

## سنجش و تحلیل میزان ادغام کلان‌شهرهای تهران و استانبول در فرایند جهانی شدن

محمدتقی رضویان<sup>۱</sup>

زهره فنی<sup>۲</sup>

پرویز آقایی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۳/۶/۱۹، تاریخ پذیرش: ۹۳/۸/۲۵

### چکیده

جهانی‌شدن، دربرگیرنده‌ی چندین فرایند عظیم است که با تاریخ آمیخته شده و گستره‌ی وسیعی از روند سیاسی، اقتصادی و فرهنگی را در برمی‌گیرد. جهانی‌شدن به مثابه‌ی نزدیک کردن جهان به یکدیگر و آگاهی کشورها از اوضاع هم‌دیگر است؛ به عبارت دیگر، جهان به سرعت در حال دگرگونی به فضایی اجتماعی و نسبتاً واحد است که توسط نیروهای اقتصادی-فناوری، اجتماعی و سیاسی شکل می‌گیرد، به گونه‌ای که گسترش ابعاد موردنظر در نقطه‌ای از جهان، بر روی زندگی افراد، نهادها و بنگاه‌ها در نقطه‌ی دیگری از جهان، تأثیر و نتیجه‌ی شگرفی بر جای می‌گذارد. تمامی کلان‌شهرها در تلاش‌اند تا وارد این فرایند شوند و بتوانند از آثار مثبت آن بهره‌گیرند. پژوهش حاضر به صورت توصیفی-تحلیلی و کاربردی انجام گردیده و آمار و

۱. استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران، M-Razavian@sbu.ac.ir

۲. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران، Z-Fanni@sbu.ac.ir

۳. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران، parviz.ghaei7@gmail.com

اطلاعات، به صورت کتابخانه‌ای و بهره‌گیری از اسناد و منابع دست اول و رسمی گردآوری شده است. دو کلان‌شهر تهران و استانبول به عنوان مطالعه‌ی موردی در کنار یکدیگر به صورت تطبیقی انتخاب شده‌اند. هدف از انجام پژوهش این است که نشان داده شود کدام یک از کلان‌شهرهای تهران و استانبول، بیشتر وارد فرایند جهانی شده‌اند. جهت استنباط، علاوه بر آمار و جداول توصیفی، بر اساس آزمون‌های t و من و تینی، معناداری تفاوت‌ها را به دست آورده‌ایم. نتیجه‌ی پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد تهران در مقابل استانبول، بسیار ناچیز است و تهران نتوانسته با استانبول رقابت کند. در نهایت نیز پیشنهاداتی مانند توسعه و تقویت خدمات مالی بین‌المللی در کلان‌شهر تهران جهت ادغام در فرایند جهانی شدن ارائه شده است.

**کلید واژه‌ها:** جهانی شدن، ابعاد جهانی شدن، شاخص‌های جهانی شدن، استانبول، تهران.

### مقدمه

برخی نویسندگان، جهانی شدن را "مرحله‌ای از سرمایه‌داری" و یا "مدرنیته‌ی اخیر" خوانده، و برخی آن را "یک راه جدید تفکر" معرفی کرده‌اند. در عین حال، گاه با تعاریفی نسبتاً دقیق مواجه می‌شویم که آن‌ها نیز نمی‌توانند ابهامات پیرامون این کلمه را کاملاً بزدایند، و در ضمن، به رغم برخی همپوشانی‌ها، بسیار متفاوت و مختلف‌اند. باربر<sup>۱</sup>، جهانی شدن را فرایندی می‌داند که منجر به از میان رفتن مرزهای سیاسی، افزایش میانگین همگرایی بین جوامع و موسسات، گسترش و سهولت نقل و انتقال اطلاعات و تولیدات میان کشورها در سطح جهانی و حذف اندیشه‌ی مکان و زمان خواهد بود (گلریز، ۱۳۸۳: ۱۵). جغرافی‌دانان اقتصادی، جهانی شدن را به معنای انتقال و تغییر در مکان فعالیت اقتصادی در پی انقباض و کاهش مسافت‌ها و فاصله‌ها می‌دانند. این انقباض به دنبال کاهش در موانع طبیعی و مصنوعی ایجاد شده است. کاهش در موانع طبیعی، ناشی از انقلاب تکنولوژیکی (انقلاب در صنعت حمل و نقل و انقلاب در تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات) بوده و کاهش در موانع مصنوعی به واسطه‌ی مقررات زدایی و آزادسازی تجاری و آزادسازی در بازارهای مالی و

پولی تحقق پیدا کرده است (Crafts, 2001: 102).

استیگلیتز<sup>۱</sup>، جهانی شدن را این گونه تعریف می‌کند: نزدیک شدن کشورها و ملت‌های جهان در نتیجه کاهش شدید هزینه‌های حمل و نقل و ارتباطات و نیز رفع موانع مصنوعی که در راه جریان کالاها و خدمات، سرمایه، دانش و تا حدودی نیز افراد قرار دارد (Stiglitz, 2002: 28).

جهانی شدن، مفهومی است چند بُعدی که ابعاد مختلف حیات انسانی از جمله ابعاد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی را شامل می‌شود؛ بنابراین در یک معنای کلی می‌توان جهانی شدن را افزایش وابستگی متقابل اجزای دور از هم (اعم از انسان‌ها، کشورها، شرکت‌ها و غیره) دانست. امروزه دیگر فقط کالا، خدمات و سرمایه از مرز کشورها خارج نمی‌شوند، بلکه فرهنگ و سنت و دانش نیز به خارج از مرزهای قراردادی صادر می‌شوند، و رشد فناوری روزافزون هم بر این جریان دامن می‌زند. به طور کلی در مباحث جهانی شدن، بخش مهمی از پژوهش‌ها، بر جنبه‌های کاربردی و شهودی جهانی شدن متمرکز بوده‌اند.

برای تعیین اندازه‌گیری شاخص‌های جهانی شدن، دشواری‌های متعددی پیش روی محققان وجود دارد (رحیمی بروجردی، ۱۳۹۱: ۱۲). در پژوهش حاضر، محققین بر اساس شاخص‌های تأثیرگذار در فرایند جهانی شدن، میزان ادغام کلان‌شهرهای تهران و استانبول را در این فرایند می‌سنجند. با توجه به این که تهران و استانبول هر دو به عنوان کلان‌شهر در کشورهای ایران و ترکیه مطرح‌اند و جمعیت استانبول نیز همانند تهران در دهه‌های گذشته در حال رشد بوده، تا حدودی نمایان است که کلان‌شهر استانبول (به عنوان رقیب تهران در منطقه) توانسته در فرایند جهانی شدن، ادغام شود؛ بنابراین با توجه به جمعیت بالای استانبول و نزدیکی فرهنگ ترکیه به ایران، همچنین تبدیل شدن استانبول به یک قطب اقتصادی و اجتماعی در ترکیه، می‌توان شباهت‌هایی را بین این دو کلان‌شهر مشاهده کرد؛ بنابراین در این پژوهش به این سؤال پاسخ خواهیم داد که کدامیک از کلان‌شهرهای تهران و استانبول توانسته‌اند بیشتر وارد این فرایند شوند.

