کسب و کار

تعریف شما از شبکه اجتماعی چیست؟

جولیا به پیشنهاد خانم گراتن که مشاور او در بازاریابی دیجیتال است، کل هفته را برای اینکه پنج شرکت اصلی رقیب کسب‌وکارش را در میان لیست بلند و بالایش انتخاب کند، گذراند. جلسات مختلفی را با مدیران ارشد در بخش فروش و توسعه محصولات برگزار کرد. نتیجه این جلسات دیدی عمیق درباره اینکه اهداف بلند مدت شرکت چیست به او داد.

شرکتی که جولیا در آن کار می‌کند، میان‌وعده تولید می‌کند، اسم آن هم از همین برگرفته شده است: ایزی اسنک. در واقع هدف اصلی شرکت، تولید انواع میان‌وعده‌های سالم با استفاده از محصولاتی ساده و طبیعی است.

در جلساتی که جولیا با مدیران شرکت داشت، متوجه شد که اکنون قصد اصلی شرکت، تمرکز بر تولید میان‌وعده‌های طبیعی مخصوصا برای کودکان است. به اعتقاد مدیران ارشد، این بخش از بازار از چشم سایر رقبا پنهان مانده است و در نتیجه یکی از استراتژی‌های اصلی بهره‌گیری از این فرصت بود.

جولیا در طول هفته توانست به بررسی لیستی بپردازد که از سایر شرکت‌های تولیدکننده میان‌وعده تهیه کرده بود. برای اینکه بتواند اصلی‌ترین رقبا را در این بازار پیدا کند، شرکت‌هایی را که میان‌وعده طبیعی تهیه می‌کردند جدا کرد. سپس به جدا کردن شرکت‌هایی پرداخت که به تولید محصولی برای کودکان تمرکز کرده بودند. در این بین، جولیا متوجه شد که سه شرکت در هر دو گروه وجود دارند. او نتیجه‌گیری کرد که این سه شرکت، اصلی‌ترین رقبای محصولات جدید خواهند بود. سپس با مشورت گرفتن از مدیر فروش، دو شرکت دیگر را نیز در لیست خود قرار داد که یکی در تولید میان‌وعده‌های طبیعی خیلی قدر بود و دیگری در میان محصولات مربوط به کودکان خیلی محبوب.

با این لیست، یا خانم گراتن تماس گرفت تا قرار ملاقات بعدی را با او ترتیب دهد. (شما لیست‌تان را برای قرار ملاقات بعدی با خانم گراتن آماده کرده‌اید؟ اگر نه، هنوز فرصت دارید که این کار را انجام دهید!)

جولیا به وب‌سایت این شرکت‌ها سر زده و لیستی از تمام شبکه‌های اجتماعی که آنها در آن حضور داشتند تهیه کرده بود.

خانم گراتن در اولین سوال از او پرسید: «محبوب‌ترین شبکه اجتماعی بین رقبایت کدام هستند؟»

جولیا پاسخ داد: «خوب همه آنها وب‌سایت‌های کاملا بهینه و سرپایی دارند که استفاده از آن برای هر کاربری خیلی ساده و جذاب است. می‌توانم بگویم اصلی‌ترین سکوی همه این شرکت‌ها در اینترنت، وب‌سایت آنهاست. فکر می‌کنم ما در مقابل آنها در این زمینه کمی نقص داریم. هر چند که ما هم محصولاتمان را به خوبی در وب‌سایت‌مان نشان داده‌ایم اما به گمانم در نظر اول، وقتی مشتری به سایت ما مراجعه کند، متوجه نمی‌شود که ما تمرکزمان را برای تولید و توسعه محصولات طبیعی برای کودکان قرارداده‌ایم.»

خانم گراتن از اینکه می‌دید جولیا خود به خود به بررسی و مقایسه کم و کاستی‌های شرکت در مقایسه با سایر رقبا پرداخته، خیلی خوشحال شده بود. بارها تجربه کرده بود، که وقتی به یکی از مشتریانش در مورد کاستی وب‌سایت یا شبکه اجتماعی دیگری گوشزد می‌کرد که نتوانسته بود، هدف اصلی شرکت را به خوبی بیان کند، مشتری به جای اینکه این انتقادات را بپذیرد و در پی اصلاح آن باشد، دائم پافشاری می‌کرد که طراحی انجام شده بهترین طراحی ممکن برای هدف آنهاست. چند بار حتی در مکالمه‌ای که در مقابلش نشسته بود، با چنان اطمینانی حرف می‌زد که حتی خود را الگوی سایر رقبا نیز می‌دانست. در واقع انتظار داشت، یقیه خود را به شکل و شمایل او در بیاورند تا اینکه او خودش را اصلاح کند.

