یادداشت

مایکروسافت چگونه بین ۱۴۴ هزار کارمند صمیمیت ایجادمی کند

هر قدر سازمان‌های امروزی جهانی‌تر می‌شوند و دورکاری رواج بیشتری می‌یابد، وضعیت انسجام و ارتباطات انسانی بدتر می‌شود. برای بسیاری از رهبران سازمان، قدم زدن در محیط کار، خوش و بش با نیروهای تازه استخدام شده و ارتباط برقرار کردن با کارمندان، دیگر میسر نیست. دور هم جمع شدن برای گفت‌وگو در مورد موضوعات فوری جای خود را به کنفرانس‌های آنلاین داده است. ساتیا نادلا، مدیرعامل شرکت مایکروسافت و تیمش هم از ابزارهای دیجیتال استفاده می‌کنند تا این شکاف را پر کنند. برخی از استراتژی‌های عملی که آنها مورد استفاده قرار می‌دهند تا افراد را دور هم جمع کنند و بین کارمندان و مدیران سازمان صمیمیت برقرار کنند، در ادامه مورد اشاره قرار می‌گیرد.

سرویس‌های شبکه‌سازی اجتماعی در بنگاه، کانالی مهم برای کارمندان محسوب می‌شوند تا ایده‌ها را به یکدیگر وصل کنند و به اشتراک بگذارند. مایکروسافت از سرویس «یامر» (Yammer) به‌عنوان کانالی استفاده می‌کند تا نادلا و دیگر مدیران شرکت با کارمندان در ارتباط باشند و آنچه در ذهن آنها می‌گذرد را بشنوند و بدانند. کارمندان در یک صفحه با عنوان «ارتباط با مدیرعامل» می‌توانند سوالات خود را مطرح کنند و با کارمندان دیگر هم در مورد موضوعات مختلف و متنوع ارتباط برقرار کنند. هر چیزی از استراتژی محصول تا تخصیص مزایای کارمندان، این اقدام حس صمیمیت را افزایش می‌دهد و ارتباطات مستقیم بین کارمندان و مدیریت ایجاد می‌کند. مایکروسافت یک رویکرد کنترلگر اتخاذ کرده تا سوالاتی که در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود را در همان آن بررسی کند و مدیران اغلب به‌طور مستقیم به آنها پاسخ می‌دهند. رهبران مایکروسافت با درگیر شدن در این مکالمه مجازی، می‌توانند به سرعت و در تعداد بالا سوالات را جواب دهند و هر وقت بخواهند، نسبت به نگرانی‌ها و مکالمه‌های کارمندان، به دیده‌گاه ارزشمندی برسند. رهبران سازمان می‌توانند وارد هر گفت‌وگویی شوند و به کارمندان خود چشم‌انداز ارائه کنند؛ مزیتی مهم که در روش‌های ارتباطی سنتی درون شرکت‌ها مثل پر کردن نظرسنجی، دیده نمی‌شود. رهبران مایکروسافت به‌جای اینکه فقط با افراد حاضر در دفاتر وقت بگذرانند، می‌توانند به‌طور مستقیم کارمندانی را که در دیگر نقاط دنیا کار می‌کنند، صرف‌نظر از اختلاف زمانی، درگیر گفت‌وگو کنند.

هر روز، گروه کوچکی از کارمندان مایکروسافت یک نظرسنجی دریافت می‌کنند که «نبض روزانه» نام دارد. این نبض روزانه که بخش منابع انسانی آن را مدیریت می‌کند، گزارش‌هایی از احساس کارمندان نسبت به شرکت، فرهنگ آن و دیگر موضوعات روز تهیه می‌کند. این نظرسنجی به‌طور دقیق طراحی شده تا مطمئن شود که تحلیل نتایج آسان خواهد بود. نبض روزانه حاوی حدود ۲۰ پرسش اساسی است که به‌پنج‌تای آنها به‌طور اختصاصی در مورد سازمان هستند به‌علاوه یکسری پرسش‌های چرخشی در این نظرسنجی وجود دارد که ماهانه تغییر می‌کنند تا در مورد یکسری موضوعات خاص، اطلاعات اضافی جمع‌آوری شود. این پرسش‌ها به‌عنوان نمونه عبارتند از: «فکر می‌کنید مایکروسافت امروز از چه جهاتی با یک سال قبل فرق کرده است؟» یا «بزرگ‌ترین تغییری که پیشنهاد می‌کنید رهبری سازمان اعمال کند تا بتواند در شغل‌تان اثرگذارتر باشید، چیست؟»

