کسب و کار

حوزه‌های اصلی استراتژی تحول دیجیتال

در عصر اطلاعات، داده و اطلاعات به سرمایه‌های اصلی کسب‌وکار، منابع ایجاد درآمد و توانمندسازهایی مهم تبدیل شده‌اند. براین اساس و همچنین به‌دلیل چالش‌های ناشی از لزوم بهبود فرآیندها و نیاز به توسعه توانایی‌ها و مدل‌های جدید کسب‌وکار، شرکت‌های سراسر جهان تحول دیجیتال را آغاز کرده‌اند و برای دستیابی به مزایای فناوری‌های نوین و سرعت بخشیدن به سیر تکاملی خود و چابکی بیشتر باید همواره آماده باشند.

از آنجاکه برای تحول دیجیتال به استراتژی نیاز است، شرکت‌ها باید استراتژی تحول دیجیتال خود را توسعه دهند و این استراتژی نیز همانند دیگر استراتژی‌ها باید اهداف، وضعیت موجود و مطلوب و چگونگی پیشرفت در مسیری منطقی را با توجه به جزئیات مشخص کند. به این منظور در این مقاله به چندین حوزه مهم استراتژی تحول دیجیتال پرداخته شده است.

فناوری اطلاعات

در شرایط واقعی کسب‌وکار که بخش‌های بازاریابی به‌طور فزاینده‌ای درباره بودجه‌های مربوط به فناوری تصمیم می‌گیرند، ایجاد درک مشترک و همزبانی بین بخش فناوری اطلاعات که بخش ضروری تحول دیجیتال است با دیگر قسمت‌های شرکت، اغلب دشوار است و این یکی از دلایلی است که شرکت‌های فناوری اطلاعات، مشاوران یا سوابق بازاریابی و کسب‌وکار را به خدمت می‌گیرند تا برای درک صحیح و رسیدگی به نیازهای مخاطبانشان به آنها کمک کنند و به همین دلیل برخی از شرکت‌های مشاور محور نیز برای رشد با چالش روبه‌رو می‌شوند. چون به‌دلیل عدم دستیابی عمیق به مهارت‌های مدیریتی در حوزه فناوری اطلاعات نمی‌توانند استراتژی تحول دیجیتال را به‌طور کامل برآورده سازند.

فرآیندها

بسیاری از مدیران کسب‌وکار و بازاریابی به مدیریت فرآیندها، تکامل فناوری‌های اساسی و مفاهیم و شیوه‌های مهندسی مجدد یا بهینه‌سازی فرآیندهای کسب‌وکار توجه نمی‌کنند. برای آنکه به جای انجام کارهای دیجیتال، دیجیتالی کار کنیم و به عبارتی، دیجیتالی شویم، به مدیریت تغییر موثر نیاز است و به‌ضمن یکپارچه‌سازی ظرفیت‌ها و فرآیندهای سازمان و ایجاد ارتباطات اطلاعاتی بین پشت صحنه و بخش‌هایی که با مشتریان تماس دارند و ارتباط بین انسان و ماشین و بین ماشین‌ها (اینترنت اشیا) نیز پدید آید.

برای هدایت موفقیت‌آمیز تحول دیجیتال و محافظت در برابر اختلال دیجیتال، سازمان‌ها باید سه قابلیت اصلی فراهوشیاری، تصمیم‌گیری آگاهانه و اجرای سریع را توسعه دهند.

هوش عملی

اطلاعات همه جا هست و به‌عنوان هسته اصلی تحول دیجیتال به‌شمار می‌رود. اطلاعات فراوان در حجم‌ها، گونه‌ها و با منابع متفاوت که به‌صورت تصاعدی در حال رشد است این پرسش را برای شرکت‌های پیشرو مطرح ساخته که چگونه می‌توانیم تمام این داده‌ها را به شکلی معنی‌دار، اولویت‌بندی شده و سودبخش به هوش عملی تبدیل کنیم تا فرصت‌های جدیدی را پدید آورند. دستیابی به تعالی کامل در مدیریت اطلاعات مناسب، برای اهداف و چالش‌های خاص سازمان‌ها، مشتریان، اکوسیستم‌ها و اهداف بهینه‌سازی، نوآوری و بیش از همه تحول دیجیتال آنها اگر چه ستون اصلی پیشرفت در تحول دیجیتال نیست ولی بسیار مهم است و به اندازه مولد پیش گفته مهم است بدانیم که برای تبدیل اطلاعات به دانش و هوش عملی به تحلیل داده یا محتوا و از این رو به هوش مصنوعی نیاز است.

