



شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت بلندمرتبه سازی شهر تهران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۹/۱۵ | تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۱۱/۲۰

آیت اله ممیز

استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران Amomyez@ut.ac.ir

حسن کمالو

کارشناس ارشد کارآفرینی کسب‌وکار جدید، دانشگاه تهران kamalu.h@ut.ac.ir

سیده عاطفه قاسمی

کارشناس ارشد شهرسازی - برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای دانشگاه شهید بهشتی
Atefeh.qasemi@gmail.com (مسئول مکاتبات)

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: رشد شتابان و بی‌رویه‌ی جمعیت در شهرهای بزرگ و به تبع آن نیاز به مسکن در سطحی وسیع، از یک سو و نیز جلوگیری از گسترش افقی شهرها از سوی دیگر، احداث ساختمان‌های بلند را به عنوان راه‌حلی در مقابل مسئله زمین، ضروری ساخته است. از این‌رو آشنایی با فرصت‌های موجود در صنعت ساختمان و خصوصاً بلندمرتبه سازی می‌تواند موجب شناسایی فرصت‌های مساعد برای توسعه کارآفرینی در صنایع بالادستی و پایین‌دستی ساختمان‌سازی و بلندمرتبه سازی باشد. از این‌رو هدف این پژوهش شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه بلندمرتبه سازی شهر تهران می‌باشد.

روش پژوهش: در این پژوهش از روش تحقیق ترکیبی و روش فرایندی تحلیل موربسون استفاده شده است. در بخش کیفی با ۲۰ نفر خبره مصاحبه‌ی عمیق انجام و جلسه‌های گروه کانونی برگزار شد. در بخش کمی به منظور شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه‌ی در صنعت بلندمرتبه سازی شهر تهران، بر اساس الگوی اولویک، پرسش‌نامه‌ای (با آلفای کرونباخ ۰/۹۱۷) با دو مقیاس سنجش «رضایت» و «اهمیت» طراحی شد و پس از تأیید خبرگان مرتبط با موضوع تحقیق در بین فعالان صنعت توزیع و جمع‌آوری گردید.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق بیان‌گر وجود فرصت‌های کارآفرینانه در زمینه‌های «ارائه‌ی آموزش‌های تخصصی برای تربیت نیروهای سطح تکنسین و کارگر»، «ارائه‌ی آموزش‌های تخصصی برای سطوح کارشناسی مدیریت پروژه و ساخت»، «شناسایی و معرفی سیستم‌های مدیریت هوشمند ساختمان BMS به فعالان صنعت»، «ارائه‌ی آموزش‌های تخصصی برای مدیریت بهره‌برداری و ساختمان»، «ارائه‌ی آموزش‌های تخصصی برای تربیت نیروهای مهندسی متخصص»، «توسعه‌ی کسب‌وکارهای معطوف به تحقیق و توسعه و معرفی تجهیزات، فن‌آوری‌های اختصاصی و نوین صنعت بلندمرتبه سازی» است.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان می‌دهد به دلیل افزایش تقاضا در صنعت ساختمان در جامعه‌ی امروزی و گرایش به استفاده از خدمات‌های مصرف‌کنندگان، یکی از منابع فرصت‌های کارآفرینانه، شناسایی و ارائه خدمات‌ها است. هر یک این فرصت‌ها می‌تواند منجر به ایجاد و توسعه تعداد کثیری از کسب‌وکارها گردد. این امر به اشتغال زایی نیروی انسانی متخصص، تکنسین، کارگر بسیار کمک کرده و در نهایت به رشد اقتصادی منجر خواهد شد.

واژگان کلیدی: فرصت‌های کارآفرینانه، تشخیص فرصت، مدل موربسون، صنعت بلندمرتبه سازی، شهر تهران

مقدمه

فرصتی برای تولید و ساخت مسکن و مراکز تجاری اداری بلندمرتبه است که از دو منظر مورد توجه است: (۱) حداکثر استفاده از امکانات (۲) حداکثر استفاده از زمین (خداداد ۱۳۸۶). لذا شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت بلندمرتبه سازی می‌تواند جهشی در تأمین نیازهای جامعه و توسعه کشور باشد و از طرفی با کهنه شدن روش‌های سنتی پرهزینه و کم سرعت و جایگزینی روش‌های نوین، تولید به طور چابک و کارا تر عمل خواهد شد. همچنین شناخت ظرفیت‌های صنعت ساختمان موجب توسعه هرچه بیشتر در عرصه عمران و آبادانی کشور و در نتیجه بهبود اوضاع اقتصادی و حل معضلات ناشی از کمبود مسکن برای اقشار گوناگون و کاهش معضلات فرهنگی-اجتماعی جمعیت جوان کشور و سایر معضلات توسعه افقی شهرهای از قبیل ترافیک و اتلاف انرژی و... را در بر خواهد داشت و آشنایی با فرصت‌ها و پتانسیل‌های این صنعت گامی مؤثر در جهت رسیدن به اهداف و چشم‌اندازهای کشور در بخش تأمین مسکن و ساختمان کشور خواهد داشت. از این رو این تحقیق از جنبه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بلندمرتبه سازی شهر تهران مورد توجه است و با توجه به اینکه مباحث مربوط به صنعتی سازی، بهینه‌سازی، سریع سازی و ایمن‌سازی ساختمان‌های بلندمرتبه به شدت مورد علاقه کارآفرینان و فعالان این صنعت است و همچنین مورد حمایت دولت نیز می‌باشد و می‌تواند فرصت‌های نوین اشتغال را در تمام ابعاد زنجیره تأمین این صنعت ایجاد نماید. این موضوعی است که در صنعت بلندمرتبه سازی شهر تهران مورد توجه و بررسی قرار گرفته و از طرف دیگر، تاکنون هیچ مطالعه‌ای در این باره انجام نشده و این موضوع برای نخستین بار بررسی و تحقیق می‌شود. این تحقیق به دنبال شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت بلندمرتبه سازی است. در ادامه پس از مروری کلی بر ادبیات تحقیق و ارائه منابع فرصت‌های کارآفرینانه، روش تحقیق و نتایج تحقیق ارائه خواهد شد.

بیان مسئله

با توجه به اینکه امنیت یکی از نیازهای ابتدایی و اصلی انسان است تأمین سرپناه نیز از ابتدای خلقت بشر با روش‌ها و ابزارهای مختلف مورد توجه بوده است لذا شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت بلندمرتبه سازی می‌تواند جهشی در تأمین نیازهای جامعه و توسعه کشور باشد و از طرفی با کهنه شدن روش‌های سنتی