یکی دیگر از نکاتی که به نظر خانم گراتن در عملکرد جولیا به‌عنوان یک مدیر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی رسیده بود، این بود که او وب‌سایت شرکت را نیز در همین زمره به حساب آورده بود. متاسفانه بسیاری از شرکت‌ها یا مدیران، تعریف یا تصور درستی از شبکه‌های اجتماعی ندارند. آنها شاید فقط مهم‌ترین شبکه‌ها را که خود بهتر می‌شناسند در نظر بگیرند، مانند اینستاگرام، تلگرام، فیسبوک یا یوتیوب. این در حالی است که تعریف کلی از شبکه‌های اجتماعی، بسته به نوع کاربری آن، خیلی گسترده‌تر است و در واقع از وب‌سایت گرفته تا پیام‌رسان‌ها و سکوهایی نظیر فیس‌بوک و حتی اپلیکیشن‌هایی نظیر راهیاب ویز را نیز شامل می‌شود. شاید تعجب کنید که او از به‌عنوان یک شبکه اجتماعی نام ببریم، اما ویز دقیقا با تعریف کلی از یک شبکه اجتماعی همخوانی دارد: در این شبکه اجتماعی، کاربران موقعیت‌ها و مسیرهای خود را از طریق جی‌پی‌اس به اشتراک می‌گذارند تا سایرین از آن استفاده کنند. همان‌طور که شما از طریق اینستاگرام، عکس‌ها و ویدئوهایتان را با سایرین به اشتراک می‌گذارید.

بر این اساس، لازم است بر اساس فعالیتی که دارید، نگاهتان را نسبت به شبکه‌های اجتماعی کامل تر کنید. دقیقا همان کاری که جولیا مشغول انجام دادن آن بود.

در این بین طبیعی است که برخی از شبکه‌های اجتماعی که کاربران و اعضای بیشتری دارند، از سوی تعداد بیشتری از کسب‌وکارها به‌عنوان سکوی معرفی و تبلیغ محصولات انتخاب شوند. بعید است که یک شرکت میان‌وعده طبیعی به دنبال فعالیت در ویز و اشتراک داده در آن باشد!

اما آنچه قصد داشتیم بر اهمیت آن تأکید کنیم این است که وب‌سایت یک کسب‌وکار یکی از اصلی‌ترین ارکان آن برای حضور موفق و طولانی‌مدت در شبکه‌های اجتماعی هستند.

جولیا سپس ادامه داد: «تقریبا همه رقبای ما عضو اینستاگرام و فیسبوک هم هستند. البته تو شرکت در شبکه یوتیوب هم حساب دارند، ولی بقیه نه. جالب این بود که تا تاژ شرکت‌ها در تیک‌تاک هم حساب باز کرده‌اند! یا اینکه تیک‌تاک هنوز خیلی معروف نشده است، ولی برایم جالب بود که آنها از حالا فعالیت دارد این شبکه شروع کرده‌اند. احتمالا یکی از دلایلش این است که تمرکز خاصی برای معرفی محصول به نوجوانان دارند. آنها هم هر روز به دنبال یک شبکه جدید هستند!»

در انتهای گفتوگوی تلفنی، قرار بر این شد که تا روز ملاقات جولیا تک‌تک حسابهای این رقبا را در شبکه‌های اجتماعی مختلف بازدید کند و تا جایی که می‌تواند اطلاعات جمع کند. شما هم همین کار را انجام دهید تا نتایج را مقایسه کنیم.

دکتر محیا کربلایی

سرانجام احداث خانه‌های ۲۵ متری در تهران؛

طرح شهرداری به وزارت کشور ارسال شد

معاون شهرسازی و معماری شهرداری تهران به تشریح آخرین وضعیت صدور مجوز ساخت و اعطای تسهیلات به خانه‌های کوچک مقیاس شامل واحدهای ۲۵ تا ۵۰ مترمربعی پرداخت.

به گزارش پیام آشنا، عبدالرضا گلپایگانی در این باره گفت: طرحی در این خصوص به وزارت کشور ارایه شده و قرار است در هیات دولت مطرح شود.

به گفته وی، پس از کسب نظر مسئولان، اصلاحات کوچکی در طرح مذکور انجام و قرار شد یا معاون مسکن وزارت راه و شهرسازی هماهنگی شود تا این پیشنهاد به هیات دولت برود.

معاون شهرسازی و معماری شهرداری تهران با ابراز امیدواری نسبت به تصویب این طرح در هیات دولت طی این دوره مدیریت شهری و عملیاتی شدن آن، بیان کرد: به نظر می‌رسد معاون فنی و عمرانی وزارت کشور یا طرح موافق باشد. البته نقطه نظرهایی نیز نسبت به آن داشتند.

