



# نیاز به رویکرد خردورزانه در مواجهه با نوآوری شهری

## در فضای زیست باکیفیت، بر خور داری از کار آفرین خلاق، مدیر و سیاستگذار آگاه و شهروند مطالبه گر ضروری است

انتخاب سکونت در یک شهر، به صورت اصولی بر اساس امکانات و فرصت‌هایی است که در اختیار شهروندان خود قرار می‌دهد. ایجاد کیفیت زندگی شهری مطلوب، حق شهروندان است که از شهر محل سکونت خود و سیستم مدیریت آن مطالبه کنند. رسیدن به سطحی از کیفیت مطلوب زندگی در شهر با توجه به چالش‌های متعدد از جمله اقتصادی و محیط زیستی و رشد روزافزون جمعیت و پیرنگ شدن مسائل اجتماعی و فرهنگی، دیگر بدون مشارکت خود شهروندان امکان‌پذیر نیست.

### ■ سه‌گانه شهر و نگرانی

زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپا در شهر به سمت نوع جدیدی از مشارکت شهروندی کشیده شده است. این مشارکت از جنس فعال‌تری بود. این بار شهروند در عوض تحمل انتظار دریافت خدمات باکیفیت از مدیریت شهری، خودش آستین‌ها را بالا می‌زند و با ارائه یک ایده فناورانه، مشکل گروه‌برگی از شهروندان را حل می‌کند. در کنار انتفاع مالی از اجرای ایده، کیفیت زندگی مشتریان یا همان شهروندان را هم افزایش می‌دهد. کار آفرینی که از شهروند صرف بودن فراتر آمده، پس از توسعه کسب‌وکار و حوزه خدمات‌رسانی او، احتمال زیاد به میزماذکر سیاستگذاران و مدیران شهری برای گفت‌وگو دعوت می‌شود.

پس از شکل‌گیری ایده‌ها و کسب‌وکارهای فناورانه که به حل چالش شهری می‌پردازند و به UrbanTech - فناوری‌های شهری تعبیر می‌شوند، به نظر ممد شهروندان به سه گروه دسته‌بندی می‌شوند: گروه اول، همه شهروندان که از خدمات شهری شهرداری‌ها و کسب‌وکارهای شهری استفاده می‌کنند؛ گروه دوم، شهروندی است که کسب‌وکاری در زمینه حل یک چالش شهری راه‌اندازی کرده و آن را توسعه می‌دهد و گروه سوم، مدیران شهری.

طرح این مسأله مهم است که گروه دوم شهروندی یا کار آفرینان شهری شرایط متفاوتی با گروه اول دارند. گروه‌های داوطلب مردمی و سازمان‌های مردم‌نهاد زیادی در شهر فعالیت می‌کنند که با هم‌ت فعالان راه‌اندازی می‌شوند و از مسئولان مطالبه‌گری می‌کنند. شهرداری‌ها در صورت داشتن منابع مالی، از اقدامات این گروه در زمینه‌های مختلف حمایت و تلاش می‌کند تا برنامهریزی و بودجه‌ریزی مشارکتی موضوعی یا موضوعی را با کمک آنها پیاده‌سازی کند. این نوع مشارکت شهروندان با وجود فعال بودن، وابسته به میزان تمایل مدیران و مطالبه‌گری فعالان از قوت و ضعف‌هایی برخوردار بود و تجارب موقتی را رقم زدند اما از حیث شدت تأثیرگذاری و توان مالی آنچنان تأثیرگذار نیستند و من آنها را در گروه اول شهروندی نگه می‌دارم. تفاوت آشکار کار آفرینان شهری (گروه دوم) با فعالان شهری (گروه اول) در میزان قدرت آنهاست که به کمک فناوری و نوآوری، چیدمان زمین‌بازی تصمیم‌گیری در شهر را تغییر داده‌اند و با سرعت بیشتری می‌توانند کیفیت مطلوب همه شهروندان را در محصولات و خدمات خود ارائه نمایند.