1. Stiglitz

## هدف پژوهش

با توجه به این که فرایند جهانی شدن تأثیرات چشمگیری بر ساختار اقتصادی و اجتماعی کشورها و شهرها دارد و این موضوع به عنوان یکی از مهمترین مسائل در محافل علمی مطرح است، پژوهش حاضر، اهداف زیر را دنبال می‌کند:

- شناسایی ابعاد و شاخص‌های جهانی شدن؛
- بررسی میزان ادغام کلان‌شهرهای تهران و استانبول در فرایند جهانی شدن به صورت مطالعه‌ی تطبیقی؛
- ارائه‌ی پیشنهادات در خصوص ادغام کلان‌شهر تهران در فرایند جهانی شدن.

## روش پژوهش

شیوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و بهره‌گیری از آمارهای رسمی ملی و بین‌المللی است. آمار و اطلاعات به‌دست آمده با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و به صورت مقایسه‌ی تطبیقی، مورد بررسی قرار گرفته است. اطلاعات به‌دست آمده، وارد نرم افزار SPSS شده و در نهایت با استفاده از روش‌های آماری پارامتریک (آزمون t) و ناپارامتریک (من ویتنی<sup>۱</sup>) به بررسی، تفسیر و جمع‌بندی آن‌ها پرداخته‌ایم.

## مبانی نظری پژوهش

### ابعاد جهانی شدن

اصطلاح «جهانی شدن» برای نخستین بار در سال ۱۹۶۱ در یک واژه‌نامه‌ی آمریکایی نمایان شد (آرت شولت، ۱۳۸۲: ۴۵)، و در نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۱۹۸۰ استفاده از این مفهوم به سرعت رواج پیدا کرد تا حدی که اکنون ردیابی نحوه‌ی انتشار آن در مناطق گسترده‌ای از جهان ناممکن است. مفهوم جهانی شدن هم به درهم فشرده شدن جهان و هم تراکم آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل دلالت دارد (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۳۶).

در فرآیند جهانی شدن، شاید مهم‌ترین و پیشتازترین بخش، اقتصاد بوده، به طوری که بسیاری از محققان تا مدت‌های مدید، جهانی شدن را منحصرأ در

1. Mann-Whitney

چارچوب اقتصادی مورد بررسی قرار می‌دادند و از بخش‌های دیگر جهانی شدن، همچون فرهنگ و سیاست، غافل بودند (رنای شورت، ۱۳۸۴: ۴). اولین برداشت معمول از جهانی شدن اقتصاد، معنایی مترادف با "بین‌المللی شدن" است که رشد مبادلات و تعاملات بین‌المللی را مدنظر قرار می‌دهد، در دومین کاربرد، جهانی شدن اقتصاد، معادل "آزادسازی" ملاحظه شده است (Aghaei, 2013). در این نگرش، جهانی شدن به فرایند حذف محدودیت‌های تحمیل شده از ناحیه‌ی دولت بر روابط خارجی کشورها به منظور دستیابی به یک اقتصاد جهانی باز و بدون مرز اشاره دارد. به عبارتی دیگر، در این کاربرد، منظور از جهانی شدن، فرایند ادغام<sup>۳</sup> در اقتصاد بین‌الملل است. شواهدی از چنین جهانی شدن را در دهه‌های اخیر می‌توان در کاهش گسترده یا حتی حذف کامل موانع بر سر راه تجارت، محدودیت‌های ارزهای خارجی، کنترل سرمایه و نیز حذف روادید برای شهروندان مشاهده نمود. (Scholte, 2000: 16)

یکی از چالش برانگیزترین جنبه‌های جهانی شدن، جنبه‌های فرهنگی آن است. در عرصه‌ی فرهنگی نیز جهانی شدن با شاخص‌های معینی تشخیص داده می‌شود که تقدیر و فرجام ملت‌ها را متأثر از خویش می‌سازد. در نگرش اول، ممکن است جهانی شدن کوکا کولا، مدونا و اخبار بی‌بی‌سی به عنوان مظاهر اولیه‌ی جهانی شدن فرهنگی تشخیص داده شود. در حالی که چنین نیست و مسئله عمیق‌تر از آن است. این بعد از جهانی شدن که ناظر به گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی و فشردگی زمان و مکان است، بیش از دو بُعد دیگر جهانی شدن اقتصادی و سیاسی توجه متفکرین و اندیشمندان را به خود جلب کرده است.

عمق و گستردگی جهانی شدن فرهنگی باعث شده که تأثیرات ماندگاری بر جهانی شدن در حوزه‌ی اقتصاد و سیاست داشته باشد (Held, 1999: 329). جهانی شدن فرهنگ با استفاده از تکنولوژی ارتباطات، فرهنگ‌های ملی و محلی را به همدیگر نزدیک کرده و درصدد ایجاد نوعی همگرایی فرهنگی در سطح جهان است، و همین امر نشان دهنده‌ی فشردگی زمان و مکان است. به‌طور کلی، رسانه‌ها و ارتباطات یکی از اشکال و ماهیت‌های عمده‌ی فرهنگ در جهان

1. Internationlization
2. Liberalization
3. Integration

کنونی‌اند (سلیمی، ۱۳۸۴: ۵۷). گیدنز اشاره می‌کند که جهانی شدن، پدیده‌ای صرفاً اقتصادی و تک بُعدی نیست که در پی یکپارچه کردن تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات باشد، بلکه پدیده‌ای چند بُعدی است.

سیاست جهانی به طور معمول اصطلاحی است که به روابط سیاسی فراتر از زمان و فضا (مکان) اطلاق می‌شود. گسترش قدرت و فعالیت سیاسی فراتر از مرزهای دولت - ملت‌های مدرن در این وضعیت، و تصمیمات و اقدامات سیاسی، بخشی از روندها و دسته‌بندی‌های جهانی است. ایده‌ی جهانی شدن سیاسی، در چالش تفکیک بین سیاست داخلی و بین‌المللی، داخل و خارج، سرزمینی و غیر سرزمینی است و تلقی کلاسیک و متعارف از سیاست را تغییر می‌دهد (Wallenstein, 1999 : 25).

از نظر متفکران سیاسی، جهان از مراحل مختلف دگرگونی سیاسی عبور کرده و در عصر حاضر، که جوامع بشری در حال تجربه کردن می‌باشند، به نام جهانی شدن سیاست یاد می‌گردد، که یکی از ابعاد جهانی شدن است. در واقع، جهانی شدن سیاست، مفهومی است برای تشریح و توصیف وضعیتی که در آن فعالیت‌های سیاسی فراتر از مرزهای دولت - ملت به پیش می‌رود. به عبارت دیگر، جهانی شدن سیاست عبارت از کم‌رنگ شدن مرزهای ملی و فروریختن باورها و تصورات سنتی و کلاسیک از مفاهیم سیاسی نظیر حاکمیت، منافع ملی، امنیت ملی و غیره است (سجادی، ۱۳۸۳: ۴۱).