گلپایگانی افزود: ما ساخت واحدهای ۲۵ تا ۵۰ مترمربعی را برای تهران پیشنهاد داده بودیم اما وقتی نظرها کلانشهرها را گرفتیم، مقرر شد در هر شهری یا توجه به وضعیت آن عدد متراژ تعیین شود.

وی ادامه داد: متراژ ساخت واحد مسکونی در مصوبه‌های طرح تفصیلی ۳۵ مترمربع است که ما پیشنهاد ۲۵ تا ۵۰ متر را دادیم تا در صورت تصویب، تخفیف‌ها و اعتبار بانکی برای ساخت این واحدها نیز اختصاص پیدا کند.

معاون شهردار تهران بیان کرد: در طرح پیشنهادی و با توجه به اصلاحاتی که انجام شد، عدد کف و سقف متراژ را برداشتیم تا در صورت تصویب این طرح در هیات دولت، کمیسیون‌های ماده ۵ هر کلانشهری در خصوص عدد متراژ تصمیم‌گیری کند.

طرح ساخت آپارتمان‌های کوچک مقیاس طی سال گذشته مطرح شد و برخی‌ها معتقد بودند که می‌تواند در بهبود وضعیت بازار مسکن اثرگذار باشد؛ برخی دیگر هم اجرای آن را عاملی برای تجردگرایی به شمار می‌آورند و بر همین اساس گویا قرار است که این خانه‌ها تنها به زوج‌های جوان اختصاص پیدا کند تا نقطه آغازی برای رفتارهای مشترک آنان باشد.

به گفته برخی از طرفداران اجرای این طرح، گروهی که به هیچ عنوان نمی‌توانند مسکن تهیه کنند و مجبور هستند به حلقه تهران بروند، ترجیح می‌دهند یا مساحتی کوچک‌تر زندگی کنند اما در داخل شهر باشند.

غدیر مهدوی:

شهرداری کرج با ورود به بورس سبد دارایی خود را مدیریت کند

رئیس مرکز پژوهش و مطالعات راهبردی شورای اسلامی شهر کرج گفت: شهرداری کرج با ورود به بورس سبد دارایی خود را تکمیل و مدیریت کند.

به گزارش پیام آشنا، غدیر مهدوی در دوازدهمین کمیسیون سرمایه گذاری و امور مشارکت های شورای شهر کرج که با حضور اعضاء این کمیسیون برگزار شد، گفت: ورود شهرداری به بورس یک راهبرد مدیریتی است که لازم است اصلاح ساختاری در ایجاد درآمدها با ورود به بورس در مدیریت شهری ایجاد شود.

رئیس مرکز پژوهش و مطالعات راهبردی شورای اسلامی شهر کرج تصریح کرد: یکی از اهداف این راهبرد این است که با انجام اصلاحات مورد نیاز بازار سرمایه و با چابک سازی و شفاف سازی بتوانیم آنها را در راستای ایجاد نقدینگی و مدیریت در دارایی ها کارآمد کنیم.

این مسئول در شورای اسلامی شهر کرج با بیان اینکه شهرداری نیازمند سبد دارایی منطقی است، افزود: مقدمات ورود به سبد دارایی منطقی شامل بانک بورس، فرابورس باید آماده و پس از زیرساخت های لازم با مدیریت کارشناسی شده درآمد خود را مدیریت کند.

به گفته مهدوی، مسیر شهرداری در استفاده از ظرفیت بازار سرمایه روشن است و دارایی‌های شهرداری در فرصت فعلی بازار سرمایه می‌تواند تکیه‌گاهی برای درآمدزایی و مدیریت در آن شود.

چگونه مردم می توانند در پروژه‌های شهرشان مشارکت مالی داشته باشند؟

اکنون شرکت‌های بزرگ فناوری، کسب‌وکارهای خانوادگی، جوامع محلی و افراد حقیقی، همگی به‌طور یکسان به شهر به‌عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به اهدافی بزرگ‌تر می‌نگرند. درک و استفاده‌ی خلاقانه از فضاهای شهری می‌تواند به کسب‌وکارها برای دستیابی بهتر به اهداف و رشد پیشترشان کمک کند. این در حالی است که این موضوع خود به دموکراتیزه کردن فرایندهای شهری و فراهم آوردن امکانی برای شنیدن صدای مردم نیز کمک می‌کند.

دراین مصاحبه کریس گوبالی مؤسس spacehive، اولین پلتفرم جمع‌آوری مشارکت‌های مالی مردم‌پایه پروژه‌های مدنی در دنیا و یکی از نوآوران درزمینه‌ی شهر در سال ۲۰۱۶، اندیشه‌هایش مبنی بر چگونگی مداخله دادن مشارکت‌های مالی و کوچک مردم در توسعه شهرهایشان و قدرتمند ساختن این نوع از مشارکت را با ما به اشتراک می‌گذارد.