سرمایه انسانی

این حوزه بسیار گسترده است. مشتری‌مداری، فرآیندهای روباروبی با مشتری و تجربه مشتری از کلیدهای اصلی استراتژی‌های تحول دیجیتال به‌شمار می‌روند. ارتباط بین رهبران و کارکنان، از جمله کارکنانی که به مشتری نزدیک‌ترند و اغلب احساس می‌کنند که نادیده گرفته شده‌اند، ارتباط بین پست‌های گوناگون سازمان و مهم‌تر از همه بین رهبران سازمان‌هایی که درحال ساخت اکوسیستم‌های ارزشی هستند نیز اهمیت دارد.

با درنظر گرفتن مدیریت تغییر، یادآور می‌شویم که مشتریان برون و درون‌سازمانی (کارکنان) عامل اصلی رسیدن از وضع موجود به مطلوبند.

اکوسیستم‌های جدید

در فرهنگ، هم‌قابلی و هم‌آفرینی، توانایی اکوسیستم و گروه‌های حامی نوآوری و سبزنرژی ناشی از همکاری و مشارکت در بزرگ‌ترین قدرت شرکت‌هایی را که بخشی از این اکوسیستم‌ها هستند تعریف می‌کند.

دستیابی به جریان‌های درآمدی جدید از طریق پیوند نظام‌های ارزشی و حذف فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب نیز امری کلیدی است که از سوی فناوری واقعیت افزوده میسر می‌شود. این گونه فناوری به‌طور فزاینده‌ای داده‌ها، هوش عملی، نرم‌افزار و قابلیت اتصال را در بر می‌گیرد. این حوزه با چیزی مانند اینترنت اشیا گسترش می‌یابد.

روشن است که در نظام اقتصادی و ادبیات استراتژی تحول دیجیتال، واژه‌های همکاری و هم‌آفرینی علاوه بر معانی مختلفی که دلالت‌شان از مفهومی برخوردار می‌شوند که از گستره سازمان و اکوسیستم‌های موجود فراتر رفته و به سوی ایجاد شبکه‌ها و اکوسیستم‌های جدیدی پیش می‌روند که در آن برای رشد آنی و مدل‌های کسب‌وکار کاملا جدید از داده و هوش عملی به بهترین شکل استفاده می‌شود.

فناوری‌ها

حذف فاصله بین توانایی‌های فناوری‌های موجود و درحال ظهور و امکانی که آنها برای نوآوران میسر می‌سازند یکی دیگر از حوزه‌های استراتژی تحول دیجیتال است.

اگرچه بسیاری از شرکت‌ها به دیگر حوزه‌های پیش‌گفته مشغولند، ولی این حوزه است که می‌تواند ارزش واقعی استراتژی بلندمدت تحول دیجیتال را در سراسر سازمان ایجاد کند. (تحول دیجیتال به استراتژی بلندمدت نیاز دارد). ما در دورانی زندگی می‌کنیم که فناوری‌های نوین، در دهه‌های گذشته یا شاید برخی از آنها به تازگی ظهور کرده‌اند و رفته‌رفته به اجزای اصلی شیوه‌های کسب‌وکار و زندگی تبدیل می‌شوند.

بلوغ رو به رشد فناوری‌ها و افزایش پذیرش آنها به پدیده‌ای منجر شده که موسسه گارتنر (Gartner)، آن را «همبستگی نیروها» (Nexus of Forces)، نام نهاده است و اجتماع، رایانش ابری، سهولت حرکت و تحلیل‌های کلان‌داده‌ها، مولفه‌های آن را تشکیل می‌دهند.