تشخیص فرصت به عنوان توانایی شناسایی ایده‌ی خوب و انتقال آن به کسب‌وکار به گونه‌ای که ارزش افزوده و درآمد تولید کند، تعریف شده است (Corbett, 2007). تشخیص فرصت قلب کارآفرینی می‌باشد و بر اساس استعاره‌ی پنجره‌ی فرصت‌ها، سازمان‌ها در دوره‌ی زمانی کشف فرصت تا ورود به بازارهای جدید با مدیریت فرصت سروکار دارند (الیاسی ۱۳۸۷). تشخیص فرصت‌های کارآفرینی گام مهمی در ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید به شمار می‌رود. فرصت مجموعه مساعد و مطلوب از شرایط که نیازی را برای یک محصول، خدمت یا کسب‌وکار جدید ایجاد می‌کند، تعریف می‌کند (Barringer, 2006). از نیمه دوم قرن نوزدهم به بعد که استفاده از ساختمان‌های بلند در شهرهای جهان متداول گردید و گسترش یافت، بلندمرتبه سازی همواره به عنوان یک پدیده‌ی مهم و اساسی مورد بحث بوده است. در واقع، این پدیده از سویی می‌تواند به بسیاری از مسئله شهری مانند کمبود زمین، مسکن، بهینه نمودن هزینه‌ی تأسیسات شهری، جلوگیری از رشد افقی شهرها و ... پاسخ داده و از سوی دیگر، خود پدیدآورنده‌ی مشکلات و نارسایی‌هایی مانند افزایش تراکم جمعیتی و ساختمانی، اختلال در تأسیسات زیربنایی و خدمات شهری، تأثیرات نامطلوب کالبدی و زیست‌محیطی و ... در فضای شهری باشد. در طول سال‌های اخیر خصوصاً از اواخر دهه‌ی ۶۰ به بعد به دنبال افزایش قیمت زمین در شهر تهران و آغاز موج جدید بلندمرتبه سازی، تقریباً هر قطعه زمین شهری واقع در هر منطقه، با هر اندازه و موقعیتی می‌توانست مجوز افزایش تراکم دریافت نماید. از دیدگاه اقتصادی نیز امروزه با افزایش روز افزون قیمت زمین در نواحی شهری، احداث ساختمان‌های مسکونی بلند مرتبه به یک موضوع سودمند و قابل تأمل تبدیل شده است (Yeang, 2007). همچنین وجود ویژگی‌هایی نامطلوب همچون کاربری‌های ناسازگار، تراکم ترافیک، تراکم شدید جمعیت، وضعیت ناسالم زیست‌محیطی، کمبود تسهیلات اجتماعی و خدمات شهری مدیریت شهری را به سمت اجرای برنامه‌های نوسازی و بازسازی این مناطق سوق داده است. بلندمرتبه سازی به دلیل داشتن امتیازاتی از قبیل استفاده بیشتر و بهتر از سطح زمین در شهرها، تأمین فضای باز و محیط‌زیست بهتر می‌تواند یکی از راهکارهای مؤثر در جهت ارتقای کیفی وضعیت مناطق متراکم و فرسوده شهری بشمار آید و البته

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

الگوهای بی‌شماری از شناسایی فرصت و توسعه‌ی آن در سال‌های اخیر ارائه شده است. تشخیص فرصت به عنوان یکی از مهم‌ترین توانایی‌های کارآفرینان موفق به‌شمار می‌آید و به همین دلیل یکی از عوامل مهم بررسی شده در تحقیق‌های کارآفرینی است (Moreno, 2006). در این مجال به معرفی مهم‌ترین الگوهایی که شیوه‌ای برای شناسایی فرصت به دست می‌دهد، پرداخته می‌شود.

الف) مفهوم تشخیص فرصت

تشخیص فرصت عبارت است از فرایند مطابقتی میان یک نیاز برآورده نشده و بازار و یک راه‌حل برای ارضای آن (Koen, 2005). تشخیص فرصت فرایندی است که طی آن افراد به این نتیجه می‌رسند که توان بالقوه‌ای برای خلق چیز جدیدی دارند که ظرفیت ایجاد ارزش اقتصادی را نیز دارد (Baron & Shane, 2005).

آرديچویل و همکارانش در سال ۲۰۰۳ در تعریف تشخیص فرصت آورده‌اند: همچنان که اشخاص ایده‌های اولیه‌شان را به برنامه‌های کسب‌وکار تبدیل می‌کنند، فرصت‌ها توسعه می‌یابند؛ اما فرایند توسعه‌ی فرصت از نظر مفهومی با تشخیص یا شناسایی فرصت تفاوت دارد. آن چه در ادبیات کارآفرینی، تشخیص فرصت نامیده می‌شود، شامل سه مرحله‌ی متفاوت است: (۱) احساس یا درک نیازهای بازار و یا منابع استفاده نشده، (۲) تشخیص یا کشف یک تناسب بین نیازهای بازارهای خاص و منابع ویژه، (۳) ایجاد و خلق یک تناسب جدید بین نیازها و منابعی که تا کنون در شکل دادن مفهوم یک کسب‌وکار، از هم جدا بوده‌اند. این فرایندهای، به ترتیب، شامل ادراک، کشف و خلق بوده و نشان‌دهنده‌ی تشخیص هستند (Ardichivili & Ray 2003).

ب) الگوهای شناسایی فرصت

جایگاه فرصت در الگوی کارآفرینی شین

شین معتقد است فرایند کارآفرینی شامل تشخیص فرصت، ارزیابی فرصت، تصمیم برای بهره‌برداری از آن، تلاش برای کسب منابع به منظور ایجاد ترکیبات جدید و توسعه‌ی راهبرد برای کسب‌وکار جدید است. فرصت‌ها معمولاً از تغییرات محیطی که کارآفرینان در آن کار

پرهزینه و کم سرعت و جایگزینی روش‌های نوین، تولید به طور چاپک و کارتر عمل خواهد شد.

از دیدگاه اقتصادی امروزه با افزایش روز افزون قیمت زمین در نواحی شهری، احداث ساختمان‌های مسکونی بلند مرتبه به یک موضوع سودمند و قابل تأمل تبدیل شده است. (MOHD.TAWIL, 2007)

همچنین در اصل ۳۱ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران چنین قید شده است که داشتن مسکن متناسب با نیاز، حق هر فرد و خانوار ایرانی است. (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۵). نیاز به مسکن، ساختمان اداری، تجاری و سایر ساختمان‌های عمومی در یک کشور در حال توسعه مثل ایران یک فرصت مناسب است که با روش بلندمرتبه سازی می‌توان آن را تأمین نمود.

بر همین اساس شورای عالی شهرسازی و معماری ایران در مصوبه جلسه مورخ ۶۹/۱۰/۲۴ به منظور نیل به اهداف و استفاده بیشتر و بهتر از سطح زمین در شهرها برای اسکان جمعیت و نیز تأمین فضای باز و محیط زیست بهتر، اقدام به تشویق فعالان بخش مسکن نمود و این نشان از ضرورت توجه به این فرصت است همچنین در هماهنگی با مصوبه مورخ ۶۹/۷/۱ شورای اقتصاد در خصوص تقلیل سطح زیربنای مسکونی با تاکید بر خط مشی‌های کلی ذیل نمود:

- تشویق بلندمرتبه سازی.
- تطبیق الگوی تفکیک با مقتضیات بلندمرتبه سازی.
- تشویق به تجمع قطعات در مناطق نوسازی.
- استفاده از ظرفیت‌ها یا افزایش تراکم جمعیتی و ساختمانی.

بی‌شک، روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است؛ به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نقش محوری داشته‌اند (یداللهی فارسی ۱۳۸۸).

این تحقیق از جنبه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در بلندمرتبه سازی شهر تهران مورد توجه است و می‌تواند فرصت‌های نوین اشتغال را در تمام ابعاد زنجیره تأمین این صنعت ایجاد نماید.

گام اول: برنامه‌ریزی و مصاحبه مبتنی بر ویژگی با مشتریان،
گام دوم: استخراج نتایج مورد نظر،
گام سوم: سازمان‌دهی ویژگی‌های،
گام چهارم: رتبه‌بندی ویژگی‌ها بر حسب اهمیت و رضایت،

گام پنجم: به‌کارگیری نتایج (Ulwick, 2002).

در روش اولویک محقق بر اساس ویژگی‌های مشتریان، نیازهای پاسخ داده نشده را شناسایی می‌کند. در این تحقیق منطق شناسایی فرصت‌ها در آن بر اساس مدل و الگوی اولویک طرح‌ریزی شده است.

چارچوب فکری جیمزال. مورینسن در تحلیل محیط

یکی از روش‌های تشخیص رسمی فرصت‌های کارآفرینانه، استفاده از روش جیمز مورینسن است. چارچوب فکری مورینسن در باب تشخیص فرصت، به منظور تحلیل و آنالیز محیط صنعت و شرکت فعال در آن صنعت راه‌کارهای کاربردی ارائه می‌دهد. محقق به کمک روش مورینسن به سمت کشف فرصت‌های کارآفرینانه رهنمون می‌شود زیرا وی ابزارهای تحلیل و آنالیز محیطی را پوشش محیط، دیده بانی، پیش‌بینی و ارزیابی می‌داند که موجب گسترش چشم‌انداز، تنظیم جهت و برنامه‌های راهبردی و ارزیابی محیط پیرامون می‌شود و ما را در شکل دادن آینده‌ی سازمان و مواجهه با چالش تغییر جهانی توانمند می‌کند (Morrison & Wilson, 1996).

