یادداشت

۱۰ روش تجربه شده توسط فین‌تک‌ها برای پیشی گرفتن از بانکداری

زیاد می‌شنویم که پایگاه مشتریان (Customer base) در یک شرکت فناوری مالی (فین‌تک) جدید سر به فلک کشیده است. این شرکت‌ها به کرامد بودن محصولات توجه زیادی می‌کنند تا مطمئن شوند که بهترین طراحی تجربه کاربری بانکداری را ارائه می‌دهند. ولی این تنها بخش کوچکی از توانایی‌های طراحی تجربه کاربری مالی را در بر می‌گیرد. فین‌تک‌ها یا به کارگیری توانایی‌های تجربه کاربری در طراحی اپلیکیشن‌ها و همچنین راهبرد و ماهیت شرکت‌ها، احتمالات خارق‌العاده‌ای را ممکن می‌کنند. برهمین اساس ۱۰ روش تکنیکال جمع‌آوری کرده‌ام که نشان می‌دهند فین‌تک‌ها چگونه به طراحی بانکداری به چشم یک روش کاری و نه جزئی از منظر نرم‌افزار، نگاه می‌کنند و اینکه چگونه بانک‌ها نیز می‌توانند همین کار را انجام دهند.

* طراحی را به چشم یک روش کاری ببینید، نه یک مزیت ظاهری. طراحی برای فین‌تک‌ها حکم یک رویکرد تجاری مشتری محور را دارد، درحالی که بانک‌ها طراحی را جزئی از ظاهر معامله می‌بینند. یک باور منسوخ شده در صنعت بانکداری وجود دارد که می‌گوید طراحی یک ابزار بازاریابی چشم‌نواز برای راغب کردن مشتری به خرید است. وضعیت در عصر دیجیتال تغییر کرده است امروزه طراحی موفقیت فین‌تک‌ها را از طریق رویکرد تجاری مشتری محور تضمین می‌کند. فین‌تک‌ها مشتری را در مرکز همه فرآیندهای تجاری می‌گذارند تا تولید تا شکلی که تیم فکر و کار می‌کند.

* گستره تاثیر طراحی تجربه کاربری را افزایش دهید. طراحان فین‌تک زمینه‌ساز تجربه کاربری هستند و باعث بهتر شدن فرآیندهای تجاری می‌شوند. درحالی‌که طراحان بانک‌ها شکل ظاهری محصول را می‌سازند. بانک‌ها می‌توانند بهترین متخصصان و طراحان تجربه کاربری جهان را داشته باشند، ولی تا وقتی که تاثیر این افراد به شکل ظاهری محدود شده باشد مهارتشان بی‌ارزش خواهد بود.

* سلیقه بانکداری را به چالش بکشید. فین‌تک‌ها منعطف هستند و با قواعد آینده وفق پیدا می‌کنند، درحالی که بانک‌ها معمولا به موفقیت‌های گذشته‌شان تکیه می‌کنند. لازمه عصر جدید توانایی به سرعت وفق پیدا کردن است. بحران کووید-۱۹ مثال واضحی برای این امر است. آنهایی که دلیرانه واکنش نشان دادند توانستند مشتریان را نگه دارند، درحالی که آنهایی که به حفاظت از سلیقه و مدیرانشان چسبیدند شکست خوردند.

* نظام‌به‌هم‌پیوسته را جایگزین نظام گسسته کنید. فین‌تک‌ها نظام پیوسته و جامع‌نگری را پرورش می‌دهند، ولی بانک‌ها محصولات مجزایی را توسعه می‌دهند. اشتیاقی که خیلی از بانک‌ها مرتکب می‌شوند تلاش برای دیجیتالی کردن محصولاتشان به‌صورت مجزا است. اینکه پخش‌های متفاوت جداگانه بر محصول خودشان کار کنند باعث گسستگی می‌شود. این منجر به تجربه کاربری ناقصی می‌شود چون کاربران، تجربه خدمات بانکداری را یک جریان جامع‌نگر می‌بینند نه عناصر جداگانه. کارمندان فین‌تک برای اجتناب از این امر کنار هم کار می‌کنند تا تجربه کاربری را بهبود دهند.

* تحقیقات تجربه کاربری را در اولویت قرار دهید. فین‌تک‌ها بر کاربران تمرکز می‌کنند، بانک‌ها بر محصولات. وقتی از مشکلات کاربر مطلع نیستید نمی‌توانید نیازهای بازار را برآورده کنید. فین‌تک‌ها اول به موفقیت کاربر پی می‌برند و بعد یک ارزش پیشنهادی می‌سازند. این فرآیند پس از انتشار اپلیکیشن تمام نمی‌شود. بازخورد مشتری به‌طور مداوم از شبکه‌های اجتماعی، اپ‌استور و گوگل پلی جمع‌آوری می‌شود و بعد به‌صورت تمام و کامل برای اصلاح محصول به کار گرفته می‌شود.

