یادداشت

راهبردهایی برای تغییر فرهنگ فعلی به فرهنگ مطلوب

یک فرهنگ سازمانی کارآمد هم برای شرکت‌ها و هم برای کارمندان منافعی به همراه دارد. سازمان‌ها می‌توانند با به‌کارگیری آنها فرهنگ سازمانی جاری خود را به یک فرهنگ سازمانی مطلوب تغییر دهند و موفقیت‌های بیشتری برای شرکت خود کسب کنند. راهبرد تغییر معمولا شامل اندیشیدن درمورد فرهنگ سازمانی ایده‌آل، ارزیابی فرهنگ فعلی سازمان از منظر همان مفاهیم و سپس انجام تجزیه و تحلیل شکاف (Gap Analysis) به شکل کلاسیک است.
گام بعدی، که مهم‌تر هم هست، تلاش برای خلق روش‌هایی برای تغییر فرهنگ فعلی به فرهنگ مطلوب است. به شکل رایج، سازمان‌ها راهبردهای مختلفی را برای تغییر فرهنگ امتحان می‌کنند. برخی سازمان‌ها بیش از یک روش را به‌طور همزمان یا بسته به عوامل مختلفی همچون اینکه چه کسی مسئول این کار است، هر راهبرد چه اندازه موفقیت‌آمیز ظاهر شده و همچنین خود فرهنگ سازمان‌ها چند روش را با ترتیب‌های زمانی مختلفی دنبال می‌کنند ۵ روش کلاسیک از این قرار است:

۱-راهبرد مشارکت
راهبرد مشارکت به‌شدت بر اعلان تمامی حوادث مختلف و بحث درباره اینکه چه چیزهایی و چگونه باید تغییر کنند، متکی است. نظرات تمامی افراد در هر سطحی شنیده می‌شود؛ با این حال این رویکرد مطبوع و دلپذیر تاکید بسیاری بر تعهد فردی هر شخص به ایده‌ها دارد. این راهبرد مخالف تعارضات است؛ این روش می‌تواند در مسائل حساس منجر به اشتباه شود و وقت را تلف کند.

۲-راهبرد سیاسی
این رویکرد به‌دنبال شناسایی و متقاعد کردن افرادی است که از بیشترین نفوذ و قدرت برخوردارند. حوزه اختیاراتشان گسترده است و بنابراین فرهنگ را شکل می‌دهند. در این راهبرد ایده این است که برای دستیابی به اهداف خود که معمولا معرفی روش‌های جدیدی است که ارزش‌های متفاوتی را منعکس می‌کند، تملق، معامله و مصالحه کنید. اما این روش می‌تواند سازمان را بی‌ثبات و حفظ اعتبار را دشوار کند چراکه این روش انحرافی و بی‌راهه است.

۳-راهبرد اقتصادی
این راهبرد مبتنی بر این باور است که پول بهترین متقاعدکننده است. این همان رویکردی است که فرض می‌کند انسان‌ها کم‌وبیش منطقی عمل می‌کنند اما منطق آنها کاملا براساس انگیزه‌های اقتصادی استوار است. اما «خریدن انسان‌ها» ممکن است برای سازمان پرهزینه بوده و صرفا اثرات کوتاه‌مدت داشته باشد. این راهبرد تمام امور مربوط به احساسات انسانی و سوالات به جز برآیند سود و زیان را نادیده می‌گیرد.

۴-راهبرد علمی
این روش فرض می‌کند که اگر اطلاعات کافی و حقایق صحیح را به افراد ارائه کنید، آنها نیاز به تغییر در فرهنگ سازمان و چگونگی انجام آن را خواهند پذیرفت. راهبردپردازهای این رویکرد به کارمندان، کارشناسان و مشاوران سفارشاتی برای مطالعات و گزارش‌ها می‌دهند. در این روش غالبا پدیده «فلج تحلیلی» (Analysis Paralysis) اتفاق می‌افتد، زیرا فاز مطالعات بیش از حد طولانی می‌شود و در بسیاری مواقع نتایج و توصیه‌ها در زمان انتشار قدیمی و منسوخ هستند.