در جمع‌آوری اطلاعات پوشش محیطی، آگیولار چهار روش شناسایی کرده است:

- دیدگاه غیرمستقیم، شامل خواندن نشریات مختلف بدون هدف مشخص یعنی صرفاً جهت اطلاع.
- دیدگاه مشروط، متشکل از واکنش نشان دادن به این اطلاعات درباره‌ی ارزیابی ارتباط آن با سازمان. جست‌وجوی غیررسمی مشتمل بر جست‌وجوی فعالانه اطلاعات معین، اما عمل به آن با یک روش نسبتاً غیر ساختار یافته. لازمه‌ی روش پوشش گرایانه، داشتن روش تحلیل برای کسب اطلاعات در جهت هدف مشخص (Morrison & Wilson, 1996).

بنابراین اولین رویکرد در شناسایی فرصت‌ها، مشاهده‌ی روندها و مطالعه چگونگی ایجاد فرصت‌ها توسط این روندها است. عوامل اجتماعی و اقتصادی، پیشرفت‌های فناوری و فعالیت‌های سیاسی و تغییرات

می‌کند ایجاد می‌شود و این تغییرات یک عدم تعادلی به‌وجود می‌آورند که کارآفرینان می‌توانند از آن بهره‌برداری نمایند.

ترتیب در فعالیت کارآفرینانه به این صورت است که قبل از آنکه فرصت شناسایی شوند، منابع فرصت باید منجر به ظهور آن‌ها شوند. برای ارزیابی و تصمیم بهره‌برداری از فرصت‌ها ابتدا باید این فرصت‌ها شناسایی شوند (Shane & Venkataraman, 2003).

الگوهای شناسایی فرصت آنتونی اولویک

آنتونی اولویک پس از بررسی‌های گسترده در زمینه دلایل ناکامی تلاش‌های بسیاری از شرکت‌ها در شناسایی موفقیت‌آمیز فرصت، به رغم ارتباطات بسیار با مشتریان و استفاده از انواع شیوه‌های تشخیص فرصت، اقدام به ابداع فرمول (اهمیت+ (اهمیت-رضایت)= فرصت) کرد. او پی برد که مشتریان در بسیاری اوقات نمی‌دانند دقیقاً چه محصولی/خدماتی می‌خواهد، اما می‌دانند محصول/خدمت مورد نظرشان چه ویژگی‌های مورد نظر آن‌ها نیز ممکن است بسیار گسترده و غیرقابل برآورده کردن باشد؛ بنابراین انتخاب بهترین زمینه‌های فرصت در میان فهرست طولانی ویژگی‌های دلخواه مشتریان امر بسیار مهمی است زیرا تلاش برای تأمین نیازهای نه چندان مهم می‌تواند منابع را به هدر دهد. از این‌رو شرکت‌ها از مشتریان خود می‌خواهند که در یک مقیاس ۱ تا ۱۰ درجه‌ای اهمیت نتیجه‌ی مطلوب خود را اولویت داده و مشخص کنند که نتیجه‌ی مورد نظرشان تا چه میزان تأمین شده است. این رتبه‌بندی در فرمول قرار داده می‌شود و سپس «امتیاز فرصت» به دست می‌آید. این الگوریتم هم چنین به شرکت‌ها اجازه می‌دهد که از محدودیت‌های رویکرد «تحلیل فاصله» که صرفاً به تفاوت بین میزان اهمیت و میزان رضایت می‌پردازد، اجتناب کنند. البته در فرمول یادشده، ارقام داخل پرانتزها نمی‌توانند منفی باشند. به عبارت دیگر، سطوح بالای رضایت از میزان اهمیت نمی‌کاهد و از نتیجه‌ی پرانتز مقدار صفر به دست می‌آید. بر حسب انتظار، مشتریان در بخش‌های مختلف بازار، نتایج را بر حسب سطوح مختلف اهمیت و رضایت رتبه‌بندی می‌کنند که این امر موجب می‌شود اولویت‌بندی فرصت در بخش‌های مختلف متفاوت باشد. این تفاوت‌ها می‌تواند به مثابه‌ی مبنای تدوین راهبرد محصول عمل کند (احتشامی اکبری، ۱۳۸۱: ۷۹). گام‌های این روش به شرح زیر می‌باشد:

۴۱-۱۳۳۹ در محل خیابان فردوسی و جمهوری اسلامی، ساختمان تجاری ۱۶ طبقه‌ای بنام پلاسکو ساخته شد که می‌توان از آن به عنوان اولین ساختمان بلند در ایران نام برد. دو سال بعد ساختمان تجاری ۱۳ طبقه‌ای آلومینیوم در خیابان جمهوری اسلامی و ساختمان اداری بانک کار با ۱۹ طبقه در خیابان حافظ به بهره‌برداری رسیدند. نخستین مجموعه‌ی بلندمرتبه مسکونی در تهران نیز مجموعه بهجت آباد بود که در سال‌های ۴۹-۱۳۴۳ بین خیابان‌های حافظ و ولیعصر ساخته شد. ساخت این مجموعه پس از تدوین و تصویب قانون تملک آپارتمان‌ها در سال ۱۳۴۳ برای تشویق به احداث ساختمان‌های بلند مسکونی آغاز شد. (مهندسین مشاور آتک ۱۳۷۰).

پس از تصویب ماده صد اصلاحی قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۴۴، ساخت مجتمع مسکونی سامان در ۲۰ طبقه آغاز گردیده. این ماده برای تشویق و ترغیب مالکان و صاحبان سرمایه به احداث ساختمان‌های بلندتر از ۱۰ طبقه تنظیم شده بود. در سال‌های دهه‌ی ۵۰، ساخت مجموعه‌های مسکونی عمدتاً در شمال و شمال غرب تهران رونق یافت. استقرار و نوع مجموعه‌ها نشان می‌دهد که سیاست تشویق و ترغیب بلندمرتبه سازی برای تأمین مسکن اقشار کم درآمد و متوسط حاصل دیگری ببار آورد، شاید مهم‌ترین دلیل این امر، گرانی قیمت تمام شده ساختمان‌های بلندمرتبه مسکونی بود. در همین دوره تعداد زیادی ساختمان بلندمرتبه با کاربردی تجاری و اداری اعم از هتل‌ها، بانک‌ها و ساختمان‌های اداری عمدتاً در مناطق مرکزی و شمالی تهران ساخته شد. با وقوع انقلاب اسلامی، بلندمرتبه سازی تقریباً به مدت بیش از ده سال متوقف شد. در این سال‌ها ساخت‌وساز این نوع ساختمان‌ها به تکمیل مجموعه‌های مسکونی نیمه‌تمام محدود ماند. موج بلندمرتبه سازی در سال‌های پایانی دهه‌ی ۶۰ در پی افزایش قیمت زمین در تهران و فروش تراکم از سوی شهرداری تهران آغاز گردید، لذا با توجه به گستردگی و روند فزاینده‌ی ساخت‌وساز بناهای بلندمرتبه و با توجه به اینکه مباحث مربوط به صنعتی سازی، بهینه‌سازی، سریع سازی و ایمن‌سازی ساختمان‌های بلندمرتبه به شدت مورد علاقه کارآفرینان و فعالان این صنعت است و همچنین مورد حمایت دولت نیز می‌باشد و می‌تواند فرصت‌های نوین اشتغال را در تمام

قانونی مهم‌ترین روندهای قابل پیگیری هستند (برینگ، ترجمه جعفری مقدم و دیگران، ۱۳۸۸).