جهانی شدن سیاسی تحت عنوان ظهور رهبری جهانی مطرح است و به دنبال جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی که با فروپاشی نظام جهانی دو قطبی و ادغام بلوک شرق همراه بود، وارد عرصه شده است. ابتدا فرض بر این بود که دولت از آن جایی که حاکمیت یا قدرت برتر را در جامعه با خود دارد، از اختیارات و صلاحیت‌هایی عام و تام در محدوده‌ی جغرافیای خود نسبت به اتباع خود برخوردار است و به تمام آن‌چه در قلمرو تحت حاکمیتش می‌گذرد، کنترل دارد. در همین ارتباط، سؤال اساسی که پیش می‌آید این است که آیا باز هم می‌توان ادعا نمود که دولت - ملت‌ها در عصر جهانی شدن از ویژگی‌ها و کارکردهای کلاسیک خود برخوردارند، یا این که دستخوش تغییرات گردیده‌اند؟ باید گفت، با این که در چنین فضایی هنوز دولت‌ها به عنوان

بازیگران مهم مطرح‌اند و موجودیت آن‌ها پا برجا خواهد ماند، اما نقش آن‌ها در عصر جهانی شدن دچار تحولات و تغییرات جدی گردیده و این تغییرات در راستای ضعف و ناتوانی دولت‌ها عمل کرده است. ضعف و ناتوانی دولت‌ها ازین جهت به میان آمده که در شرایط جدید، دولت - ملت‌ها به تنهایی از حل مسایل جهانی عاجزاند، و همین امر از یک طرف سبب وابستگی دولت‌ها نسبت به یکدیگر در یک فرایند پیچیده‌ی جهانی گردیده و از طرف دیگر، سبب به میان آمدن شبکه‌ای عظیم از بازیگران جدید در عرصه‌ی سیاست جهانی گردیده است (ناش، ۱۳۸۰: ۱۰).

### شاخص‌های جهانی شدن

برای اندازه‌گیری میزان جهانی شدن، از شاخص‌هایی که توسط مراکز معتبری همچون نشریه‌ی فارین پالیسی<sup>۱</sup>، بنیاد هریتیج<sup>۲</sup> و مؤسسه‌ی فریزر<sup>۳</sup> طراحی و معرفی شده‌اند، استفاده می‌شود. در اوایل سال ۲۰۰۲، نشریه‌ی مشهور "فارین پالیسی" برای اولین بار شاخصی از جهانی شدن ارائه نمود که در آن تلاش شده مؤلفه‌های قابل اندازه‌گیری این فرآیند چند بعدی (نه فقط بعد اقتصادی آن)، تا حد ممکن، مدنظر قرار گیرد. شاخصی که توسط نشریه‌ی مشهور "فارین پالیسی" معرفی شده، شاخص مربوط به آزادسازی تجاری است که با نسبت تجارت خارجی به تولید ناخالص داخلی و همگرایی قیمت‌های جهانی و داخلی، اندازه‌گیری شده است. شاخص دیگری هم توسط "فیلیپ ریلاین و کیان ماریا"<sup>۴</sup> معرفی گردیده که در کل، مجموعه‌ی این شاخص‌ها به صورت زیر بیان می‌شود: (صمیمی، ۱۳۸۶)

- رشد سریع‌تر تجارت جهانی کالا و خدمات در قیاس با رشد تولید جهان؛
- رشد سریع سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی؛
- شاخص‌های مربوط به گسترش ارتباطات داخل و خارج کشور؛
- ادغام و تملک شرکت‌های خارجی؛
- اهمیت روز افزون شرکت‌های فراملی؛

1. Foreign Policy
2. Heritage Foundation
3. Fraser Institute
4. Philip Rylayn and Qian Maria

- گردشگری و رشد صنعت توریسم؛
- کاهش محدودیت‌ها و افزایش درجه باز بودن بازارهای تجاری و مالی؛
- شاخص‌های مربوط به توسعه و گسترش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات.

هر اندیشمندی بنا بر چارچوب ذهنی خود و میزان اهمیت هر یک از ابعاد جهانی شدن، به ارائه‌ی شاخص‌های آن پرداخته است؛ همچنین، گاه مؤسسه‌ای که در زمینه‌ی شهرهای جهانی به تحقیق می‌پردازد نیز اقدام به شاخص‌سازی می‌کند. مؤسسه‌ی کرنی در چندین سال گذشته، شاخص‌های متعددی را برای سنجش میزان جهانی بودن یک مکان استفاده کرده که در جدول زیر به آن اشاره می‌شود:

جدول شماره‌ی ۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های نشریه‌ی سیاست خارجی و دفتر مشاوره‌ی بین‌المللی کرنی برای سنجش جهانی شدن

ردیف	مؤلفه	شاخص
۱	اقتصادی	حجم تجارت بین‌الملل، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تعداد شرکت‌های فراملیتی، بانک‌های خارجی، دفاتر و شرکت‌های خدمات پشتیبان تولید.
۲	سیاسی	تعداد سفارت‌خانه در کشورها، عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، تعداد کنفرانس‌های بین‌المللی برگزار شده در یک کشور.
۳	فنی	تعداد کاربران اینترنت، ارائه‌دهندگان اینترنت و سرورهای اینترنتی، ضریب نفوذ اینترنت
۴	فردی	ارتباط تلفنی بین‌الملل، تعداد جهانگردی و مسافرت بین‌المللی.

منبع، آقایی: ۱۳۹۳

## تحلیل یافته‌ها

تجزیه و تحلیل توصیفی

وضعیت کلان‌شهرهای تهران و استانبول در فرایند جهانی شدن

جهت بررسی و ارزیابی میزان ادغام کلان‌شهرهای تهران و استانبول در فرایند جهانی شدن، اقدام به بررسی و تهیه‌ی شاخص‌هایی از جهانی شدن که مهم‌ترین ابعاد آن را شامل شود، نموده‌ایم. این شاخص‌ها که در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفته‌اند، می‌توانند تمامی ابعاد آن را به صورت کلی پوشش



دهد. شاخص‌های مورد استفاده به ترتیب عبارت‌اند از:

- حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (اقتصادی)؛
- حجم تجارت بین‌الملل (اقتصادی، سیاسی)؛
- تعداد شرکت‌های بین‌المللی و فراملیتی (اقتصادی)؛
- گردشگری (فرهنگی، ارتباطات، اقتصادی)؛
- نفوذ و سرعت اینترنت (ارتباطات)؛
- مناسبات فراملی و بین‌المللی (فرهنگی، سیاسی).

### مقایسه‌ی تطبیقی کلان‌شهرهای تهران و استانبول در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI)<sup>۱</sup>

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که از مهم‌ترین عوامل پیونددهنده‌ی اقتصاد کشورهای در حال توسعه با اقتصاد صنعتی دنیا است، در طول دهه‌های اخیر، رشد چشمگیری داشته است. امروزه، کلان‌شهرهای کشورهای در حال توسعه برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در حال رقابت با یکدیگراند. جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های جهانی شدن اقتصاد، شناخته می‌شود. حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کلان‌شهرهای تهران و استانبول به قرار زیر است.