### ■ با وجود این، آیا بر همان پاشنه ساقی می‌چرخد؟

نگاه گروه اول شهروندی به خدمات‌رسانی گروه دوم و سوم چگونه است؟ برای پاسخ به این سؤال بهتر است به چندین سال قبل، قبل تر از زمانی که تاکسی‌های اینترنتی در دسترس شهروندان باشند، برویم. چنانچه در یک روز بارانی پاییزی در محدوده میدان ونک منتظر رسیدن اتوبوس رسالت یا تاکسی کرج بوده باشید و تا چشم کار می‌کرد مسیر قفل شده خود رها را نظاره می‌کردید، از شنیدن قیمت تاکسی درستی که به مقصد دلخواه شما پیدامی شد شوکه می‌شدید و به احتمال زیاد در توییتر به شکایت از نظارت کم بر تاکسی‌های می‌پرداختید. پس از چند سال رشد و تعدد تاکسی‌های اینترنتی، مواجهه با این افزایش قیمت راحت‌تر شده است. کافی است وقتی به علت باران شدید در محل کار خود محبوس شده‌اید، اپلیکیشن‌های مربوطه را باز کنید و با یک کردن مبلغ مسیر همیشگی، از افزایش نجومی قیمت هابدون خیس شدن در صف طولانی به همراه یک اسکرین‌شات از قیمت توثیت کنید.

توجه به این نکته مهم است که با توسعه کسب‌وکارهای شهری و افزایش حجم خدمات‌رسانی آنان، چنانچه کیفیت افرادی کمیت کنند در همان مسیر نا رضایتی عموم شهروندان از مسئولان شهری قدم می‌گذارند و از هدف اولیه که حل چالشی از شهر بوده است، در بعد دیگری به آن دامن می‌زنند.

### ■ توسعه نوآوری شهری یا یادگیری در عمل

اگر شهری که آغوش خود را به روی نوآوران باز نموده و میزبان یکی از ارزشمندترین انواع مشارکت شهروندی و آن ورود کار آفرینان به عرصه حل چالش‌های شهری است، می‌شود می‌توان امیدوار بود که از عهده حل چالش‌های پیچیده در مدت زمان کم‌تر و با بودجه معقول‌تری برآید تا کیفیت زندگی همه شهروندان خود را بهبود بخشد. زمان و بودجه، کلیدواژه‌های مهمی است که سیستم مدیریت شهری با آن مواجه است. این سیستم برای شناخت نیازهای جدید و درک تغییر الگوی رفتاری شهروندان، همانند

سایر دستگاه‌های دولتی فرآیندی طولانی و پرهزینه در پیش دارد. باتوجه به سرعت بالای تغییرات حاصل از پیاده‌سازی فناوری، نتایج مطالعات انجام شده ممکن است با شرایط حاصل از تغییر مداوم شهر تناسب کافی نداشته باشد و نوشارویی باشد بر مرگ سهراب. در کنار این ضعف، فرصت و ظرفیتی وجود دارد. شهرداری‌ها به عنوان سازمان‌های دارای منابعی شامل گستره معابر شهری، بوستان‌ها، رود دره‌ها، اماکن عمومی، سیمای شهری، سیستم حمل و نقل عمومی و جمع‌آوری پسماند و... می‌توانند در نقش بازیگری مهم در زیست‌بوم نوآوری و کار آفرینی کشور نقش آفرینی کنند. این سازمان‌ها به طور مثال می‌توانند برای اجرای آزمایشی ایده‌های نوآوران و محصولات فناورانه و بازارسازی خدمات و محصولات شرکت‌های نوپا از ظرفیت‌های گسترده خود استفاده کنند و بازاری به وسعت همه شهروندان برای کار آفرینان شهری باشند. کار آفرین نقطه مقابل این شرایط قرار دارد. او برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار با روش‌های چابک‌تری این تغییر الگوهای رفتاری را شناسایی و راه‌حل‌های فناورانه و بهینه‌تری را برای تحقق اهداف خود پیاده‌سازی می‌کند. از سوی دیگر نیازمند یک بازار تضمین شده برای ورود، سرمایه‌گذاری و توسعه کسب‌وکار خود است. آنچه کار آفرین در فرآیند توسعه کسب‌وکار خود به دست آورده شامل اطلاعات، روش‌های چابک و راه‌حل‌های خلاقانه برای مواجهه با مسائل چندوجهی پیچیده می‌تواند راهگشای شهرداری‌ها باشد. در صورت شکل‌گیری تعامل دوسویه کار آفرینان و مدیریت شهری، علاوه بر صرفه‌جویی در زمان و هزینه‌ها، کیفیت ارائه خدمات هر دو گروه به صورت قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد. تحقق این تعامل و همکاری به الزامات زیادی از جمله گذر زمان نیاز دارد. فرای نیازهای زیرساختی، قانونی و حقوقی که نه به یکباره و به کمک گذشت زمان با افزایش آگاهی و مطالبه جامعه شهری و شکل‌گیری فرهنگ نوآوران در شهر صورت می‌پذیرد؛ مهم است که کار آفرین و مدیریت شهری هدف این تعامل را افزایش کیفیت زندگی شهروندی تعریف کنند. کار آفرین به عنوان بخش خصوصی نیازمند بازار بزرگ شهری است و مدیریت شهری هم بواسطه مدیریت منابع و خدمات برای شهروندان شکل گرفته و موظف به تأمین این کیفیت است. زمانی که تعامل گروه دوم و سوم از افزایش کیفیت زندگی شهروندان ضعیف شود و از سطح اولویت اول خارج شود، متعاقباً مسیر مشارکت کار آفرینان و مدیریت شهری لغزنده می‌شود. در سطح تعامل محدود، افزایش اعمال قدرت حاکمیتی مدیریت شهری و فشار مضاعف پدید می‌آید. اینجاست که تضاد منافع شدت می‌یابد و همکاری آنی را در راه‌آله‌ای از ابهام فرو می‌برد.

