کسب و کار

اعتماد به کسب و کارها با مدیران خوشنام

مدیران یک شرکت و به ویژه مدیرعامل و اعضای هیات‌مدیره آن، باید به اولویت‌های مختلفی در زمان شیوع یک بیماری جهانی توجه کنند. آنها از اجرای استراتژی‌های بحران و مدیریت ریسک در شرکت تا ارتباط با ذی‌نفعان و تعیین مسیر آینده شرکت را در برنامه کار خود دارند و به همین دلیل، برنامه‌هایشان به شدت فشرده است. اما آیا باید به فکر مطرح کردن خود در جامعه و ایجاد یک برند شخصی هم باشند؟ به طور قابل درکی، بسیاری از مردم مخالف آن هستند که مدیران در چنین زمان‌های آشفته‌ای به فکر وجهه اجتماعی شخصی خود باشند به هر حال، هیچ کس نمی‌خواهد دیگران فکر کنند در حال ماهی گرفتن از آب گل‌آلود است. با این حال، رهبران کسب‌وکارها و مدیران ارشد آنها باید به فکر آن باشند که وجهه اجتماعی برجسته‌ای در جامعه به دست آورند. نگاه جامعه به آنها به طور شگفت‌انگیزی بر اعتبار و موفقیت بلندمدت شرکت‌های آنها اثر می‌گذارد. ویکتوریا اشر، مدیرعامل شرکت بریتانیایی بازاریابی و مشاوره مدیریت جینجرمی (gingermay) از اهمیت و شیوه افزایش وجهه اجتماعی برای مدیران می‌نویسد:

موفقیت کسب‌وکارها برایاساس اقداماتی تعیین می‌شود که آنها در خلال این دوران انجام می‌دهند. همانطور که موسسه پژوهشی ادلمن (Edelman) در گزارش ویژه خود در بررسی میزان اعتماد افکار عمومی به برندها در زمان کرونا نشان داده است، زمانی که این گزارش در ماه مارس منتشر شد ۳۷ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی جهانی اعلام کرده بودند که در خریدهای خود بازنگری کرده‌اند و برخی از خریدهای خود را از یک شرکت و برند جدید انجام می‌دهند. تصمیم آنها به تغییر شرکت تولیدکننده محصولات مورد نیاز خود، به دلیل اقدامات نوآورانه یا همدردی شرکت جدید در قبال شیوع کرونا بوده است. ۳۳ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی، یا از آن پس هم فراتر گذاشته بودند و دیگران را متقاعد کرده بودند که از شرکت‌ها و برندهای بی‌عاطفه دوری کنند. تقریباً دوسوم افراد پاسخ داده بودند که شیوه واکنش شرکت‌ها و برندهای تجاری در مقابل یک بحران، اثر قابل ملاحظه‌ای بر تصمیم خریدشان از آنها می‌گذارد. چنین ادراکی نسبت به یک شرکت، در هر نوع تجارت و فعالیت اقتصادی اهمیت دارد.

اما ادراک جامعه از شیوه واکنش یک کسب‌وکار یا نشان تجاری به شیوع کرونا، پیوندی ناگسستنی با رهبران سازمانی آنها دارد (اینکه مدیران عامل و اعضای هیات مدیره چگونه عمل می‌کنند و چه حرف‌هایی به زبان می‌آورند). لازم نیست نامی از مدیران عاملی ببریم که در دوران شیوع کرونا، رفتار نامناسبی داشته‌اند و وجهه اجتماعی‌شان (و در نتیجه جایگاه کسب‌وکارشان در جامعه) به شدت آسیب دیده است. بیشتر خوانندگان این مقاله از نام آنها اطلاع دارند به جای آن، اجازه دهید به نمونه‌های برتر و الگوهای رفتاری بپردازیم. کدام مدیران و رهبران سازمانی برجسته، در این دوران دشوار جهانی، وجهه اجتماعی خود را بالا بردند و به محبوبیتی دست یافتند که می‌تواند موجب موفقیت و دیده شدن کسب‌وکارهایشان شود؟ مهم‌ترین رهکارهای آنها در کسب این محبوبیت چه بوده است؟