مترجم: علی پورقاسمی

یساولی خبر داد؛

پیگیری اجرای طرح کیف پول الکترونیکی در کرج

رئیس سازمان حمل‌ونقل بار و مسافر شهرداری کرج با اشاره به اینکه پیگیر اجرای طرح کیف پول الکترونیک هستیم، گفت: با اجرای این طرح مشکل کمبود پول خُرد رانندگان برای همیشه حل می‌شود.

به گزارش پیام آشنا، محمد یساولی با اشاره به اینکه پیگیری‌ها برای اجرای طرح کیف پول الکترونیک ادامه دارد، اظهار کرد: این طرح در مراحل پایانی اجرا قرار دارد اما وضعیت قرمز و نارنجی استان در هفته‌های اخیر باعث شده فرایند اداری اجرای آن کند شود.

وی ادامه داد: حتی خطوطی که قرار است این طرح به‌صورت پایلوت در آن‌ها اجرایی شود هم مشخص شده و رایزنی‌های لازم با بانک‌های عامل نیز صورت گرفته و با بهبود شرایط استان در خصوص شیوع کرونا امیدواریم به‌زودی اجرایی شود.

توضیح داد: اجرای این طرح هم از انتقال آلودگی ناشی از ردوبدل کردن پول بین مسافر و راننده تاکسی جلوگیری و هم مشکل کمبود پول خرد رانندگان را برای همیشه رفع می‌کند.

یساولی در پاسخ به اینکه اجرای طرح «سه نفر مسافر» در تاکسی‌ها تا چه زمانی ادامه دارد، گفت: سوار کردن سه مسافر به‌جای چهار نفر هم در وقت رانندگان و هم در وقت مسافران صرفه‌جویی می‌کند. علاوه بر این با اجرای این طرح شان مسافران هم رعایت شده و در صندلی عقب با راحتی بیشتری می‌نشینند به همین منظور در نظر داریم این طرح را به‌صورت دائمی اجرایی کنیم.

وی گفت: در شرایط کنونی که تأکید بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی از جمله رعایت فاصله اجتماعی به‌ویژه در فضاهای دربسته می‌شود، اجرای این طرح بهترین راهکار برای پیشگیری از شیوع کرونا بین مسافران تاکسی تلقی می‌شود.

بضاعتی پور خبر داد؛

محلول‌پاشی زمستانه درختان کهن‌سال کرج در حال اجرا

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج از آغاز عملیات محلول‌پاشی نوبت اول زمستانه درختان کهن‌سال خصوصاً گونه چنار با هدف دفع آفات و مبارزه با بیماری‌های گیاهی در مناطق دهگانه سطح شهر خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور با اشاره به آغاز عملیات سم‌پاشی و محلول‌پاشی زمستانه درختان از احیا درختان کهن‌سال و رسیدگی بیشتر به این گنجینه‌های ارزشمند خبر داد و گفت: حفظ و نگهداری درختان از انواع آفت‌ها ضروری است.

وی گفت: اجرای این عملیات در دو نوبت اواخر پاییز و زمستان اجرایی می‌شود و برای تمامی درختان سطح شهر خصوصا درختان کهن‌سال و گونه چنار امری ضروری است.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج توضیح داد: در محلول‌پاشی زمستانه، درختان کهن‌سال خصوصاً گونه‌های چنار مشکوک به بیماری با نظارت این سازمان و با استفاده از قارچ‌کش بُردو، محلول‌پاشی خواهند شد.

بضاعتی پور با اشاره به اینکه محلول بُردوفیکس اثرات ماندگار و مطلوبی از جمله کاهش خطر

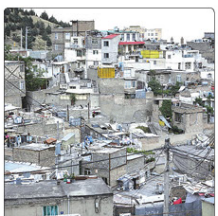
سرمازدگی را برای درختان موجب می‌شود، افزود: ترکیبات این محلول ارگانیک بوده و اثر سوئی ندارد و مواد باقی‌مانده از تجزیه آن هم سازگار با محیط‌زیست است.