باید توجه داشت که دیده‌بانی به دنبال پویش انجام می‌شود. در محیط کلان نمی‌توان به یک میزان به هر تغییر احتمالی با فرصت بالقوه توجه کرد. ما موارد را توسط موضوعات معین شده یا ایده‌هایی که تصویر مورد دلخواه ما از آینده هستند، انتخاب می‌کنیم. اگر نشانه‌های تغییر و دگرگونی شناسایی شده در پویش، به عنوان فرصت‌های دارای پتانسیل تأثیرگذار بر سازمان تعبیر شوند، باید مورد دیده‌بانی قرار گیرند. هنگام جمع‌آوری داده‌ها در فعالیت دیده‌بانی، در جست‌وجوی اطلاعاتی که شامل پیش‌بینی و گمانه زنی‌ها درباره‌ی شواهد روند و رویداد است، می‌باشیم. لازمه پیش‌بینی اثبات روندها در راستای آینده یا احتمال وقوع رخداد‌های بالقوه‌ای که در یک مدت زمان معلوم (به عنوان مثال ۱۰ سال) رخ خواهند داد، است. رویه‌ی پیش‌بینی امکان دارد با محاسبات ریاضی یا قضاوت گونه باشد (Morrison & Wilson 1996).

در مرحله ارزیابی افراد خبره در زمینه‌ی مورد مطالعه می‌توانند با بررسی و رده‌بندی موارد به ارزیابی آن‌ها بپردازند. حتی این عملکرد می‌تواند تا سه سطح انجام شود.

از این رو فرایند اجرایی تحقیق بر اساس مدل شناسایی فرصت موریسون و در ۴ مرحله طرح‌ریزی شده است و منطق شناسایی فرصت‌ها در آن بر اساس مدل و الگوی اولویک طرح‌ریزی شده است.

ج) پیشینه بلندمرتبه سازی در ایران

در ارتباط با ساختمان بلند در کشورهای مختلف جهان، تعاریف متعددی ارائه گردیده است. به عنوان مثال شورای ساختمان‌های بلند و سکونتگاه شهری در آمریکا به این نتیجه رسیده است که هر گونه تعریف مناسب برای ساختمان‌های بلند باید در رابطه با این مطلب باشد که طراحی، کارکرد یا تأثیرات شهری آن ساختمان تا چه حد تحت تأثیر بلندی آن قرار دارد و در مقایسه با ساختمان‌هایی که معمولی به حساب می‌آیند تا چه حد به ضوابط و تدابیر ویژه در طراحی و برنامه‌ریزی و ساختمان نیاز دارد. سابقه‌ی بلندمرتبه سازی در ایران به اوایل دهه‌ی ۴۰ می‌رسد. در فاصله‌ی سال‌های

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی

جنسیت	مرد: ۶۵٪	زن: ۳۵٪
تحصیلات	دیپلم: ۲۰٪	لیسانس ۳۲٪
سابقه‌ای	زیر ۵ سال: ۳۰٪	۵ تا ۱۰ سال: ۱۵٪
حرفه‌ای	سال: ۲۶٪	سال: ۹٪
		بالای ۱۵ سال: ۳۵٪

برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی از آزمون میانگین استفاده می‌شود. بر اساس طیف گزینه‌ای لیکرت که در پرسش‌نامه برای سنجش میزان رضایت و اهمیت شاخص‌ها استفاده شده است، به منظور انجام آزمون میانگین رضایت و اهمیت برابر ۳ و میانگین فرصت برابر ۵ در نظر گرفته شده و بر مبنای آن آزمون انجام شد که نتیجه‌ی آزمون‌ها در جدول ۲ آمده است.

ساختار پرسشنامه به گونه‌ای بوده است که در چهار قسمت اصلی سؤالات و پرسش‌های تحقیق مورد پیمایش و ارزیابی از دیدگاه خبران و فعالان قرار گرفته است. این قسمت‌ها عبارت‌اند از ۱۰ حوزه‌ی کسب‌وکار مشاوره‌ای و خدماتی به نسبت جدید یا مواردی که به صورت غیرمستقیم با صنعت مربوط می‌شوند، ۱۹ کسب‌وکار خدماتی یا تولیدی تخصصی و مستقیم به علاوه ۶ عامل کلی و کلان مربوط به جایگاه صنعت و نقش آن در عواملی کلان‌تر و عمومی‌تر و ۴ عامل دیگر که مواردی مربوط به درون صنعت بودند.

جدول شماره ۲ نتایج آزمون میانگین یک طرفه رضایت از وضع موجود و اهمیت و جایگاه آن‌ها در وضعیت مطلوب صنعت بلندمرتبه سازی را مورد بررسی قرار می‌دهد تا گشایش‌های مورد انتظار و پذیرش بازار نسبت به فعالیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه در آن فعالیت گسترش داشته باشد. همان‌گونه که مشخص است در خصوص رضایت از وضع موجود با توجه به سطح معنی‌داری محاسبه شده بوسیله نرم‌افزار SPSS و فواصل اطمینان محاسبه شده، در خصوص ۶ عامل رضایت بالایی وجود دارد و متوسط امتیاز آن‌ها از نمره‌ی آزمون بالاتر است. ۱۴ عامل که سطح معنی‌داری آن‌ها بالاتر از ۵ بوده و فرض صفر تفاوت با میانه‌ی نمرات برای آن‌ها رد نشده است، دارای رضایت نسبی و متوسط قابل تعبیر هستند ولی در خصوص ۲۰ عامل عدم رضایت آشکاری وجود داشته و آزمون آماری آن را تأیید می‌کند؛ و همان‌گونه که در جدول مشخص است، از نظر اهمیت عوامل مورد بررسی، تمامی عوامل از دید پاسخ‌گویان دارای اهمیت بوده و اختلاف تنها در میزان اهمیت آن‌ها مشهود است.

ابعاد زنجیره تأمین این صنعت ایجاد نماید. این موضوعی است که در صنعت بلندمرتبه سازی شهر تهران مورد توجه و بررسی قرار گرفت. (زرپونی ۱۳۷۴).

روش پژوهش

این تحقیق از نظر ماهیت کاربردی بوده و بر اساس نحوه‌ی گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های ترکیبی (کیفی-کمی) می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق به دو جامعه تقسیم شده است. یک بخش جامعه‌ی شامل خبرگان، کارشناسان و کارآفرینانی که در این صنعت فعالیت می‌کنند؛ که در این باره با ۲۰ خبره مصاحبه‌ی عمیق انجام شد. همچنین گروه کانونی بر حسب سنجیت در گروه‌های فنی، فرهنگی، بازرگانی تشکیل شد. جامعه آماری دیگر یعنی کارشناسان شرکت‌های ساختمانی و خبرگان این صنعت در شرکت‌های فعال بلندمرتبه سازی مورد ارزیابی به روش پیمایشی که یکی از روش‌های تحقیق توصیفی است، قرار گرفت.

در تحقیق پیمایش با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه‌ی آماری مطالعه شده ۵۷ نفر در نظر گرفته شد. واریانس جامعه با توجه به داده‌های کمی به کمک نرم‌افزار SPSS محاسبه شده است.

به منظور افزایش روایی پرسش‌نامه، ابتدا پرسش‌نامه بین ۳۰ نفر از جامعه‌ی آماری توزیع شد، سپس نتایج آماری و تحلیلی آن‌ها در اختیار خبرگان صنعت و اساتید دانشگاه قرار گرفت و روایی محتوایی پرسش‌نامه تأیید گردید. در این تحقیق روش آلفای کرونباخ برای محاسبه‌ی سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری یعنی پرسش‌نامه به کاررفته است. ضریب آلفای کرونباخ رقمی معادل ۰/۹۱۷ محاسبه شد؛ که نشان‌دهنده آن است پرسش‌نامه‌ی تحقیق دارای پایایی خوبی بوده و نتایج به دست آمده از آن قابل اعتماد و اتکا است.

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان در جدول شماره ۱ نشان داده شده است. از میان نمونه آماری که شامل ۲۰ خبره شرکت‌کننده در مصاحبه نیز می‌گردد ۶۵٪ را مردان و ۳۵٪ زنان تشکیل داده‌اند. از این میان ۲٪ افراد نمونه دارای مدرک دیپلم و ۳۲٪ دارای مدرک کارشناسی و ۴۸٪ دارای مدرک کارشناسی ارشد می‌باشند. ضمن اینکه سابقه‌ی حرفه‌ای این افراد، ۳۰٪ زیر ۵ سال و ۲۶٪ بین ۵ تا ۱۰ سال و ۹٪ بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۳۵٪ بالای ۱۵ سال سابقه داشته‌اند.