۵-راهبرد مهندسی
در این رویکرد تکنوکراتیک فرض می‌شود که اگر ماهیت مادی یک شغل تغییر کند، تعداد قابل قبولی از افراد مجبور به تغییر می‌شوند. این روش نوعی مهندسی مجدد است. چنین تغییری می‌تواند منجر به از هم‌پاشیدگی گروه‌های کارآمد و شاد نیز بشود. این راهبرد محدود است؛ چون تنها مدیران سطوح بالا می‌توانند واقعا آن را درک کنند، خشک و غیرانسانی است و سوال کارمندان مبنی بر اینکه «برای من چه سودی دارد» را به رسمیت نمی‌شناسد.
با اینکه تقریبا همه تاحدودی غیرواقعی نقش فرهنگ سازمانی را در تعیین موفقیت یا شکست یک کسب‌وکار برجسته ساخته‌اند؛ علایق علمی و عملی به این مقوله برای نیم قرن است که ادامه دارد.

مترجم: فاطمه تل زرد

بضاعتی‌پور خبر داد؛

پیاده‌راه رجایی‌شهر؛ تلفیق هنر، معماری و زیست‌شهری

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج با اشاره به زیبا سازی، استقرار مبلمان شهری و احداث فضای سبز در پروژه پیاده راه رجایی شهر گفت: بخش قابل توجهی از مبلمان در این پروژه نصب شده و کاشت فضای سبز در حال انجام است.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی با اشاره به استقرار مبلمان شهری و احداث فضای سبز در پروژه پیاده راه رجایی شهر (آزادی)، گفت: مدیریت شهری کرج با پیاده روسازی های متعدد و استقرار مبلمان شهری و افزایش فضای سبز، گام بلندی در راستای حرکت به سمت شهر انسان محور برداشته است.
وی گفت: در هفته اخیر در پروژه عملیات اجرایی احداث پیاده راه آزادی بخشی قابل توجهی از مبلمان جانمایی و نصب شده و کاشت فضای سبز آن نیز همزمان در حال انجام است.
رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج توضیح داد: خیابان آزادی رجایی شهر از جمله فضاهای قدیمی شهر کرج بوده و در طراحی و مناسب سازی آن تلاش شده تا حافظه تاریخی و حیات این خیابان را بازنده سازی کنیم.
بضاعتی پور اضافه کرد: متاسفانه بازسازی اماکن و معابر در اغلب شهرها بدون توجه به تاریخ، هویت و مباحثی است که در پشت یک فضا وجود دارد بنابراین خوانا سازی می تواند گام مهمی در راستای توجه به این امر باشد.
وی همچنین توضیح داد: با تلاش بی وقفه سعی داریم تا این پروژه در کوتاه ترین زمان ممکن به سرانجام برسد تا شهروندان شاهد ایجاد یک فضای جدید و متفاوت نسبت به قبل در این محدوده باشند.
رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج ادامه داد: امروزه شهرها علاوه بر داشتن جاذبه‌های طبیعی با ایجاد بسترهای جدیدی در خلق زیبایی مبلمان و اِلمان‌ها می توانند برندسازی کنند و زمینه ساز ورود بیش از پیش گردشگران شوند.
بضاعتی پور با بیان اینکه اقدامات سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری بیشتر از سازمان های دیگر در معرض دید عموم قرار دارد، گفت: تمامی این اقدامات برای شهروندان ملموس است و آنها هر روز در شهر با این اقدامات زندگی می کنند.
وی با بیان اینکه در پیاده راه رجایی شهر هنر و معماری در کنار زیست شهری در یکی از پر تردد ترین مناطق تلفیق می شوند، افزود: طرح زیباسازی و مناسب سازی پیاده راه آزادی در همین مدت زمان کوتاه اجرایی آن، با بازخورد مثبت و مطلوب شهروندان مواجه شده و امیدوارم با همراهی شهروندان و اعتماد آنها به فعالیت‌های مدیریت شهری بتوانیم خدمات بهتری به آنها ارائه دهیم.

