یادداشت

کمپین «سفر برو» در ۱۰ کشور

بازار گردشگری در «کشورهای توریستی» بعد از ضربه‌ای که از «کرونا» خورد اکنون برای جبران درآمد از دست رفته ناشی از توقف جریان توریست بین‌المللی، از یک مسیر به‌دنبال سازگاری با شرایط جدید است. ۱۰ کشور جهان با ایجاد کمپین «سفر برو» به‌جای انفعال در برابر تهدیدهای بحران کرونا بر بازار گردشگری و لغو سفرها به ایجاد فرصت‌سازی پرداخته‌اند. بررسی‌های «دنیای اقتصاد» درباره تاکتیک ۱۰ کشور توریستی جهان برای دور زدن رکود کرونایی نشان می‌دهد؛ باتوجه به توقف سفرهای خارجی در جهان، طرح رونق‌بخشی به «گردشگری داخلی» پایگزین آن شده و ۱۰ کشور با ارائه ۳ راهکار ایجاد امنیت، رفاهی، اعطای یارانه سفر و همکاری بخش خصوصی همچون هتل‌ها به تامین و بهبود بازار توریسم داخلی روی آورده‌اند.

براساس اعلام سازمان جهانی گردشگری پس از توقف سفرها از ماه مه ۲۰۲۰ تعداد گردشگران بین‌المللی نسبت به‌مدت مشابه خود در سال ۲۰۱۹ با کاهش ۹۸ درصدی همراه بوده است. در سراسر اتحادیه اروپا کشورها به‌دلیل تلاش در جهت مهار ویروس کرونا مرزهای خود را بسته‌اند و این امر منجر به لغو تمامی برنامه‌های مربوط به تعطیلات و سفر شده است. همچنین براساس برآوردهای انجمن بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی (IATA) بهبود گردشگری بین‌المللی به سطح قبل از همه‌گیری کووید-۱۹ تا سال ۲۰۲۴ به‌طول خواهد انجامید و در پی کاهش ۹۱ درصدی در ماه مه، میزان تردد مسافران در ماه ژوئن بیش از ۸۶ درصد نسبت به سال گذشته کاهش داشته است. از این‌رو بسیاری از کشورها برای سازگاری بازار توریسم با شرایط کرونا، تقویت گردشگری داخلی را جایگزین درآمدهای توریسم بین‌المللی کرده‌اند. سفرهای بین‌المللی به‌دلیل نگرانی‌های بهداشتی و امنیتی غیرممکن شده و بحران اقتصادی بازار توریسم در جهان را شدیدتر کرده و همچنین منجر به تقویت و بهبود گردشگری داخلی کشورها شده که این امر در میان کشورهای توریست‌پذیر برجسته‌تر است. درحالی که سفر آخرین جنبه عادی‌سازی جوامع پس از همه‌گیری کووید-۱۹ در سراسر جهان به‌شمار می‌آید گردشگری داخلی اولین نشانه‌های بازگشت آن خواهد بود. باتوجه به توقف و محدودیت سفرهای بین‌المللی، توریسم داخلی نقش مهمی در بازسازی اقتصاد کشورها ایفا خواهد کرد و می‌تواند به‌عنوان شاخصی برای سلامت و امنیت مل به‌شمار آید. سرعت بازیابی بازار توریسم بین‌المللی در جهان متفاوت است و این امر بهبود توریسم داخلی را تسریع خواهد کرد. زیرا با توجه به تغییر نگرش‌ها، انگیزه‌ها و تمایلات گردشگران در آینده برخی از کشورها در کوتاه‌مدت چرخ اقتصاد خود را برمی‌گردانند درحالی‌که در برخی از کشورها در طولانی‌مدت امکان‌پذیر خواهد بود.

این فرصتی برای صنعت هتل‌داری ایجاد می‌کند تا به تجارت داخلی روی آورند. بهبود گردشگری داخلی بازار مهمی برای هتل‌داران پس از همه‌گیری کووید-۱۹ محسوب می‌شود به‌ویژه برای کشورهایی همچون فرانسه و آلمان که به‌طور سنتی حجم زیادی از گردشگری داخلی را دربر می‌گیرد. سفرهای داخلی حلقه نجات صنعت هتل‌داری از بحران کرونا به‌حساب می‌آید و توریسم داخلی می‌تواند تامین‌کننده درآمد و جبران خسارت‌های وارده بر این صنعت باشد؛ باتوجه به اهمیت امنیت روانی مسافران، هتل‌داران با اقدامات‌شان همچون ارزیابی مدوام درآمد گردشگران حلقی به‌دنبال استراتژی‌های جدید با برنامه‌ریزی و مهارت در جهت جذب افراد برای ایجاد انگیزه سفر برآمدند که این امر می‌تواند با توجه به سلایق و علاقمندی‌های افراد برای سفر محقق شود و براساس آن به ارائه خدمات به گردشگران بپردازند. مهم‌ترین اقدام کشورها به‌ویژه بخش خصوصی همچون هتل‌ها ایجاد امنیت روانی با اعمال الزامات بهداشتی جدید است و با توجه به تاثیرات روان‌شناختی بحران جهانی کرونا، بسیاری از افراد درصدد ترمیم جسم و روح خود و فرار از قرنطینه خانگی به‌دنبال سفرهای نزدیک با امنیت بهداشتی و سلامت کامل هستند که دولت‌ها و بخش خصوصی در جهت ایجاد این امر به همکاری با یکدیگر برآمدند. باتوجه به تاثیر کرونا بر اقتصاد و درآمد افراد سفرهای ارزان و نزدیک به محل زندگی محرک آنها برای شروع مجدد سفرهای خانوادگی است.