* ارزش پیشنهادی منحصر به فردی را ارائه دهید. خیلی از بانک‌ها صرفا سودی را به‌دست می‌آورند که نیازهای مشتری را برآورده نمی‌کند. فین‌تک‌ها برای نجات دادن تجارت‌شان از «قیانوس قرمز» پر از رقابت تبدیل به شرکتی معتبر و اصیل می‌شوند. آنها نقاط ضعف بانک‌ها را مشخص می‌کنند و به شکلی با زحمت‌های مشتریان برخورد می‌کنند. فین‌تک‌ها روزمره آنها بهتر شود یا تفکر تک سایز موفق نخواهید شد. تجربه بانکداری دیجیتال منحصربه‌فردی را بسازید که منجر به احساسات مثبت و وفاداری بلندمدت شود.

* وسواس کارآمد بودن بانکداری را کنار بگذارید. با اینکه فرض می‌شود تعداد بیشتر عملکردها و ویژگی‌ها مساوی با بانکداری بهتر است، عملکردها و ویژگی‌های کمتر فین‌تک یا نیازهای کاربران بیشتر مطلقیت دارند. یک ماه عالیا باور دارند که امکانات بیشتر یعنی چشم‌انداز و موفقیت محصول بهتر. به نظر من برعکس این است. فین‌تک‌ها می‌دانند که تعداد بیش از حد گزینه‌ها مشتریان را سردرگم می‌کند و به ناتوانی در تصمیم گرفتن ختم می‌شود. آنها باعث نمی‌شوند که مشتریان فکر چیزی را بکنند، در عوض به آنها راه‌حلی را ارائه می‌دهند. کاربران به این دلیل که شما صدها گزینه ارائه می‌دهید پیش شما نمی‌آیند یک هدف مشخص در ذهن دارند که محصول شما کمک می‌کند که به آن برسند.

* نتایج را از روی کیفیت بسنجید نه از کمیت. فین‌تک‌ها بر ارزشی که طراحی برای مشتریان به ارمغان می‌آورد تمرکز می‌کنند، درحالی که بانک‌ها به طراحی قابل تحویل تکیه می‌کنند. موفقیت به شکلی که آن را می‌سنجید بستگی دارد. بانک‌ها معمولا بر تعداد صفحه‌های رابط کاربری طراحی شده در یک روز تمرکز می‌کنند. فین‌تک‌ها بر تجربه بانکداری شهودی تمرکز می‌کنند و به دقت درباره همه عناصر روی هر صفحه فکر می‌کنند. کیفیت محصول بانک‌ها معمولا رقیبی سرعت و کمیت می‌شود. در کوتاهمدت شاید این یک پیروزی به نظر برسد، ولی در بلندمدت ممکن است که تیم پشتیبانی بانک در روز تعداد زیادی تماس را به‌خاطر مشکلات مشابهی دریافت کند.

* به جای اطلاعات بر احساسات تمرکز کنید. فین‌تک‌ها یک ارتباط عاطفی با مشتریانشان را تضمین می‌کنند. درحالی که محصولات بانک‌ها لبریز از اطلاعات هستند. ارتباطات عاطفی این پتانسیل را دارند که مشتریان را جذب کنند و باعث شوند که آنها به تجارتشان وفادار شوند. فین‌تک‌ها برای اینکه با ارتباط عاطفی که با مشتریان دارند تفاوتی ایجاد کنند، یک تجربه شخصی‌سازی شده و لذتبخش را فراهم می‌کنند و نشان می‌دهند که به مشتری‌شان اهمیت می‌دهند. در ضمن بانک‌ها باید از ارائه اطلاعات خودنمایانه و توضیحات محصولات دست بکشند.

* به‌جای بازاریابی بیشتر بر تجربه مشتری تمرکز کنید. فین‌تک‌ها به مشتریان خدمت می‌کنند؛ بانک‌ها بر سود تمرکز می‌کنند و راهبرد برای جذب مشتریان دیجیتال وجود دارد. بانک‌ها عادت دارند که تمام توانشان را صرف بازاریابی و کمپین‌های تبلیغاتی بزرگ کنند. فین‌تک‌ها یک جامعه مبتنی بر ارزش را می‌سازند که محویت‌شان بر تجربه فوق‌العاده‌نام‌تجاری‌شان است. سازوبرگ‌های برند- یردی که در آنها هدف اصلی کمک به مشتری و نه استفاده از آنها باشد، وفاداری مشتریان و معرفی شدن را به همراه می‌آورد.