هر ماه، مایکروسافت یک جلسه عمومی با حضور همه کارمندان برگزار می‌کند که اولویت‌ها، پیشرفت و فرهنگ شرکت در مجمعی که همه در آن حق اظهارنظر دارند، مورد بحث قرار می‌گیرد. این جلسه برای کارکنان واحدهای خارج از کشور در سراسر دنیا به‌صورت زنده و از طریق اینترنت پخش می‌شود و همچنین برای کارمندانی که در دیگر منطقه‌های زمانی هستند، در دسترس است. ساتیا نادلا در کنار اعضای تیم مدیریتی، به‌روزرسانی‌های کسب‌وکار را به‌صورت ماهانه ارائه می‌کند و به‌طور مستقیم پرسش‌هایی از مخاطبان خود می‌پرسد. با این کار، او شانس این را دارد که افکارش را در حوزه‌های مختلف — از جمله کسب‌وکار، صنعت و جامعه — به اشتراک بگذارد و به کارمندان هم امکان می‌دهد موضوعاتی که برای آنها مهم است را مطرح کنند. در طول این رویدادها، میزان تعهد کارکنان سنجیده می‌شود. وقتی رویداد به پایان رسید، صفحه یامر با فهرست قابل جست‌وجویی از موضوعات بحث شده و کلیپ‌های کوتاهی از لحظه‌های کلیدی جلسه، به‌روز رسانی می‌شود تا تیم بتواند پیام‌های مهم را هایلایت کند.

نادلا گفته ترجیح می‌دهد که مایکروسافت به‌جای یک شرکت با افراد «همه چیزدان» (که بیشتر مهارت‌ها و تخصص‌ها و تجربیات را دارند)، شرکتی با افراد «همواره در حال یادگیری» باشد. او در حمایت از این ایده خود، یکسری فیلم درست کرده که افراد و تیم‌هایی را که از ذهنیت رشد استقبال می‌کنند، مورد تاکید قرار می‌دهد. هدف فیلم‌ها این است که تغییر بعضی ایجاد یک سازمان یادگیرنده را مدل‌سازی کنند تا گفت‌وگو شکل بگیرد و کارمندان تحریک شوند در مورد یادگیری‌های خود صحبت کنند. شرکت کاری کرده که دسترسی به فیلم‌ها با استفاده از یک مدل ارگنار فزایش یابد. یعنی فیلم‌ها در هر ماه به‌طور مستقیم از طریق گروه‌های مرتبط و با توجه به موضوعی که دارند، ایمیل می‌شوند. مایکروسافت صدها لیست توزیع برای افراد با علایق خاص دارد و بنابراین این فیلم‌ها به‌صورت هدفمند ارسال می‌شوند. برای موفقیت بلندمدت، یک تقویم موضوعی باید تهیه شود تا فیلم‌ها براساس نیاز کارکنان ارسال شوند و آنها را شگفت‌زده کنند. تجربه مایکروسافت علاوه‌بر اینکه پنجره‌ای به سوی تکنولوژی‌های مورد استفاده این شرکت باز می‌کند، بلکه تصویری الهام‌بخش از انگیزه اصلی آن ارائه می‌کند تا کارکنان شرکت از سراسر دنیا مجهزتر و متعهدتر باشند. استفاده از اهرم تکنولوژی برای برقراری ارتباط با افراد در مقیاس گسترده، سنگ بنای مسیر رهبری سازمانی در قرن ۲۱ است.

مترجم: هریم رضایی

گزارش اختصاصی

امید به نو نوار شدنِ ناوگانِ حمل و نقل عمومی کرج؛

بازسازی ۳۵ دستگاه اتوبوس با اعتبارِ ۶ میلیارد تومانی

نسترن کیوان پور- اواخر سال ۹۷ بود که ۳۰ دستگاه اتوبوس جدید با اعتباری بالغ بر ۵۰ میلیارد تومان به ناوگان اتوبوسرانی کرج اضافه شد؛ اتفاقی خوشایند که برای شهروستانی با وسعت این کلانشهر لازم بود اما کافی نبود. هرچند گفتن این نکته ضروری است که در آن تاریخ در کل کشور فقط همان ۳۰ دستگاه اتوبوس جدید تولید شده و رقابتی بین شهرهای کشور برای خرید این تعداد ایجاد شده بود که خوشبختانه این اتوبوس به مبادیِ کرج شد.