جدول ۲: نتایج آزمون میانگین یک طرفه رضایت از وضع موجود و اهمیت هر یک از عوامل مورد بررسی

عامل/ بعد بررسی	آماره t	درجه سطح آزادی	تفاوت فواصل اطمینان (٪۹۵)		تعبیر آزمون
			میانگین دامنه پایین	دامنه بالا	
کاهش مصرف انرژی	-۱،۳۳۳	۵۵	۰،۱۸۸	-۰،۲۸۶	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۴،۰۷۰	اهمیت بالا
معرفی مصالح و تجهیزات نوین	-۳،۷۳۷	۵۶	۰،۰۰۰	-۰،۸۰۷	عدم رضایت
			۰،۰۰۰	۳،۴۹۱	اهمیت بالا
صنعتی سازی و افزایش کیفیت	-۲،۳۰۰	۵۶	۰،۰۲۵	-۰،۴۳۹	عدم رضایت
			۰،۰۰۰	۳،۸۲۵	اهمیت بالا
برنامه ریزی و کنترل پروژه	-۰،۷۸۵	۵۶	۰،۴۳۶	-۰،۱۹۳	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۹۸۲	اهمیت بالا
معماری، نظارت و مهندسی	۴،۰۲۱	۵۶	۰،۰۰۰	۰،۸۲۵	رضایت بالا
			۰،۰۰۰	۴،۳۳۳	اهمیت بالا
مهندسی مجدد فرایندها	-۲،۵۵۰	۵۵	۰،۰۱۴	-۰،۵۳۶	عدم رضایت
			۰،۰۰۰	۲،۹۶۵	اهمیت بالا
بازاریابی، نگارش سنجی	-۳،۰۲۵	۵۶	۰،۰۰۴	-۰،۶۱۴	عدم رضایت
			۰،۰۰۰	۲،۹۱۲	اهمیت بالا
مکان یابی و مدیریت شهری	-۶،۱۲۲	۵۵	۰،۰۰۰	-۱،۴۲۹	عدم رضایت
			۰،۰۰۰	۳،۶۴۹	اهمیت بالا
حسابداری و قیمت گذاری	۰،۲۳۰	۵۵	۰،۸۱۹	۰،۰۵۴	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۲،۹۳۰	اهمیت بالا
مطالعات اقتصادی و بانکی و...	-۰،۶۱۰	۵۶	۰،۵۴۴	-۰،۱۴۰	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۵۲۶	اهمیت بالا
تحقیق و توسعه	-۱،۴۳۴	۵۶	۰،۱۵۷	-۰،۳۵۱	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۶۶۷	اهمیت بالا
معماری و شهرسازی	-۰،۲۸۹	۵۶	۰،۷۳۳	-۰،۰۷۰	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۷۳۷	اهمیت بالا
معماری داخلی و دکوراسیون	۰،۲۱۱	۵۵	۰،۸۳۴	۰،۰۵۴	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۱۴۰	اهمیت بالا
مواد اولیه‌ی ساختمانی	۲،۱۰۲	۵۶	۰،۰۴۰	۰،۵۷۹	رضایت بالا
			۰،۰۰۰	۳،۳۸۶	اهمیت بالا
تأسیسات مکانیکی و الکترونیکی	۳،۰۱۲	۵۶	۰،۰۰۴	۰،۷۰۲	رضایت بالا
			۰،۰۰۰	۴،۰۵۳	اهمیت بالا
تأسیسات حرارتی و برودتی	۳،۴۵۲	۵۶	۰،۰۰۰	۰،۷۰۲	رضایت بالا
			۰،۰۰۰	۳،۹۳۰	اهمیت بالا
آسانسور مسافری و باری	۶،۲۰۲	۵۶	۰،۰۰۰	۱،۰۰۵	رضایت بالا
			۰،۰۰۰	۳،۶۱۴	اهمیت بالا
قالب و تاور	۳،۸۱۷	۵۴	۰،۰۰۰	۱،۰۰۵	رضایت بالا
			۰،۰۰۰	۳،۳۱۶	اهمیت بالا
اعلام و اطفای حریق	۱،۹۶۴	۵۶	۰،۰۵۵	۰،۵۰۹	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۸۴۲	اهمیت بالا
سیستم‌های امنیتی - حراستی	۰،۳۶۳	۵۶	۰،۷۱۸	۰،۰۸۸	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۴۷۴	اهمیت بالا
آموزش مهندسی	-۲،۳۳۵	۵۶	۰،۷۱۸	۰،۰۸۸	رضایت متوسط
			۰،۰۰۰	۳،۶۸۴	اهمیت بالا

عامل/ بعد بررسی	آماره t	درجه	سطح	تفاوت	فواصل اطمینان (۰/۹۵)	
					دامنه پایین	دامنه بالا
آموزش تکنسین و کارگر	۵۶	-۵.۹۵۱	۰.۰۲۳	-۰.۵۲۶	-۰.۹۸	-۰.۰۷
عدم رضایت	۵۶	۱۵.۹۵۳	۰.۰۰۰	۳.۷۱۹	۳.۲۵	۴.۱۹
آموزش مدیریت پروژه و ساخت	۵۶	-۳.۲۲۲	۰.۰۰۲	-۰.۶۶۷	-۱.۰۸	۰.۲۵
عدم رضایت	۵۶	۱۶.۳۳۴	۰.۰۰۰	۳.۷۱۹	۳.۲۶	۴.۱۸
آموزش مدیریت بهره‌برداری	۵۶	-۴.۹۴۱	۰.۰۰۰	-۱.۰۷۰	-۱.۵۰	-۰.۶۴
عدم رضایت	۵۶	۱۳.۰۹۶	۰.۰۰۰	۳.۳۵۱	۲.۸۴	۳.۸۶
انتشار مجلات علمی ترویجی	۵۵	-۴.۰۰۵	۰.۰۰۰	-۱.۰۰۰	-۱.۵۰	-۰.۵۰
عدم رضایت	۵۶	۹.۷۷۷	۰.۰۰۰	۲.۶۳۲	۲.۰۹	۳.۱۷
اخذ نمایندگی‌ها و لیسانس	۵۵	-۳.۱۸۵	۰.۰۰۲	-۰.۷۸۶	-۱.۲۸	-۰.۲۹
عدم رضایت	۵۶	۸.۷۵۱	۰.۰۰۰	۲.۶۸۴	۲.۰۷	۳.۳۰
فناوری‌های اطلاعات و نرم‌افزار	۵۶	-۱.۶۹۱	۰.۰۹۶	-۰.۴۰۴	-۰.۸۸	۰.۰۷
رضایت متوسط	۵۶	۱۱.۸۶۹	۰.۰۰۰	۲.۹۴۷	۲.۴۵	۳.۴۴
سیستم‌های مدیریت هوشمند ساختمان BMS	۵۵	-۵.۳۶۸	۰.۰۰۰	۱.۳۵۷	-۱.۸۶	-۰.۸۵
عدم رضایت	۵۶	۱۰.۶۳۸	۰.۰۰۰	۳.۰۵۳	۲.۴۸	۳.۶۳
حفظ و آرایش محیط‌زیست	۵۶	-۷.۱۰۸	۰.۰۰۰	-۱.۵۶۱	-۲.۰۰	-۱.۱۲
عدم رضایت	۵۶	۲۳.۷۵۰	۰.۰۰۰	۴.۰۸۸	۳.۷۴	۴.۴۳
استفاده بهینه از عرصه‌ی شهر	۵۶	-۵.۹۸۲	۰.۰۰۰	-۱.۱۵۸	-۱.۵۵	-۰.۷۷
عدم رضایت	۵۶	۲۶.۶۳۳	۰.۰۰۰	۴.۰۰۰	۳.۷۰	۴.۳۰
هزینه‌های خدمات شهری	۵۶	-۴.۳۱۵	۰.۰۰۰	-۰.۸۴۲	-۱.۲۳	-۰.۴۵
عدم رضایت	۵۶	۱۵.۴۲۳	۰.۰۰۰	۳.۵۷۹	۳.۱۱	۴.۰۴
روند رشد جمعیت	۵۶	-۱.۳۴۹	۰.۱۸۳	-۰.۲۹۸	-۰.۷۴	۰.۱۴
رضایت متوسط	۵۶	۱۴.۹۱۱	۰.۰۰۰	۳.۵۷۹	۳.۱۰	۴.۰۶
پارامترهای کلان اقتصادی	۵۶	-۳.۲۲۹	۰.۰۰۲	-۰.۶۴۹	-۱.۰۵	-۰.۲۵
عدم رضایت	۵۶	۱۴.۴۷۱	۰.۰۰۰	۳.۶۴۹	۳.۱۴	۴.۱۵
رعایت اصول ایمنی و کیفیت	۵۶	-۱.۸۱۷	۰.۰۷۵	-۰.۳۵۱	-۰.۷۴	۰.۰۴
رضایت متوسط	۵۶	۲۴.۲۱۰	۰.۰۰۰	۴.۴۵۶	۴.۰۹	۴.۸۲
عدم رضایت	۵۶	-۴.۴۹۸	۰.۰۰۰	-۱.۰۵۳	-۱.۵۲	-۰.۵۸
فضای کالبدی شهر	۵۶	۲۲.۴۹۴	۰.۰۰۰	۳.۹۱۲	۳.۵۶	۴.۲۶
فرهنگ بومی زندگی اجتماعی	۵۵	-۲.۱۸۵	۰.۰۳۳	-۰.۴۸۲	-۰.۹۲	-۰.۰۴
عدم رضایت	۵۶	۱۵.۳۹۲	۰.۰۰۰	۳.۷۸۹	۳.۳۰	۴.۲۸
مصلح سبک درون‌سازیه‌ای	۵۴	-۱.۳۴۱	۰.۱۸۵	۰.۳۰۹	۰.۷۷	۰.۱۵
رضایت متوسط	۵۶	۱۱.۵۹۲	۰.۰۰۰	۳.۶۳۲	۳.۰۰	۴.۲۶
مصلح پر مقاومت شکل‌پذیر	۵۴	-۱.۴۸۶	۰.۱۴۳	۰.۳۴۵	-۰.۸۱	۰.۱۲
رضایت متوسط	۵۶	۹.۵۵۲	۰.۰۰۰	۳.۲۴۶	۲.۵۶	۳.۹۳