غلبه سوداگری بر صیانت از نیروی انسانی

ماده ۸۵ قانون کار مصوب ۱۳۶۹ «صیانت از نیروی انسانی و منابع مادی کشور» را دلیل الزام رعایت دستورالعمل‌های شورای‌عالی حفاظت فنی و وزارت بهداشت برای تامین ایمنی و بهداشت کلیه کارگاه‌ها، کارفرمایان و کارگران عنوان می‌کند. این ماده در تبصره‌ای کارگاه‌های خانوادگی را حتی مشمول مقررات و مکلف به رعایت اصول فنی و بهداشتی به شمار می‌آورد که نشان از اهمیت موضوع و دامنه نفوذ قانون دارد. ماده ۹۵ این قانون مسئولیت اجرای مقررات و ضوابط فنی و بهداشت کار را بر عهده کارفرما گذاشته و او را در برابر بروز حوادث به لحاظ کیفری و حقوقی مسئول دانسته است.
شورای‌عالی حفاظت فنی متشکل از وزیر کار، معاونان چند وزارتخانه و رئیس سازمان، استادان دانشگاه و مدیران صنایع و نمایندگان کارگری به استناد ماده ۸۵ قانون کار تاکنون آیین‌نامه‌های ایمنی پر تعدادی را تدوین و تصویب کرده است که از آنها آیین‌نامه حفاظتی کارگاه‌های ساختمانی مصوب ۱۳۸۱ مشخصا به ایمنی ساخت‌وساز می‌پردازد. آیین‌نامه‌های متعدد دیگری چون ایمنی کار در ارتفاع، حفر چاه‌های دستی، وسایل حفاظت فردی، کار با ماشین‌آلات عمرانی، پیشگیری و مبارزه با آتش‌سوزی در کارگاه‌ها، آیین‌نامه حفاظتی حمل دستی بار، جوشکاری و برشکاری گرم، تاسیسات الکتریکی کارگاه‌ها و... عموم کارگاه‌ها از جمله کارگاه‌های ساختمانی را شامل می‌شوند. در حوزه قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان نیز مبحث۱۲ مقررات ملی ساختمان به ایمنی و حفاظت کار در حین اجرا می‌پردازد. مقررات ملی ساختمان مجموعه‌ای است از ضوابط فنی، اجرایی و حقوقی لازم‌الرعایه در طراحی، نظارت و اجرای عملیات ساختمانی اعم از تخریب، نوسازی، توسعه بنا، تعمیر و مرمت اساسی، تغییر کاربری و بهره‌برداری از ساختمان که به‌منظور تامین ایمنی، بهره‌دهی مناسب، آسایش، بهداشت و صرفه اقتصادی فرد و جامعه توسط وزارت راه‌وشهرسازی وضع می‌شود. نخستین ویرایش مبحث ۱۲ در سال ۷۲ و چهارمین و آخرین ویرایش آن سال ۹۲ منتشر شده است. این مبحث سازنده ساختمان را موظف به انجام اقدامات لازم برای حفظ و تامین ایمنی، بهداشت کار و حفاظت محیط‌زیست به حساب می‌آورد. با موارد ذکر شده به‌نظر می‌رسد به جهت برخورداری از مقررات و دستورالعمل‌های ایمنی کارگاه‌های ساختمانی غنای لازم در کشور وجود دارد. در زمینه اجرای صحیح ضوابط حفاظت فنی واحد بازرسی وزارت کار طبق ماده ۹۶ قانون کار تعریف و تشکیل شده است. درخصوص مقررات ساختمانی نیز طبق قوانین موجود شهرداری مسئول صدور پروانه و کنترل و نظارت بر اجرای ساختمان شناخته می‌شود. چنانچه کنترل و نظارت بر حُسن انجام خدمات مهندسی توسط مهندسان مجری و ناظر ساختمانی نیز در حوزه مسئولیت‌ها و اختیارات سازمان نظام مهندسی ساختمان قرار دارد. اما چگونه است که با وجود قوانین و مقررات متعدد و نهادهای مسئول مختلف در زمینه رعایت ایمنی آمار حوادث ناشی از کار بالاخص در کارگاه‌های ساختمانی در کشور بالاست؟ چندان که طبق اظهارات برخی متخصصان و مسئولان، رکورددار حوادث کار در دنیا شناخته می‌شویم! طبق آمار سازمان پزشکی قانونی در سال ۹۸ حدود ۲۸ هزار و ۲۰۸ مصدوم ناشی از حوادث کار مورد معاینه این سازمان قرار گرفته و تعداد متوفیان حوادث شغلی مورد اطلاع آن ۱۷۵۳ نفر بوده است. در این میان صنعت ساختمان با حدود ۴۰ درصد بیشترین سهم آسیب‌دیدگان شغلی منجر به فوت را در بین فعالیت‌های اقتصادی داشته است، درحالی که میانگین حوادث ساختمانی در دنیا ۱۷ درصد از کل حوادث را تشکیل می‌دهد. این آمارها در صورتی است که بخشی از حوادث، مانند حوادثی که برای کارگران غیرمجاز اتفاق می‌افتد بعضا در آمار مراکز رسمی و دولتی نمی‌آید و ساخت‌وساز به‌دلیل شرایط موقت و حتی اشتغال یک روزه‌ای که برای کارگران ایجاد می‌کند بیشترین سهم را در اشتغال کارگران غیرمجاز میان همه مشاغل دارد. این نکته نیز قابل توجه است که آمار حوادث کار در سال ۹۸ کشور با نرخ بیکاری ۱۱ درصد تجربه شده و اینکه تنها ۱۲- ۱۳ درصد کل اشتغال کشور در صنعت ساختمان است. حوادث ناشی از کار به هر شکل و شدتی که باشد برای کارگر، کارفرما و جامعه زیان‌های اقتصادی بسیاری در بردارد که هزینه‌های درمانی، خسارت ناشی از توقف کار به‌دلیل حادثه و خسارات پرداختی در صورت از کارافتادگی بخشی از آنها به شمار می‌رود. براساس شاخص‌های جهانی، هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم ناشی از حوادث در محیط کار معادل ۴ درصد تولید ناخالص ملی کشورها است. از این‌رو، هزینه حوادث ناشی از کار در کشور ما براساس این شاخص رقمی حدود ۱۸ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود. در این صورت و با این آمار و توضیحات «صیانت از نیروی انسانی و منابع مادی کشور» چه مفهومی پیدا می‌کند؟ دامنه نفوذ قانون که حتی کارگاه‌های کوچک خانوادگی را شامل می‌شود، چگونه موجب تامین ایمنی در کارگاه‌های انبوه‌ساختمانی که موارد ناایمن آنها در شهر در معرض دید همگان قرار دارد و عابران و اشخاص پیرامونی کارگاه را نیز تهدید می‌کند نمی‌شود؟
چنانچه مطرح شد مقررات ساختمانی سازنده را مسئول تامین ایمنی کارگاه ساختمانی ذکر می‌کند که با تعریف قانون کار همان کارفرما محسوب می‌شود. طبق برآوردی که در کتاب «راهنمای تصویری و کاربردی ایمنی در ساختمان‌سازی» ارائه شده حدود ۳/۳ درصد هزینه‌های اجرای ساختمان در ساخت‌وسازهای معمول شهری (۷، ۸ طبقه و ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ مترمربع بنا) هزینه رعایت تام و تمام دستورالعمل‌ها و ضوابط ایمنی است. مواردی شامل تهیه وسایل حفاظت فردی برای شاغلان کارگاه، نصب سازه‌های حفاظتی مثل سرپوش و راهرو در معابر عمومی و نرده اطراف پرتگاه‌ها، ایمن‌سازی ابزار و ماشین‌آلات مثل بالابرها، نصب علائم هشداردهنده اطراف و داخل کارگاه‌های ساختمانی و استخدام مسئول ایمنی. مواردی ضروری و بدیهی برای عملیات ساختمانی در شرایطی که ساخت‌وسازها در دل شهرها و در مجاورت زندگی و آمد و شد روزانه شهروندان انجام می‌گیرد و از این جهت مخاطرات فراوانی را متوجه آنها می‌کند و شرایط خود ساختمان برای کارگران و شاغلان که در گودهای عمیق و در ارتفاع زیاد با طبقات متعدد اجرا می‌شود. اما چگونه است که در اکثر کارگاه‌های ساختمانی این هزینه ناچیز در مقابل هزینه‌های گزافی که صرف زیبایی و امکانات لوکس ساختمان تمام‌شده می‌شود، برای تامین ایمنی کارگران و اشخاص ثالث پیرامون در حین اجرا صرف نمی‌شود؟ این موارد را به چه چیز جز غلبه اقتصاد سوداگرانه بر صیانت از نیروی انسانی و کم‌کاری و بی‌توجهی سازمان‌های مسئول می‌توان ربط داد؟ چه اینکه اکثر کارفرمایان ساختمانی با تلقی اشتباه از نقش و کارکرد بیمه‌های مسئولیت، با تصور اینکه در صورت قصور، بیمه‌گر هزینه‌های حادثه را پرداخت می‌کند، تامین ایمنی را جدی نگرفته و از انجام آن سر باز می‌زنند.