مرضیه‌حسینی
مشاور برند، نیگ و تبلیغات

گردشگری

فرش قرمز روستاها جلوی پای توریست‌ها

یک هفته پس از اعلام خط‌مشی سازمان جهانی گردشگری برای روند توریسم یکساله با عنوان «توسعه روستایی»، فائو نیز به‌منظور رونق بیمورگری در جهان دست به‌کار شد تا برای رونق اقتصادی روستاها در بخش غذا و کشاورزی با همکاری سازمان جهانی گردشگری برای دولت‌ها فرصتی را ایجاد می‌کنند که فرش قرمز روستاها را برای جذب گردشگران پهن کنند. تا بدین‌وسیله افراد ساکن در روستا محصولات کشاورزی و غذایی خود را در قالب توریسم در اختیار گردشگران قرار دهند که این امر علاوه بر افزایش اشتغال و رونق اقتصادی روستاها منجر به عدم مهاجرت جمعیت روستاها خواهد شد.

فائو به‌عنوان یک سازمان بین‌المللی در بخش غذا و کشاورزی عمده فعالیت خود را در روستاها و اقتصاد روستاها بنا نهاده است و سیاست‌گذاری آن در جهت توسعه اقتصادی و اشتغال روستاها و بهبود محصولات غذایی و کشاورزی آنهاست. سیاست جدید سازمان جهانی گردشگری فرصتی را برای همکاری این سازمان ایجاد کرده است که از طریق جذب گردشگر به توسعه روستایی و رونق بخش غذایی و کشاورزی روستاها دست یابند. اجرای این طرح در ایران نیز می‌تواند در توسعه بازار گردشگری و رونق اقتصادی آن بسیار تاثیرگذار باشد. زیرا ایران دارای بیش از ۳۷ هزار روستا است که با توجه به تنوع محصولات کشاورزی و غذایی و پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری فراوان فرصت مناسبی را برای رونق بیمورگری و توسعه روستایی و اشتغال مردم بومی ایجاد خواهد کرد.

سازمان جهانی گردشگری و سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد به‌توافق‌نامه‌ای در زمینه توسعه گردشگری جهت رسیدن به توسعه روستایی دست یافتند. این دو سازمان به‌منظور ارتقای گردشگری پایدار روستایی و تقویت اقتصاد روستاها و حفظ اکوسیستم‌ها با یکدیگر همکاری می‌کنند. این مشارکت جدید با هدف ارتقای نوآوری و کارآفرینی، توسعه پایدار و تقویت معیشت به‌ویژه برای زنان و جوانان در مناطق روستایی انجام می‌شود. براساس این همکاری این دو سازمان درجهت پیشبرد اهداف مشترک برای دستیابی به رشد پایدار گردشگری روستایی یک تفاهم‌نامه همکاری پنج‌ساله منعقد کردند. تمرکز سازمان جهانی گردشگری بر گردشگری پایدار برای توسعه روستایی عمیقا مورد توجه سازمان بین‌المللی غذا و کشاورزی قرار گرفت. زیرا گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند منجر به افزایش درآمد کشاورزان، ایجاد اشتغال، افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت مناطق روستایی برای امنیت غذایی، زیست محیطی، حفاظت از میراث فرهنگی و آشپزی و تنوع زیستی محلی و حفاظت از مناظر زیبا شود. این امر منجر به اتحاد این دو سازمان بین‌المللی برای دستیابی به توسعه روستایی شده است. سازمان غذا و کشاورزی سازمان ملل (FAO) و سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با هدف حمایت از اقتصاد روستایی برای ارتقای گردشگری پایدار در مناطق روستایی متحد شدند. اولین توافق‌نامه بین دو سازمان در ۲۲ سپتامبر در رم با حضور مدیر کل هر دو سازمان به امضا رسید.

گردشگری پایدار در مناطق روستایی منجر به ایجاد انواع گردشگری همچون کشاورزی، طبیعت‌گردی و ماهیگیری می‌شود که عامل مهمی در رشد اقتصادی، اجتماعی، کاهش نابرابری‌ها، افزایش انعطاف‌پذیری جوامع روستایی و افزایش درآمد روستاها محسوب می‌شوند. هدف اصلی این همکاری افزایش تاب‌آوری جوامع روستایی در برابر شوک‌های اجتماعی و اقتصادی است تا در جهت رشد گردشگری پایدارتر و فراگیرتر گام بردارد. اولویت‌های اصلی ذکر شده در این توافق‌نامه همکاری تشویق به کارآفرینی در جوامع روستایی به‌ویژه برای جوانان و زنان با هدف دسترسی به بازارهای محلی و جهانی محصولاتشان و آموزش و پرورش مهارت‌ها به‌منظور ایجاد فرصت‌های جوامع در بخش گردشگری است.