مهم‌تر از هر چیزی این است که رهبران سازمانی و اعضای هیات مدیره، یکباره ناپدید نشوند. اکنون بیش از همیشه نیاز به دیده‌شدن و نشان دادن این موضوع به روش‌های مختلف است که کسب‌وکار شما چگونه در حال ایجاد تغییر در جامعه است. حفظ حضور در اجتماع و دیده شدن، شاید به دلیل فقدان رویدادهای فیزیکی (مثل سمینارها و همایش‌ها) و البته حضور در قرنطینه و دوری از اجتماع، دشوارتر از همیشه باشد. با این حال، هنوز هم راه‌های بسیاری برای دیده شدن رهبران کسب‌وکارها وجود دارد. اگر بخواهیم از پایه شروع کنیم، هر کدام از رهبران سازمانی و اعضای هیات مدیره می‌توانند پیامی شخصی (به همراه تصویری از چهره خود) در مورد شرایط موجود منتشر کنند. چنین پیامی را می‌توان در وبسایت شرکت یا کانال‌های مجازی مانند لینکدین منتشر کرد. گزینه دیگر، ضبط و انتشار یک پیام ویدئویی است.

در علم مدیریت به خوبی این موضوع را فاتحانه است که دیده شدن چهره مدیرعامل در اوقات بحرانی، به کارکنان قوت خاطر می‌دهد. این مساله برای مشتریان هم صحت دارد. زمانی که یکی از اعضای هیات مدیره، در خلال بحرانی مانند کرونا، خود را نشان می‌دهد و از برنامه‌های شرکت برای عبور از شرایط و مشکلات صحبت می‌کند، مشتریان مطمئن می‌شوند که با پایان بحران، شرکت منتظر جایگاه مستحکمی خواهد داشت. به طور کلی، ناپدید نشدن در زمان هر بحرانی، آنچنان از نظر روحی و روانی اثرگذار است که شرکت و کسب‌وکار منتظر را چند قدم به عبور از آن بحران نزدیک‌تر می‌کند.

همیشه می‌توان قدرتی فراتر از حد تصور را در همکاری و مشارکت‌های جمعی پیدا کرد. آن دسته از رهبران کسب‌وکار نیز که به‌دنبال کمک به جامعه کسب‌وکار و مشتریان و تامین‌کنندگان دیگر برمی‌آیند، می‌توانند به نتایجی برسند که تحقق یک‌جانبه آنها امکان‌پذیر نیست. شرکت اپیی، منایی پرینتی برای مبارزه با کرونا در نظر گرفته است و قریکه لورز، مدیرعامل شرکت، از شیوه پیشگام شدن شرکت‌ها در صنایع مختلف به وجد آمده است. او اعتقاد دارد که این بحران‌ها را ملزم کرده که بهترین نسخه خودمان باشیم و ذخایری از امید و قدرتمان را به کار بگیریم که هیچ‌گاه تصور نمی‌کردیم از آنها بهره‌مند باشیم. ما باید برای غلبه بر این بحران، با یکدیگر همکاری کنیم.» مدیرعامل اپیی همچنین رهبران کسب‌وکارها از صنایع مختلف را به پرسیدن این سوال از خودشان تشویق کرده است: «شرکت من، چه تفاوتی می‌تواند در غلبه بر موانع امروز و ایجاد فرصت‌های فردا ایفا کند؟»