باتوجه به محدودیت‌ها تتاخاب سفرهای بین‌المللی مسافران به‌دنبال راه‌های جدید و کوتاه برای سفر هستند و این امر امکان بازیابی توریسم داخلی و توسعه آن را در کوتاه‌مدت فراهم می‌کند که این امر می‌تواند با سفرهای جاده‌ای، سفرهای آخرهفته، تعطیلات خانوادگی و فصلی، سفرهای انفرادی، کنفرانس‌ها، رویدادها و تجارت امکان‌پذیر شود.

اگرچه توقف سفرها هزینه‌های سنگینی برای اقتصاد کشورها به‌ویژه کشورهای توریست‌پذیر اروپایی داشته است، اما فعالان عرصه بازار گردشگری به‌ویژه در چهار کشور آلمان، فرانسه، ایتالیا و اسپانیا باتوجه به در اولویت قرار داشتن سلامت گردشگران و امنیت بهداشتی مقاصد از تهدید ناشی از طرح لغو سفرهای بین‌المللی فرصت‌سازی کرده و درصدد تشویق گردشگران برای گذراندن تعطیلات تابستانی خود در داخل کشور هستند و خسارت‌های ناشی از کرونا بر بازار گردشگری را از طریق توریسم داخلی جبران خواهند کرد. البته برآوردها حاکی از آن است که بازیابی و توسعه بازار گردشگری داخلی نیز تا پایان سال ۲۰۲۰ به شکل عادی نخواهد بود و از سال ۲۰۲۱ به شرایط رشد خود بازخواهد گشت.

براساس نظرسنجی‌ها بیشتر افراد تمایلی به سفرهای خارجی ندارند. در آلمان ۶۱ درصد مردم قصد سفر ندارند و این امر در ایتالیا، اسپانیا و فرانسه نیز صدق می‌کند و نیمی از افراد برنامه‌ای برای سفر ندارند و تنها ۸ درصد از مردم اسپانیا و ۱۵ درصد از مردم آلمان علاقه‌مند به سفرهای خارجی هستند.

دلیل عمده بی‌میلی به سفر در کشورهای توریست‌پذیر فراتر از ترس از ابتلا به کووید-۱۹ در کشور خارجی، نگرانی فزاینده افراد هنگام بازگشت به کشور خود است که با محدودیت‌های گسترده‌ای همراه خواهند بود. در انگلیس و نروژ قوانین محدودیت بازگشت برای مسافرانی که از اسپانیا بازگشتند اعمال شده است که بعمدت ۱۴ روز در قرنطینه بسر می‌برند و سپس امکان بازگشت به کشور وجود دارد. اگرچه بازار گردشگری در سراسر دنیا در تلاش برای دستیابی به بهبودی است برخی از کشورها با افزایش گردشگری داخلی سعی در جبران زیان‌های ناشی از عدم ورود گردشگران خارجی دارند. مقاصد گردشگری اوکراین نیز شاهد رشد ۳۰ درصدی توریسم داخلی در تعطیلات تابستانی خود در زمان بحران کرونا بوده است. گردشگران اوکراینی به‌دلیل ممنوعیت سفر به مقاصد اتحادیه اروپا، گردشگری داخلی را جایگزین سفرهای خارجی خود کردند. افزایش توریسم داخلی در دهکده کوچ بیلوساریاک با رشد ۱۷۷ درصدی گردشگران اوکراینی همراه بوده است.

کشورهای شرق و جنوب شرق آسیا همچون سنگاپور، تایلند، ژاپن، ویتنام و اندونزی نیز به‌منظور توسعه و رونق بازار توریسم خود بر گردشگری داخلی تمرکز کرده‌اند و با انجام اقداماتی در جهت جذب گردشگر و رونق دوباره بازار توریسم می‌کوشند. در ژاپن باتوجه با کاهش ۱۰۰ درصدی گردشگران بین‌المللی با ایجاد کمپین «به سفر برو» گردشگری داخلی را جایگزین توریسم خارجی کرده است و دولت ژاپن با ارائه یارانه سفر به مبلغ ۱۶ ۱۲ میلیارد دلار امکان سفرهای داخلی را برای شهروندان خود فراهم کرده است.