مشارکت این دو سازمان منجر به اتحادی جهانی برای دستیابی به برنامه‌های حفاظت از اکوسیستم‌ها و توسعه سیستم‌های مهم جهانی میراث کشاورزی فائو(GIAHS) و حمایت از اکوسیستم‌های شکننده (COFE) شده است که می‌تواند از جوامع آسیب‌پذیر در اکوسیستم‌های شکننده همچنین از اکوسیستم‌های کوهستانی، جزیره‌ای و جمعیت حفاظت کند. در میان شبکه سیستم‌های میراث کشاورزی مهم جهان گردشگری پیشرو برایری است. این بخش منجر به اشتغال زنان و جوانان و دادن سهمی در رشد اقتصادی می‌شود. گردشگری روستایی و کشاورزی همچنین از میراث فرهنگی غنی بسیاری از جوامع در جهت زنده‌نگه‌داشتن فرهنگ عامیانه و سنت‌های دیگر برای نسل آینده حفاظت می‌کند.

تفاهم‌نامه همکاری بین دو سازمان بین‌المللی بر ماهیت جهانی گردشگری و اهمیت همکاری در هر سطح برای اعتمادسازی و ایجاد اطمینان جوامع در سراسر جهان تاکید می‌کند یا توجه به اینکه گردشگری و کشاورزی به‌عنوان عوامل حیاتی جوامع در سراسر جهان محسوب می‌شوند، این تفاهم‌نامه در بهترین زمان ممکن یعنی پس از انتخاب هدف سال جهانگردی ۲۰۲۰ «توسعه روستایی و بهبود کیفیت زندگی» اتفاق افتاده است. این تفاهم‌نامه پنج ساله بین دو سازمان جهانی شامل اقدامات مشترک برای برنامه تقویت نوآوری و کارآفرینی، توسعه پایدار و فرصت‌های متنوع درآمد و تقویت معیشت با تمرکز بر جوانان و زنان ایجاد شده است. این توافق‌نامه همچنین بر توسعه گردشگری ماهیگیری به‌عنوان نوع جدیدی از گردشگری متمرکز است. تا با جذب گردشگران برای تجربه ماهیگیری به گردشگری ماهیگیری پایدار دست‌یابند. این مشارکت بی‌نظیر ضمن اینکه منجر به ایجاد تجارب جدید، پرورش شبکه‌ها و ایجاد انعطاف‌پذیری‌های دولتی و خصوصی در بین دو نهاد بین‌المللی می‌شود به حمایت و توسعه راه‌حل‌هایی برای تسهیل دسترسی کشاورزان محلی و تولیدکنندگان مواد غذایی به بازارهای جهانی خواهد انجامید. از مهم‌ترین نقاط قوت توافق‌نامه جدید تمرکز بر اشاعه دانش و راهنمایی برای توسعه و مدیریت گردشگری پایدار از طریق ترویج روش‌های کاربردی، راه‌حل‌های هوشمند، محصولات نوآورانه در گردشگری روستایی یا حفظ ارزش‌های سنتی است. همچنین دو سازمان جهانی با طرح یک پروژه آرمانگرایانه در تلاش برای تبدیل هزار روستا به دیجیتالی شدن هستند که این پروژه با همکاری شرکت‌های بزرگ مایکروسافت، آی‌بی‌ام، بنیاد بیل و ملیندا گیتس اجرا خواهد شد.

ترکیب نقاط قوت هر دو سازمان و اشتراک‌گذاری منابع و دانش خود می‌تواند به بازیابی و ارتقای گردشگری روستایی و در نتیجه دستیابی به توسعه روستایی منجر شود. سازمان جهانی گردشگری با تخصص خود در شناسایی مزایای گردشگری و ارزش این دهکده‌ها و فلو یا دانش خود، محصولات کشاورزی را از طریق تجارت الکترونیک به بازار عرضه می‌کند. اجرای موفقیت‌آمیز این پروژه می‌تواند روستاها و موتورهای گردشگری روستایی را برای افزایش انعطاف‌پذیری با ایجاد تنوع در درآمد کشاورزان و بازسازی بهتر در برابر بحران کووید-۱۹ آماده کند.

منبع: دنیای اقتصاد

بضاعتی خبر داد:

سیاه‌پوشی سیمای شهر کرج همزمان با نزدیک شدن به اربعین حسینی

به گفته پیمان بضاعتی پور، امسال با توجه به اینکه بیماری کرونا محدودیت هایی در برگزاری مراسم های عزاداری ایجاد کرده بود وظیفه مدیریت شهری به ویژه سازمان سیما منظر در امر فضاسازی و سیاه پوشی شهر دوچندان شده است.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور با اشاره به نزدیک شدن به اربعین حسینی و دهه آخر صفر و شکوه بخشیدن به حماسه این ایام بزرگ گفت: توجه به مفاهیم ارزشمند و هویت بخشی به سیمای بصری در طرح‌های فرهنگی و تبلیغاتی محرم امسال لحاظ شده بود و پل ها میادین، معابر و محورهای اصلی شهر در تمامی مناطق نه گانه کرج با نمادهای متناسب این ایام و با تصب ریسه های پارچه ای، پرچم های مشکی و کتیبه سیاه پوش شده بود.