1. Foreign direct investment

جدول شماره ۲. حجم سرمایه گذاری مستقیم خارجی در کلان شهرهای تهران و استانبول

سال	استانبول (میلیون دلار)	تهران (میلیون دلار)
۲۰۰۰	۷۱۲	۳۴
۲۰۰۱	۸۲۴	۴۸
۲۰۰۲	۷۶۰	۱۸
۲۰۰۳	۱۲۵۰	۱۹۱
۲۰۰۴	۲۰۵۰	۱۲۸
۲۰۰۵	۷۵۴۰	۵۰۲
۲۰۰۶	۱۵۱۰۰	۱۴۳
۲۰۰۷	۱۶۴۰۰	۱۱۷
۲۰۰۸	۱۳۵۰۰	۱۳۱
۲۰۰۹	۵۲۵۰	۲۹
۲۰۱۰	۶۱۰۰	۱۱۱
۲۰۱۱	۱۱۲۰۰	۱۳۵
۲۰۱۲	۸۵۴۰	۱۱۸

و فنی ایران (www. iio.oietai.ir). / سیمای اقتصادی استان تهران، سازمان امور اقتصادی و دارایی استان تهران، معاونت اقتصادی، تیرماه ۱۳۹۱

با مقایسه‌ی آمار فوق که به صورت تطبیقی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲ جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی را نشان می‌دهد، می‌توان به سهم ناچیز کلان‌شهر تهران در قیاس با استانبول اشاره کرد. آمار و ارقام ۱۳ ساله، گویای آن است که به طور متوسط، جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی در استانبول بالغ بر ۶۸۶۳ و در تهران ۱۱۷ میلیون دلار در سال بوده است. لازم به ذکر است که جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی از مهم‌ترین عوامل ورود یک کشور یا شهر به فرایند جهانی شدن است.

## مقایسه‌ی تطبیقی کلان‌شهرهای تهران و استانبول در حجم تجارت بین‌الملل

با افزایش حجم تجارت بین‌الملل، وسعت بازارهای داخلی گسترش می‌یابد. تجارت بین‌الملل اثر بسیار مهمی در تولید دارد. از سال ۱۹۵۰ تا سال ۲۰۰۶ میلادی، حجم تولیدات مختلف کشورهای جهان، حدود ۷ برابر شد. اما در همین سال‌ها، حجم تجارت بین‌الملل، حدود ۲۸ برابر شده است. در جدول زیر، موازنه تجارت بین‌المللی کلان‌شهرهای تهران و استانبول را در سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۲ مورد بررسی قرار داده‌ایم.

جدول شماره‌ی ۳. بررسی میزان تجارت بین‌المللی کلان‌شهرهای تهران و استانبول

سال	استانبول (میلیارد دلار)			تهران (میلیارد دلار)		
	واردات	صادرات	کل	واردات	صادرات	کل
۲۰۰۳	۵۷	۳۳	۹۰	۵.۳	۱.۱	۶.۴
۲۰۰۴	۶۱	۳۷	۹۸	۶.۲	۱.۲	۷.۴
۲۰۰۵	۷۰	۴۲	۱۱۲	۲.۷	۱.۱	۳.۸
۲۰۰۶	۸۱	۴۷	۱۲۸	۲.۹	۱.۲	۴.۱
۲۰۰۷	۹۹	۶۰	۱۵۹	۲.۱	۱.۲	۳.۳
۲۰۰۸	۱۱۱	۷۳	۱۸۴	۳.۷	۱.۲	۴.۹
۲۰۰۹	۷۹	۵۶	۱۳۵	۴.۱	۱.۳	۵.۴
۲۰۱۰	۹۸	۵۴	۱۵۲	۴.۹	۱.۶	۶.۵
۲۰۱۱	۱۲۴	۶۲	۱۸۶	۵.۹	۱.۹	۷.۸
۲۰۱۲	۱۳۰	۶۸	۱۹۸	۴.۹	۲.۳	۷.۲

[www.expodatabase.com/tradeshows/automechanika-istanbul-turkeys-lead/](http://www.expodatabase.com/tradeshows/automechanika-istanbul-turkeys-lead/)  
[www.ihk-nuernberg.de/de/media](http://www.ihk-nuernberg.de/de/media) / سازمان امور اقتصادی و دارایی استان تهران، ۱۳۹۱

آمار و اطلاعات فوق‌گویی آنست که کلان‌شهر تهران هر ساله چند برابر صادرات، اقدام به وارد کردن کالا می‌کند، به گونه‌ای که می‌توان گفت، کلان‌شهر تهران خود را به عنوان یک شهر مصرف‌کننده در عرصه‌ی بین‌المللی نشان داده

است. این در حالی است که در استانبول، یک نوع موازنه بین حجم صادرات و واردات به چشم می‌خورد، به گونه‌ای که همزمان با افزایش واردات، صادرات نیز رشد چشمگیری داشته است. در مجموع همان‌گونه که در جدول بالا نمایان است، حجم کل تجارت بین‌المللی تهران در مقایسه با استانبول، قابل قیاس نیست و حتی در بعضی از سال‌ها همانند سال ۲۰۰۷، کلان‌شهر استانبول بالغ بر ۵۰ برابر تهران حجم تجارت خارجی را تجربه کرده است. حجم تجارت بین‌الملل، قدرت اقتصادی منطقه‌ی کلان‌شهری را در عرصه‌ی جهانی نشان می‌دهد.

### مقایسه‌ی تطبیقی کلان‌شهرهای تهران و استانبول در جذب شرکت‌های بین‌المللی و فراملیتی

به طور کلی یکی از الزامات ورود به عرصه‌ی اقتصاد جهانی، ایجاد شرایطی مطمئن و امن برای شرکت‌های فراملیتی است که در کشور میهمان اقدام به سرمایه‌گذاری کنند تا در کنار آن از پتانسیل‌ها و مزایای این شرکت‌ها جهت رسیدن به اقتصادی پایدار و ورود به اقتصاد جهانی بهره‌برند. در جدول زیر، آمار ۷ ساله‌ی فعالیت شرکت‌های بین‌المللی در کلان‌شهرهای تهران و استانبول ارائه شده است.

جدول شماره‌ی ۴. تعداد شرکت‌های بین‌المللی در کلان‌شهرهای تهران و استانبول

تهران	استانبول	سال
۴۱۷	۱۳۲۰۰	۲۰۰۶
۴۱۵	۱۴۱۳۰	۲۰۰۷
۳۴۶	۱۴۳۷۷	۲۰۰۸
۳۳۷	۱۳۲۲۲	۲۰۰۹
۳۶۱	۱۲۴۳۸	۲۰۱۰
۳۹۱	۱۲۰۰۰	۲۰۱۱
۴۰۰	۱۸۳۷۳	۲۰۱۲

[www.ihk-nuernberg.de/](http://www.ihk-nuernberg.de/) [www.ekonomi.milliyet.com.tr/](http://www.ekonomi.milliyet.com.tr/) [www.borsaistanbul.com/](http://www.borsaistanbul.com/) [www.istanbul.usconsulate.gov/doing%20Tehran Stock Exchange: FACT BOOK](http://www.istanbul.usconsulate.gov/doing%20Tehran%20Stock%20Exchange%20FACT%20BOOK). Retrieved July 31, 2010/ [www.portturkey.com/europe/4446-eyes-on-istanbul-by-foreign-companies](http://www.portturkey.com/europe/4446-eyes-on-istanbul-by-foreign-companies)