منبع: دنیای اقتصاد

بضاعتی پور خبر داد؛

داوودی‌های کاخ مروارید منتظر پاییز

در محوطه این کاخ حدود ۵۰ هزار گلدان داوودی در ۷۰۰ ولریته کاشته شده است و به نظر می رسد این گل‌ها تا یک ماه آینده شکوفا شود.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور با اشاره به آخرین وضعیت گلکاری در محوطه کاخ مروارید گفت: تمام عرصه‌های کاخ مروارید تحت پوشش گل‌های داوودی قرار گرفته‌است.

وی ادامه داد: در محوطه این کاخ حدود ۵۰ هزار گلدان داوودی در ۷۰۰ ولریته کاشته شده است و به نظر می رسد این گل‌ها تا یک ماه آینده شکوفا شود.

وی با اشاره به اینکه درصدیم درهای کاخ مروارید را در زمان شکوفا شدن این گلها به روی عموم مردم باز کنیم، افزود: با توجه به اینکه فضای کاخ مروارید باز است، بازدید مردم از محیط ایجاد شده با تاکید بر رعایت فاصله اجتماعی واستفاده از ماسک مشکلی ایجاد نمی کند.

بضاعتی پور در ادامه به بی توجهی سازمان‌ها و ارگان‌هایی که در سطح شهر دارای تابلوهای تبلیغاتی هستند به مصوبه شورای فرهنگ عمومی، توضیح داد: طبق مصوبه این شورا بنابود تا پایان شهریور کلیه تابلوهای زائد مربوط به ارگانها و سازمان‌های مختلف از ۸ محور جمع آوری شود ولی متاسفانه همکاری لازم در این خصوص صورت نگرفته‌است.

به گفته این مسئول شهرداری تمام تابلوهای زائد خود را از مناطق مشخص شده جمع آوری کرده ولی دیگر سازمان‌ها و ارگانها هنوز اقدامی صورت نداده‌اند.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج با اشاره به تعداد تابلوهایی که باید از سطح شهر جمع آوری شود گفت: طبق بررسی‌های صورت گرفته ۳۰۰ تابلوی تبلیغاتی از مناطق مختلف شهر باید جمع آوری شود.

تاکید بر ضرورت برگزاری مانور سراسری زلزله

رئیس سازمان پیشگیری و مدیریت بحران شهر تهران بر ضرورت برگزاری مانور سراسری زلزله در کل کشور با همکاری تمامی سازمان‌ها و مشارکت مردم تاکید کرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، رضا کرمی محمدی، در دیدار با فرمانده یگان ویژه تهران بزرگ که در محل سازمان پیشگیری و مدیریت بحران شهر تهران انجام شد، گفت: احتمال وقوع زلزله در تهران همیشه وجود دارد از طرف دیگر با توجه به جمعیت ثابت تهران و جمعیت شناوری که از اطراف به تهران می آیند با فرهنگ های متفاوتی روبه رو هستیم بنابراین در زمان بحران مسائل امنیت جانی و مالی شهروندان بسیار حائز اهمیت است که از هم اکنون نیازمند برنامه ریزی های لازم در مورد آن هستیم.

وی در خصوص زمینه های همکاری با یگان ویژه افزود: علاوه بر تامین امنیت، همچنین در صورت وقوع بحران های طبیعی نیازمند امداد رسانی سریع هستیم و بازگشایی مسیرهای امدادی در این شرایط بسیار حائز اهمیت است باید در زمان عادی با تمرین و ممارست نحوه مشارکت با سازمان های مختلف و نحوه برخورد با مردم برنامه ریزی و تمرین شود، زیرا ممکن است بلافاصله بعد از زلزله با بحران های اجتماعی روبرو شویم.

کرمی محمدی اضافه کرد: قبل از تصویب قانون جدید مدیریت بحران، شورای هماهنگی مدیریت بحران شهر تهران مسئول ایجاد هماهنگی بین سازمان های تخصصی بود که با قانون جدید مدیریت بحران و حذف شورای هماهنگی، موضوع ایجاد هماهنگی مشخص نیست. کار شورای هماهنگی این بود که بدانیم به چه برنامه ها و چه امکاناتی نیاز داریم.

رئیس سازمان پیشگیری و مدیریت بحران شهر تهران با تاکید بر اینکه باید برای ایجاد هماهنگی های لازم در زمان وقوع زلزله و بعد از زلزله با سازمان های مختلف جلسات مستمر برگزار شود، گفت: در همین خصوص برگزاری یک مانور سراسری زلزله در کل کشور با همکاری تمامی سازمان ها و با مشارکت مردم ضروری است تا با انجام شبیه سازی شرایط وقوع بحران بتوانیم مشخص کنیم چه میزان آمادگی داریم و چه امکاناتی مورد نیاز است.