همکاری کسب‌وکارها در سطوح مختلف شروع شده است و اکنون در نمونه‌ای کم‌سابقه، شاهد همکاری غول‌های فناوری جهان یعنی گوگل و اپل هم هستیم؛ شرکت‌هایی که در همکاری با یکدیگر روی فناوری ردیابی برخورد (contact tracing) کار می‌کنند. نمونه‌های مختلفی از همکاری کسب‌وکارها دیده می‌شود از کمک‌های رایگان شرکت تلویزیونی جنرال موتور بریتانیا برای ساخت کمپین‌های تبلیغاتی برندهایی که از قرنطینه آسیب دیده‌اند تا آموزش و حمایت‌های مجازی شرکت مایکروسافت به شرکت‌هایی که مجبور شده‌اند فعالیت‌هایشان را به صورت دورکاری پیش ببرند. رهبران سازمانی با شناسایی نقش‌های خلاقانه‌ای که می‌توانند برای حمایت از دیگران در این دوران دشوار بر عهده بگیرند (و همچنین تشویق دیگران به ایفای چنین نقش‌هایی) می‌توانند خود را در جامعه به عنوان افرادی باعاطفه مطرح کنند که صنایع را به سمت آینده‌ای روشن‌تر هدایت می‌کنند.

واضح است که رهبران سازمانی و اعضای هیات‌مدیره شرکت‌ها باید در خلال این بحران فراگیر، برای بهبود وجهه اجتماعی خود بکوشند چراکه در این صورت، اثری هاله‌ای ایجاد می‌شود و کل شرکتشان از اعتبار حاصل شده نفع خواهد برد. با دیده شدن، تا تمرکز بر خدمات به جای فروش و با تلاش صادقانه برای حمایت از جامعه کسب‌وکارها، رهبران تجاری می‌توانند یک برند شخصی بسازند که جایگاه خود و شرکتشان را تقویت می‌کند در این صورت، اتمام بحران کرونا (یا هر بحران دیگری) کافی است تا شرکت‌های آنها به سرعت زیان‌ها را جبران کرده و به جاده موفقیت بازگردند.

مترجم: مهدی نیکوئی

عسگر نصیری خبر داد؛

پیشرفت ۲۰ درصدی پروژه پیاده راه سازی آزادی

عملیات پیاده روسازی و جدول کشی پیاده راه خیابان آزادی از فلکه اول تا خیابان چهارم در حال انجام است.

به گزارش پیام آشنا: عسگر نصیری با بیان اینکه عملیات پیاده روسازی و جدولکشی از فلکه اول تا خیابان چهارم رجایی شهر در حال انجام است، گفت: با اجرای این عملیات و تعریض پیاده‌رو بهترین شرایط و امکانات دسترسی کسبه فراهم و رضایت آنها کسب شده است.

وی گفت: طبق برنامه ریزی های صورت گرفته کلیه معارضات تاسیساتی برقی و سایر موارد در محدوده خیابان اول تا هشتم رفسج و در طراحی پیاده راه آزادی در نظر گرفته شده است. معاون فنی و عمرانی شهرداری کرج خاطرنشان کرد: این اقدام از راهکارهای است که در طرح جامع حمل و نقل و ترافیک به منظور کاهش معضلات ترافیکی صورت گرفته.

این مسئول همچنین پیشرفت ۶۰ درصدی لوله گذاری در این منطقه جهت جمع آوری آبهای سطحی را از دیگر اقدامات معاونت فنی و عمرانی برشمرد.

به منظور ارتقا سطح کیفی معابر:

خیابان قلم مناسب سازی شد

مدیر منطقه ۶ شهرداری کرج خبر داد: بهسازی معابر خیابان قلم در مساحتی بیش از دو هزار و ۵۰۰ مترمربع و هزینه ای بالغ بر سه هزار و پانصد میلیون ریال اجرایی شده است.

به گزارش پیام آشنا: محمدرضا فکوروزاده با اشاره به اینکه در این طرح اقداماتی شامل بهسازی، مناسب سازی و سنگ فرش ضلع شرقی خیابان قلم انجام گرفته است، گفت: جدول گذاری، هموسح سازی، پیاده روی بهسازی و مناسب سازی معبر جهت تردد معلولین نیز انجام شده است.