اطلاعات جدول نشان می‌دهد که سهم کلان‌شهری تهران در جذب شرکت‌های فراملیتی در مقایسه با استانبول، بسیار ناچیز است. یکی از عواملی که مانع ورود شرکت‌های بین‌المللی به کلان‌شهر تهران می‌شود، ناپایداری و بی‌ثباتی اقتصادی است. ورود شرکت‌های بین‌المللی باید با تضمین سرمایه و سود در بدو ورود این شرکت‌ها به کشور میزبان همراه باشد. بسیاری از اندیشمندان، شرکت‌های فراملیتی را ابزاری جدید برای استعمار می‌پندارند، اما عده‌ای خلاف این گفته را باور دارند. به اعتقاد این عده، صرف‌نظر از مسایل مثبت کمتی، کیفیت اشتغال در شرکت‌های فراملیتی که با فاکتورهایی چون دستمزد بالاتر، بازدهی بیشتر کار و اتکاء بیشتر بر مهارت و دانش قابل سنجش است، می‌تواند به عنوان راه حلی برای توسعه و ورود به عرصه اقتصاد جهانی مورد توجه قرار گیرد. این شرکت‌ها می‌توانند با فراهم آوردن محیط کار بهتر و حتی سرمایه‌گذاری بر روی بخش‌های تحقیق و توسعه، بسیاری از این نیروهای نخبه‌ی کار را جذب کنند. کلان‌شهر استانبول توانسته با جذب بالغ بر ۱۸ هزار شرکت در سال ۲۰۱۲ در مقایسه با ۴۰۰ شرکتی که در تهران فعالیت نموده‌اند، در عرصه‌ی اقتصاد جهانی، سهم بیشتری را داشته باشد. حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، حجم تجارت بین‌المللی و تعداد شرکت‌های فراملیتی از مهم‌ترین فاکتورها برای ادغام در اقتصاد جهانی است.

### مقایسه‌ی تطبیقی کلان‌شهرهای تهران و استانبول در توسعه‌ی گردشگری

در اکثر ارزیابی‌های به عمل آمده از توسعه‌ی گردشگری در جهان سوم، تأثیرات اقتصادی، مهمتر از ملاحظات دیگر است. در حقیقت، گردشگری به عنوان یک عامل اقتصادی عمده و بسیار مؤثر در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته، و بدین علت، سعی می‌شود که حتی‌الامکان از عوامل مؤثر در کاهش جریان گردشگری جلوگیری به عمل آورده، و امکانات لازم جهت رشد و توسعه‌ی آن فراهم شود. در جدول زیر، آمار و ارقام بخش گردشگری در کلان‌شهرهای تهران و استانبول، مورد توجه قرار گرفته است:

جدول شماره ۵. تعداد گردشگران ورودی در کلان‌شهرهای تهران و استانبول

سال	استانبول (میلیون نفر)	تهران (هزار نفر)
۲۰۰۰	۲.۴	۷۰
۲۰۰۱	۲.۵	۷۲۰
۲۰۰۲	۲.۷	۶۴۰
۲۰۰۳	۳.۱	۷۵۰
۲۰۰۴	۳.۵	۷۰۰
۲۰۰۵	۴.۸	۶۵۰
۲۰۰۶	۵.۳	۶۰۰
۲۰۰۷	۶.۵	۷۰۰
۲۰۰۸	۷.۱	۸۰۰
۲۰۰۹	۷.۵	۷۵۰
۲۰۱۰	۶.۹	۸۵۰
۲۰۱۱	۷.۹	۹۵۰
۲۰۱۲	۹	۹۸۰

[www.chn.ir/NSite/FullStory](http://www.chn.ir/NSite/FullStory) / [www.ichto.ir/Default.aspx](http://www.ichto.ir/Default.aspx) / [www.turizm.net/cities/istanbul](http://www.turizm.net/cities/istanbul) / [www.ihk-nuernberg.de/de/media](http://www.ihk-nuernberg.de/de/media) / [www.turkstat.gov.tr](http://www.turkstat.gov.tr)

(مرکز آمار ترکیه)

در کشور ایران، هیچ‌کدام از نهادها و سازمان‌های رسمی و غیر رسمی اقدام به جمع‌آوری اطلاعات در خصوص ورود گردشگران نمی‌کنند، و در این زمینه، تنها می‌توان به آمار و اطلاعات غیررسمی مراجعه نمود، که برخی اوقات سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی به انتشار آن می‌پردازند؛ همچنین در ایران، تعریف ثابت و مشخصی از گردشگر ارائه نشده که نشان دهد سالانه حجم گردشگران ورودی و خروجی کشور به چه میزانی است، اما در کشور ترکیه و کلان‌شهر استانبول، آمار و اطلاعات مربوط به گردشگری، بسیار دقیق و حتی به صورت فصلی و ماهانه منتشر می‌شود.

با نیم‌نگاهی به ارقام جداول فوق می‌توان به این نتیجه رسید که عملکرد استانبول در جذب گردشگر، بسیار تحسین‌برانگیز بوده، و تهران با وجود پتانسیل‌ها و قابلیت‌های طبیعی و انسانی خود، نتوانسته همگام با استانبول پیش رود. در خوشبینانه‌ترین حالت، تهران هیچ‌گاه نتوانسته یک میلیون گردشگر در سال را جذب کند. این در حالی است که کلان‌شهر استانبول به صورت صعودی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲، همواره بر تعداد گردشگران خود افزوده، و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۰، به جایگاه پنجم دنیا در جذب گردشگر دست یابد. ورود حجم عظیم گردشگری در کلان‌شهر استانبول، موجب آرزآوری، افزایش اشتغال، تبادل فرهنگی و مزایای دیگری می‌شود که جایگاه استانبول را در شبکه‌ی شهرهای جهانی ارتقا می‌بخشد.

به نظر می‌رسد، تهران راه درازی را در جذب گردشگری در پیش روی دارد و باید استانبول را به عنوان الگوی خود در منطقه برگزیند، و در این زمینه، اقدامات لازم را انجام دهد. این در حالی است که کشور ایران و در راس آن کلان‌شهر تهران، جزو ۵۱ کشور دنیا شناخته می‌شود که دارای قابلیت و پتانسیل بالقوه‌ی جذب گردشگر است؛ همچنین در زمینه‌ی امکانات رفاهی از قبیل هتل‌های ۵ ستاره، قابل توجه است؛ تعداد این هتل‌ها در استانبول بالغ بر ۱۰۰ و در تهران تنها ۵ واحد یا دستگاه است. ([www.emeraldinsight.com/journals.htm](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm)).

### مقایسه‌ی تطبیقی کلان‌شهرهای تهران و استانبول در سرعت و ضریب نفوذ اینترنت

ضریب سرعت و نفوذ اینترنت، جهانی شدن اقتصاد و جهانی شدن فرهنگی را به شدت تحت تأثیر قرار داده، و به عنوان پایه‌ای‌ترین عنصر در ورود یک کشور به فرایند جهانی شدن شناخته می‌شود. با افزایش استفاده از اینترنت و ارتباطات از نوع جدید، حجم نقل و انتقال کالا و پول به طور شگرفی افزایش یافته؛ همچنین ادغام فرهنگی (شناخته شدن یک فرهنگ محلی در عرصه‌ی ملی و بین‌المللی) و در مواردی تسلط فرهنگی را موجب شده است. در جدول زیر، آمار و ارقام مربوط به ضریب نفوذ اینترنت در کلان‌شهر تهران و استانبول به صورت تطبیقی مورد توجه قرار گرفته است.