سردار امجدیان، فرمانده یگان ویژه تهران بزرگ نیز در این دیدار با استقبال از پیشنهاد برگزاری مانور مشترک سراسری گفت: برای رسیدن به گفتمان مشترک و استفاده از تجهیزات و نحوه امداد رسانی در بحران ها از برگزاری رزمایش و مانورهای سراسری استقبال و همکاری خواهیم کرد. ضمن اینکه باید در این زمینه دستورالعمل های لازم تهیه شود.

امجدیان گفت: ظرفیت های خوبی برای برنامه ریزی در حوزه آمادگی در برابر سوانح وجود دارد. در حوزه های مردم یاری مانند کمک رسانی به مردم در زمان بحران از جمله برف یا سیل می توان همکاری کرد. ما در شرایط سخت سیل پل دختر در کنار مردم بودیم و سعی کردیم از ایجاد بحران های ثانویه مانند سرقت اموال مردم جلوگیری شود.

وی با بیان اینکه چنلچه در برابر بحران های غیر مترقبه اتحاد و همدلی داشته باشیم موفق تر خواهیم بود، افزود: ایجاد اتحاد و همدلی در مدیریت بحران اصل بسیار مهمی است و می توان با اتحاد و همدلی بین نیروها و مردم موفقیت های خوبی در کمک رسانی در حوادث غیر مترقبه بدست آورد.

مدیریت پسماندهای پزشکی بر عهده وزارت بهداشت است

معاون پردازش و دفع سازمان مدیریت پسماند شهرداری تهران گفت: طبق قانون مدیریت پسماند ویژه بر عهده تولید کننده است و در بخش زباله های پزشکی نیز مشخصا وزارت بهداشت متولی این نوع از پسماندها محسوب می شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، حسین حیدریان با بیان اینکه زباله های پزشکی اعم از زباله هایی که در بیمارستان ها تولید می شود و زباله هایی که در منازل تولید می شوند، ویژگی هایی دارند که باید جزو پسماندهای ویژه تلقی شوند، گفت: طبق قانون مدیریت پسماند ویژه بر عهده تولید کننده است و در بخش زباله های پزشکی نیز متخصصا وزارت بهداشت متولی این نوع از پسماندها محسوب می شود.

وی در ادامه درباره مسجات های یکی از معاونین اداره محیط زیست استان تهران مبنی بر نبود برنامه مشخص برای زباله های کرونایی در شهرداری تهران گفت: ظرفیت مخزن گذاری جداگانه برای زباله های پزشکی در حال حاضر در شهرداری تهران وجود ندارد اما از طریق محتواهای آموزشی و بر اساس پروتکل هایی که سازمان بهداشت جهانی ابلاغ کرده به مردم آموزش داده می شود تا پسماندهایی که در منازل بیماران کرونایی تولید می شود را به صورت جداگانه در کیسه بسته بندی کرده و در مخازن قرار دهند.

به گفته حیدریان، در بعضی نقاط از یک رنگ خاص برای مخازن مخصوص پسماندهای کرونایی استفاده شده که تجربه چندان موفقی نبوده چون این پسماندها حتی اگر در یک رنگ جداگانه هم بسته بندی شوند ولی چون ناوگان جمع آوری جداگانه ای وجود ندارد عملا همان سرنوشت اولیه را پیدا می کنند.

وی افزود: در تهران چه پسماندهایی که در کیسه های جداگانه بسته بندی می شوند و چه آن هایی که در پسماندهای عادی قرار می گیرند در مرکز دفع و پردازش آرادکوه جداسازی می شوند و داخل سلول دفن بهداشتی با رعایت پروتکل های بهداشتی دفن می شوند.

بنا بر اعلام سایت شهر، معاون پردازش و دفع سازمان مدیریت پسماند شهرداری تهران گفت: سازمان حفاظت محیط زیست به عنوان ناظر قانونی مدیریت پسماندها باید مشخص کند که پسماندهای حاصل از بیماری کرونا چه نوع پسماندی محسوب می شود؟ اگر پسماند عادی است که همین مدیریت پسماند عادی کفایت می کند و اگر پسماند ویژه است متولی آن را مشخص کند و اگر راهکاری ارائه دهد شهرداری تهران در کنار وزارت بهداشت و سازمان حفاظت محیط زیست می تواند با ایجاد زیرساخت در اینجا و اختصاص بودجه های خاص پس از آن در این زمینه اقدام کند.