وی افزود: محلول مذکور به دلیل چسبندگی بالا و تثبیت شدن به‌صورت کمپلکس حتی پس از بارش‌های طولانی روی بافت گیاه باقی می‌ماند و درختان را از آفت و بیماری قارچی خصوصاً (شانکر) مصون نگه می‌دارد.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج بابیان اینکه عملیات محلول‌پاشی با خودرو بالابر صورت می‌گیرد، افزود: برای انجام بهتر محلول‌پاشی‌ها یک نفر کارشناس فضای سبز مجهز به تجهیزات ایمنی به‌صورت فعال به‌عنوان ناظر بر کیفیت عملیات سم‌پاشی و رفع عیوب احتمالی در کنار پیمانکار مناطق دهگانه حضور دارد.

بضاعتی پور با تأکید بر اینکه تمامی درختان کهن‌سال شهر به‌صورت مستمر پایش می‌شوند، افزود: عملیات سم‌پاشی و محلول‌پاشی و رسیدگی به این درختان مبتنی بر دانش گیاه‌پزشکی و زیر نظر واحد حفظ نباتات و کنترل آفات سازمان برای جلوگیری از زوال درختان انجام می‌شود.

شناسایی و تملک چند باغ در تهران با اولویت مناطق کم برخوردار



رئیس سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران با اشاره به اینکه تملک باغات و تبدیل آنها به بوستان‌های عمومی در آینده در دستور کار شهرداری است، گفت: چندین قطعه باغ با اولویت مناطق کم برخوردار شناسایی و اقدامات لازم برای تملک آنها صورت گرفته است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، مختاری در مراسم بهره برداری از باغ سلیمانیه با تاکید بر توجه به باغ ایرانی اسلامی در طراحی باغ سلیمانیه گفت: احداث این بوستان عمومی یکی دیگر از سلسله اقداماتی است که سازمان بوستان‌ها از یک سو در راستای اهداف شهرداری تهران و اجرای وظایف خود برای خدمت رسانی بیشتر به شهروندان تهرانی و اهالی منطقه ۱۴ و همچنین توسعه فضای سبز تهران و توزیع عادلانه فضای سبز عمومی انجام داده است. از سوی دیگر این سازمان در کنار سایر برنامه های خود تملک باغات و تبدیل آنها به بوستان های عمومی در آینده را نیز در دستور کار خود قرار داده و با جدیت آن را دنبال خواهد کرد.

وی افزود: همگرایی میان شورا و شهرداری تهران و اختصاص تمامی درآمدهای قطعی حاصل از اجرای لایحه اخذ عوارض و حفظ و گسترش فضای سبز برای تملک باغات فرصت خوبی را برای تبدیل باغات به فضای سبز عمومی در شهر تهران فراهم کرده است. تخصیص چنین بودجه ای آغاز خوبی برای اجرای فرآیند حفظ و نگهداری باغات و تبدیل آنها به بوستان های عمومی در شهر تهران است.

مختاری تاکید کرد: بی تردید باغ ها ثروت غیر قابل جایگزینی هستند که خرید و تبدیل آنها به بوستان های عمومی علاوه بر توسعه فضای سبز، از منظر حفظ ذخایر اکولوژیک نیز واجد ارزش بسیاری است.

وی ادامه داد: در سه سال گذشته تبدیل باغات به بوستان های عمومی با استقبال فراوانی از سوی شهروندان روبرو شد بر همین اساس امسال نیز چندین قفره باغ با اولویت مناطق کم برخوردار شناسایی و اقدامات لازم برای تملک آنها صورت گرفته که امیدواریم عملیات اجرایی آنها نیز هر چه زودتر آغاز شود.

مدیر کل سلامت شهرداری تهران خواستار شد

نذر ماسک یلدایی و کمک به اقشار کم برخوردار در بلندترین شب سال

مدیر کل سلامت شهرداری تهران از مردم خواست تا هزینه های مهمانی شب یلدا را صرف نذر ملک افراد کم‌برخوردار کنند.