جدول شماره ۶. ضریب نفوذ اینترنت در کلان‌شهر تهران و استانبول

سال	استانبول	تهران
۲۰۰۷	۱۹	۱۴.۹
۲۰۰۸	۲۴.۵	۱۸.۷
۲۰۰۹	۳۰.۱	۲۰.۳
۲۰۱۰	۴۱.۶	۲۳.۱
۲۰۱۱	۴۸.۵	۲۴.۹
۲۰۱۲	۴۹.۲	۲۷.۸

[www.turkstat.gov.tr/](http://www.turkstat.gov.tr/) [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

[www.statistics.tehran.ir/statistics/](http://www.statistics.tehran.ir/statistics/) [www.services1.tehran.ir/Default.aspx?tabid](http://www.services1.tehran.ir/Default.aspx?tabid)

هنگامی که صحبت از درجات شکل‌گیری جامعه‌ی اطلاعاتی در یک جامعه به میان می‌آید، اولین معیار این است که ببینیم میزان دسترسی به اینترنت و استفاده از آن برای فرد، جامعه و سازمان چقدر است. در جدول فوق، آمار مربوط به ضریب نفوذ اینترنت در کلان‌شهرهای تهران و استانبول به صورت تطبیقی نشان می‌دهد که هر دو کلان‌شهر در زمینه‌ی نفوذ اینترنت در طول شش سال گذشته، به روند صعودی خود ادامه داده، اما همانند سایر شاخص‌های ذکر شده، استانبول از عملکرد بهتری برخوردار بوده است.

در سال ۲۰۱۲، حدود نیمی از جمعیت استانبول به اینترنت دسترسی مستقیم داشته‌اند، در حالی که در همین سال، در خوشبینانه‌ترین حالت، کمتر از یک سوم جمعیت کلان‌شهر تهران از اینترنت برخوردار بوده‌اند. ذکر این نکته لازم است که آمار مربوط به ضریب نفوذ اینترنت در تهران، شامل تمامی افرادی می‌شود که در یک سال گذشته، حداقل یک بار به اینترنت دسترسی داشته‌اند، در حالی که طبق تعریف وزارت ارتباطات ترکیه، آمار فوق، شامل تمام افرادی است که در طول یک سال، به صورت متوالی از اینترنت استفاده نموده‌اند.



به طور کلی، ضریب نفوذ اینترنت در کلان‌شهرهای استانبول و تهران در سطح متوسطی بوده، در حالی که، متوسط ضریب نفوذ اینترنت در کشورهای توسعه‌یافته، بالاتر از ۸۰ درصد می‌باشد.

در سال ۲۰۰۹، میانگین سرعت اینترنت در تهران ۲۷ کیلو بایت بر ثانیه و حداکثر سرعت اینترنت ۰.۹ کیلو بایت بر ثانیه بوده، در حالی که همین ارقام به ترتیب در استانبول ۳ و ۱۵ مگابایت بر ثانیه بوده است (سلیمانی، ۱۳۸۹: ۹).

شهرهای جهانی، بیشترین تأثیر را از شاخص‌ها و فرایندهای جهانی پذیرفته و در یک کشور، بزرگترین شهرها و کلان‌شهرها بیشترین تأثیر را پذیرا هستند. بر طبق شاخص‌های ذکر شده، کلان‌شهر تهران، کمترین، ابتدایی‌ترین و جزئی‌ترین تأثیرات را از این شاخص‌ها برده و نتوانسته همپای سایر کلان‌شهرهای منطقه، علی‌الخصوص استانبول، پیش رود. لازم به ذکر است که جهانی‌شدن ارتباطات، تسهیل‌کننده‌ی سایر ابعاد و شاخص‌های جهانی‌شدن است، و ورود به اقتصاد جهانی را تسهیل می‌نماید.

## مقایسه‌ی تطبیقی مناسبات فراملی و بین‌المللی کلان‌شهر تهران و استانبول

در یک مقایسه‌ی تطبیقی درباره‌ی کلان‌شهر تهران و استانبول در سال ۲۰۱۰ با عامل خواهرخواندگی و برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی، آشکار می‌شود که استانبول بسیار گسترده‌تر از تهران، با سایر مکان‌های شهری ارتباط برقرار کرده و نقش عمده‌ای در کنفرانس‌های علمی جهانی و منطقه‌ای برعهده داشته است. تهران تنها با ۱۲ شهر دنیا ارتباط خواهرخواندگی دارد، در حالی که این رقم در استانبول به ۴۶ شهر می‌رسد. علاوه بر این، تعداد کنفرانس‌های بین‌المللی برگزار شده در سال ۲۰۱۰ در تهران ۱۱ مورد، در حالی که در استانبول ۵۸ مورد بوده است. با وجود این که در اسناد فرادستی تهران تأکید مکرر شده که تهران باید به عنوان یکی از شهرهای مهم و بازیگر منطقه تبدیل گردد، اما وضع موجود، نشان‌دهنده‌ی این است که تهران برای رسیدن به این جایگاه، چندان موفقیتی کسب نکرده است.

### تجزیه و تحلیل استنباطی

برای مقایسه میان شاخص‌های جهانی شدن مربوط به کلان‌شهرهای تهران و استانبول، از آزمون‌های آماری استفاده می‌کنیم. جهت استفاده از آزمون  $t$ ، ابتدا با توجه به تعداد پایین اندازه‌ی نمونه، باید فرض نرمال بودن بررسی شود. در صورت برقراری توزیع نرمال، از آزمون  $t$  و در غیر این صورت، از آزمون ناپارامتریک من ویتنی<sup>۱</sup> استفاده می‌شود. برای آزمون نرمال بودن، از روش کولموگروف اسمیرنوف<sup>۲</sup> استفاده شد که بر اساس آن، به جز شاخص حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سایر شاخص‌ها از توزیع نرمال پیروی کردند؛ بنابراین برای شاخص حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از روش ناپارامتریک من ویتنی و برای سایر شاخص‌ها از آزمون  $t$  بهره‌برداری گردید. برای بررسی فرضیه اول تحقیق از ۶ شاخص استفاده شده که نتایج آن به قرار ذیل است:

### حجم سرمایه‌گذاری خارجی

آمار و ارقام ۱۳ ساله گویای آن است که به طور متوسط، سالانه، جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در استانبول، بالغ بر ۶۸۶۳ میلیون، و در تهران، ۱۱۷ میلیون دلار در سال است. برای مقایسه‌ی شاخص حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بین دو کلان‌شهر تهران و استانبول، از روش ناپارامتریک من ویتنی استفاده گردیده که به قرار ذیل است:

جدول شماره‌ی ۷. مقایسه‌ی شاخص حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بین دو کلان‌شهر تهران و استانبول با استفاده از روش ناپارامتریک من ویتنی

شاخص	تعداد	Mann-Whitney	P-Value	فاصله اطمینان برای تفاوت ۹۵ درصد
حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی	۱۳	-۱۴.۲۷	۰.۰۰۰	(-۱۱۰۸۲.۱ ; -۱۱۳۲.۱)

نتیجه‌ی آزمون با سطح معنی‌داری ۵ درصد و  $P$  مقدار ۰.۰۰۰ نشان می‌دهد که اختلاف معنادار است و در این شاخص، عملکرد استانبول بهتر از تهران است.

1. Mann-Whitney
2. Kolmogorov-Smirnov test

### حجم تجارت بین‌الملل

در بررسی حجم تجارت بین‌الملل تهران و استانبول کاملاً واضح است که عملکرد تهران در قیاس با استانبول، بسیار ضعیف است. در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲، حجم تجارت بین‌الملل استانبول ۱۸۶ و ۱۹۸ میلیارد، در حالی که همین رقم در تهران، ۷۸ و ۷۰۲ میلیارد دلار بوده است.