او هدف از اجرائی این گونه طرح ها را ارتقا سطح کیفی معابر منطقه، حفظ حقوق و رفاه حال شهروندان از جمله جانبازان و معلولین دانست.

این مسئول افزود: این طرح در مساحتی بیش از دو هزار و ۵۰۰ مترمربع و هزینه ای بالغ بر سه هزار و پانصد میلیون ریال اجرائی شد.

مدیر منطقه ۶ شهرداری کرج خاطرنشان کرد: از آنجایی که تامین امنیت شهروندان هنگام عبور و مرور و ساماندهی وضعیت معابر یکی از مهمترین وظایف شهرداری محسوب می شود، عملیات بهسازی و روکش آسفالت معابر منطقه به طور منظم به منظور افزایش رفاه شهروندان و مناسب سازی محیط شهری در حال انجام است.

جزئیات سه مدل خرید مصالح و تجهیزات ساختمانی برای پروژه‌های مسکونی

آیارتمان‌های تازه‌ساز و کلیدنخورده که این روزها تعدادی به عرضه آنها برای فروش وجود ندارد، کاربری اضطراری تازه‌ای متناسب با شرایط خاص ناشی از تورم شدید مصالح ساختمانی پیدا کرده‌اند. بررسی میدانی «دنیای اقتصاد» حاکی است سازندهها از فضای داخلی واحدهای تکمیل شده اما عرضه نشده برای فروش پروژه‌های تکمیل شده به‌عنوان انبار و محل دپوی مصالح ساختمانی سبک استفاده می‌کنند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، علاوه بر این برخی از سازندهها از فضای مشاع و محوطه باز پروژه‌های تکمیل شده به‌صورت موقت برای دپوی مصالح سنگین ساختمانی پروژه‌های در حال اجرای دیگر خود بهره جستهاند. این اقدام یکی از تاکتیک‌های ضد تورمی بساز و بفروش‌ها در روزهایی است که بازار برخی از انواع مصالح ساختمانی فوق‌العاده ملتهب و اعلام قیمت‌های متغیر و افزایشی «به روز» رایج شده است.

تغییرات قابل توجه قیمتی در بازار مصالح ساختمانی از حدود دوسال قبل و همزمان با شوک ارزی سال ۹۷ مشهود شد و این روزها نیز یکی از دلایل تورم مصالح ساختمانی همین شوک ارزی تازه‌است. از این رو سازندههای حرفه‌ای که کسب و کار اصلی آنها ساخت و ساز مسکن است، ناگزیر درصدد یافتن تاکتیکی که بتوان از آن به‌عنوان سپری در برابر تورم افسار گسیخته مصالح استفاده کرده، برآمدهاند. در تلاش به طراحی سه مدل برای کاهش ضرر و زیان ناشی از تورم مصالح ساختمانی منجر شده است. در مدل اول سازندهها نسبت به خرید کل مصالح ساختمانی مورد نیاز برای پروژه در حال ساخت خود اقدام می‌کنند.

البته این مصالح عمدتا از نوع سبک بوده که فضای محدودتری نیاز دارند و امکان دپوی آنها در محیط‌های بسته مانند فضای داخلی آیارتمان‌های تکمیل شده قبلی که فعلا برای فروش عرضه نشده‌اند، وجود دارد به این ترتیب تجهیزاتی نظیر کلید و پریز، تجهیزات گرمایشی و سرمایشی، پروفیل و در و پنجره سبک و نظایر آن که اتفاقا برخی از آنها تورم شدیدی را در ماه‌های اخیر پشت سر گذاشته‌اند و همچنان نیز بازار آنها ملتهب است، گزینه‌های منتخب این گروه از سازندهها برای دپو هستند.