تغییر سبک تولید و تجارت در مبدا کرونا

چین در بحران «کرونا» به خاطر مبدا شیوع این ویروس مرگبار خبرساز شد و اکنون در «طراحی مدل تولید و تجارت در جهت پاندمی» نیز پیشرو است. «الگوی بازگشت» پیش از ۱۰۰ شرکت چینی به وضعیت نسبتا عادی کسب‌وکار نشان می‌دهد مدیران این شرکت‌ها بر دو استراتژی «تثبیت موقعیت» و «گسترش فعالیت» متمرکز شده‌اند؛ این رویکرد با حداقل سه اقدام، در حال اجراست.

دو ماه جلوتر بودن از سایر کشورها در مواجهه با کووید-۱۹ و مشکلات آن، باعث شده تا چین و کسب‌وکارهایش مانند تشخراهی برای همتایان دیگر خود شوند. بررسی شرکت‌های واقع در این کشور می‌تواند به ما نشان دهد که در دوران پساکرونا چگونه می‌توان از نو شروع کرد و آماده رشدی دوباره شد. لما آنها چه اقدامات و تجربیاتی در بازگشایی فعالیت‌هایشان داشته‌اند؟ شرکت‌های چینی، حدود دو ماه زودتر از سایر کسب‌وکارها با اثرات کووید-۱۹ مواجه شدند و البته زودتر به کار بازگشتند به‌عنوان مثال، تائلنهای ماه مارس (دهه نخست فروردین) ساختمان‌سازی در چین به ۸۰ درصد میزان فعالیت‌های عادی‌اش بازگشت در حالی که کرونا بلعات شده بود این رقم به ۲۰ درصد سقوط کند. تولید لوازم خانگی پس از رسیدن به ۵۰ درصد ظرفیت به ۹۰ درصد بازگشته بود حتی با توجه به تفاوت‌های قابل توجه بین انظارت‌ها و مشوق‌های دولتی در کشورهای مختلف چین ارقامی باعث می‌شود تا چین مانند الگویی هوشمند برای دیگران قلمداد شود.

شرکت ایرلندی اکسنچر (Accenture) برای شناسایی اقدامات چین در بازگشت به کار، به مصاحبه با بیش از ۱۰۰ مدیر عامل چینی پرداخت مدیرانی که از صنایع مختلف شیمیایی، تولیدی، انرژی، خدمات مالی، حمل‌ونقل، پزشکی و گردشگری بودند پس از آن، مدیران ارشد مختلف شرکت‌های چینی مورد نظر سنجی قرار گرفتند. علاوه بر مدیران عامل، مدیران شبکه‌های دیجیتال شرکت‌ها و روسای بخش‌های مختلف زنجیره تامین، تولید و تحقیق و توسعه به بیان تجربیات خود در دوران پساکرونا پرداختند.

یافته‌ها نشان می‌دهد شرکت‌های پیشگام پیشگام دوران جدید فعالیت‌هایی خود را در دو حوزه متمرکز کرده بودند نخست تثبیت کسب‌وکار. بحران کرونا برای آنها آزمون بزرگی بود تا قرآیندها و زیرساخت‌های فناوری خود را محک بزنند. آن‌طور که یکی از مدیران اجرایی بیان کرده «ویروس باعث شد که ما فعالیت‌های فاقد کارآیی را شناسایی کنیم.»

دوم، آنها آموختند که کسب‌وکارشان را گسترش دهند؛ گسترشی که شاید باید آن را گسترگی نامید و بیشتر مربوط به شیوه انجام کارها بود. بسیاری از شرکت‌ها به انجام اقداماتی در مقابله با ویروس پرداختند؛ اقداماتی که در نهایت به تقویت نشان‌های تجاری آنها انجامید. الزامات کار، همچنین آنها را به سمت نوآوری‌های مصون از بحرانی پیش برد که به پتانسیل بالایی برای موفقیت داشتند. یکی از مدیران اظهار کرد: «به جای عقب‌نشینی، لازم است تا ذهنیتی برای رشد در چنین بحرانی داشت.»

تثبیت کسب‌وکار

رهبران بازاری که با آنها صحبت کردیم، ۳ اقدام برای تثبیت کسب‌وکارهایشان انجام دادند. به‌عنوان مثال، تقریبا همه آنها به سرعت یک تیم مدیریت بحران تشکیل دادند. چه تفاوتی در رویکرد معمول آنها ایجاد شد؟

اکنون به جز تمرکز بر عملیات داخلی شرکت، تمام متغیرهای محیطی را هم زیرنظر گرفتند. تیم‌های مدیریت بحران ملتند یک «برج مراقبت» بودند که نظارت بر تمام شرایط را بر عهده گرفتند و وظیفه‌شان این بود که آگاهی محیطی خود را به مدیرعامل هم انتقال دهند. یکی از نمونه‌های این اقدام، سرمایه‌گذاری مشترک موسوم به ۵۰-۵۰ گروه دانگفنگ موتور و نیسان بود. تیم مدیریت بحران مشترک این شرکت‌های خودروسازی و متخصصان تولید، حمل‌ونقل، بازاریابی، توسعه محصول و سلامت کارکنان، وضعیت انبار و حمل‌ونقل ارتباطات و همکاری با دولت‌های محلی آگاهی کامل داشته باشند. با دریافت این اطلاعات، آنها به سناریوسازی و پیش‌بینی آینده هم مبادرت می‌کردند. برنامه‌ریزی و ایجاد طرح‌های آمادگی شرکت برای سالس تغییر و تحولات محیطی از وظایف آنها است.