این مسئول از برنامه ریزی برای اکران بنرهای مناسبتی دهه آخر ماه صفر خبر داد و افزود با نزدیک شدن به اربعین حسینی و دهه آخر ماه صفر، بیش از چهار هزار متر پارچه طولی به شیوه پلاکارد نویسی سنتی، دو هزار متر مربع بنر در استند ها، عرشه پلها، بیلبوردها و بیش از ۵۰۰ عدد کتل و همچنین تقویت و تعویض ریسه های مشکی ایام پس رو انجام خواهد شد.

رئیس سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج تصریح کرد: امسال با توجه به اینکه بیماری کرونا محدودیت هایی در برگزاری مراسم های عزاداری ایجاد کرده بود وظیفه مدیریت شهری به ویژه سازمان سیما منظر در امر فضاسازی و سیاه پوشی شهر دوچندان شده و معاونت زیباسازی این سازمان بیش از سال های گذشته نسبت به اجرای هر چه شایسته تر این امر همت گمارده که آثار آن در شهر مشهود است.

یساولی خبر داد:

تجهیز تاکسی های کرج به سامانه پرداخت الکترونیک

طرح سامانه پرداخت الکترونیک ، از ابتدای آبان در ۱۵۰۰ تاکسی کرج به صورت پایلوت اجرا می شود

به گزارش پیام آشنا، محمد یساولی با بیان اینکه لایحه اجرای سامانه پرداخت الکترونیک در تاکسی‌های کرج روز گذشته در شورای شهر به تصویب رسید اظهار کرد: در فاز اول، این طرح به صورت پایلوت در ۱۵۰۰ تاکسی کرج اجرا می شود.

وی با اشاره به اینکه این طرح از آبان ماه کلید می خورد، توضیح داد: مابقی تاکسی ها نیز به تدریج مجهز به سامانه پرداخت الترونیکی می شوند.

سرپرست سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری کرج گفت: با اجرای این طرح مشکلاتی از جمله دریافت کرایه اضافی توسط رانندگان و تداشتن پول خرد حل می شود.

این مسئول ادامه داد: حذف اسکناس و جلوگیری از انتشار آلودگی از این طریق از دیگر مزایای اجرای این طرح است.

یساولی در پخش دیگری از صحبت های خود با اشاره به اینکه تاکسیداران مجاز به دریافت کرایه اضافی از مسافران نیستند، گفت: به منظور تامین رفاه و افزایش رضایت شهروندان، نظارت بر نرخ‌های مصوب و تعداد مسافر در ۹۸ خط تاکسی کرج توسط گشت‌های انتظامی به صورت مستمر در حال انجام است و شهروندان در صورت مشاهده تخلف می‌توانند با شماره تلفن های ۲۱ و ۳۲۸۰۵۰۲۰- تماس بگیرند و موارد را گزارش دهند تا در اسرع وقت مورد رسیدگی قرار گیرد.

وی همچنین تلفن های ۳۲۸۰۲۹۰۵- ۳۲۸۰۳۷۰۱ را به عنوان تلفن شکایت های مردمی در بازرسی اعلام کرد.

حق‌محمدلو:

شهروندان زمان‌بندی بیرون گذاشتن زباله را رعایت کنند

مدیر منطقه ۷ شهرداری کرج از ضد عفونی و گندزدایی ایستگاه‌های اتوبوس و تاکسی برای پیشگیری از شیوع کرونا خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، عباس حق محمدلو با اشاره به گلایه شهروندان در خصوص بوی بد ناشی از انباشت زباله در برخی از محلات این منطقه اظهار کرد: متاسفانه برخی از شهروندان به زمانبندی مشخص شده در خصوص ساعت بیرون گذاشتن زباله توجه نمی کنند و به خود حق می‌دهند در هر ساعت از شبانه روز زباله های خود را از منزل خارج کنند.

وی با بیان اینکه وظیفه رفتگران روز جابه جایی زباله های شهروندان نیست، توضیح داد: اگر مردم زباله های خود را ساعت ۹ شب داخل سطل های زباله بیندازند در طول روز شاهد انباشت حجم زیادی از زباله در گوشه و کنار خیابان نخواهیم بود.

این مسئول با اشاره به دیگر مشکلات عدم رعایت زمانبندی مشخص شده برای بیرون گذاشتن زباله از سوی شهروندان گفت: وقتی شهروندان در روز کیسه زباله های خود را از منزل خارج می کنند، زباله گردها کیسه‌ها را پاره و همین باعث بیرون ریختن پسماند و انتشار آلودگی می شود.