در عین حال تحقیقات میدانی «دنیای اقتصاد» حاکی از این است که سازندهها در صورت داشتن فضای مناسب برای دپوی مصالح سنگین همچون آهن، میلگرد و سیمان، از خرید این مصالح نیز غافل نشده‌اند. این گروه از سازندهها کسانی هستند که بخشی زمین یا ملک کلنگی خریده یا در قالب قرارداد مشارکت در اختیار دارند و حتی پروانه ساختمانی آن را نیز دریافت کرده‌اند و به این ترتیب قرار است در ماه‌های آتی، ساخت و ساز در آن قطعه را آغاز کنند. اما تا زمانی که عملیات ساختمانی کلید نخورده این فضاها گزینه مناسبی برای دپوی سیمان، آهن و نظایر آن است. البته با توجه به اینکه نگهداری از این قبیل مصالح شرایط محیطی ویژه‌ای می‌طلبد و در غیر این صورت در معرض آسیب است، هیچ سازندهای بیش از نیاز پروژه خود اقدام به خرید و انبار مصالحی از این دست نمی‌کند.

از طرفی سازندهها حتی در صورتی که فضای دپوی مصالح داشته و نقدینگی کافی نیز در اختیار داشته باشند، باز هم با دو چالش برای بیش‌خرید روبه‌رو هستند در مورد مصالح سبک که عمدتا از جنس تجهیزات است مساله «سرقت» وجود دارد که سبب می‌شود برخی با توجه به تجربه پیشین خود در این زمینه، تمایل کمتری به خرید زودهنگام نشان دهند. از سوی دیگر در مورد مصالح سنگین، بحث تخریب‌پذیری آنها و نیاز به شرایط نگهداری خاص از یکسو و نیز فضای باز وسیع مورد نیاز که امکان تخلیه بار مصالح در آن وجود داشته باشد، از سوی دیگر موجب کم‌رغبتی برخی از سازندهها به خرید یکجای این نوع از مصالح می‌شود. این چالش‌ها سبب شده مدل دوم خرید مصالح ساختمانی به شکل «خرید قطعی» در میان بساز و بفروش‌های فعال رواج پیدا کند. آنها نیاز خود از هر نوع مصالح ساختمانی را برای مدت سه ماه پیش رو یکجا خریداری و اغلب در همان محل نگاه‌داری می‌کنند.

مدل سومی که در ماه‌های اخیر برای خرید مصالح و تجهیزات ساختمانی رواج پیدا کرده معاملات «سلفی» است. مقصود از معاملات سلفی خرید نقدی اجناس به قیمت روز و تحویل آن در موعد مشخص آتی است. این نوع معاملات به دلیل محدودیت فضای دپوی مصالح از سوی سازندهها رایج شده است و به این ترتیب کسانی که امکان انبار مصالح سنگین یا حجیم را ندارند، آنها را به بهای نقد روز خریداری کرده و طی قراردادی، زمان تحویل را برای ماه‌های آینده مشخص می‌کنند. این گروه از سازندهها کسانی هستند که نقدینگی خرید مصالح را در اختیار دارند اما با محدودیت فضای کارگاهی روبه‌رو بوده و بعضا پروژه تکمیل شده اما فروش نرفته قبلی ندارند تا از محیط آن به‌عنوان کاربری اضطراری یعنی «محل دپوی مصالح مصرفی ساختمان‌های در حال ساخت» استفاده کنند.

در حال حاضر تعداد سازندههای فعال در شهر تهران چشمگیر نیست و البته ممکن است طی ماه‌های مرداد و شهریور اندکی بر تعداد آنها افزوده شود. سازندههای فعال مشغول به ساخت و تکمیل یک یا حداکثر دو ساختمان در حال ساخت هستند و بعضا تعدادی واحد تکمیل شده نیز که فعلا برای فروش عرضه نکرده‌اند، از پروژه‌های قبلی در اختیار دارند که این روزها کاربری اضطراری پیدا کرده است. آن‌گونه که در هفته‌های گذشته نیز در «دنیای اقتصاد» منتشر شد، در حال حاضر بازار مشارکت ساختمانی رکودی عمیق را تجربه می‌کند و عرضه زمین چه برای فروش و چه برای مشارکت به پایین‌ترین حجم ممکن رسیده است.