طی سال های گذشته نزدیک به ۸۲/۵ درصد از اعتبار مورد نیاز برای خرید اتوبوس ها را تقبل می کرد که این کمک دولتی در سال ۱۳۸۹ قطع شد و همین امر مزید بر علت شد که بسیاری از اتوبوس های کرج به دلیل فرسودگی از چرخه حمل و نقل عمومی خارج شوند به طوری که از هزار دستگاه اتوبوس تنها ۴۰۰ دستگاه برای خدمت رسانی به شهروندان باقی ماند.

به گفته شهردار کرج طبق استانداردها و بر مبنای جمعیت و وسعت کرج باید هزار و ۵۰۰ دستگاه اتوبوس در اختیار شهروندان این شهر باشد که بر این اساس با سرانه مطلوب فاصله بسیار داریم.

با این حال تیرماه امسال بود که رئیس سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری کرج از تصویب لایحه فروش ۳۰۰ میلیارد تومان اوراق مشارکت(صکوک) برای خرید ۱۶۰ تا ۱۷۰ اتوبوس خبر داده و گفته بود که مکاتبات جهت فروش اوراق با دستگاه های ذیربط انجام شده است و بر اساس پیش بینی ها این اعتبار در نیمه دوم امسال جذب خواهد شد.

اما با اضافه شدن این تعداد اتوبوس باز هم با سرانه فاصله بسیاری وجود دارد و از طرفی فرسودگی اتوبوس های موجود آن ها را در آینده‌ای نزدیک از مدار فعالیت خارج خواهد کرد. همین موارد سبب شد روز گذشته: ۱۴ مهرماه ۹۸ لایحه ای دو فوریتی در صحن علنی شورای شهر کرج مطرح شود که متن آن به این شرح است: «شهرداری در نظر دارد مستند به نامه شماره ۶۰/۲۷۵۹۲۸ مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۵ مدیر کل صنایع خودرو و نیرو محرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت با شرکت ایران خودرو دیزل به عنوان نماینده انحصاری تولیدکننده اتوبوس های بنز مدل ۴۵۷ و به استناد بند ۲ ماده ۳۱ آیین نامه معاملات شهرداری تهران و کلانشهرها از ردیف اعتباری ۳۰۳۱۱۰۹۸۲۰ قرارداد بازسازی کامل اتوبوس های تولید شده توسط شرکت ایران خودرو دیزل تا سقف ۶۰ میلیارد ریال را منعقد نماید»

در حال حاضر ۳۵ دستگاه اتوبوس مدل بنز ۴۵۷ در عمر بالای ۱۰ سال در اختیار سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری کرج است که به دلیل فرسودگی، تعداد بالایی از آن ها خارج از سرویس به صورت دائم پارکینگ اتوبوسرانی نگهداری می شوند و با بازسازی این تعداد اتوبوس می توان آن ها را به گردونه حمل و نقل عمومی درون شهری بازگرداند.

کمالی زاده در توضیح این لایحه به تفاهم نامه سال گذشته شهرداری کرج با شرکت ایران خودرو دیزل برای بازسازی اتوبوس های فرسوده اشاره کرد و گفت که امسال قیمت ها افزایش یافته و باید تجدید نظر در این تفاهم نامه صورت گیرد. برای ابلاغ قرارداد به این شرکت نیز نیاز به مصوبه شورای شهر کرج است تا بتوان این تعداد اتوبوس بازسازی شده را تا شب عید به ناوگان حمل و نقل عمومی کرج وارد کرد.

فرج الله ایلیات و سارا دشتکرد ضمن موافقت با کلیت موضوع سوالاتی را مطرح کردند شامل این موارد که چند اتوبوس و چند درصد تعمیر نیاز است و با چه کیفیتی؟ و آیا این کار نسبت به خرید اتوبوس جدید با توجه به افزایش روزافزون قیمت ها، توجیه اقتصادی خواهد داشت یا خیر.