- با توجه به نتایج جدول شماره ۲، عواملی که رضایت بالایی در تحلیل میانگین به دست آورده‌اند، عبارت‌اند از:
- وجود و بلوغ کسب‌وکارهای مربوط به آسانسور مسافری و باری
 - وجود و بلوغ کسب‌وکارهای مربوط به قالب‌ها و تاورهای اختصاصی و کارآمد
 - وجود و بلوغ کسب‌وکارهای مربوط به تأسیسات حرارتی و برودتی
 - وجود و ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ی تخصصی در زمینه‌ی معماری، محاسبه، نظارت و مهندسی سازه‌های بلندمرتبه
 - وجود و بلوغ کسب‌وکارهای مربوط به تأسیسات مکانیکی و الکترونیکی اختصاصی
 - وجود و بلوغ کسب‌وکارهای مربوط به سیستم‌های اعلام و اطفای حریق

شناسایی و رتبه‌بندی شکاف بین وضع مطلوب (اهمیت) و وضع موجود (رضایت)

جهت شناسایی و رتبه‌بندی شکاف بین وضع مطلوب و وضع موجود با استفاده از فرمول اولویک و همچنین نتایج آزمون فریدمن، امتیازات شکاف محاسبه شده. شدت شکاف در هر یک از زمینه‌ها شناسایی و رتبه‌بندی می‌شوند. این اطلاعات در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

نتایج جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، بیشتر مشکلات و شکاف‌ها در زمینه‌هایی مانند «حفظ و آلاش محیط‌زیست و رعایت مسائل ایمنی برای شهروندان و ساکنان و زیست بوم» با بیش‌ترین میزان شکاف و «جایگزینی بافت فرسوده‌ی شهری و مدیریت فضای کالبدی شهر» و «استفاده بهینه از عرصه‌ی شهر» از موضوعاتی هستند که هر سه از زمینه‌ی نقش صنعت بلندمرتبه سازی در پاسخ‌گویی به مسائل کلان‌تری که مورد نیاز جامعه و اقتصاد است بر آمده‌اند و می‌تواند نویدبخش توسعه‌ی عمومی صنعت بلندمرتبه سازی و جایگاهی ستاره‌ای برای آن محسوب کرد. همچنین مواردی نظیر «آسانسور مسافری و باری»، «قالب‌ها و تاورهای اختصاصی و کارآمد»، «مواد اولیه‌ی ساختمانی اختصاصی» که برخی از ابعاد فنی و تجهیزاتی هستند رضایت نسبی فعالان را به همراه دارند و می‌توان فرصت‌های بهبود و ظرفیت‌های کارآفرینی کمتری را در آن‌ها مستتر دید.

شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های بهبود کارآفرینانه در صنعت بلندمرتبه سازی

رتبه‌بندی فرصت‌های بهبود کارآفرینانه با استفاده از فرمول اولویک و همچنین نتایج آزمون فریدمن که همانا مهم‌ترین عواملی هستند که در وضعیت فعلی بیش‌ترین شکاف وضع مطلوب را نسبت به وضع موجود داشته و جای کار و بهبود فراوانی دارند شناسایی شدند (جدول شماره‌ی ۴).

جدول ۳: رتبه‌بندی میزان شکاف در وضع مطلوب و موجود در میان عوامل مورد بررسی بر اساس فرمول رابطه‌ی اولویک

رتبه	شکاف	عامل مورد بررسی
۹	۴،۴۲	کاهش مصرف انرژی
۱۴	۴،۳۰	معرفی مصالح و تجهیزات نوین
۱۶	۴،۲۶	صنعتی‌سازی و افزایش کیفیت
۱۸	۴،۱۸	برنامه‌ریزی و کنترل پروژه
۳۰	۳،۵۱	معماری، نظارت و مهندسی
۲۶	۳،۵۸	مهندسی مجدد فرایندها
۲۹	۳،۵۳	بازاریابی، نگرش‌سنجی
۴	۱۴،۵	مکان‌یابی و مدیریت شهری
۳۷	۲،۹۶	حسابداری و قیمت‌گذاری
۲۵	۳،۶۷	مطالعات اقتصادی و بانکی و...
۲۰	۴،۰۲	تحقیق و توسعه
۲۲	۳،۸۱	معماری و شهرسازی
۳۶	۳،۱۸	معماری داخلی و دکوراسیون
۳۸	۲،۸۹	مواد اولیه‌ی ساختمانی
۳۱	۳،۴۷	تأسیسات مکانیکی و الکترونیکی
۳۵	۳،۲۳	تأسیسات حرارتی و برودتی
۴۰	۲،۵۱	آسانسور مسافری و باری
۳۹	۲،۶۷	قالب و تاور
۳۴	۳،۳۳	اعلام و اطفای حریق
۳۲	۳،۳۹	سیستم‌های امنیتی - حراستی
۱۷	۴،۲۱	آموزش مهندسی
۵	۵،۰۲	آموزش تکنسین و کارگر
۱۲	۴،۳۹	آموزش مدیریت پروژه و ساخت
۹	۴،۴۲	آموزش مدیریت بهره‌برداری
۲۴	۳،۷۰	انتشار مجلات علمی ترویجی
۲۷	۳،۵۶	انتشار مجلات بازاریابی و تبلیغاتی
۲۸	۳،۵۴	اخذ نمایندگی‌ها و لیسانس
۳۳	۳،۳۵	فن‌آوری‌های اطلاعات و نرم‌افزار
۸	۴،۴۷	سیستم‌های مدیریت هوشمند ساختمان BMS
۲	۵،۱۹	جایگزینی بافت فرسوده
۱	۵،۶۵	حفظ و آلاش محیط‌زیست
۳	۵،۱۶	استفاده بهینه از عرصه‌ی شهر
۹	۴،۴۲	هزینه‌های خدمات شهری
۲۱	۳،۸۸	روند رشد جمعیت
۱۴	۴،۳۰	پارامترهای کلان اقتصادی
۷	۴،۸۱	رعایت اصول ایمنی و کیفیت
۶	۴،۹۶	فضای کالبدی شهر
۱۳	۴،۳۵	فرهنگ بومی زندگی اجتماعی
۱۹	۴،۱۱	مصالح سبک درون‌سازیه‌ای
۲۳	۳،۷۵	مصالح پر مقاومت شکل‌پذیر