وی اضافه کرد: بیرون ریختن زباله از کیسه های پاره شده علاوه بر اینکه باعث جند برابر شدن زحمت و کار رفتگران می شود، سیمای شهر را به هم می ریزد. حق محمدلو تاکید کرد: از شهروندان درخواست می شود اگر به دلایل مختلف ناچارند زباله های خود را در ساعات روز از منزل خارج کنند، حتما آنها را در سطل های زباله مکلیزنه بیندازند و از قرار دادن پسماندهای خود در کنار درخت و گوشه خیابان خودداری کنند.

حق‌محمدلو در ادامه به بخشی از اقدامات این منطقه برای پیشگیری از شیوع کرونا اشاره کرد و گفت: ضدعفونی و گندزایی ایستگاه های اتوبوس و تاکسی به طور مستمر در حال انجام است.

زندگی شبانه مجوز می گیرد؟

مدیریت شهری تهران خیز دوم برای «اخذ مجوز زیست‌شبانه» جهد از تلاش نافرجام سال ۹۸- را برداشت. جزئیات لایحه شهرداری برای «افزایش ساعت تفریح و خرید تا صبح» نشان می‌دهد الگوی سنگاپور، استنبول و لندن می‌تواند در فضاهای باز و مراکز خرید و ورزشی تهران پیاده شود. سه نقطه برای «زندگی ۲۴ ساعته» کاندیدا است. کرونا، شانس تصویب لایحه را بالا برده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، دومین اقدام مدیریت شهری برای «صدور مجوز زندگی ۲۴ ساعته» در پایتخت استارت خورد. پس از اقدام نافرجام سال گذشته مدیریت شهری برای احیای زیست شبانه و پایان دادن به شیمه‌درگی در برخی مناطق تهران که با مخالفت صریح دولت مواجه شد، دومین طرح مدیریت شهری با عنوان «شهر بیدار» برای تغییر ظرف زمانی فعالیت و تفریح در پایتخت کلید خورد. مطالعات کارشناسان شهری در مورد تجربه شهرهای ایران و همچنین سایر کشورهای دنیا نشان می‌دهد تاریخ مصرف تقسیم ماشین ساعات شبانه‌روز منقضی شده است. به‌طوری که تقسیم‌بندی ساعات شبانه‌روز به سه گروه ۸ صبح تا ۴ عصر (ساعت کار و فعالیت)، ۴ عصر تا ۱۲ شب (فراغت) و ۱۲ تا ۸ صبح (خواب) در هیچ کرشهر جهان دیگر کاربردی ندارد. با این حال میان تهران و سایر شهرهای بزرگ دنیا به لحاظ انقضای تقسیم ساعات شبانه‌روز یک تفاوت عمده وجود دارد. به‌طوری که در بسیاری از شهرهای دنیا گذران اوقات فراغت در ساعات بعدازظهر امکان‌پذیر است اما در کلان‌شهرهای کشور به‌ویژه تهران، زیست شبانه وجود ندارد.

با توجه به این مسئله، پارسال اولین گام و اقدام مدیریت شهری برای رسمیت بخشی به زیست شبانه محقق شد. پیش از آن هم، مجموعه مدیریت شهری به‌صورت غیررسمی (مجوز ناگهی و روشنی از سوی مراجع بالاتر برای آن صادر نشده بود) در یکی از خیابان‌های شهری این موضوع را تست کرد و بعد از مشاهده استقبال شهروندان از این سبک از فعالیت و تفریح، طرحی تحت عنوان «زیست شبانه» تهیه و مورد تصویب شورای شهر تهران قرار گرفت. اما طرح مصوب پارلمان پنجم، به‌دلیل حساسیت‌ها و ابهاماتی که درباره چگونگی تامین امنیت شهروندان در ساعات بعدازدی وجود داشت، از سوی فرمانداری (دولت) مورد تایید نهایی قرار نگرفت. با این حال به‌دلیل نیازسنجی انجام شده در سطح مناطق ۲۲گانه، مدیریت شهری طرح دیگری با هدف پاسخگویی به نیاز شهروندان، با عنوان جدید «شهر بیدار» با لحاظ حساسیت‌های مطرح شده، تدوین و به پارلمان محلی پایتخت برای بررسی و تصویب اولیه ارائه کرده است. این طرح که قوریت آن به تصویب رسیده و قرار است پس از بررسی در کمیسیون‌های تخصصی شورا، در صحن علنی مورد بررسی قرار گیرد، در شرایطی با چارچوب جدید تدوین و مطرح شده که یک تفاوت اساسی میان وضعیت کنونی شهر تهران با سال گذشته وجود دارد.