مهدی حاجی قاسمی به سقف اعتبار مورد نیاز برای بازسازی که شش میلیارد تومان است اشاره کرد و در پاسخ به مخالفان لایحه گفت: «با حدود ۵۰ میلیارد تومان ۳۰ اتوبوس خریداری شد اگر شهرداری می تواند با شش میلیارد تومان ۳۵ اتوبوس را بازسازی کند باید اجازه این کار را بدهیم. اما گزارش نحوه انجام و واگذاری اتوبوس ها باید توسط شهرداری به شورای شهر ارسال می شد که انجام نشده»

عباس زارع هم در حمایت از لایحه به این موضوع تاکید کرد که برای توسعه سیستم حمل و نقل عمومی شهر کرج باید نهایت حمایت را از شهرداری به عمل آورد البته زارع به بند ۲ ماده ۳۱ نیز اشاره کرد و گفت که شورای شهر به شهردار تفویض اختیار نکرده است در حالی که اگر این موضوع انجام شود شهردار باید خودش بلیه ضوابط را به صورت دقیق رعایت کند و نیازی به مطرح شدن این لایحه در صحن شورا نیست.

گفتنی است ماده ۳۱ آیین نامه مالی و معاملاتی شهرداری دارای دو بند است که طبق آن ها، معاملات بدون تشریفات مناقصه یا مزایده و حراج انجام خواهد شد: بند یک: در مورد معاملاتی که طرف معامله وزارتخانه و یا موسسه یا شرکت دولتی یا شهرداری ها یا موسسات وابسته به آن ها باشند و بند دو: در مورد خرید اموال و خدمات و حقوق مالی که به تشخیص شهردار منحصر به فرد باشد.

طبق توضیحات تکمیلی شهردار کرج، سال گذشته قیمت یک دستگاه اتوبوس با احتساب ۹ درصد ارزش افزوده حدود یک میلیارد و ششصد میلیون تومان بود. این در حالی است که قیمت همین اتوبوس در سال جاری با احتساب ارزش افزوده به حدود دو میلیارد تومان رسیده است. با توضیحات شهردار کرج با یک حساب سرانگشتی می توان به این نتیجه رسید که با شش میلیارد تومان به جای خرید سه دستگاه اتوبوس جدید می توان ۳۵ دستگاه اتوبوس فرسوده را بازسازی کرد! شهردار کرج به منتقدان این اطمینان را نیز داد که هر اتوبوس مبلغ نقلیتی برای بازسازی ندارد و طبق فهرست بها و چک لیست نیازهای بازسازی، تغییرات در هر اتوبوس صورت خواهد گرفت و پرداخت ۶۰ درصد هزینه هم در قالب تهاتر در قرارداد مطرح خواهد شد. این آمار توجیه اقتصادی مناسبی برای بازسازی ۳۵ دستگاه اتوبوس دارد و بسیار ایده آل به نظر می رسد. با این تفاسیر و قلع شدن اعضای شورای شهر دو فوریت این لایحه به تصویب رسید و نباشد گزارش های شهرداری کرج در خصوص نحوه بازسازی به شورای شهر ارسال شود.

امیدواریم این مصوبه هرچه سریع تر به نتیجه برسد و سیستم حمل و نقل عمومی کرج با اضافه شدن اتوبوس های جدید و بازسازی اتوبوس های فرسوده یک تکانِ عمده بخورد و این وعده در میان بسیاری وعده‌های دیگر از سوی مدیریت شهری بلاتکلیف باقی نماند. چرا که با توجه به افزایش روزافزون جمعیت کرج در پی مهاجرت ها و بحث های حیاتی در خصوص کنترل آلودگی هوا و ارتقای شاخص های سلامت شهری، توسعه مطلوب حمل و نقل عمومی یک ضرورت انکارناپذیر در کلانشهر کرج است.

Nastaran.keyvanpour@gmail.com

عاقلی خبر داد؛

تولید آسفالت بازیافتی در کرج برای اولین بار

رئیس سازمان عمران و بازآفرینی قضاعای شهری شهرداری کرج خبر داد: عملیات بازیافت ترانه های آسفالت در کارخانه آسفالت شهرداری کرج با هدف ترمیم بهسازی و لکه گیری معابر برای نخستین بار به صورت پایلوت در استان البرز آغاز شده است. در روزهای گذشته از ۱۹۵ تن آسفالت ضایعاتی، ۷۵ تن آن بازیافت شد.