جدول شماره ۸. مقایسه شاخص حجم تجارت بین دو کلان‌شهر تهران و استانبول با استفاده از آزمون t

شاخص	T-Value	DF	میانگین	انحراف معیار	P-Value	فاصله اطمینان برای تفاوت ۹۵ درصد
حجم تجارت بین‌الملل	-۱۱.۵۳	۹	۵.۶۸	۱.۶۱	۰.۰۰۰	(-۱۱۱.۳۴۸; -۱۶۵.۶۹۲)

نتیجه‌ی آزمون t نشان‌دهنده‌ی این است که اختلاف به‌دست آمده کاملاً معنادار است، و ناشی از شانس یا تصادف نیست که نشان‌دهنده‌ی عملکرد بهتر استانبول در شاخص ذکر شده است.

### تعداد شرکت‌های فراملیتی

در بررسی‌های مربوط به این شاخص، آشکار شد که تعداد شرکت‌های فراملیتی تهران در مقایسه با استانبول بر مبنای آمار ۷ ساله، بسیار ناچیز است، به طوری که در سال ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ به ترتیب ۱۲۰۰۰ و ۱۸۳۷۳ شرکت فراملیتی در استانبول فعالیت می‌کنند، در حالی که این تعداد در تهران تنها ۳۹۱ و ۴۰۰ شرکت بوده است.

جدول ۹. مقایسه شاخص تعداد شرکت‌های فراملیتی بین دو کلان‌شهر تهران و استانبول با استفاده از آزمون t

شاخص	T-Value	DF	میانگین	انحراف معیار	P-Value	فاصله اطمینان برای تفاوت ۹۵ درصد
شرکت‌های فراملیتی	-۱۶.۹۵	۶	۳۸۱.۰	۳۲.۸	۰.۰۰۰	(-۱۱۶۲۱.۳; -۱۵۵۴۲.۴)

نتیجه‌ی این آزمون نیز گویای معنادار بودن تفاوت است، و این فرضیه را که تهران عملکرد ضعیف‌تری نسبت به استانبول دارد، تأیید می‌کند.

### گردشگری

آمار ۱۳ ساله‌ی گردشگری، گویای آن است که این صنعت در استانبول رشد چشمگیری داشته است. ذکر این نکته لازم است که صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین و سودآورترین شاخص جهانی شدن مطرح است. عملکرد تهران در جذب گردشگر بسیار ناامیدکننده است، و بنا بر آمارهای غیر رسمی دولت، تهران هیچ‌گاه نتوانسته سالیانه ۱ میلیون گردشگر جذب کند، و در این بخش، همواره ضعیف بوده است.

جدول شماره‌ی ۱۰. مقایسه شاخص تعداد گردشگری بین دو کلان‌شهر تهران و استانبول با استفاده از آزمون t

شاخص	T-Value	DF	میانگین	انحراف معیار	P-Value	فاصله‌ی اطمینان برای تفاوت ۹۵ درصد
گردشگری	-۶.۱۱	۱۲	۷۵۳۰۷۷	۱۱۴۸۴۷	۰.۰۰۰	(-۵۳۵۳۵۳۸; -۲۵۴۰۳۰۸)

بر مبنای آزمون t، با توجه به سطح آلفا و فاصله‌ی اطمینان به دست آمده، می‌توان اختلاف را کاملاً صحیح خواند، و عملکرد موفق استانبول نسبت به تهران را تأیید کرد.

### ضریب نفوذ و سرعت اینترنت

این شاخص به عنوان بُعد چهارم و تسهیل‌کننده‌ی بسیاری از مسائل و شاخص‌های اقتصادی و فرهنگی جهانی شدن مطرح است. آمار مربوط به دو کلان‌شهر که در فصل قبل به آن اشاره شد، نشان‌دهنده‌ی این است که هر دو شهر نسبت به کلان‌شهرهای توسعه‌یافته، ضعیف عمل کرده‌اند. در سال‌های اخیر، استانبول با شتاب بیشتری این عقب‌ماندگی را جبران کرده، به طوری که حدود نیمی از مردم این شهر به اینترنت دسترسی داشته‌اند، در حالی که در کلان‌شهر تهران، این رقم حدود یک سوم جمعیت را شامل شده است. در سال ۲۰۰۹، میانگین سرعت اینترنت در تهران ۲۷ و حداکثر سرعت اینترنت ۰.۹ کیلو بایت بر ثانیه بوده، در حالی که همین ارقام به ترتیب در استانبول ۳ و ۱۵

مگابایت بر ثانیه بوده است.

جدول شماره ۱۱. مقایسه‌ی شاخص نفوذ اینترنت بین دو کلان‌شهر تهران و استانبول با استفاده از آزمون t

شاخص	T-Value	DF	میانگین	انحراف معیار	P-Value	فاصله اطمینان برای تفاوت ۹۵ درصد
ضریب نفوذ اینترنت	-۲.۵۰	۶	۲۱.۶۲	۴.۶۲	۰.۰۴۷	(-۲۷.۴۳۸۲; -۰.۲۹۵۱)

در این شاخص نیز همانند سایر شاخص‌های مورد بررسی، P مقدار ۰.۰۴۷ به‌دست آمده، و با توجه به سطح معنی‌داری ۹۵ درصد، اختلاف کاملاً معنادار است، و در نتیجه عملکرد استانبول بهتر از تهران بوده است. در زمینه‌ی مناسبات فراملی و بین‌المللی نیز تهران تنها با ۱۲ شهر ارتباط خواهرخواندگی دارد، در حالی که این رقم در استانبول به ۴۶ شهر می‌رسد. علاوه بر این، تعداد کنفرانس‌های بین‌المللی برگزار شده در سال ۲۰۱۰ در تهران ۱۱، در حالی که در استانبول ۵۸ عنوان بوده است. به‌طور کلی، در تمامی شاخص‌ها، اختلافات معنی‌دار به‌دست آمده و فرضیه‌ی پژوهش تأیید می‌شود.

### نتیجه‌گیری

بر مبنای واقعیت‌های موجود در جهان، دیگر نمی‌توان فرصت‌ها را پشت مرزهای قراردادی و در بازارهای ملی حبس کرد. اعتقاد بر این است که حرکت‌های کالا، خدمات، سرمایه، بنگاه‌ها و مردم به گسترش فناوری، دانش، فرهنگ و اطلاعات میان کشورها کمک فراوانی کرده است. سهم شدن در جریان‌های بین‌المللی در تمامی ابعاد آن، باعث ورود و ادغام در شبکه‌ی شهرهای جهانی و ورود به بازار جهانی خواهد شد. در پژوهش حاضر که با هدف سنجش میزان ادغام کلان‌شهرهای تهران و استانبول در فرایند جهانی شدن صورت گرفته، این نتیجه حاصل شد که در تمامی شاخص‌های مورد بررسی، استانبول، عملکرد بهتری را نسبت به تهران داشته و تهران عملاً نتوانسته در کنار رقیب منطقه‌ای خود، یعنی استانبول رقابت کند. آمار و ارقام گویای آن است که در تمامی شاخص‌های مورد بررسی، استانبول در طول چندین سال گذشته، روند صعودی خود را ادامه داده، در حالی که در تهران، بی‌ثباتی مشهود بوده است. در نهایت می‌توان به این

گفته‌ی رنه شورت اشاره کرد که تهران یک «سیاه‌چاله» و به عنوان یک شهر مقاومت کننده در فرایند جهانی شدن شناخته می‌شود.