درحال حاضر به‌دلیل شیوع ویروس کرونا، یک وضعیت غیرطبیعی و اضطراری به لحاظ نوع رفت و آمد و فعالیت شهروندان در سطح شهر وجود دارد که به نوعی از درخواست زندگی ۲۴ساعته در شهر، حمایت و پشتیبانی می‌کند.

پیش از این، زمان مناسب و در دسترس برای تفریح شهروندان تهرانی طی ۲۴ ساعت، از چهار عصر تا ۱۲ شب بود اما درحال حاضر، در شهر تهران همچون دیگر ابرشهرهای دنیا، سبک زندگی تحت‌تاثیر فراگیری ویروس کرونا، به‌گونه‌ای تغییر کرده که بیش از ۶۰ درصد از جمعیت شهر که اتفاقا جمعیت جوان فعال هستند دست‌کم تا ۱۲ شب با بررسی از شهر هستند علاوه بر این سه گروه، شهر هم از منافع اجرای این طرح استفاده می‌کند به این دلیل که تحت‌تاثیر افزایش زمان حضور شهروندان در مناطق مختلف شهر، فضاهایی از شهر که با پدیده شهردرگی مواجه بودند و در نتیجه امکان بروز نامتجاری‌های اجتماعی در آنها زیاد بود، مورد استفاده قرار می‌گیرند.

آن‌طور که شهرداری در طرح جدید تدوین شده مشخص کرده، «فضا» و «فعالیت» دو عنصر اصلی زندگی ۱۲ شب تا ۲ بامداد را تشکیل می‌دهد. عنصر نخست، فضاهایی از شهر هستند که امکان تفریح و گذران اوقات فراغت را فراهم می‌کنند. پارک‌ها و بوستان‌های شهر از جمله فضاهای مناسب برای اجرای این طرح هستند. دومین عنصر مربوط به فعالیت کسب‌وکارهایی همچون اغذیه‌فروشی، خرید، دستفروشی، فعالیت‌های فرهنگی و ورزشی می‌شود در این حوزه بررسی تجربه سایر کشورها قابل توجه است. طی سال‌های گذشته کشورهایی همچون سنگاپور، ترکیه و انگلیس با اجرای طرح‌های مشابه توانستند بخشی از شهردرگی فضاهای شهری را از بین ببرند و از این طریق فرصت قابل توجهی نصیب‌شان شده است. تجربه مدیریت شهری در پایتخت این کشورها که به اجرای طرح‌های مشابه اقدام کرده‌اند حاکی از آن است که مسئولیت نوبردازی در محیط‌های مشخص شده برای اجرای طرح بر عهده آنها بوده است.

این در حالی است که مطالعات انجام شده از سوی شهرداری تهران نشان می‌دهد سهم زندگی شبانه از ساعات حضور در سطح شهر، تقریبا صفر است. در این میان مناطقی همچون ۶ و ۱۲ که بخش عمده کاربری‌های مستقر در آنها از کاربری‌های اداری تشکیل می‌دهد و سهم کاربری‌های مسکونی در آنها پایین است، بی‌روح‌ترین مناطق پایتخت را تشکیل می‌دهند. نکته جالب آنکه یک برنامه‌ریزی طرح دیگری با هدف پاسخگویی به نیاز شهروندان، با عنوان جدید «شهر بیدار» با لحاظ حساسیت‌های مطرح شده، تدوین و به پارلمان محلی پایتخت برای بررسی و تصویب اولیه ارائه کرده است. این طرح که قوریت آن به تصویب رسیده و قرار است پس از بررسی در کمیسیون‌های تخصصی شورا، در صحن علنی مورد بررسی قرار گیرد، در شرایطی با چارچوب جدید تدوین و مطرح شده که یک تفاوت اساسی میان وضعیت کنونی شهر تهران با سال گذشته وجود دارد.

درحال حاضر به‌دلیل شیوع ویروس کرونا، یک وضعیت غیرطبیعی و اضطراری به لحاظ نوع رفت و آمد و فعالیت شهروندان در سطح شهر وجود دارد که به نوعی از درخواست زندگی ۲۴ساعته در شهر، حمایت و پشتیبانی می‌کند.