اثرات بالقوه جمع‌آوری کمک‌های مالی کوچک مردم بر پروژه‌های مدنی چیست و چگونه می‌توان مردم را به‌صورت مستقیم برای بهبود شهرهایشان مداخله داد؟

در مورد شهرها فکر کنید. آن‌ها سرشار از ایده، خلاقیت و منابع هستند. دلایل فراوانی وجود دارد که چرا شهروندان و کسب‌وکارهای موجود در شهر خواهان بهبود محیط شهری پیرامون خود هستند. یک زمین‌بازی جدید به معنای مکانی جالب برای کودکان است تا درجایی نزدیک به خانه‌تان به تفریح بپردازند.

ما هنوز به‌صورت سنتی انگلیمان تنها بر روی شهرداری‌ها است تا آن‌ها برای ما خیابان، تجهیزات، فضای سبز و ساختمان‌های جدید بسازند. درواقع هیچ مکانیسمی واقعی نداریم تا مردم عادی، که همان استفاده‌کنندگان نهایی از فضاهای شهری هستند را در کنار هم جمع کند. بستری برای پیشنهاد پروژه‌هایشان باشد و به واقعیت پیوستن ایده‌هایشان در مورد شهر کمک کند.

شهر متعلق به هیچ‌کس و همه‌کس است. ایدی مشارکت‌های مالی مردم برای پروژه‌های مدنی، به دنبال فراهم آوردن راهی ساده برای همه مردم است تا در کنار هم جمع شده و مکان‌های بهتری بسازند.

آنچه ما در طول ۵ سال گذشته در حین طراحی و آزمون spacehive دیدیم این بود که اشتیاق زیادی برای مشارکت عمومی در بهبود وضعیت شهرها وجود دارد و بازیگران قدیمی در این فضا آزادند تا تغییرات بنیادین خود را اعمال کنند. این یک فرایند بویااست که پتانسیل قابل توجهی برای اصلاح شهرهایمان دارد تا بهتر به نظر آمده و بهتر حس شوند. همچنین می‌تواند فرایند بهبود وضعیت شهرها را به فرایندی دموکراتیک تبدیل کند.

من معتقدم که در طول سال‌های آینده منطق ساده این مدل باعث می‌شود رویکرد مشارکتی جایگزین مدل‌های موجود یا لااقل به پایین شود. به نظرم وقتی این امر محقق شود شاهد مکان‌هایی سرزنده، متنوع و منعکس‌کننده‌ی فرهنگ‌های محلی خواهیم بود که از جوامع محلی قوی حمایت می‌کنند. جوامعی که حسی قوی نسبت به مالکیت محیط پیرامونشان دارند و اقتصادهای محلی پویایی ایجاد می‌کنند.

در spacehive مردم با یک ایده روبه‌رو می‌شوند و آن را بر روی پلتفرم سایت پست می‌کنند. سپس این ایده توسط متخصصین از لحاظ عملیاتی بودن موردبررسی قرار می‌گیرد. پس از این مرحله مردم می‌توانند نسبت به جذب تعهدات و سرمایه از همسایه‌ها، دوستان، کسب‌وکارهای کوچک‌تر، نیرندهای بزرگ‌ومعتبر، منابع شهری و دولتی اقدام کنند. به‌عنوان یک پشتیبان شما می‌توانید نسبت به هر چیزی از دو یورو گرفته تا ۵۰ هزار یورو تعهد دهید و مطمئن باشید تنها اگر پروژه با موفقیت تأمین مالی شود این از شما گرفته خواهد شد. زمانی که یک ایده تأمین مالی شد مدیر تحویل پروژه مسئول انجام آن پروژه خواهد بود که گاهی اوقات از طرف مسئولان شهری نیز حمایت می‌شود. پس از انجام این پروژه تمام جامعه محلی می‌توانند از مزایای آن بهره‌مند شوند. ما تأثیر پروژه‌ها را نیز پایش می‌کنیم و داده‌های آن را با پشتیبانان آن پروژه در میان می‌گذاریم. بنابراین آن‌ها می‌توانند تغییراتی که پروژه‌شان ایجاد کرده را ببینند.

اثرات اجتماعی ناشی از مشارکت مالی مردم در پروژه‌های مدنی چیست؟

پروژه‌ها خود بازه وسیعی از اثرات محیطی ایجاد می‌کنند: ایجاد فضای سبز، بازسازی ساختمان‌ها، ساخت فضاهای عمومی جدید، پرورش گیاهان، مرمت میراث، ساخت فضاها و تجهیزات جدید برای بازی، ورزش و... . میلیون‌ها نفر از مردم از این پروژه‌ها بهره می‌برند اما این پروژه‌ها بر روی سازندگانشان نیز اثراتی دارد. مدیریت یک کمپین مشارکت مالی به گردانندگان آن بازه‌ی متنوعی از مهارت‌ها را می‌دهد. بازاریابی و مدیریت پروژه گرفته تا بودجه‌بندی، ما مردمی را دیدیم که پس از انجام پروژه‌های spacehive تبدیل به رهبرانی واقعی در جوامع محلی‌شان شده‌اند.

