20(6), pp. 1795-1826.
- Chavance, B., (2008), *Institutional Economics*, London, Routledge.

- Kok, P., Wiele, T., McKenna, R. and Alan Brown (2001). A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Framework, *Journal of Business Ethics*, 131 (4): 285-297.
- Lowndes, V. (2001). Taking Institutional Theory Seriously in Urban Politics, *Studies* 38 (11): 1953-1971.
- Lowndes, V. (2002). Institutionalism. In: Marsh, D., Stoker, G., *Theory and Methods in political Science*, Hound mills: 90-108.
- Lundvall, B., Joseph, K. J., Chaminade, C. & Vang, J., (2011) *Handbook of innovation systems and developing countries: building domestic capabilities in a global setting*. Edward Elgar Publishing.
- Masum, Fahria. (2011), *Strengthening Individual and Institutional Capacity and Developing Framework for Good Governance: The Need for an Integrated Approach for Proper Land Administration, Bridging the Gap between Cultures Marrakech, Morocco*, 18-22 May.
- McCarthy, J. (2007). *Partnership, Collaborative Planning, and Urban Regeneration*, Ash gate: London.
- Nelson, R., 2008. What enables rapid economic progress: What are the needed institutions? *Research policy*,
- Niosi, J., 2011. Complexity and path dependence in biotechnology innovation systems. *Industrial and Corporate*
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Pierre, J. (2005). *Comparative Urban Governance, Uncovering Complex Causalities*, *Urban Affair Review*, Vol. 40, 4: 446-462.
- Ploegmakers, Huub & Beckers, Pascal (2014), *Evaluating urban regeneration: An assessment of the effectiveness of physical regeneration initiatives on run-down industrial sites in the Netherlands*, *Urban Studies*, and vol 52, 12: pp. 2151-2169.
- Raheem, N., (2014) *Using the institutional analysis and development (IAD) framework to analyze the aceo De las Gallinas, New Mexico*. *The Social Science Journal*, 51(3), pp. 447-454.
- Richards, D. & Smith, M.J. (2002). *Governance and Public Policy in the UK*, Oxford: Oxford University Press.
- Roberts, P. 2000. The evolution, definition and
- Coaffee, J., Healey, P. (2003). 'My Voice: My Place': Tracking Transformations in Urban Governance, *Urban Studies*, 40 (10): 1979-1999.
- Davies, J.S. (2002). The Governance of Urban Regeneration: a critique of the "Governance without Government Thesis", *Journal of Public Administration*, 80 (2): 301-322.
- Deephouse, D. L. and S.M. Carter (2005), *an Examination of Differences between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation*, *Journal of Management Studies*, 42: 2, 329-360.
- Diamond, J. & Liddle, J. (2009). *Regeneration Management and globalization: Developing a synthesis* *Local Government Studies*, 35(3): 293-298.
- Diamond, J., Liddle, J., Rowe, M. and Southern, A. (2007). *Building castles in the Sky? In Building learning communities for regeneration management*, *Regions* 265: 7.
- DiGaetano, A., Storm, E. (2003). *Comparative Urban Governance, an Integrated Approach*, *Urban Affairs Review*, Vol. 38, 3: 356-395.
- Elsbach, K.D. (1994), *Managing Organizational Legitimacy in the California Cattle Industry: The Construction and Effectiveness of Verbal Accounts*, *Administrative Science Quarterly*, 39: 1, and 57-88.
- Hamilton, W.H. (1932). *Institution*. In Seligman, E.R.A. and Johnson, A. (Eds), *Encyclopedia of the Social Sciences*, 4(73), 560-595.
- Healey, P. (1996). 'Planning Through Debate: The Communicative Turn in Planning Theory'. In Campbell, S. and Feinstein, S. (ads).
- Healey, P. (1999). *Institutionalism Analysis, Communicative Planning and Shaping Places*, *Journal of Planning and Environment Research*, 19(2): 111-22.
- Healey, P. (2006). *Creativity and Urban Governance*, *Policy Studies*, Vol. 25, No. 2: 87-102.
- Hudson, R. (2004). *Conceptualizing economies and their geographies: Spaces, Flows and Circuits*, *Progress in Human Geography* 28, 4: 447-471.
- Jessop, B. (2001). *Institutional re (turns) and the strategic – relational approach*, *Environment and Planning*, 33, 7 (July): 1213-1235.
- Kearns, A. & Paddison, R. (2000). *New Challenges for Urban Governance*, *Urban Studies*, Vol. 37, No. 5-6: 845-850.

purpose of urban regeneration, in P. Roberts and H. Syke (Eds.). Urban Regeneration, a Handbook. British Urban Regeneration Association, SAGE Publications, London, 9–36.

- Scott, W. R., 2013. Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities. Sage Publications.
- Strauss, A. & Corbin, J., 1994. Grounded theory methodology. In: N. Denzin & Y. Lincoln, eds. Handbook of qualitative research. Sage Publications, pp. 273-285.
- Sheikh, S, R & Beise, R (2011), Corporate Social Responsibility or Cause-Related Marketing? The Role of Cause Specificity of CSR, Journal of Consumer Marketing, 28 (1): 27–39.
- Suchman, M. C. (1995) “Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches”, Academy of Management Journal, Vol. 20, No. 3, pp. 571 - 610.

۳۰

شماره بیست و نهم

زمستان ۱۳۹۷

فصلنامه
علمی-پژوهشی

مطالعات
پژوهشی

تحلیل مناسبات میان نهادی در مدیریت
بازآفرینی شهری پایدار بافت‌های فرسوده