از طرفی سازندهها نیز تصمیمی به عرضه واحدهای تکمیل شده قبلی نگرفته‌اند و به همین خاطر تعداد نوسازهای فایل شده نزد نگاه‌های ملکی بسیار اندک است. سازندهها معطل یافتن زمین مناسب برای خرید یا مشارکت هستند و مادامی که این اتفاق صورت نگیرد، تمایلی به عرضه آیارتمان‌های تکمیل شده ندارند. طبیعی است در این صورت استفاده از این واحدها یا کاربری اضطراری انبار مصالح مصرفی پروژه در حال ساخت بعدی رخ دهد.

در سال ۹۷ نیز به دنبال وقوع شوک ارزی و افزایش نرخ تورم مصالح ساختمانی در نیمه همان سال، برخی از سازندههای فعال و برند در مناطق نیمه مصرفی همچون منطقه ۲ تهران نسبت به خرید و دپوی مصالح ساختمانی اقدام کردند؛ اما در آن مقطع زمانی این اقدام فقط در میان سازندههای حرفه‌ای رواج داشت. اما التهاب بازار مصالح ساختمانی در حال حاضر سبب شده حتی سازندههایی که بنیه مالی ضعیف‌تری دارند نیز به این موضوع علاقه نشان دهند و به هر قیمتی که ممکن است، نقدینگی لازم را برای خرید زودتر از موعد هر مقدار از مصالحی که امکان نگهداری آن را دارند فراهم کنند.

یکی از مصالحی که بازار پرالتهابی در روزهای اخیر داشته است، «سیمان» است. در بازار سیمان التهاب به حدی است که بعضا قیمت‌ها چند بار در هفته تغییر می‌کند و به همین خاطر سازندهها به طراحی تاکتیک‌های ضدتورمی روی آوردهاند.

البته برخی از سازندهها معتقدند علت این به‌هم ریختگی ناگهانی در بازار سیمان این است که این نوع از مصالح همپای برخی دیگر از مصالح ساختمانی در دوسال گذشته با رشد قیمت روبه‌رو نبود و به نوعی اکنون رشد قیمت ناگهانی و یکجا با مقادیر بالا در این بازار رخ می‌دهد. در این بین سازندهها استفاده از تاکتیک ضد تورمی خرید زودهنگام مصالح را به کار گرفته‌اند که هم به نفع سبد عرضه و هم به نفع سمت تقاضای مسکن خواهد بود. در سمت عرضه با توجه به انتظارات تورمی، خرید زودهنگام مصالح ساختمانی هزینه تمام شده اجرای پروژه‌های ساختمانی را کاهش می‌دهد و در نهایت با قیمت‌گذاری مناسب‌تر توسط سازنده در زمان فروش با توجه به کاهش هزینه‌های ساخت، عملا سمت تقاضا نیز منتفع خواهد شد.

برخی از فعالان ساختمانی درباره ریشه تورم مصالح در ماه‌ها و هفته‌های اخیر، موضوع وارداتی بودن برخی از آنها و ارتباط مستقیمی که با قیمت ارز دارد را مطرح کرده و این تورم را ناشی از اثرات بازار ملتهب ارز می‌دانند. این موضوع بیشتر در مورد تجهیزات برقی و تاسیساتی همچون موتور آسانسور و نظایر آن صادق است. در عین حال برخی دیگر از مصالح ساختمانی که وابستگی خاصی به قیمت ارز ندارند نیز در هفته‌های اخیر به شدت متورم بودهاند. از نکته نیز نباید غافل شد که هر چند ساخت و ساز در بازار تهران و سایر کلان‌شهرها رکود سنگینی را تجربه می‌کند اما از آنجا که طرح اقدام ملی مسکن نیز توسط دولت کلید خورده است، حجمی از تقاضا از آن ناحیه در بازار مصالح شکل گرفته یا در حال شکل گیری است. انتظارات تورمی شکل گرفته ناشی از وضعیت اقتصادی و قیمت ارز نیز متغیر دیگری است که می‌تواند بر قیمت مصالح ساختمانی اثرگذار باشد.