پروژه‌ها بر روی جوامع محلی نیز اثر گذارند. جوامعی که پروژه‌ها در بستر آن‌ها اتفاق افتاده است مدعی هستند که نسبت به محیط زندگی‌شان افتخار بیشتری می‌کنند. اقتصاد محله نیز از افزایش رفت‌وآمدهای پیاده به محله و افزایش اقبال عمومی نسبت به آن مکان منتفع خواهد شد. در این میان مردم نیز به خاطر انجام این تغییرات به‌صورت محلی احساس قدرت بیشتری خواهند داشت.

ما تمام این اثرات را در spacehive پایش می‌کنیم هرچند گزارش‌هایی بسیار جالب‌توجه‌نیز در این زمینه منتشر شده‌است.

همان‌طور که شهرهایی نظیر لندن رشد می‌کنند، آیا کمپین‌های مشارکتی مالی شهروندان در پروژه‌های مدنی می‌تواند اعتماد عمومی نسبت به مؤسسات ولیسته به شهرداری را احیا نماید؟

ناامیدی رو به رشدی در فرایندهای دموکراتیک در غرب به وجود آمده است. در یک سطح محلی و در رابطه با برنامه‌ریزی مردم احساس می‌کنند راه معناداری برای مشارکت در مباحث در رابطه با اینکه مکان‌ها باید چگونه باشند ندارند.

مشاوره عمومی، ملاقات عمومی در تالار شهر، درخواست‌ها، انتخابات شوراها و ... مکانیسم‌هایی نیستند که کاملاً موردپسند مردم باشد و شما به‌عنوان یک شهروند تنها می‌توانید نسبت به یکسری از پیشنهادها واکنش نشان دهید. باید بدانید که راه‌هایی موردپسند شهروندان است که ملموس، معنادار و لذتبخش باشد تا بوسیله آن‌ها محله‌ی خود را شکل دهند. جایی که نتایج فعالیت‌های خود را به‌خوبی مشاهده کنند.

مشارکت‌های مالی کوچک در پروژه‌های مدنی تعریف‌شده توسط خود مردم، تمام این نیاز را برآورده می‌سازد: شما نسبت به موضوعی متعهد می‌شوید، آن را انجام می‌دهید و از آن لذت می‌برید من معتقد نیستم که این موضوع راهکاری بی‌نظیر و نوشدارویی برای تمام مشکلات است اما در سطح محلی این پتانسیل را دارد تا استانداردی جدید از مداخلات دموکراتیک و مشارکتی ارائه دهد. جایی که تغییرات توسط کمک‌های شهروندان هدایت‌شده و توسط مسئولین شهری و سایر ذینفعان حمایت می‌شود. بسیاری از شواهدایی که ما با آن‌ها کار می‌کنیم به درک صحیحی از این نوع مشارکت‌ها رسیده‌اند و به آن‌ها به چشم یک موضوع مفید و هیجان‌انگیز می‌نگرند. من فکر می‌کنم این یکی از دلایلی است که spacehive توجهات زیادی را به خود جلب نموده و از طرف سیاستمدارانی نظیر نخست‌وزیر انگلستان خانم ترزامی موردتقدیر قرار گرفته است.

آیا ذینفعان موجود نظیر شهرداران، توسعه‌دهندگان و برنامه‌ریزان از این نوع مشارکت مدنی استقبال می‌کنند؟ این نوع از مشارکت مدنی چه ارزش‌هایی را اضافه می‌کند و حلال چه مشکلاتی است؟

این یک زیازمرد ـ دبرای شهرداران، توسعه‌دهندگان و برنامه‌ریزان است. مشارکت‌های مالی کوچک مدنی مردم ایجادکننده یک فضای خنثی و بی‌طرف است که ایده‌های جدید و شاخص برای مکان‌ها را یه‌طور مستقیم در جوامعی که از این ایده‌ها منتفع می‌شوند قبل از هرگونه جلب‌جایی پول و سرمایه، مورد ارزیابی و بازاریابی قرار می‌دهد. همچنین باعث می‌شود انجام پروژه‌ها مقرون‌به‌صرفه‌تر شود (چراکه هر پوندی که شهرداری خرج می‌کند به‌عنوان مثال به‌طور میانگین ۲۵۰ درصد ارزش و قدرت بیشتری خواهد یافت. این موضوع ازنظر سیاسی و فرهنگی نیز جالب‌توجه است) علاوه بر این‌ها موجب بروز خلاقیت صمیمیت و هیجان می‌شود که می‌توان آن‌ها را پرورش داد و هدایت کرد. در انتها شما می‌بینید که مردم پرانرژی می‌خواهند بخشی از پروژه شما باشند. خواه شما سیاستمدار، یک برند معتبر یا یک توسعه‌دهنده املاک باشید.