به گزارش پیام آشنا، علیرضا عاقلی با اشاره به اینکه یکی از اولویت های شهرداری مدیریت راه‌های پرورد های عمرانی جهت ایجاد شرایط زیست بهینه در شهر و توسعه فعالیت های عمرانی است گفت: عملیات بازیافت ترانه های آسفالت در کارخانه آسفالت شهرداری کرج با هدف ترمیم بهسازی و لکه گیری معابر در حال انجام است. به گفته وی طی روزهای گذشته سازمان عمران از ۱۹۵ تن آسفالت ضایعاتی موفق به بازیافت ۷۵ تن شد که این مقدار برای بهسازی و مرمت معابر مورد استفاده قرار گرفت. این مسئول افزود در این عملیات ترانه های آسفالت برداشت شده بعد از اختلاط با مواد قیری و دیگر مصالح مورد نیاز طبق مشخصات آسفالت گرم و بتن آسفالتی در کارخانه آسفالت شهرداری کرج تولید و جهت لکه گیری آسفالت در سطح معابر مناطق دهگانه مورد استفاده قرار گرفت که انتظار می رود در آینده با هر یک تن تولید آسفالت نوبه میزان ۵۰ درصد از ترانه های آسفالتی استفاده شود. عاقلی با یادآوری اهتمام جدی کارخانه آسفالت برای تولید آسفالت بر اساس استانداردهای روز دنیا اکیفیت بیشتر و هزینه کمتر، گفت: از مزایای تولید آسفالت بازیافتی می توان به حذف هزینه های حمل و نگهداری، انباشت ترانه های آسفالت، صرفه جویی قابل توجه ریالی برای خرید قیر و مصالح سنگی، جلوگیری از هدر رفت ترانه های آسفالتی، بازیافت ۱۰۰ درصد آسفالت قدیمی، سازگاری با محیط زیست و کاهش آلایندگی هااشاره کرد.

رئیس سازمان عمران و بازآفرینی قضاعای شهرداری کرج گفت: این سازمان تلاش می کند با افزایش کیفیت تولید این محصول به غیر از لکه گیری، از آسفالت بازیافتی در معابر قرعی نیز استفاده کند.

«گردشگران آنی» بازار ایرانگردی به همراه «سیاست مناسب» برای پاسخ به سبک جدید گردشگری معرفی شدند. مرکز پژوهش‌ها با بررسی کارنامه دولت در حوزه گردشگری، «نگاه غلط و تقلیل گرایانه» به این حوزه را عامل محرومیت از درآمد پایدار بازار توریسم اعلام کرده است. ۱۳ نقطه ضعف و ۶ اشکال باعث شده از ظرفیت گردشگری آن‌طور که باید بهره‌برداری نشود. اولویت دست‌چندم «گردشگری داخلی»، مهم‌ترین نارسایی موجود است. شرایط بازار گردشگری ایران باید برای سرویس‌دهی به «توریست‌های خانوادگی» آماده شود.

به گزارش پیام آشنا مرکز پژوهش‌های مجلس با ترسیم چشم‌انداز بازار گردشگری جهان و ایران، عملکرد دولت و بازار گردشگری کرده است. به گزارش «دنیای اقتصاد» نتایج بررسی‌های مرکز پژوهشی مجلس نشان می‌دهد که مدیران دولت به‌خاطر نوع نگاه عمدتا فرهنگی به صنعت گردشگری و بازار گردشگری آن طور که در دنیا از این حوزه درآمدزایی می‌شود نتوانستند شرایط بهره‌برداری اقتصادی از منافع پایدار کشور را فراهم کنند و به گردشگری به‌عنوان موتور محرک اقتصادی نگاه نمی‌شود؛ درحالی که این صنعت می‌تواند کارکردهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و امنیتی نیز داشته باشد. براساس اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس هیچ کدام از برنامه‌های توسعه و سیاست‌ها، اشاره‌ای به میزان سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی و درآمدزایی گردشگری نکرده است. ایران در گام دوم خود در حوزه گردشگری با یک چشم‌انداز ۲۰ ساله در صدد است سهم ایران از کل تعداد گردشگران جهانی را از ۰/۶ درصد در سال ۹۷ به ۱/۵ درصد در سال ۱۴۰۴ افزایش دهد که این امر با جذب حدود ۲۰ میلیون گردشگر خارجی محقق خواهد شد. طی چهار دهه گذشته برنامه گردشگری عمدتا در امور فرهنگی همچون حفظ ابنیه تاریخی، موزه‌ها و... تعریف شده درحالی که ایران از ظرفیت‌های بکر بسیاری در طبیعت‌گردی، بوم‌گردی، کویرنوردی، گردشگری ساحلی، ورزشی، پزشکی و زمستانی برخوردار است.

