

عنوان مقاله:

راهبردهای مدیریت شهری در شکوفایی توسعه اقتصادی شهری

محل انتشار:

اولین کنگره و نمایشگاه بین المللی صنعت و بازار سازهای نوین (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

سهیل ابراهیمی خامنه - پژوهشگر و نویسنده شهرداری تهران و کارشناس ارشد آموزشهای الکترونیکی (مجازی) مدیریت مالی دانشگاه تهران - تهران - ایران

خلاصه مقاله:

خلاصه اگرچه در شکل گیری محیط اقتصاد محلی و فضای کسب و کار، عوامل مختلفی چون شرایط ملی و منطقه ای، ثبات سیاسی کشور، امنیت اقتصادی، عوامل فناوری، نیروهای بازار (رقابت)، عوامل فرهنگی و اجتماعی، فرهنگ و نگرش مدیران و شهروندان، فرهنگ جامعه شرایط اقتصادی و... که عمدتاً متأثر از محیط ملی دخیل هستند اما به نظر می رسد نمی توان از نقش مدیریت شهری در این زمینه و به ویژه در حوزه تامین زیرساخت های مرتبط با توسعه اقتصادی، ایجاد ساز و کارهای هدف گذاری و سیاست گذاری اقتصادی در مقیاس محلی و نیز بهبود و اصلاح رویه ها و فرآیندهای حامی توسعه کسب و کار غافل شد. باید توجه کرد که هرچه محیط کسب و کار در شهر ها بهبود یابد، سهم شهر ها در جریان اقتصاد ملی و منطقه ای افزایش خواهد یافت و در نتیجه کل شهر و نیز نظام مدیریت شهری، از امکان دستیابی به منابع مالی و درآمدی گسترده تر و پایدار تر، برخوردار خواهند شد. اشتغال زایی و ایجاد کسب و کار ها به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی، نقش اساسی در فرآیند توسعه جوامع دارند. در برندینگ شهری عوامل مختلفی چون توریسم، اقتصاد، سیاست، فرهنگ و مردم شناسی، کیفیت و حس مکانی، توان های بالقوه، کیفیت های اولیه زندگی، آموزش و... تاثیرگذارند. بنابراین با توجه به مقوله هایی که در برندینگ شهری نظیر جذب سرمایه گذار، جذب توریست داخلی و خارجی، دانشگاه ها و... مطرح می شود، می توان درآمدهای پایداری را انتظار داشت. در نگرش اقتصاد جدید شهری، شهر به صورت متوازن، یک هسته ای و بدون توجه به سیاست بخش عمومی و عملکردهای اقتصاد آزاد و قیمت ها در مسئله ساختمان و بهای زمین (که همه از روند بازار رقابتی تبعیت می کنند) مطالعه می شوند.

کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: مدیریت شهری، شکوفایی، اشتغال زایی، اقتصاد شهری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1549803>