از طریق این فرآیندها شرکت‌ها توانستند به سمت فروش آنلاین بروند و کانال‌های توزیع خود را در این زمینه تقویت کنند. همچنین «دستورالعمل بازاریابی دیجیتال» برای آموزش کارکنان نگاشته شد. این شرکت‌های خودروسازی با توجه به شرایط جدید که ملاحظات بهداشتی بیشتری می‌طلبید، تجربه خرید مجازی برای مشتریان فراهم ساختند؛ اکنون مشتریان‌شان می‌توانستند با رویکرد واقعیت مجازی به تست خودروهای منتظر خود اقدام کنند.

ضمن آنکه امکان تست خودرو در منزل هم به آنها داده شد. در بخش زنجیره تامین نیز شرکت‌ها به همکاری با تامین‌کنندگان محلی بیشتری اقدام کردند تا مطمئن شوند امکان جهش تولیدات در ماه‌های آوریل و مه را دارند.

شرکت‌های چینی همچنین فناوری‌های دیجیتال بیشتری را به روش‌های نوآورانه مورد استفاده قرار دادند به‌عنوان مثال، ۳ درصد از شرکت‌ها همامنگی بین کانال‌های فروش فیزیکی و آنلاین چین را افزایش دادند و تمرکزشان بر رشد کانال‌های آنلاین به روش‌هایی متمرکز قرار گرفت.

به شرکت خردهفروشی سالینگ دات‌کام توجه کنید. با اینکه فعالیت‌های چنین شرکتی متمرکز بر فروش اینترنتی بود، باز هم ۱۶۰۰ فروشگاه فیزیکی در نقاط مختلف چین دارد. سالینگ بسیاری از فروشگاه‌هایش را که به دلیل کرونا به روی مشتریان بسته شده بودند، به سمت فعالیت مجازی برد. اکنون این واحدها به بازاریابی آنلاین مشغول شده و استودیوهای تبلیغاتی شده بودند که کارکنانشان وظایفی جدید انجام می‌دادند. شاید کرونا فرصتی برای آنها بود که حضورشان در اینترنت و فضای مجازی را افزایش دهند و ارتباط مجازی خود را با مشتریان تقویت کنند. تجارت در شبکه‌های اجتماعی که پیش از این نیز بازارها را متحول کرده بود، به بیش از ۶۰ درصد تجارت کشور رسید. شیوه فعالیت جدید برای مشتریان هم یک فرصت سرگرمی بود. آنهامی توانستند اطلاعات بیشتری از محصولات به دست آورند. سوال‌های خود را بپرسند و البته خریدهایشان را انجام دهند. در ۶ مارس، فروشگاه‌های فیزیکی سالینگ در چین بیش از ۵ هزار برنامه زنده در شبکه‌های اجتماعی نمایش دادند که میزان بازدیدشان از ۲ میلیون نفر فراتر رفت.

حوزه دیگری که مصداق فراتر رفتن از مرزها بود، استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای هدایت از راه دور برنامه‌های تعمیرات و نگهداری است. بیش از نیمی از شرکت‌ها اعلام کردند چنین کاری را شروع کرده‌اند. به‌عنوان مثال، چین هم‌اندم هر کشور دیگری در حال ساخت بیمارستان‌های جدید برای کرونا بود. در این میان، یک شرکت تجهیزات صنعتی (XCMG) نه تنها از بسترهای نرم‌افزاری برای نظارت زنده‌بر عملکرد دستگاه‌های ساختمانی استفاده کرد بلکه به‌صورت لحظه‌ای دمای بدن کارگران را هم می‌سنجید.

برخی شرکت‌ها توانستند برنامه‌های تحقیق و توسعه خود را از راه دور اداره کنند. شرکت بیمه چاینا لایف به بسترهای ذخیره‌سازی ابری تکیه کرد تا کرونا نتواند برنامه‌هایش را متوقف کند. از طریق این بسترهای ابری نه تنها نرم‌افزارها و کدهای مورد نیاز کارکنان، بلکه بسیاری از ابزارها و سخت‌افزارهای لازم نیز در اختیار آنها قرار گرفت. واحد تحقیقات و توسعه این شرکت در همان دو ماه نخست سال، توانست ۲۵ پروژه مرتبط با کرونا را از راه دور به پایان برساند. این پروژه شامل ارتقای زیرساخت‌های مرکز پشتیبانی مشتریان هم می‌شد که اکنون کارکنان این مرکز باید از خانه خود به تمامی‌های مشتریان پاسخ می‌دادند. هر کلام از این پروژه‌ها به‌طور متوسط فقط ۸/۶ روز زمان بردند.