همچنین گردشگران ورودی به ایران که با توجه به آمار جهانی بسیار کم است اغلب گردشگران مذهبی از کشورهای همسایه و عمدتا شیعه را شامل می‌شود. براساس آمارها عراق ۳۰ درصد از کل ورودی توریست‌های خارجی را به خود اختصاص داده است. می‌توان با توجه به ظرفیت‌های بسیار ایران در گونه‌های مختلف گردشگری و همچنین برنامه‌ریزی مدون برای جذب گردشگران مذهبی در ادیان و مذاهب مختلف، این نگاه تقلیل‌گرایانه را کاهش داد. بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد، گردشگران داخلی رکن اصلی و پایدار صنعت گردشگری در جهان را شکل می‌دهند و مطابق آمار شورای جهانی سفر و گردشگری ۷۹ درصد از کل درآمد گردشگری متعلق به گردشگران داخلی و ۲۱ درصد سهم گردشگران بین‌المللی است. اما در ایران توجه به گردشگران داخلی در اولویت دست چندم قرار دارد و سهم گردشگران داخلی بسیار کم است و شرایط و برنامه‌های سفرهای داخلی متناسب با استطاعت گردشگران داخلی وجود ندارد.

به گزارش «دنیای اقتصاد» عملکرد ضعیف ایران طی ۴۰ سال گذشته بر حسب چالش‌ها و ضعف‌هایی آن را می‌توان در ۱۳ نقطه ضعف و ۶ اشکال سیاستی مطرح کرد. ضعف برای تمامی کالاها و خدمات رونق اقتصادهای محلی را به همراه دارد. از مهمترین آثار رشد و توسعه گردشگری در ایران، عدم وابستگی به صنعت نفت است که این امر با توجه به شرایط تحریمی کشور میزان آسیب‌پذیری در بخش صادرات نفتی را کاهش می‌دهد و کسری درآمدزایی و ارزآوری را جبران می‌کند و جایگزین درآمدهای ناپایدار و زودگذر اقتصادی می‌شود. از دیگر آثار توسعه پایدار گردشگری افزایش اشتغال‌زایی است که این صنعت ۱۰ درصد از کل اشتغال جهانی در ۲۰۱۸ را به خود اختصاص داده است.

موقت، کیفیت ضعیف خدمات گردشگری به خصوص در سطح گردشگری بین‌المللی و آموزش ناکارآمد نیروی انسانی، عدم ثبات ساختاری و مدیریتی و در نهایت تعدد دستگاه‌ها و تداخل وظایف و اختیارات در حوزه گردشگری ۱۳ نقطه ضعف در توسعه صنعت گردشگری محسوب می‌شود.

صنعت گردشگری یکی از ابزارهای کلیدی پیشرفت در حوزه‌های اشتغال‌زایی، ارزآوری و درآمدزایی است که به واسطه آثار اقتصادی غیرقابل قیاس با صنایع دیگر، جلوگیری از نشت ارز، نیاز اندک به مهارت و سرمایه‌گذاری، خردمقیاس و خدمات که باعث افزایش کیفیت جوامع محلی می‌شود، رشد بخش کشاورزی، تولید و خدمات به توسعه گردشگری منجر می‌شود و همچنین تقاضای مشتق برای تمامی کالاها و خدمات رونق اقتصادهای محلی را به همراه دارد. از مهمترین آثار رشد و توسعه گردشگری در ایران، عدم وابستگی به صنعت نفت است که این امر با توجه به شرایط تحریمی کشور میزان آسیب‌پذیری در بخش صادرات نفتی را کاهش می‌دهد و کسری درآمدزایی و ارزآوری را جبران می‌کند و جایگزین درآمدهای ناپایدار و زودگذر اقتصادی می‌شود. از دیگر آثار توسعه پایدار گردشگری افزایش اشتغال‌زایی است که این صنعت ۱۰ درصد از کل اشتغال جهانی در ۲۰۱۸ را به خود اختصاص داده است.