خبر

ساختمان‌های تهران شناسنامه انرژی می‌گیرند

۴۰ درصد آلودگی هوا مربوط به ساختمان‌هاست از همین رو قرار بر این شد که به سمت صدور برچسب انرژی در ساختمان‌ها حرکت شود که زیرساخت لازم برای آن شناسنامه انرژی ساختمان بود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، بهینه‌سازی مصرف انرژی در ساختمان‌ها اگرچه موضوع مهمی بوده اما هم از سوی سازندگان و هم از طرف نهادهای مسئول، مورد غفلت واقع شده است. با این حال آنطور که مدیرکل معماری و ساختمان معاونت معماری و شهرسازی شهرداری تهران اعلام کرد، قرار است شناسنامه انرژی برای ساختمان‌ها تهیه شده و همچنین تسهیلاتی هم به سازندگانی که بهینه‌سازی مصرف انرژی را رعایت می‌کنند داده شود.

مهدی صالحی، مدیرکل معماری و ساختمان معاونت معماری و شهرسازی شهرداری تهران درباره این یا نه گفت: دو برنامه از سال گذشته در زمینه بهینه‌سازی مصرف انرژی در ساختمان‌ها در حال دنبال شدن است نخست اینکه شناسنامه انرژی برای ساختمان‌ها تهیه شود که درنهایت این موضوع منتهی می‌شود به ارائه برچسب انرژی، چراکه ساختمان هم به عنوان یک کالا مانند تمام کالاهای تولیدی دیگر نیاز به برچسب انرژی دارد اما در حالی که در آمارها عنوان می‌شود که ۴۰ درصد آلودگی هوای مربوط به ساختمان‌هاست تاکنون تدوین ضوابط برچسب انرژی در این اماکن مغفول مانده است.

وی افزود: از همین رو قرار بر این شد که به سمت صدور برچسب انرژی در ساختمان‌ها حرکت شود که زیرساخت لازم برای آن شناسنامه انرژی ساختمان بود بنابراین تهیه شناسنامه انرژی به عنوان هدف سال ۱۳۹۹ اداره کل ساختمان در نظر گرفته و به این منظور از سال گذشته زیرساختهایی هم آماده شد. بر این اساس باید مبنای علمی آن تکمیل می‌شد که با تصویب مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان و پرایش جدید، عملا این موضوع انجام و برای اساس آن ساختمان‌ها به سه دسته تقسیم شده در رده نخست ساختمان‌هایی که حداقلها را در مصرف بهینه انرژی رعایت کرده، رده دوم ساختمان‌هایی که حد متوسط را رعایت و در نهایت ساختمان‌هایی که حداکثر استفاده بهینه از انرژی را رعایت می‌کنند قرار گرفت.

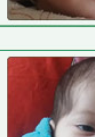
صالحی درباره حمایت‌های شهرداری و دولت از ساختمان‌هایی که بهینه‌سازی مصرف انرژی را رعایت می‌کنند، بیان کرد: از سال گذشته با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری وزارت راه و شهرسازی و نظام مهندسی ساختمان کار مشترکی شروع شد که مبحث شناسنامه انرژی ساختمان‌ها آغاز شود، این برنامه مراحل آخر را طی می‌کند اما با وجود تصویب، هنوز ابلاغ نشده است. زیرساخت‌ها برای این موضوع در حال تکمیل شدن بوده و پیش بینی این است که نیمه دوم امسال به ساختمان‌ها شناسنامه انرژی داده شود.