جالب‌ترین مثال‌ها از این نوع پروژه‌های مشارکتی چیست؟

یک مثال قابل‌توجه خط آهن زغال‌سنگ پکهام (peckham coal line) است. یک ایدهی واقعا تخیلی که توسط زوجی از مردم محلی که در پکهام در جنوب لندن زندگی می‌کنند، ارائه شد. آن‌ها خط آهن متروکی را دیدند که بین دو خیابان مرتفع قرار داشت و از قلب یک محله یا ساختمان‌های متراکم می‌گذشت. آن‌ها این‌گونه با خود فکر کردند «جالب نیست اگر این خط آهن یک پارک بود که از میان پشت‌بام‌هایی گذشت؟»

این گروه محلی مطالعات امکان‌سنجی این پروژه را با مبلغ ۷۶ هزار پوند بر روی spacehive قرارداده‌اند و این پروژه با اقبال عمومی مواجه شد. آن‌ها صدها تعهد وقول قابل اتکا از مردم و کسب‌وکارهای محلی دریافت کردند. همه علاقه‌مند بودند تا وقتشان را برای کمک به آن‌ها در اختیار آن‌ها قرار دهند. رسانه‌های محلی از این موضوع هیجان‌زده بودند. آن‌ها درنهایت تعهدات قابل‌توجهی از شورای محلی و شهردار لندن دریافت کردند؛ بنابراین ترکیبی فوق‌العاده‌ از کمک کنندگان در پاسخ به یک ایده خوب، به‌سرعت در کنار هم جمع شد. اکنون این پروژه در حال تبدیل‌شدن به واقعیت است.

آنچه شما دیدید یک زوج از مردم عادی بود که فرصتی پیدا کردند تا برای منطقه محل سکونتشان کاری انجام دهند. با این کار هم کیفیت زندگی مردم بهبودیافته و هم اقتصاد محلی ارتقا می‌یابد. زیرساخت‌ها ساخته شده اما متناسب با آن واگن جدید اضافه نشده است که ما این موضوع مهم را به‌طور جدد پیگیری می‌کنیم تا متناسب با زیرساخت‌ها واگن‌ها نیز افزایش یابد.

وی با بیان اینکه ساخت واگن‌های داخلی و کاهش وابستگی واگن‌ها به قطعات خارجی به خصوص در شرایط تحریم فعلی در دستور کار قرار دارد، افزود: ساخت ۱۰۵ واگن جدید مترو در دستور کار قرار دارد و امیدواریم در مرداد ماه نیز بتوانیم قطعات آماده شده داخلی این واگن‌ها را در معرض دید عموم قرار دهیم.

شهردار تهران با بیان اینکه قرارداد ساخت ۴۳۰ واگن که تامین مالی و پیگیری آن برعهده شرکت رجا است، به طرف چینی ارائه شده و تاییدیه‌های بانک مرکزی نیز اعلام شده است، گفت: در آخرین جلسه‌ای که با سفیر چین داشتیم، موضوع تسهیل در اجرای قرارداد ساخت این واگن‌ها بررسی شد و سفارت ایران در چین نیز پیگیر این موضوع است. وی با بیان اینکه پیگیری واگن‌سازی تهران با کاهش سفارش‌ها نگران کننده است، اما اجازه نخواهیم داد این اتفاق رخ دهد. اظهار کرد: می‌توانیم سفارش تهران و سایر شهرها را به سمت واگن‌سازی هدایت کنیم.

حناچی با اعلام خبر آغاز مقدمات ساخت خط ۱۰ مترو در قطعه میدان کتابی به سمت منطقه ۲۲ گفت: مقدمات آماده شده و به زودی ساخت خط جدید انجام می‌شود. وی گفت: در منطقه ۲۲ بارگذاری زیادی صورت گرفته است، اما حمل و نقل عمومی متناسب با این بارگزاری نبوده است. وی با اشاره به شیوع کرونا گفت: در فضای کرونایی نیازمند رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی هستیم اما این مهم به شرط افزایش ناوگان در اتوبوس و مترو محقق می‌شود.