اخبار

عدم حمایت از شرکت‌های مسافربری بین‌شهری

بعضی از قطعات و لوازم‌یدکی مانند لاستیک و روغن نسبت به سال گذشته دو برابر و نسبت به سه سال گذشته ۴ برابر شده در صورتی که کرایه تنها ۲۰ درصد اضافه شده است. با این وضعیت مسافربری بین‌شهری دیگر توجیه اقتصادی ندارد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، غلامرضا گلشهر، مدیرعامل شرکت رویال سفر ایرانیان با اعلام این مطلب گفت: از دیگر مشکلات کمبود و گرانی اتوبوس و خودروهای سواری برای تکمیل ناوگان است. اولین انتظار ما برای حمایت از این شغل این است که لوازم یدکی و لاستیک با قیمت یارانه‌ای در اختیار شرکت‌های مسافربری اتوبوسرانی بین شهری قرار داده شود. وی درباره سابقه فعالیت اتوبوس‌های VIP بین شهری در کشور گفت: شرکت رویال سفر ایرانیان اولین شرکتی بوده که فعالیت خود را با اتوبوس‌های VIP آغاز کرده است. در سال ۱۳۸۴ که این شرکت شروع به فعالیت کرد، هیچ اتوبوس VIP برای جابه‌جایی مسافر وجود نداشت. ما برای رقاء مسافران برای اولین بار اتوبوس‌های ۲۴ نفره را در مسیر تهران- اصفهان راه‌اندازی کرده و با ۵۰ دستگاه اتوبوس ملکی شرکت شروع به فعالیت کردیم. گلشهر گفت: بعد از استقبال مردم برای اتوبوس VIP درخواست مجوز دادیم و بعد از بازدید توسط پلیس راهور به سختی توانستیم در سال ۸۵ مجوز اتوبوس‌های VIP را بگیریم. در آن زمان رئیس هیات‌مدیره این شرکت، کارخانه اتوبوس‌سازی دلثت و ایشان شروع به تولید اتوبوس‌های VIP کردند.

وی در ادامه گفت: تولید اتوبوس‌های VIP تا سال ۸۹ ادامه داشت. بعد از موجه با تحریم‌ها در تامین شاسی دچار مشکل شدند و آن اتوبوس‌سازی نیمه‌تعطیل شد. با توسعه ناوگان از سال ۹۰ کل اتوبوس‌های شرکت VIP شد. درحال از حدود ۴۰۰ دستگاه اتوبوس شرکت ۳۸۰ دستگاه آن خود مالک هستند. مدیرعامل شرکت رویال سفر ایرانیان گفت: سال ۹۴ برای خودروهای شاسی بلند تویوتا، مجوز جابه‌جایی مسافر برای قرودگاه امام را گرفتیم و با تسهیلات سازمان حمل‌ونقل ۱۵۰ دستگاه خودرو وارد ناوگان کردیم. به علت اینکه به تحریم‌ها برخورد کردیم و با وجود اینکه سازمان حمل‌ونقل مجوز واردات ۴۰۰ دستگاه خودروهای شاسی بلند تویوتا با وام وزارت راه را داده بود، نتوانستیم این خودروها را وارد کنیم. وی افزود: درحال حاضر تنها شرکتی هستیم که هم مجوز اتوبوس و هم مجوز سواری داریم. از سال ۸۵ در کنار سرویس‌های داخلی، سرویس‌های خارجی هم اضافه کردیم. درحال حاضر برای ترکیه شهرهای آنکارا، استانبول، عراق، ارمنستان، گرجستان شهرهای باتومی و تفلیس مسافرکشی جامی کنیم. وی در ادامه گفت: تنها شرکت حمل‌ونقل ایرانی بودیم که اتوبوس مسافری به مقصد عراق قرستادیم. در مراسم اربعین سال گذشته نیز ۸۶ دستگاه اتوبوس برای جابه‌جایی زائران ایرانی قرستادیم.

کمبودنقدینگی؛مهم‌ترین‌مشکل پروژه‌های قطار برقی

عمده تاثیر تحریم‌ها بر اجرای پروژه‌های خطوط ریلی برقی کشور در بحث تامین تقدیتی است که دولت یا آن مواجه است و پروژه‌ها اکثرا با کمبود نقدینگی مواجه هستند. پروژه‌ها را شروع نمی‌شوند یا در حد اعلام برنده متاقصه باقی می‌مانند و یا سرعت کم پیش می‌روند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، محمدعلی قشتک‌پور، عضو هیات‌مدیره و مدیر بخش ریلی شرکت آوکاست که در زمینه قطارهای برقی به‌عنوان یک شرکت پیمانکار پروژه در زمینه طراحی، ساخت تجهیزات، تصب و اجرا فعالیت می‌کند در گفت‌وگو با «تجارت اقتصاد» با اعلام این مطلب گفت: تغیر از این مورد، اثر تحریم‌ها روی تولید داخلی مثبت بوده و مشتریان به شرکت‌هایی مثل ما اعتماد می‌کنند قبل از تحریم‌ها همیشه از محصولات خارجی مانند شرکت زیمنس استفاده می‌کردند. وی افزود: خوشبختانه در شرایط فعلی کار فرماها به ما اعتماد کردند و فرصت را در اختیار ما قرار دادند و تمامی تجهیزات شبکه بالاسری قطار برقی را تولید و در این زمینه کاملا خودکفا بوده و قطعات را بومی‌سازی کردیم. حتی تجهیزات خاصی را که تا سال‌های گذشته از آلمان وارد می‌شد را تیز توانستیم بومی‌سازی کنیم و در این زمینه قراردادهایی با متروی مشهد و هشتگرد داریم.