درنهایت، تغییری که در نگرش و رفتار شرکت‌های چینی اتفاق افتاد، افزایش انعطاف‌پذیری بود. آنها که پیش از این به زمان‌بندی و بهره‌وری اهمیت متولی آن می‌دادند و به دنبال کاهش روزافزون هزینه‌ها بودند، روی نتیجه‌بخشی متمرکز شدند. به‌عنوان مثال، میزان همکاری‌های خود را با تامین‌کنندگان محلی افزایش دادند تا مبحض احتیاط و در صورتی که خللی در تامین مواد اولیه کار ایجاد شد راهکار دیگری داشته باشند. در این شرایط، هزینه‌ها دیگر اولویت نخست نبود. دوسوم از مدیران شرکت‌کننده در نظرسنجی اعلام کردند با توجه به اطلاعات دریافتی خود از تیم‌های مدیریت بحران، تقاضای آینده بازار را پیش‌بینی کرده و موجودی انبار خود را با دقت بیشتری تنظیم می‌کنند. بسیاری از آنها روی برنامه‌ریزی زمانی حمل‌ونقل و تحویل سفارش مشتریان نیز تمرکز بیشتری کردند.

گستردن کسب‌وکار

با شدت گرفتن بحران، بسیاری از شرکت‌های چینی به مبارزه با کرونا در سطح جامعه پرداختند. این اقدام باعث بهبود وجهه اجتماعی آنها می‌شد اما مساله مهم‌تر ایفای مسئولیت‌شان در قبال جامعه بود.

در این دوران، نیاز بود که تمرکز بیشتری بر نوآوری‌های نوبدبخش و خوش‌آتیه صورت گیرد. در این میان، شرکت مخابراتی چاینا یونیکام به همکاری با شرکت غذایی میچوان (Meituan) پرداخت. این غول فناوری دو کامیون بسدون راننده مجهز به اینترنت 5G در اختیار میچوان قرار داد تا بتواند سفارش‌های اینترنتی مشتریان را با بالاترین پروتکل‌های بهداشتی به دست آنها برساند. شاید بحران کرونا چنین فرصتی برای شرکت‌های فعال در حوزه دیجیتال فراهم ساخت اما مهم‌تر از آن، نقطه عطفی در شیوه فعالیت‌هاو بود.

از زمان بحران کرونا، تلاش فراوانی برای کنترل میزان شیوع ویروس در جهان شده است. اما شرکت‌های چینی نشان دادند می‌توان به آینده‌نگری پرداخت و با مدیریت صحیح بحران، یک قدم از منحنی شیوع هم جلوتر رفت و آینده‌ای قابل اتکا ساخت.

مترجم: مهدی نیکوئی

اخبار محیط زیست

بخشی از قدیمی‌ترین منطقه حفاظت شده جهان به نام میراث فرهنگی سند خورد

مدیرکل حفاظت محیط زیست استان اصفهان ضمن اشاره به اینکه اداره ثبت برای بخشی از پارک ملی قمیشلو به نام میراث سندی صادر کرده است، می‌گوید: این موضوع درحالی اتفاق افتاده که محیط زیست بیش از ۲۰ سال است که برای این منطقه سند مالکیت گرفته است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، پارک ملی قمیشلو در شمال غرب نجف‌آباد - ۴۵ کیلومتری شمال غرب اصفهان - واقع شده‌است. از این منطقه به عنوان قدیمی‌ترین منطقه حفاظت شده محیط زیستی در جهان یاد می‌شود اما این روزها وجود قلعه‌ای تاریخی در مرکز این پارک ملی سبب شده است که بر سر مالکیت بخشی از آن، میراث فرهنگی ادعایی داشته باشد.

ایرج حشمتی - مدیرکل حفاظت محیط زیست استان اصفهان - در این باره به ایسنا می‌گوید: در پارک ملی قمیشلو قلعه‌ای تاریخی مربوط به دوره قاجاریه وجود دارد. از این‌رو اداره میراث فرهنگی شهرستان تیران بر اساس ماده ۲۶ آیین‌نامه اموال دولتی توانسته است برای ۱۸ هکتار از این اراضی سند مالکیت بگیرد که ۱۲ هکتار آن در پارک ملی قمیشلو واقع شده و قبلا سند به اسم سازمان حفاظت محیط زیست برای آن صادر شده بود.