به گزارش پیام آشنا: زینب نصیری با اشاره به پیک کرونا در هفته های قبل گفت: پیک شیوع بیماری کرونا در هفته های قبل ناشی از شرایط قبل از آن همچون بازگشایی مدارس، سفرهای تعطیلات شهریور ماه و... بود که دیدیم به دلیل عدم رعایت مسائل پیشگیری، پیک کرونا سرعت گرفت و متاسفانه تعداد فوت شدگان و مبتلایان تصاعدی افزایش یافت.

وی با بیان اینکه بعد از افزایش تعداد فوت شدگان، ستاد کرونا نسبت به اعمال قوانین سخت گیرانه تر و محدودیت های دو هفته ای مشاغل اقدام کرد و خوشبختانه شاهد آن هستیم که آمارها سیر نزولی محسوسی دارد، افزود: حالا لازم است که مدام به خودمان یادآوری کنیم که رعایت پروتکل های بهداشتی و فاصله گذاری اجتماعی و پرهیز از حضور در اجتماعات به عنوان یک اصل مهار کرونا است و نباید در هر مناسبتی همچون شب یلدا و ... این موضوع را فراموش کنیم.

نصیری با تاکید بر اینکه آمارهای فوت شدگان، کرونا، کاهش یافته و نباید اجازه دهیم با برگزاری مراسمات دورهمی یک شب (یلدا) دوباره سیر ابتلا به کرونا صعودی شود. گفت: برخی از افراد تصور می کنند که مگر می شود شب یلدا که در همه این سالها دور هم جمع می شدیم را به تنهایی سپری کنیم؟ اما اگر گوشه ذهنمان به این فکر کنیم که شاید همین شب، بهانه ای برای فوت یکی از عزیزانمان شود، قطعا شب یلدا در خانه می مانیم.

وی افزود: در این مدت همه ما برقراری ارتباط توسط تکنولوژی و با ابزارهای جدید را یاد گرفتیم و می توانیم از آنها برای تبریک شب یلدا و دورهم بودن مجازی استفاده کنیم و شنیده شده دولت برای شب یلدا برنامه های ویژه ای از جمله رایگان شدن اینترنت را دارد که امیدواریم با تحقق این شنیده ها، به در خانه ماندن هر خانواده کمک شود.

نصیری با اشاره به افزایش قیمت کالاها گفت: به واسطه کرونا بسیاری از مهمانی و دورهمی ها لغو می شود و چه خوب است که هزینه این مهمانی های لغو شده، صرف کمک به اقشار کم برخوردار شده تا در طولانی ترین شب سال، لبخندی هم بر صورت این خانواده ها بنشیند که افراد می توانند از ظرفیت سازمانهای مردم نهاد یا سازمانها استفاده کنند و حتی خودشان اگر خانواده ای نیازمند می شناسند به آنها کمک مستقیم کنند.

وی پیشنهاد نذر ملک یلدایی را مطرح کرد و افزود: این روزها مصرف ملک به واسطه سردی هوا و خیس شدن مدام ملک ها افزایش یافته و قطعا تهیه آن برای خانواده های کم برخوردار سخت است و افراد می توانند هزینه مهمانی و دورهمی های یلدای خود را صرف خرید ملک برای افراد نیازمند کنند و لازم است همه ماتلاش کنیم و حالا امسال که امکان دور هم جمع شدن خانوادگی نیست، یک لبخند بزرگ به لبان خانواده های فقیر بنشانیم.

آمار عجیب از قیمت مسکن

متولی بخش مسکن پس از ۴ ماه ایست آماری به «بیش بازار املاک»، اطلاعات عجیب از میانگین قیمت کشوری آپارتمان منتشر کرد. مرداد امسال روند انتشار منظم آمار ماهانه «معاملات و قیمت مسکن در کشور» به‌خاطر آنچه مدیران بخش، «اشکال در فرآیند استخراج داده‌ها» عنوان کردند، متوقف شد تا بعداز اصلاح فرآیند قیمت‌ها اعلام شود. اکنون نتیجه توقف و شروع دوباره انتشار به «اعلام رقم باورنکردنی از قیمت کشوری مسکن» منجر شده است. تحقیقات میدانی از حومه پایتخت، از ریزش قیمت‌ها خبر می‌دهد.