حامد خانجانی
کارشناس ارشد مدیریت ساخت

تلنگر

پیشگویی‌هایی برای روابط‌عمومی و ارتباطات بازاریابی

نه فقط برای روابط‌عمومی که در همه حوزه‌ها سال‌جاری شبیه به هیچ سالی نبود. اگر این امکان وجود داشت که این روزها را از تقویم پاک کنیم و دوباره این سال را سپری کنیم قطعا بسیاری از افراد دنیا این کار را می کردند.
با این حال امسال وقایع کووید-۱۹، Black Lives Matter، فاجعه‌های زیست‌محیطی و البته یک رقابت تاریخی برای حضور در کاخ سفید، ترندهای جهانی بودند. همه این ترندها فرصت‌هایی را برای متخصصان حوزه ارتباطات پدید آورد و حالا باید به فکر دوره جدیدی بود. در ادامه به مواردی که در سال‌جاری با دقت بررسی شده اشاره خواهد شد که پیش‌بینی می‌شود در سال آتی نیز در حوزه روابط‌عمومی و ارتباطات بازاریابی کاربردی و اثرگذار خواهند بود.
همه‌چیز دیجیتال خواهد بود. پاندمی کووید-۱۹ سرعت دیجیتالیزه شدن کسب‌وکارها را بیشتر کرد. اتفاقی که به‌صورت عادی هم درحال رخ دادن بود اما کووید-۱۹ سرعتش را چند برابر کرد. براساس پیش‌بینی موسسه گارتنر (Gartner) «مدل‌های عملیاتی بر این اساس برای هر کسب‌وکاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار خواهد بود و باعث می‌شود تا کسب‌وکارها با موفقیت از دوره کووید-۱۹ خارج و وارد دوره جدیدی شوند.» به‌نظر می‌رسد در حوزه بازاریابی، برند و ارتباطات چیزی غیر از این رخ نخواهد داد. برخی سازمان‌ها دورکاری را به‌صورت دائم برای کارکنان خود تعریف کرده‌اند پس انتظار می‌رود تمرکز کمپین‌های درون و برون‌سازمانی بر حوزه دیجیتال متمرکز باشد. علاوه‌بر این تعجیل برای دیجیتالیزه شدن مدل‌های عملیاتی کسب‌وکارها به نتایجی ختم می‌شود که در زمان برنامه‌ریزی به آنها ممکن است فکر هم نشده باشد. در این زمینه می‌توان به «توجه ویژه به زیرساخت امنیتی دیجیتال» و «استفاده از اتومیشن و انجام خودکار فرآیندهایی معمولی» اشاره کرد.
پخش زنده موثرتر می‌شود. کووید-۱۹ خلاقیت را به تاکتیک‌های ارتباطی اضافه کرد به‌خصوص استفاده از پلت‌فرم‌های ویدئویی. به‌زودی ایده‌ها و پلت‌فرم‌های متنوع در زمینه ارتباطات با کارکنان و مشتریان را خواهیم دید. از ترندهای موثری که احتمالا ادامه پیدا خواهد کرد می‌توان به رویدادهای آنلاین انتشار پادکست اشاره کرد. آینده رویدادهای بازاریابی از جنس رویدادهای مجازی خواهد بود.
سرمایه‌گذاری روی افزایش تعامل با کاربران مهم است. به‌دلایل متعددی ارتباط با انواع مخاطبان مهم‌تر از قبل می‌شود. با توجه به شرایط ناشی از شیوع کووید-۱۹ و دورکاری بسیاری از کارکنان زندگی کاری دیجیتال رایج شده. ارتباطات درون‌سازمانی با تاکید بر سلامت ذهنی تیم‌سازی و خلاقیت برای ایجاد تعامل میان کارکنانی که حالا هر یک در محل قرنطینه خود کار می‌کنند به چالش کشیده می‌شود. هر کسب‌وکاری برای حل این موضوع نیاز به ابزار تکنولوژی مناسب برای ایجاد تعامل بیشتر میان کارکنان خود دارد. بهینه‌سازی کانال‌های ارتباطی و اختصاص یک کانال ارتباطی خاص برای ارتباطات درون‌سازمانی ضروری است.
روابط‌عمومی ارزش‌ها را مخابره خواهد کرد. این نکته تازه‌ای نیست اما فشارها برای همسو کردن روابط‌عمومی با بازاریابی باعث شده تا مخابره ارزش‌های یک کسب‌وکار فراموش شود. ضرورت برخورداری از یک استراتژی روابط‌عمومی برای انتقال پیام مناسب به مخاطب هدف، امروز نیاز همه کسب‌وکارهاست. در ایران به موارد متعددی می‌توان اشاره کرد که در سال جاری غافل از این موضوع بودند یا عملکرد خوبی در این زمینه از خود به جا نگذاشتند و در نهایت اعتماد کاربران خود را به‌راحتی از دست دادند. این یعنی اعتماد به کسب‌وکارها از مخابره ارزش‌های آنها پدید می‌آید. پلت‌فرم‌های شبکه‌های اجتماعی و اینفلوئنسرهایی که فرهنگ‌سازی می‌کنند. شرایط خاص پاندمی همه چیز را تغییر داده، در این موقعیت باید عملگرا بود. یک سال پیش کسی از اهمیت و تاثیر امروز شبکه‌های اجتماعی تا این اندازه مطلع نبود. کما اینکه با شیوع پاندمی کووید-۱۹ استفاده از شبکه‌های اجتماعی نه فقط در ایران که در دنیا افزایش پیدا کرد. حالا می‌بینیم که رشد تاثیرگذار شبکه‌های اجتماعی سرعت بالایی به‌خود گرفته و این روند در سال آتی هم ادامه خواهد داشت. برندهایی برنده هستند که بتوانند از پلت‌فرم‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی و افراد موثر در آن در راستای اهداف ارتباطی یا بازاریابی خود استفاده کنند. خلاقیت همچنان یک اصل است، یک اصل همیشگی. ایده‌های ناب ارتباطی و بازاریابی توجه رسانه‌ها را به‌سوی برند جلب می‌کند. پس از آن مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی درباره‌اش حرف می‌زنند و بعد فعالان صنعت و کارکنان یک کسب‌وکار درباره ایده‌های خوب صحبت می‌کنند. در نتیجه تعامل با انواع کاربران به‌وجود می‌آید و طبعا تیم بازاریابی اهداف تعیین شده خود را در دسترس خواهد دید.
در پایان برای درک بهتر اینکه در وضع موجود چه کارهایی را در حوزه روابط‌عمومی و ارتباطات بازاریابی باید انجام دهیم و از چه مواردی باید اجتناب کنیم پیشنهاد می‌کنم یادداشت «اگر حرفی برای گفتن ندارید سکوت کنید» که پیش از این در این ستون منتشر شده را مطالعه کنید.