روز گذشته در شرایطی دو رام قطار باقی‌مانده از مجموع ۷۰ واگنی که تحویل بخشی از آنها در سال گذشته انجام شد، رونمایی و وارد خطوط در حال بهره‌برداری مترو شد که به جز قرارداد ساخت ۶۳۰ واگن با اعتبار دولتی، برنامه قطعی دیگری برای تزریق واگن به خطوط در سال جاری وجود ندارد و به نظر می‌رسد با تحویل این دو رام قطار، پرونده تقویت ناوگان متروی تهران در سال جاری بسته شود؛ چراکه حتی در صورت نهایی شدن تمام مراحل قرارداد ساخت ۶۳۰ واگن با شرکت چینی برنده مناقصه، پروسه ساخت و تحویل این قطارها دست‌کم دو سال به طول خواهد انجامید. متروی تهران در حال حاضر با ۱۴۵۰ واگن فعال به مسافران سرویس می‌دهد و به منظور رفع نیاز اورژانسی این مد حمل و نقلی، دست‌کم به ۲هزار واگن نیاز است. همچنین برای سرویس‌دهی مطلوب به مسافران با سرفاصله‌ای که خطوط متناسب با آن طراحی شده است، میزان کمبود ناوگان به ۴هزار دستگاه می‌رسد. با افزودن دو رام قطار به شبکه مترو در روز گذشته، تنها چهار میلیون سفر به ظرفیت سالانه جابه‌جایی شبکه متروی تهران اضافه می‌شود.

گردشگری

نیاز ۲۰۰ هزار میلیارد تومانی برای تکمیل متروی تهران

رئیس کمیسیون عمران و حمل و نقل شورای شهر تهران گفت: متروی تهران برای تکمیل خطوط و تامین واگن کافی به منظور استانداردسازی سرفاصله حرکت قطارها به ۲۰۰ هزار میلیارد تومان اعتبار نیاز دارد.

به گزارش پیام آشنا، محمد علیخانی خاطرنشان کرد: زمانی قیمت‌نامه شده واگن‌های مترو ۵ میلیارد تومان بود اما امروز به حدود ۲۰ میلیارد تومان رسیده و هر قطار نیز متشکل از ۷ واگن است.

وی افزود: قطعا شهرداری تهران قادر به تامین این هزینه نخواهد بود به همین دلیل مجلس وظایفی برای دولت در قبال حمل و نقل عمومی شهرها به ویژه تهران تعیین کرده است. متاسفانه دولت‌ها در بخش‌های مختلف به وظایف خود عمل نکرده‌اند و منافع شهری قربانی شده است. امروز دیگر نباید این بهانه وجود داشته باشد چراکه اصطلاحا دولت و شورای شهر فعلی یکدست هستند.

علیخانی ادامه داد: اگر دولت در زمانی که وضعیت مالی مناسبی داشت این مطالبات را عملی می‌کرد، شاهد وضعیت کنونی و ایفاشت مشکلات در حوزه حمل و نقل عمومی پایتخت نبودیم.

وی در عین حال در حال حاضر یکی از مشکلات اصلی حمل و نقل عمومی، تامین منابع مالی است، اما نمی‌توان تمام مشکلات را متوجه دولت دانست، چرا که مشکلات مالی در گذشته نیز وجود داشته است.

در گذشته شهرداری در زمان تنگنا، اقداماتی از جمله تراکم‌فروشی انجام می‌داد، اما امروز این مسیر بسته است، چراکه سیاست شورای پنجم عمل به ضوابط و قانون بوده و بسیاری از منابع مالی با استفاده از چنین روش‌هایی قابل رفع نیست.

وی معتقد است در این شرایط پیاده‌سازی اصول توسعه حمل‌ونقل‌محور (TOD) راهکار مناسبی برای عبور از برخی مشکلات حمل و نقل عمومی است. اصل اساسی در این زمینه این است که هر فرد یا طی مسافت ۳۰۰ تا ۵۰۰ متری به شکل پیاده به یک ایستگاه در شبکه حمل و نقل عمومی دسترسی پیدا کند تا به این ترتیب استفاده از خودرو برای انجام سفرهای درون‌شهری کاهش یابد به گفته وی، در حال حاضر تهران ۲۵۰ ایستگاه مترو دارد و برای پیاده‌سازی TOD لازم است در شعاع نزدیک گرد این ایستگاه‌ها تراکم ساختمانی و کاربری‌های اداری و تجاری متمرکز شود. علیخانی عنوان کرد: با وجود اصرار شورای شهر، این بلوم مشترک دربارهٔ این طرح میان شورای شهر و مدیریت شهری وجود ندارد. با این روند متروی تهران تا ۲۰ سال آینده نیز تجهیز نمی‌شود. چراکه دولت ممکن است بدهی خود را هیچ گاه پرداخت نکند و ما نباید به امید دولت باقی بمانیم؛ در غیر این صورت از توسعه عقب خواهیم ماند.

