

عنوان مقاله:

ارتباط بازارآفرینی شهری و کیفیت مدیریت شهری

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی نقش مدیریت در چشم انداز ۴ (سال: ۱۴۰۱)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

محسن پژوهش - کارشناسی مهندسی عمران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

خلاصه مقاله:

با رشد و توسعه ستایان شهرها، جمعیت، محدوده کالبدی و مساحت شهرها افزایش پیدا کرد و در نتیجه بسیاری از مراکز شهرها با فرسودگی و ناکارآمدی مواجه شدند و مشکلاتی را از قبیل نابرابری های فضایی، آسیب های اجتماعی، مهاجرت ساکنان و... را در پی داشته است. بازارآفرینی به عنوان یک رویکردی که در سال ۱۹۹۰ مطرح شده است به عنوان یک برنامه جامع اقدام مشترک با هم افزایی و هماهنگی بین بخشی، محله هایی که بافت فرسوده دارند مشخص و اولویت بندیمی کند و با برطرف کردن مسائل و مشکلات موجب ارتقاء استاندارد زندگی و کیفیت زندگی می شود. رویکرد بازارآفرینی پایدار شهری پکی از جدید ترین رویکردهای پذیرفته شده جهانی در مواجه با بافت های فرسوده شهری است بازارآفرینی شهری به مفهوم احیا، تجدید حیات و نوآمدی شهری و به عبارتی دوباره زندگان شدن شهر است. رویکردهای پیشین بهسازی، نوسازی و بازسازی، بر دیدگاه های کالبدیو یا صرفاً اقتصادی تکیه داشته که این امر نتیجه ای جز عدم موفقیت بسیاری از طرح ها و پروژه های نوسازی بافت های فرسوده شهری را نداشته است. بازارآفرینی شهری یک بینش جامع، یکپارچه و عملیاتی است که به حل نهایی مشکلات شهری منتهی می شود و در پی این است که با ایجاد تغییرات مثبت و پایدار، مسبب بهبودی شرایط فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و محیطی شهر شود.

کلمات کلیدی:

بازارآفرینی شهری، مدیریت شهری، شهرداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1607844>