حمید جعفری
متخصص روابط‌عمومی و ارتباطات بازاریابی

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

اینجا بهشت کودکان است! شاید دیوارهای رنگارنگی دارد و کودکان لباس های شیک و اسباب بازیهای خوبی دارند و می خندند اما... آغوش مادر و دستان نوازشگر پدر را گم کرده اند. در عمق چشمان مربیان شیرخوارگاه بهزیستی استان 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 آرا در مورخ ۹۷/۰۲/۰۳ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۸/۲۲ توسط مددکار کهریزک در بهزیستی پذیرش شده 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 علیرضا در مورخ ۹۹/۰۸/۱۷ متولد و رها شده است و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۸/۲۰ از طریق اورژانس اجتماعی نجات کرج در بهزیستی پذیرش شده 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 هانیه در مورخ ۹۹/۹/۰۴ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۱۲ از طریق مددکار بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش شده 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 آرمان در مورخ ۹۹/۰۸/۲۹ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۰۵ توسط مددکار بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش شده 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 کامیار در مورخ ۹۹/۰۸/۲۰ در بیمارستان باهنر متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۰۲ توسط مددکار بیمارستان باهنر در بهزیستی پذیرش شده 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 روشنک در مورخ ۹۹/۰۸/۲۸ در بیمارستان باهنر متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۰۸ توسط مددکار بیمارستان باهنر در بهزیستی پذیرش شده 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 راشین در مورخ ۹۹/۰۸/۲۶ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۰۵ توسط مددکار بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش شده 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 سجاد در مورخ ۹۹/۰۹/۰۶ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۱۲ توسط مددکار بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش شده 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 سپند در مورخ ۹۹/۰۹/۰۱ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۹/۰۸ از طریق مددکار بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش شده 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 کیارش در مورخ ۹۹/۰۸/۱۸ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۸/۲۷ توسط مددکار بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش شده 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.