علیخانی گفت: نباید به امید کمک دستگاه‌های دیگر باشیم، چراکه بخشی از وظیفه مدیریت شهری انجام اقدامات جدید و ایجاد منابع درآمدی جدید است. بحث TOD نیز یکی از این مواردی است که نیاز به پیگیری شهرداری دارد. اجرای پارک حاشیه نیز می‌تواند یکی از منابع پایدار درآمد باشد که در تهران مورد غفلت قرار گرفته است.

مقدمات ساخت خط ریلی جدید پایتخت آغاز شد

شهردار تهران از آغاز مقدمات ساخت خط ۱۰ مترو در قطعه میدان کتابی به سمت منطقه ۲۲ خبر داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، پیروز حناچی در مراسم بهره‌برداری از دو رام قطار مترو که به‌صورت ویدئو کنفرانس برگزار شد با بیان اینکه امروز بخش آخر واگن‌های در حال ساخت مترو وارد خطوط می‌شود، گفت: مشکل اصلی متروی این است که زیرساخت‌ها ساخته شده اما متناسب با آن واگن جدید اضافه نشده است که ما این موضوع مهم را به‌طور جد پیگیری می‌کنیم تا متناسب با زیرساخت‌ها واگن‌ها نیز افزایش یابد.

وی با بیان اینکه ساخت واگن‌های داخلی و کاهش وابستگی واگن‌ها به قطعات خارجی به خصوص در شرایط تحریم فعلی در دستور کار قرار دارد، افزود: ساخت ۱۰۵ واگن جدید مترو در دستور کار قرار دارد و امیدواریم در مرداد ماه نیز بتوانیم قطعات آماده شده داخلی این واگن‌ها را در معرض دید عموم قرار دهیم.

شهردار تهران با بیان اینکه قرارداد ساخت ۴۳۰ واگن که تامین مالی و پیگیری آن برعهده شرکت رجا است، به طرف چینی ارائه شده و تاییدیه‌های بانک مرکزی نیز اعلام شده است، گفت: در آخرین جلسه‌ای که با سفیر چین داشتیم، موضوع تسهیل در اجرای قرارداد ساخت این واگن‌ها بررسی شد و سفارت ایران در چین نیز پیگیر این موضوع است. وی با بیان اینکه پیگیری واگن‌سازی تهران با کاهش سفارش‌ها نگران کننده است، اما اجازه نخواهیم داد این اتفاق رخ دهد. اظهار کرد: می‌توانیم سفارش تهران و سایر شهرها را به سمت واگن‌سازی هدایت کنیم.

حناچی با اعلام خبر آغاز مقدمات ساخت خط ۱۰ متر و در قطعه میدان کتابی به سمت منطقه ۲۲ گفت: مقدمات آماده شده و به زودی ساخت خط جدید انجام می‌شود. وی گفت: در منطقه ۲۲ بارگذاری زیادی صورت گرفته است، اما حمل و نقل عمومی متناسب با این بارگزاری نبوده است. وی با اشاره به شیوع کرونا گفت: در فضای کرونایی نیازمند رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی هستیم اما این مهم به شرط افزایش ناوگان در اتوبوس و مترو محقق می‌شود.

روز گذشته در شرایطی دو رام قطار باقی‌مانده از مجموع ۷۰ واگنی که تحویل بخشی از آنها در سال گذشته انجام شد، رونمایی و وارد خطوط در حال بهره‌برداری مترو شد که به جز قرارداد ساخت ۶۳۰ واگن با اعتبار دولتی، برنامه قطعی دیگری برای تزریق واگن به خطوط در سال جاری وجود ندارد و به نظر می‌رسد با تحویل این دو رام قطار، پرونده تقویت ناوگان متروی تهران در سال جاری بسته شود؛ چراکه حتی در صورت نهایی شدن تمام مراحل قرارداد ساخت ۶۳۰ واگن با شرکت چینی برنده مناقصه، پروسه ساخت و تحویل این قطارها دست‌کم دو سال به طول خواهد انجامید. متروی تهران در حال حاضر با ۱۴۵۰ واگن فعال به مسافران سرویس می‌دهد و به منظور رفع نیاز اورژانسی این مد حمل و نقلی، دست‌کم به ۲هزار واگن نیاز است. همچنین برای سرویس‌دهی مطلوب به مسافران با سرفاصله‌ای که خطوط متناسب با آن طراحی شده است، میزان کمبود ناوگان به ۴هزار دستگاه می‌رسد. با افزودن دو رام قطار به شبکه مترو در روز گذشته، تنها چهار میلیون سفر به ظرفیت سالانه جابه‌جایی شبکه متروی تهران اضافه می‌شود.

ترجمه: الهه اصدقی