مدیر بخش ریلی شرکت آوکاست درباره انتظار از پیمانکاران گفت: در پروژه‌های قطار برقی چون تامین مالی آن به عهده طرف خارجی بوده، متاسفانه تامین برق آلات که بخش استراتژیک بوده به طرف خارجی سپرده می‌شود درحالی که این قطعات کاملا در کشور بومی‌سازی شده و این فرصت از شرکت‌های داخلی در این زمینه گرفته می‌شود. عمدتر بین انتظار ما این است با توجه به اینکه توانمندی کامل در این زمینه در کشور وجود دارد در زمان توافق با فایننسر خارجی، توانمندی شرکت‌های داخلی در زمینه تامین قطعات در نظر گرفته شود. وی افزود: با توجه به تیاز توسعه زیربنای ریلی برقی کشور، این شرکت با یک اقدام و جهش سریع، کادر مهندسی خود را با استفاده از افراد مجرب در شرکت‌های قطار شهری، مترو های کشور، اتوبوس برقی تهران و همچنین با گردهم‌آوری مهندسان جوان و مستعد کشور و با همکاری یک شرکت مجرب و با سابقه اسپانیایی تشکیل داد و تکمیل کرد و با تکیه بر تجربه خود در ساخت برق‌آلات خطوط انتقال فشار قوی، توزیع، مترو و اتوبوس برقی اقدام به شرکت در مناقصات ریلی کرد. شرکت تا کنون قراردادهای مهندسی، ساخت، تصب و نظارت بر تصب پروژه‌های مختلفی را بر عهده داشته و هم‌اکنون توانایی انجام مهندسی و طراحی شبکه، ساخت تجهیزات و تصب و اجرای پروژه‌های برقی‌سازی ریلی را دارد.

قشتک پور در ادامه گفت: در قطارهای بین شهری روی پروژه گلشهر تا هشتگرد فعال هستیم. طول مسیر حدود ۲۶ کیلومتر مسیر بوده که با در نظر گرفتن دو لاین ۵۶ کیلومتر است که به‌صورت خطوط برقی بالا سری است. این پروژه درحال تصب است و حدود ۸۰ درصد پیشرفت داشته است و امیدواریم تا اوخر امسال به بهره‌برداری برسد. کارفرمای ما در این پروژه شرکت عمران شهرهای جدید است. وی افزود: درحال حاضر با سابقه ۴۰ ساله یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های سازنده برق‌آلات شبکه‌های برقی فشار قوی و فشار متوسط در ایران هستیم و از سال ۱۳۷۷، به‌صورت تخصصی فعالیت مهندسی و طراحی شبکه بالاسری قطار برقی را آغاز کردیم. برای اولین بار برق‌آلات یدکی جهت توسازی قطار برقی تبریز - جلفا و مترو تهران را تامین کردیم که به تدریج سایر شرکت‌های مترو را نیز شامل شد و درحال حاضر با شرکت‌های راه‌آهن شهری تهران، راه‌آهن آذربایجان، قطار شهری مشهد، قطار شهری شیراز و قطار شهری تبریز و اتوبوس برقی تهران همکاری داریم. مدیر بخش ریلی شرکت آوکاست گفت: در زمینه قطارهای برقی به‌عنوان یک شرکت پیمانکار پروژه EPC (مهندسی، تدارکات و ساخت) طراحی، ساخت تجهیزات، تصب و اجرا را به عهده داریم. در زمینه مهندسی با یک شرکت اسپانیایی ارتباط نزدیک داریم و تعامل‌دگی انحصاری آنها داخل ایران هستیم و در شرایط تحریم هم ارتباط‌مان را حفظ کردیم.