پیش از این، زمان مناسب و در دسترس برای تفریح شهروندان تهرانی طی ۲۴ ساعت، از چهار عصر تا ۱۲ شب بود اما درحال حاضر، در شهر تهران همچون دیگر ابرشهرهای دنیا، سبک زندگی تحت‌تاثیر فراگیری ویروس کرونا، به‌گونه‌ای تغییر کرده که بیش از ۶۰ درصد از جمعیت شهر که اتفاقا جمعیت جوان فعال هستند دست‌کم تا ۱۲ شب به‌کار مشغولند و پس از آن با توجه به ترافیک شلوغ‌کنی در زمانی بین ۸ تا ۹ شب به منزل برای تجدید قوا و آغاز زمان فراغت می‌رسند. به این ترتیب در ظرف زمانی مشخص (حداکثر تا ۱۲ شب) فرصت محدودی برای انجام اموری همچون خرید، تفریح یا ورزش برای آنها باقی می‌ماند که در این صورت نه زمان و نه ظرفیت مراکز خرید و تفریحی نمی‌تواند پاسخگوی حجم زیادی از تقاضای شهروندان باشد. از این‌رو مطلق با بررسی‌های انجام شده بخش زیادی از نیاز فراغتی شهروندان یابتخت از زاویه زمان، سرکوب می‌شود. به‌ویژه آنکه در وضعیت کنونی به‌دلیل شرایط ویژه ناشی از شیوع کرونا همچون هفته جاری، عمده مراکز خرید و تفریح یا تعطیل هستند یا اینکه یابتخت‌نشینان به‌دلیل ریسک بالای ابتلا به این بیماری، از مراجعه به این مراکز پرهیز می‌کنند.

این در حالی است که مطابق با تجربه سایر کشورها، در چنین شرایطی، مراکز باز و کم‌تراکم امکان تفریح و خرید کم‌ریسک (به لحاظ انتقال آسان ویروس کرونا) را فراهم و در مقابل مراکز خرید در فضای بسته، میزان مراجعه را کم می‌کنند. البته بخش زیادی از امکان استفاده از فضای باز برای فعالیت کسب‌وکار و خرید در زیست‌شبانه مفهوم پیدا می‌کند به این ترتیب این شبانه از سوی برخی متولیان شهری با دولتی وجود دارد این برداشت که زیست‌شبانه، در کشورهای اسلامی جایگاهی ندارد اما مطالعات انجام شده از سوی شهرداری تهران در مورد تجربه کشورهای مختلف از اجرای این طرح، نه تنها این برداشت را رد می‌کند بلکه به تجربه کشورهای اسلامی مختلف در این زمینه نیز اشاره دارد مطالعات نشان می‌دهد در تعداد زیادی از کشورهای اسلامی ترافیک در شب و روز تقریبا برابر است به این معناکه بخشی از فعالیت‌ها و رفت و آمدها برای خرید و تفریح در ساعات شب انجام می‌شود و شهروندان اجازه تردد در ساعات بعدازدی را نیز برای انجام امور تفریحی یا خدماتی دارند.

یک نمونه مهم وجود چنین نیازی در میان شهروندان تهرانی که در طرح تهیه شده از سوی شهرداری نیز نشان می‌دهد صنوف مستقر در این فضاها پس از ۱۲ شب بیشترین فروش را داشته‌اند یا استناد به چنین تجربه‌هایی، طرح پیشنهادی شهرداری تهران برای اخذ مجوز از دولت دارای دو فاز است. در فاز نخست، سه پهنه اصلی برای استقرار کسب وکارهای مناسب پیش‌بینی شده است. شهرداری در منطقه ۲۰، تجربش در منطقه یک و محدوده بازار تهران در منطقه ۱۲، سه محدوده‌ای هستند که برای فاز نخست اجرای طرح شهریبدار انتخاب شدند. در فاز دوم نیز دو محدوده هفت‌حوض در منطقه ۸ و دریاچه چیتگر در منطقه ۲۲ به محدوده سه‌گانه فاز نخست اضافه می‌شوند. به این ترتیب در تمامی نقاط جغرافیایی شهر شامل شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب پهنه‌هایی برای کار و فعالیت بامدادی و گذران اوقات فراغت شهروندان پیشنهاد شده است. البته شهرداری در نسخه پیش‌نویس این طرح این نکته را اضافه کرده که تمامی شهرداری‌های مناطق نیز برحسب نیازسنجی می‌توانند به محدوده‌های اجرای این طرح اضافه شوند. مطابق با بررسی‌های انجام شده صمد مجیز زندگی ۲۴ ساعته برای شهروندان تهرانی، ۴ مزیت عمده به همراه خواهد داشت: برقراری امکان خرید و تفریح با ریسک پایین در شرایط فراگیری ویروس کرونا، ساعت‌سازی جدید برای گذران اوقات فراغت، پایان بخشیدن به خاموشی و بی‌روحی شهر، فرصت‌سازی برای بودجه شهر و نهایتا رونق‌بخشی به فعالیت صنوف مهم‌ترین مزایای اجرای این طرح از سوی دولت است. شهرداری عنوان کرده برای آغاز اجرای این طرح فراهم کردن فرصت فراغت بیشتر برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای و لبسته به شهرداری، میادین میوه و ترهبار، سینماها و بوستان‌ها گامی است که از سوی مجموعه مدیریت شهری برداشته خواهد شد در چنین فضایی شهروندان می‌توانند در یک ظرف زمانی گسترده‌تر در شبانه‌روز برای امور تفریحی و فراغتی خود اقدام کنند.