جدول ۴: رتبه‌بندی فرصت‌های بهبود عوامل مورد

بررسی بر اساس فرمول رابطه‌ی اولویک

رتبه	فرصت بهبود	عامل مورد بررسی
۸	۱۳،۴۹	کاهش مصرف انرژی
۱۷	۱۲،۷۹	معرفی مصالح و تجهیزات نوین
۱۲	۱۳،۰۹	صنعتی‌سازی و افزایش کیفیت
۹	۱۳،۱۶	برنامه‌ریزی و کنترل پروژه
۱۶	۱۲،۸۴	معماری، نظارت و مهندسی
۳۰	۱۱،۵۴	مهندسی مجدد فرایندها
۳۱	۱۱،۴۴	بازاریابی، نگرش سنجی
۶	۱۳،۷۹	مکان‌یابی و مدیریت شهری
۴۰	۱۰،۸۹	حسابداری و قیمت‌گذاری
۲۵	۱۲،۱۹	مطالعات اقتصادی و بانکی و...
۲۰	۱۲،۶۸	تحقیق و توسعه
۲۱	۱۲،۵۴	معماری و شهرسازی
۳۳	۱۱،۳۲	معماری داخلی و دکوراسیون
۳۵	۱۱،۲۸	مواد اولیه‌ی ساختمانی
۲۲	۱۲،۵۳	تأسیسات مکانیکی و الکترونیکی
۲۷	۱۲،۱۶	تأسیسات حرارتی و برودتی
۳۸	۱۱،۱۲	آسانسور مسافری و باری
۳۹	۱۰،۹۸	قالب و تاور
۲۶	۱۲،۱۸	اعلام و اطفا‌ی حریق
۲۹	۱۱،۸۶	سیستم‌های امنیتی - حراستی
۱۵	۱۲،۸۹	آموزش مهندسی
۷	۱۳،۷۴	آموزش تکنسین و کارگر
۱۱	۱۳،۱۱	آموزش مدیریت پروژه و ساخت
۱۸	۱۲،۷۷	آموزش مدیریت بهره‌برداری
۳۲	۱۱،۳۳	انتشار مجلات علمی ترویجی
۳۷	۱۱،۲۳	اخذ نمایندگی‌ها و لیسانس
۳۴	۱۱،۳۰	فن‌آوری‌های اطلاعات و نرم‌افزار
۲۲	۱۲،۵۳	سیستم مدیریت هوشمند ساختمان BMS
۱	۱۴،۷۴	حفظ و آرایش محیط‌زیست
۳	۱۴،۱۶	استفاده بهینه از عرصه‌ی شهر
۱۳	۱۳،۰۰	هزینه‌های خدمات شهری
۲۴	۱۲،۴۶	روند رشد جمعیت
۱۴	۱۲،۹۵	پارامترهای کلان اقتصادی
۲	۱۴،۲۶	رعایت اصول ایمنی و کیفیت
۵	۱۳،۸۸	فضای کالبدی شهر
۱۰	۱۳،۱۴	فرهنگ بومی زندگی اجتماعی
۱۹	۱۲،۷۴	مصالح سبک درون‌سازه‌ای
۲۸	۱۲،۰۰	مصالح پر مقاومت شکل‌پذیر

موجود در آن به ترتیب در عوامل و زمینه‌های «مکان‌یابی و تحلیل‌های مهندسی شهری- ترافیکی»، «آموزش‌های تخصصی برای تربیت نیروهای سطح تکنسین و کارگر»، «ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌ی برنامه‌ریزی و کنترل پروژه‌های ساختمانی»، موجود است.

همچنین با توجه به پاسخ‌ها صنعت بلندمرتبه‌سازی در زمینه‌های «ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌ی سیستم‌های محاسبه‌ی قیمت تمام‌شده، حسابداری و قیمت‌گذاری»، «ارائه خدمات و تولید قالب‌ها و تاورهای اختصاصی و کارآمد»، «ارائه خدمات و تولید آسانسور مسافری و باری» و «اخذ نمایندگی‌ها و تاسیس شرکت‌های تحت لیسانس» به اشباع رسیده یا فاقد ظرفیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه است.

نتیجه‌گیری

افزایش جمعیت کشور و به تبع آن رشد میزان تقاضای مسکن سبب شده صنعت ساختمان‌سازی و بلندمرتبه‌سازی جایگاه ویژه‌ای پیدا کند؛ و با توجه به اینکه صنعت ساختمان یکی از صنایع پرچالش کنونی در ایران است توجه به آن و کارآفرینی در این حوزه می‌تواند نقش به‌سزایی در اقتصاد، اشتغال و رفاه اجتماعی ایفا کند. از طرفی گرایش به بلندمرتبه‌سازی در شهرهای بزرگ کشور به ویژه تهران، یکی از پیامدهای توسعه شهری محسوب می‌شود. رشد شتابان و بی‌رویه جمعیت در شهرهای بزرگ و به تبع آن نیاز به مسکن در سطحی وسیع، از یکسو و نیز جلوگیری از گسترش افقی شهرها از سوی دیگر، برای استقرار جمعیتی افزون‌تر در محدوده‌های شهری ساختمان‌های بلندمرتبه را به عنوان راه‌حلی در مقابل مسئله زمین و خدمات شهری ضروری ساخته است. در گذشته به علت عدم وجود تکنیک‌ها و مصالح ساختمان‌سازی مناسب، ساختمان‌ها با ارتفاع و حجم کم ساخته می‌شدند و اندک ساختمان‌هایی به واسطه‌ی وجود معماران ماهر، بزرگ‌تر از ارتفاع و حجم‌های عادی ساخته می‌شدند که همه، جزو آثار باستانی و شاهکارهای معماری محسوب می‌شوند. از اوایل قرن حاضر به علت گسترش شهرها، افزایش جمعیت، کمبود زمین، توسعه‌ی مصالح ساختمانی، تکنیک‌های ساخت و غیره، احداث ساختمان‌های بلند و بزرگ در کلیه‌ی کشورها رواج یافته است. در ایران با توجه به هدف‌گذاری‌ها و چشم‌انداز ۱۴۰۴ کشور، روند سرمایه‌گذاری‌های جاری و نسبت پروانه‌های اخذ شده به لحاظ تعداد طبقات و

با بررسی جدول شماره ۴ مشخص می‌شود از دیدگاه فعالان معتبر صنعت بلندمرتبه‌سازی، بیش‌ترین فرصت‌های بهبود صنعت و ظرفیت‌های کارآفرینانه‌ی