در مجموع، کلان‌شهر تهران با تدوین برنامه‌ها و خطوط اصلی سیاست‌گذاری‌ها می‌تواند با استانبول به عنوان رقیب منطقه‌ای خود به رقابت بپردازد.

**پیشنهادات جهت ادغام و رقابت بیشتر کلان‌شهر تهران در فرایند جهانی شدن**

در این بخش به ارائه‌ی پیشنهادهایی جهت تقویت قدرت رقابت‌پذیری کلان‌شهر تهران در فرایند جهانی شدن و حضور موفق در این فرایند می‌پردازیم.

- ایجاد فضای رقابتی و بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی کلان‌شهر تهران؛
- شناسایی کلیه عواملی که موجب بهره‌وری اقتصاد شهر و تقویت آن‌ها می‌گردد؛
- تسهیل ورود سرمایه‌ها و شرکت‌های خارجی و کاهش بوروکراسی اداری؛
- تغییر نگرش نسبت به نقش دولت در فرایند توسعه کلان‌شهری؛
- تقویت، احیا و بازسازی هویت‌های تاریخی در کلان‌شهر تهران؛
- توسعه و تقویت خدمات مالی بین‌المللی در کلان‌شهر تهران؛
- تمرکز زدایی بیشتر در نظام مدیریت شهری کلان‌شهر تهران؛
- بهره‌گیری از تجارب کلان‌شهرهای منطقه، مانند دبی و استانبول؛
- آماده نمودن زمینه‌ی تغییرات کالبدی کلان‌شهر برای پذیرش فعالیت‌های سازنده‌ی تکنولوژی در عصر جهانی شدن؛
- بهره‌گیری از موقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی نخست شهری کلان‌شهر تهران در ایران؛
- تبلیغات رسانه‌ای و شناساندن جاذبه‌های توریستی کلان‌شهر تهران جهت جذب گردشگران خارجی؛

- خصوصی نمودن ارتباطات تلفنی و TCI به منظور ایجاد رقابت؛
- توجه به بحث محوری اقتصاد محلی (DEL) و شناساندن پتانسیل‌های محله محوری؛
- کاهش تعرفه‌ها و معافیت‌های مالیاتی جهت ورود سرمایه‌های خارجی؛
- تضمین سرمایه‌های خارجی در کلان‌شهر تهران؛
- تقویت مناسبات فرهنگی کلان‌شهر تهران با سایر شهرهای جهانی؛
- حمایت از تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران داخلی در فضای رقابت با سرمایه‌گذاران خارجی.

## ■ منابع

- آقایی، پرویز. (۱۳۹۳). جهانی‌شدن و رابطه‌ی آن با فقر شهری، (پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد)، دانشگاه شهید بهشتی، ایران.
- آقایی، پرویز و پوراحمد، احمد. (۱۳۹۳). میزان ادغام تهران در فرایند جهانی‌شدن، فصل‌نامه‌ی مطالعات برنامه‌ریزی شهری، شماره اول، سال ۲.
- آرت شولت، یان. (۱۳۸۲). نگاهی موشکافانه بر پدیده‌ی جهانی‌شدن، (مترجم: مسعود کرباسیان)، تهران: انتشارات شرکت علمی و فرهنگی.
- بهکیش، محمد مهدی. (۱۳۸۴). اقتصاد ایران در بستر جهانی‌شدن، (چاپ سوم)، تهران: انتشار نی.
- رابرتسون، رونالد، (۱۳۸۰)، جهانی‌شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، (مترجم: کمال پولادی)، تهران: نشر ثالث.
- رحیمی بروجردی، علیرضا. (۱۳۸۹). جهانی‌سازی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- سجادی، ژیللا. (۱۳۸۳). نگرش جغرافیایی بر فعالیت‌های مرکزتالیستی و رکود تدریجی اقتصاد ایران طی سال‌های ۱۶۱۶ تا ۱۸۱۰ م، مجموعه مقالات نخستین

همایش ملی ایران شناسی: اقتصاد ایران.

سلیمی، حسین. (۱۳۸۶). نظریه‌های گوناگون درباره‌ی جهانی شدن، (چاپ دوم). تهران: انتشارات سمت.

سیمای اقتصادی استان تهران. (۱۳۹۱). سازمان امور اقتصادی و دارایی استان تهران، معاونت اقتصادی.

صمیمی، احمد. (۱۳۸۶، ۱۲ تیر). جهانی بودن فرصت یا تهدید؟، روزنامه‌ی دنیای اقتصاد، شماره‌ی ۱۴۶۹.

ناش، کیت. (۱۹۹۸). جامعه شناسی سیاسی، (مترجم: دکتر حسین بشیریه و محمدتقی دلفروز)، تهران: نشر کویر.

Aghaei, parviz, (2013, December 3), Tehran in the process of economic globalization, Bulletin of Environment, Pharmacology and Life Sciences Volume 3.

Crafts, N. and Venables, A. J, (2001), Globalization in History: a Geographical Perspective, London: School of Economics, paper prepared for the NBER conference on Globalization in economic perspective.

Hel,D,(1999) ، Global Transformations, Cambridge: Cambridge Polity Press.

Stiglitz, J, (2002), Globalization and Its Discontent's, London: Allen lane.

Scholte, JanArt,(2000), Globalization: A Critical Introduction, U.S.A: ST. Martin's press Inc.

Wallenstein, I, (1999), the Modern World System, New York: Academic Press.

Www. iio.oietai.ir



[Www.unctad.org/en/pages/GDS/GDS.aspx](http://Www.unctad.org/en/pages/GDS/GDS.aspx)

[www.ihk-nuernberg.de/de/media./](http://www.ihk-nuernberg.de/de/media/)

[www.expodatabase.com/tradeshows/automechanika-istanbul-turkeys-lead/](http://www.expodatabase.com/tradeshows/automechanika-istanbul-turkeys-lead/)

[www.ihk-nuernberg.de](http://www.ihk-nuernberg.de)

[www.ekonomi.milliyet.com.tr/](http://www.ekonomi.milliyet.com.tr/) [www.borsaistanbul.com](http://www.borsaistanbul.com)

[Www.istanbul.usconsulate.gov/doing](http://Www.istanbul.usconsulate.gov/doing)

[www.portturkey.com/europe/4446-eyes-on-istanbul-by-foreign-companies](http://www.portturkey.com/europe/4446-eyes-on-istanbul-by-foreign-companies)

[www.chn.ir/NSite/FullStory](http://www.chn.ir/NSite/FullStory)

[www.ichto.ir/Default.aspx](http://www.ichto.ir/Default.aspx)

[www.turizm.net/cities/istanbul](http://www.turizm.net/cities/istanbul)

[www.ihk-nuernberg.de/de/media](http://www.ihk-nuernberg.de/de/media)

[www.turkstat.gov.tr](http://www.turkstat.gov.tr)

[www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

[www.statistics.tehran.ir/statistics](http://www.statistics.tehran.ir/statistics)

[www.services1.tehran.ir/Default.aspx?tabid](http://www.services1.tehran.ir/Default.aspx?tabid)