به گزارش پیام آشنا، از نیمه امسال به بعد روند انتشار آمار مربوط به معاملات واحدهای مسکونی سراسر کشور در سایت اطلاع‌رسانی وزارت راه و شهرسازی متوقف شد. بعد از این توقف انتشار آمار، علت و هدفی که متولی بخش مسکن اعلام کرد، این بود که روند انتشار آمار دچار نواقص و اشکالاتی است که در شکل جدید باید اصلاح شود. سرانجام روز گذشته پس از حداقل چهار ماه آن هم در شرایطی که بازار مسکن دچار تغییر معناداری شده، آمار جدید از قیمت مسکن در کشور توسط وزارت راه و شهرسازی اعلام شد. اما آماری که اعلام شده نه تنها کامل نیست بلکه دارای ابهامات جدیدی است.

حجم معاملات و سطح تورم در بازار مسکن در شرایط فعلی به دلیل دو اتفاق مهم نسبت به نیمه اول امسال روند کاهشی پیدا کرد. کاهش قیمت اول و کاهش شدید «انتظارات تورمی» دو اتفاق مهم و موثر بر بازار ملک بود. در نهایت برآیند این دو اتفاق در آمار بانک مرکزی از اوضاع قیمت مسکن تهران در آن نمایان شد: طبق آمار تحولات بازار مسکن منتشر شده توسط بانک مرکزی برای آبان‌ماه، تورم ماهانه مسکن سقوط کرد، به‌طوری که میانگین تورم ماهانه مسکن ۸ درصدی طی هفت ماه نخست در آبان ماه به ۱۸ درصد تنزل پیدا کرد.

طبق تحقیقات میدانی دنیای اقتصاد، همین دو اتفاق نیز باعث کاهش قیمت مسکن در حومه پایتخت شد. با این حال اکنون که پس از توقف حداقل چهار ماهه، انتشار آمار تحولات بازار مسکن «به‌صورت کشوری» صورت گرفته است، انتظار می‌رفت این گزارش به قدری کامل باشد که همه طیف فعالان بازار مسکن بتوانند این آمار کشوری را تجزیه و تحلیل کنند تا در نهایت تغییرات معنادار در قیمت مسکن در بین همه فعالان و بازیگران بازار مسکن قابل رصد باشد.

اما آماری که دیروز درباره قیمت‌های استانی و کشوری بازار مسکن اعلام شد، دارای دست یک ابهام بزرگ است و آن اینکه قیمت‌هایی که تحت عنوان قیمت‌های «حل حاضر» اعلام شده، مشخص نیست نسبت به ماه گذشته ماه مشابه سال قبل و نیمه نخست امسال چقدر تغییر داشته یا به تعبیری قیمت‌ها کاهش داشته، افزایش یافته یا حتی ثابت مانده است. چند ابهام دیگر در این گزارش قابل رویت است (دومین ابهام در این گزارش این است که برخی ارقام تحت عنوان قیمت مسکن استان و برخی دیگر تحت عنوان یک یا چند شهر اعلام شده است.