از سوی دیگر با اجازه از شورای شهر تهران قرار شد در بودجه سالانه شهرداری ۱۰ درصد تخفیف در عوارض برای ساختمان‌هایی که طراحی آن به نوعی باشد که به حد متوسط یا حداکثری بهینه سازی مصرف انرژی برسند لحاظ شود. در واقع به دنبال این هستیم که این موضوع در قانون مصوب مجلس به عنوان مطالبه شهرداری از دولت لحاظ شود چرا که در قانون هم آماده اگر دستگاهی بتواند با اقدامات خود صرفه جویی در مصرف انرژی به وجود آورد، دولت باید یارانه‌ای پرداخت کند از همین رو شهرداری این تخفیف را بپیشایبش به مردم می‌دهد و بعد به دنبال این می‌رود که از دولت پس‌بگیرد.

مدیرکل معماری و ساختمان معاونت معماری و شهرسازی شهرداری تهران در پاسخ به این سوال که بهینه‌سازی مصرف انرژی در ساختمان‌ها چه میزان از صرفه‌جویی را به وجود می‌آورد گفت: اراده دولت بر این است که به نوعی با بحث حامل‌های انرژی به سمت واقعی سازی قیمت‌ها برود. اکنون یارانه زیادی از سوی دولت برای گاز و برق پرداخت می‌شود و در این شرایط شاید بهینه سازی مصرف انرژی نمود آن چنانی نداشته باشد اما به نظر می‌رسد که سیاست کلان در نهایت به سمت بهینه‌سازی می‌رود. بنابراین در شرایط فعلی شاید در بازه ۵ تا ۱۰ ساله هزینه‌های آن برگردد اما اگر قیمت‌ها واقعی شود در بازه زمانی کوتاهی تأثیر خود را خواهد گذاشت. از سوی دیگر اکنون هم ساختمان‌هایی داریم که با وجود اینکه هیچ الزامی در مبحث بهینه سازی مصرف انرژی وجود ندارد، خودشان برای برند سازی شخصی خود استفاده بهینه از انرژی را رعایت می‌کنند.

جویندگان عاطفه (۰۲۶ ۳۲۵۴۰۰۹۹) روابط عمومی اداره کل بهزیستی البرز

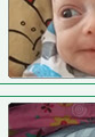
خندند اما... آغوش مادر و دستان نوازشگر پدر را گم کرده اند. در عمق چشمان مریبان آستان البرز غم موج می زند و همیشه چشم انتظار ند ما در و پدر یکی از این کودکان شیرین زبان با دلتنگی به سراغ کوچولوهایشان بروند... برای آنها که از خانواده این کودکان اطلاعی در دست دارند.



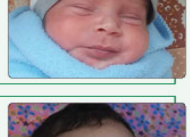
فرزند نیما ۹۹/۰۴/۰۳ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۴/۱۱ به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند کیاد در مورخ ۹۹/۰۴/۱۴ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۴/۲۲ به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند ادیب در مورخ ۹۹/۰۳/۱۵ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۳/۳۱ از طریق بازرس اجتماعی هشتگرد به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

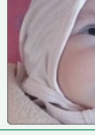


فرزند مینو در مورخ ۹۹/۰۲/۱۴ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۲/۲۹ به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

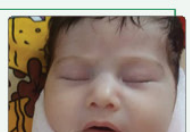


فرزند مهراب در مورخ ۹۹/۰۲/۲۸ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۲/۰۷ از بیمارستان کمالی به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند آرین در مورخ ۹۹/۰۲/۲۱ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۲/۲۸ از طریق بیمارستان کمالی به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند نوشین در مورخ ۹۹/۰۳/۳۱ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۴/۱۱ به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند آتریسا در مورخ ۹۹/۰۳/۲۹ در بیمارستان کمالی متولد شده و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۴/۱۰ از طریق مدد کار به بیمارستان کمالی به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند پرتو در مورخ ۹۹/۰۲/۲۸ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۳/۰۵ از طریق کلانتری باشستان به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند هیمن در مورخ ۹۹/۰۳/۳۰ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۲/۰۷ از طریق بیمارستان کمالی به بهزیستی تحویل گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.