پارک ملی قمیشلو قدیمی‌ترین منطقه حفاظت شده جهان است و از سال ۱۳۴۳ تحت حفاظت قرار گرفته است. مدیرکل اداره محیط زیست استان اصفهان ضمن اشاره به این مورد اظهار می‌کند: صدور سند برای میراث فرهنگی کار اشتباهی است، چراکه محیط زیست بیش از ۲۰ سال است که برای این منطقه سند مالکیت گرفته است. چنین اقدامی نشان دهنده ناهماهنگی بین دستگاه‌هاست.

مدیرکل حفاظت محیط زیست اصفهان با اشاره به اینکه صدور سندی جدید برای اداره میراث فرهنگی بدون هماهنگی با ما رخ داده است، تصریح می‌کند: قمیشلو منطقه‌ای حفاظت شده است و انجام هرگونه فعالیتی در آن باید با هماهنگی محیط زیست باشد.

اداره میراث این شهرستان پیش از دریافت سند منطقه به دنبال اجرای طرحی گردشگری در پارک ملی قمیشلو بود اکنون که سند پارک ملی را دریافت کرده است نگرانی‌هایی درباره چگونگی اجرای این طرح گردشگری وجود دارد. چراکه این منطقه تنوع زیستی بالایی دارد و گونه‌هایی مثل آهو، قوچ و میش و کل و بز در آن زندگی می‌کنند. حشمتی در این‌باره توضیح می‌دهد: طرح گردشگری میراث در حال بررسی توسط اداره حفاظت محیط زیست بود. ما با حفاظت فیزیکی بر اساس الگوهای مشارکتی مخالف نیستیم ولی طرح‌های گردشگری باید ضوابط خاصی را رعایت کنند و در چارچوب الگوهای حفاظت باشند.

او ادامه می‌دهد: اگر مردم محلی در طرح‌های گردشگری شرکت کنند و نفعی از آن ببرند ضریب حفاظت مناطق نیز افزایش پیدا می‌کند. با وجود این‌ها ما در حال بررسی طرح گردشگری پیشنهاد شده بودیم که متاسفانه این اتفاق رخ داد و سند منطقه به اسم میراث صادر شد. اکنون باید صبر کنیم که این اختلاف نظر رفع شود.

حشمتی تاکید می‌کند که ما به دنبال آن هستیم که سند محیط زیست را تک برگ و سند میراث فرهنگی را باطل کنیم. مکاتباتی با مدیرکل اداره اقتصاد و امور دارایی استان و اداره ثبت انجام شده است و امیدواریم که به زودی مالکیت محیط زیست بر منطقه قمیشلو احراز شود.

کاهش هدررفت آب و خاک با روش محقق ایرانی

مقاله مستخرج از رساله دکتری دانش‌آموخته گروه مهندسی آبخیزداری دانشگاه تربیت مدرس، به عنوان مقاله برتر سال ۲۰۲۰ انجمن علوم خاک آمریکا انتخاب شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، مقاله مستخرج از رساله دکتری لیلا غلامی، دانش‌آموخته گروه مهندسی آبخیزداری دانشکده منابع طبیعی و علوم دریایی دانشگاه تربیت مدرس با عنوان "تاثیر خاک‌پوش کاه و کلش بر فرسایش پاشمانی، رواناب و تولید رسوب از کرت‌های فرسایش یافته" که با راهنمایی دکتر سید حمیدرضا صادقی (عضو هیأت علمی دانشکده منابع طبیعی) و مشاوره دکتر مهدی همایی (عضو هیأت علمی دانشکده کشاورزی) انجام شد، به عنوان "مقاله برتر سال ۲۰۲۰ فعالیت و مدیریت منابع خاک و آب" انجمن علوم خاک آمریکا معرفی شد.

در این مقاله به استفاده از کاه و کلش برنج به عنوان یک روش زیستی و دوستدار محیط زیست برای کاهش هدررفت آب و خاک پرداخته شده است. رویکرد مورد استفاده در شرایط مختلف آزمایشگاهی مؤید تاثیر معنی دار خاک‌پوش مورد نظر در مهار مؤلفه‌های هدررفت آب و خاک بوده، به نحوی که میزان ضریب رواناب و هدررفت خاک را به‌ترتیب به‌میزان ۶۲ و ۶۴ درصد کاهش داده است.

در حال حاضر بقایای زراعت‌های برنج و گندم در اغلب نقاط کشور سوزانده می‌شود و کاربرد کارآمدی برای آن مد نظر قرار نگرفته است. دکتر غلامی در حال حاضر استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری است.

بر اساس اعلام دانشگاه تربیت مدرس، انجمن علوم خاک آمریکا معتبرترین انجمن تخصصی مرتبط با حوزه خاک در جهان است که مدیریت فعلی آن در دانشگاه Nebraska مستقر است.