چهارمین ابهام به میانگین قیمت در کل کشور بر می‌گردد. در آمار اعلامی در روز گذشته، میانگین قیمت کشوری مسکن ۱۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان برای هر مترمربع اعلام شده، این در حالی است که مرکز آمار ایران میانگین قیمت کشوری مسکن در فصل بهار امسال را هر مترمربع ۵ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان اعلام کرده بود. با توجه به اینکه هنوز گزارش مرکز آمار از میانگین قیمت کشوری برای تابستان و پاییز اعلام نشده مقایسه میانگین قیمت مسکن در بهار (مرکز آمار) و میانگین قیمت مسکن پاییز که روز گذشته اعلام شد، نشان می‌دهد، قیمت کشوری مسکن بیش از ۱۶۰ درصد افزایش داشته است. این میزان رشد، عجیب و قابل تامل است چراکه میانگین قیمت مسکن شهر تهران به استناد آمار بانک مرکزی در همین فاصله ۵۹ درصد افزایش یافته است. کارشناسان معتقدند، در مقطع فعلی آمار رسمی بازار مسکن باید به شکل منظم اعلام شود تا هر نوع نوسان و تغییر و تحولات قیمتی ملک برای همگان مشخص شود. به اعتقاد کارشناسان، در این مقطع شکل اطلاع‌رسانی درباره نبض بازار مسکن باید اصلاح شود چرا که اطلاع فعالان بازار مسکن از تغییر قیمت‌ها نسبت به ماه‌های گذشته می‌تواند فضای بازار را شفاف کند و خود عاملی جدید برای کاهش بیشتر رفتارهای تورم‌زا (حرکت‌های سفته‌بازانه) باشد. بر اساس گزارش سایت رسمی وزارت راه و شهرسازی از وضعیت قیمت مسکن در کل کشور، در حال حاضر قیمت مسکن در ۹ استان کمتر از ۵ میلیون تومان در هر مترمربع، در ۱۶ استان بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان در هر مترمربع و در سه استان بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان در هر مترمربع است. همچنین به استناد این گزارش، گران‌ترین شهر کشور از نظر متوسط قیمت مسکن، تهران با ۲۲۷ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان در هر مترمربع و ارزان‌ترین شهر کشور نیز یاسوج با ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در هر مترمربع است. اواخر وقت دیروز خبرنگار «دنیای اقتصاد» موفق شد با معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی درباره برخی ابهامات این گزارش صحبت کند که نتایج این گفت‌وگو مشخص کرد قیمت‌های منتشر شده در سایت وزارت راه و شهرسازی مربوط به مراکز استان‌هااست.

گردشگری

دولت با پروژه‌های گره‌گشای بازار توریسم چه می‌کند؟

باوجود اهمیت حیاتی مطالعات دقیق بنیادی، ریشه‌یابی مشکلات و آسیب‌شناسی علمی، بررسی نقاط قوت و ضعف بازار گردشگری و ارائه آن به تمامی فعالان گردشگری در عرصه دولتی و خصوصی همچون شرکت‌های گردشگری و هواپیمایی، رسانه‌ها، استارت‌آپ‌ها و دیگر مراکز فعال در حوزه توریسم، متولی گردشگری کشور به‌جای انتشار عمومی پژوهش‌های مربوط به حوزه گردشگری مسیری را شکل داده که عملا تحقیقات دفن می‌شود. در این مسیر، امکان دسترسی راحت (مجازی) به پژوهش‌ها عملا وجود ندارد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، بررسی بازار گردشگری کشورهای پیشرو و ارزیابی دلایل موفقیت دولت‌ها و بخش خصوصی در این عرصه نشان‌دهنده وجود پژوهش‌های علمی قوی کارشناسان و صاحب‌نظران عرصه گردشگری است که به بررسی دقیق و موشکافانه تمامی جزئیات مربوط به زیرساخت‌ها، امکانات، پتانسیل‌ها، کارکردها و آسیب‌شناسی این عرصه می‌پردازند تا بتوانند با مطالعات و تحقیقات دقیق علمی راهبردها و راهکارهای علمی و کاربردی در عرصه گردشگری را در اختیار دولت‌ها و بخش‌های خصوصی قرار دهند و بخش توریسم را در عرصه داخلی و خارجی به اجرای سیاست‌گذاری و برنامه‌های عملی‌ساز و راهبردی سوق دهند.