### ■ خردورزانه تعامل کنیم

برای شکل‌گیری تعامل دوسویه بستر سازی لازم است. گروه دوم و سوم برای «شنیدن یکدیگر» و دغدغه‌ها نیاز به ادبیات مشترک دارند. این ادبیات تر کیبی از واژگان (ادبیات معمول) کسب‌وکار و مدیریت شهری است. اهمیت این ادبیات مشترک آنجا خود نمایی می‌کنند که وقتی از ارزشمندی لحظاتی برای توسعه یک کسب‌وکار و جذب کاربر صحبت به میان می‌آید، مدیر شهری بتواند ارزش زمان را که بسیار متفاوت از چارچوب‌های زمانی پروژه‌های بلندمدت است، درک کند و فرآیند طولانی اقدامات معمول را کاهش دهد. از سوی دیگر، وقتی مدیر شهری از لزوم نظارت و کنترل فعالیت‌ها بر بستر شهری صحبت می‌کند، کار آفرین ضرورت اجرای وظایف مدیریت شهری در قبال برقراری انضباط شهری در معابر و فضاهای شهری را درک کند و در قبال شهری که برای توسعه کسب‌وکار از آن بهره‌مند شده است، مشارکت فعالانه داشته باشد. شکل‌گیری تعامل در این حوزه به قوی‌تر شدن کسب‌وکار و البته افزایش کیفیت خدمات ارائه شده گروه دوم و سوم منجر خواهد شد.

یکی از روش‌های تدوین ادبیات مشترک، توانمندسازی واحدهای تحقیق و توسعه در کسب‌وکارها و مدیریت شهری است. به نظر می‌رسد قبل از ایجاد هر تنش و تضاد منافع بین گروه دوم و سوم، واحدهای توانمند تحقیق و توسعه این دو گروه باید موضوع مستعد ایجاد چالش را شناسایی کرده و برای مواجهه با آن راهکار ارائه دهند قبل از آنکه تنش در بعد مالی، زمانی و مکانی ایجاد شود. هر تجربه‌بدی که حل نشده مابین کسب‌وکار و شهرداری یک شهر رخ دهد، این تنش می‌تواند به سایر شهرها تسری یابد و تعاملات شکل گرفته را تهدید کند.

باتوجه به ارزیابی اقداماتی که سال‌های اخیر در زمینه توسعه زیست‌بوم نوآوری در کشور اتفاق افتاده است، نتیجه گرفته می‌شود که همچنان در مراحل ابتدایی هستیم و بروز تضاد منافع و چالش در تعامل طبیعی است. تجارب حاصل آمده از برخوردهای کسب‌وکارها - دولت (در مقیاس ملی و محلی) - شهروند برای سیاستگذاری و تنظیم ضوابط و مقررات و همچنین آموزش متخصص، مدیر و شهروند از رشد نموده و قابلیت آن را دارند که توسط مراکز پژوهشی مستند و تحلیل شوند. توسعه نوآوری شهری بایدگیری در عمل در حال رخ دادن است. در رقابت شهرها برای فراهم آوردن فضای زیست باکیفیت، برخورداری از کار آفرین خلاق، مدیر و سیاستگذار آگاه و شهروند مطالبه‌گر ضروری است و میزان همراهی و تعامل این سه گروه از همیشه پیرنگ‌تر می‌شود. در تشریح تعامل خردورزانه لازم است شرایط حال حاضر جامعه، کسب‌وکارها و دغدغه مدیران بخوبی شناخته شود، درواکنش به چالش‌ها و شرایط پیش آمده در دست تصمیم‌گیری و به نحو درستی داوری کرد. شهر بیش از هر زمان دیگری به خردورزی بازیگران اصلی خود نیاز دارد تا کیفیت زندگی آنان را بهبود دهد.