- تحقیق و توسعه و معرفی تجهیزات، فن‌آوری‌های اختصاصی و نوین صنعت بلندمرتبه سازی.
- همچنین کسب‌وکارها و فعالیت‌های مکمل و مشاوره‌ای زیر که به صورت اختصاصی طرح‌ریزی و ارائه شوند، تعلق دارد:
- ارائه خدمات مشاوره‌ی تخصصی در زمینه مکان‌یابی و تحلیل‌های مهندسی شهری-ترافیکی؛
- ارائه خدمات مشاوره‌ی تخصصی در زمینه سیستم‌ها و روش‌های کاهش مصرف انرژی در سازه‌های بلندمرتبه؛
- ارائه خدمات مشاوره‌ی تخصصی در زمینه معرفی و آموزش نحوه‌ی استفاده از مصالح و تجهیزات نوین اختصاصی بلندمرتبه سازی؛
- ارائه خدمات مشاوره‌ی تخصصی در زمینه برنامه‌ریزی و کنترل پروژه‌های ساختمانی؛
- ارائه خدمات مشاوره‌ی تخصصی در زمینه اصول و ساز و کارهای صنعتی‌سازی و افزایش کیفیت ساخت و فرایند؛
- موارد فوق به خوبی نیاز به نیروی انسانی اختصاصی صنعت و بنگاه‌های پرورش نیروی کاری و مدیریتی این صنعت را مشخص می‌سازند که می‌توان با دانش کارآفرینی پاسخ‌گوی آن بود.
- در این راستا فعالیت‌های زیر برخی از دستاوردهای توسعه در این مسیر قلمداد می‌شوند که تمرکز بر آن‌ها در فعالیت‌های علمی و اجرایی پیشنهاد می‌شود:
- رشد و توسعه کسب و کارهای مبتنی بر تجاری‌سازی دانش بلندمرتبه سازی و مجموعه‌های مربوطه؛
- تدوین استانداردها، گواهینامه‌ها و مجوزهای قانونی جهت استانداردسازی ساختمان‌های بلندمرتبه؛
- آماده کردن بسترهایی در جهت تعامل بیشتر کارآفرینان با سرمایه‌گذاران؛
- تحقیق و توسعه در بخش طراحی و ساخت مواد و مصالح متناسب با بلندمرتبه سازی؛
- تدوین بسته‌های حمایتی توسط شهرداری‌ها و دولت جهت توسعه بلندمرتبه سازی در کلان‌شهرها؛
- ارتباط صنعت و دانشگاه در راستای همکاری‌های توسعه‌ای و بهبود مستمر در فرایند ساخت؛
- سیاست‌های بلندمرتبه سازی شهرداری تهران بر اساس اهداف درآمدی و سیاست‌های تسهیلات و تخفیف‌ها ارائه شده در این خصوص و دیدگاه‌ها و سلايق مشتریان و تمایل به آپارتمان‌نشینی در میان شهروندان، همچنین رشد طبیعی نیاز به کمیت و کیفیت افزایی در صنعت ساختمان و مسکن همگی نویدبخش توسعه‌ی صنعت بلندمرتبه سازی و آتی‌های رو به رشد آن هستند. این موضوع به خوبی از تحلیل پاسخ‌های پرسشنامه تحقیق قابل استنتاج است. به صورتی که در اولویت‌بندی شکاف‌ها و فرصت‌های بهبود و توسعه اثربخشی صنعت در پاسخ‌گویی به نیازهای کلان‌شهری و پاسخ‌گویی به نیازهای رو به رشد بازار در بالاترین اولویت قرار گرفته است از طرفی به لحاظ سازگاری و ظرفیت پاسخ‌گویی به جایگزینی بافت فرسوده، حفظ و آرایش محیط‌زیست، استفاده بهینه از عرصه‌ی شهر، بهینه‌سازی هزینه‌های خدمات شهری و تطابق با کمیت و کیفیت تقاضای ناشی از روند رشد جمعیت از دید فعالان و خبرگان صنعت آتی‌های خوبی برای صنعت ترسیم شده است.
- در این تحقیق پس از کسب اطمینان از آتی‌های قابل اتکای صنعت و شناسایی و بررسی عوامل و روندهای تأثیرگذار بر آن، به فرصت‌های کارآفرینی موجود از دریچه‌های کسب‌وکارهایی که بیش‌ترین خلأ و یا بهترین فرصت تحول و بهبود را دارند پرداخته شد. این مهم در این پژوهش مبتنی بر دیدگاه‌های خبرگان و فعالان صنعت و بر اساس فهرستی از کسب‌وکارهای اصلی زنجیره ارزش ساختمان‌های بلندمرتبه و کسب‌وکارها و صنایع مکمل و غیرمستقیم آن که خود بر اساس مصاحبه‌های عمقی و تحلیل محتوای خبرگان به دست آمده بود صورت پذیرفته است. در نهایت بیش‌ترین فرصت‌ها در کسب‌وکارهای اصلی نظیر:
- آموزش‌های تخصصی برای تربیت نیروهای سطح تکنسین و کارگر؛
- آموزش‌های تخصصی برای سطوح مدیریت پروژه و ساخت؛
- سیستم‌های مدیریت هوشمند ساختمان BMS؛
- آموزش‌های تخصصی برای مدیریت بهره‌برداری و ساختمان؛
- آموزش‌های تخصصی برای تربیت نیروهای مهندسی متخصص؛

- from: <http://www.babson.edu/entrep/fer/2005FER/chapterxii/paperxii2.html> [access ed 7 Aug 2010].
12. Krueger J. (2000), the cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 24, No. 3, PP. 5.
 12. Krueger J., Wirtz D., Boven L. and Altermatt T. (2004), the effort heuristic, *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 40, PP. 91-104.
 13. Moreno, J. D. (2006). "An empirical analysis of Entrepreneurial opportunity identification and their decisive factors: The case of new spanish firms ", *Plaza de la Victoria, University of Alcalá*, Vol.2, pp.1- 43.
 14. Morrison, James L. (1987). *Establishing an Environmental Scanning/ Forecasting System to Augment College and University Planning*.
 15. Morrison, James and Wilson, Ian (1996). *The Strategic Management Response to the Challenge of Global Change*, In Didsbury, Howard (Ed.). *Future vision, ideas, insights and strategies*. Bethesda, MD: The World Future Society. Available online: [http://horizon.unc.edu/courses/papers/Scen ario_wksp.asp](http://horizon.unc.edu/courses/papers/Scenario_wksp.asp) and archived at: <http://www.webcitation.org/5ewQLdjjG>.
 16. Shane, S., and Venkataraman, S. (2003). *A general theory of Entrepreneurship*. [London:] Edward Elgar Publishin.
 17. Ulwick, Anthony, W. (2002). *Turn Customer Input into Innovation*, *Harvard Business review*, January 2002.
 18. Yeang, Ken (2007). "Designing The Eco-skyscrapers: Premises for Tall Building Design", *The Structural Design of Tall and Special Buildings*
 19. URL: <http://www.interscience.wiley.com>
- توجه به آثار مخرب توسعه بلندمرتبه سازی بدون ضابطه از منظر شهرسازی، معماری و زیست محیطی؛
- توجه به خوشه‌های مرتبط با صنعت ساختمان و بلندمرتبه سازی در کلان شهرها.
- ### منابع و مآخذ
۱. برینگ، بروس، آز، (۱۳۸۸). *کارآفرینی: راه اندازی موفقیت کسب و کارهای جدید*. ترجمه سعید جعفری مقدم؛ نگار مومنی. تهران: اشراقی.
 ۲. حسینعلی پور، مجتبی، (۱۳۸۸). *بررسی وضعیت مسکن و شهرسازی در لایحه بودجه ۱۳۸۹ کل کشور*. مرکز تحقیقات استراتژیک.
 ۳. خداداد، عبدالله. (۱۳۸۶). *صرفه‌های اقتصادی انبوه‌سازی مسکن*. رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.
 ۴. زرینی، محمدرضا، (۱۳۷۴). *میزان سفرسازی بناها، وزارت مسکن و شهرسازی*.
 ۵. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. [http://www.majlis.ir/budget/pdf/program ۲۰/1388-1384\(2\).PDF](http://www.majlis.ir/budget/pdf/program2013-14.pdf)
[http://www.majlis.ir/budget/pdf/program ۲۰/1383-1379\(1\). PDF](http://www.majlis.ir/budget/pdf/program2014-15.pdf)
 ۶. محمدی الیاسی، قنبر (۱۳۸۷). *موضوع کارآفرینی به عنوان یک حوزه علمی: توسعه کارآفرینی، سال اول*.
 7. Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development", *Journal of Business Venturing*, Vol.18, pp.105-123.
 8. Barringer, B. R. and Ireland, R. D. (2006). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Jersey: Prentice Hall.
 9. Baron, Robert A. & Shane, Scott A. (2005). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. part of the Thomson Corporation: South-Western.
 10. Corbett, A. C. (2007). "Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities", *Journal of Business Venturing*, Vol.22, pp.97-118.
 11. Koen, Peter, A. and Kleinschmidt, Elko, J. (2005). *Opportunity Recognition, Idea Selection or Concept Definition: Which one Is the Most Important to the Corporate Entrepreneur?*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Available