متولی گردشگری ایران نیز در زیرمجموعه خود از مرکز پژوهشی مختص به امر پژوهش و تحقیق در هر سه حوزه میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری برخوردار است و در دو حوزه میراث فرهنگی و صنایع دستی مطالعات بنیادین و اقدامات اثرگذاری در جهت حفظ و مرمت آثار تاریخی، فرهنگی و صنایع دستی صورت گرفته است، اما در حوزه گردشگری در امر ارائه عمومی پژوهش‌ها و مطالعات ساختاری در جهت برنامه‌سازی عملی و سیاست‌گذاری با کاستی‌های بسیاری همراه است. مهم‌ترین ایرادی که بر آن وارد است اینکه در حوزه گردشگری تحقیقات و بررسی‌های انجام شده توسط متخصصان این عرصه در اختیار عموم و فعالان گردشگری قرار داده نمی‌شود. باتوجه به اینکه یکی از رایج‌ترین راه‌های دستیابی به این پژوهش‌ها استفاده از سایت این مرکز پژوهشی است اما حتی لینک دسترسی به پژوهش‌های ارائه شده گروه گردشگری در سایت این مرکز پژوهشی موجود نیست و مطالعات و پژوهش‌ها صرفا در حد تئوری و چاپ کتاب محدود مانده است.

این مراکز امکانات و بودجه لازم در جهت تحقیق و پژوهش نقاط قوت و ضعف بازار گردشگری را در اختیار دارند اما راهبردها و راهکارهای علمی لازم را برای سیاست‌گذاری صحیح مجریان گردشگری و فعالان این عرصه برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری باتوجه به شرایط موجود و واقعیت حاکم بر جامعه ارائه نمی‌دهند. یا اگر پژوهش‌هایی صورت گرفته آن را در اختیار فعالان گردشگری، رسانه‌ها و دیگر نهادهای مرتبط قرار نداده‌اند و پژوهش‌ها محدود به کارشناسان و متخصصان آن مرکز شده‌اند. در حالی است که در شیوه مقایسه‌ای با دیگر نهادهای کشور همچون مرکز پژوهش‌های مجلس که در عرصه پژوهش و تحقیق تا حدودی و به‌طور نسبی قوی عمل کرده، پس از بررسی‌ها و ارزیابی‌های دقیق علمی موضوعات مورد بررسی را در سایت خود برای استفاده عموم و تمامی فعالان عرصه‌های مختلف قرار می‌دهد که این برنامه‌های عملی را در اختیار فعالان و رسانه‌ها قرار می‌دهد.

دولت به‌جای دفن پژوهش‌های گردشگری باید به دنبال ایجاد یک سیستم اثرگذار در جهت تسهیل مسیرهای توسعه اقتصادی در بازار گردشگری باشد که این امر با بهره‌گیری از نظرات و پژوهش‌های تمامی صاحب‌نظران و کارشناسان عرصه گردشگری که سال‌ها به مطالعه، تحقیق و بررسی نقاط قوت و ضعف بخش گردشگری و ارزیابی آسیب‌شناسی این عرصه پرداخته‌اند امکان‌پذیر می‌شود تا به مطالعه دقیق ویژگی‌ها، تفاوت‌ها، تضادها و تناقضات موجود در امور اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بازار گردشگری ایران بپردازند و برنامه‌های راهبردی و کاربردی جهت سیاست‌گذاری مجریان بخش گردشگری و بهره‌برداری فعالان این بازار ارائه دهند.

عملی‌کردن این امر منجر به خارج شدن نظرات و مطالعات متخصصان بازار گردشگری ایران از شکل صرف تئوری همچون تنها انتشار مقالات و کتب می‌شود و به حوزه عمل و اجرایی بدل می‌شود و در امر واقع به احیا رونق و در نتیجه به توسعه پایدار می‌رسد. بازار گردشگری به‌ویژه پس از تحریم‌های ظالمانه که اقتصاد مبتنی بر درآمدهای نفتی را با رکود گسترده‌ای مواجه کرده است به قطب مهم و اصلی اقتصاد و درآمدهای ارزی ایران تبدیل شده که نیازمند به‌کارگیری یک سیستم مدرن و کارآمد است که برای تحقق این امر در ابتدا باید به شناخت علمی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری در حوزه‌های مختلف ژئوپلیتیک، اقتصادی، اجتماعی، ریشه‌یابی مسائل و مشکلات پیش رو و آسیب‌شناسی پرداخت. بازار گردشگری ایران در حال حاضر به‌ویژه با وقوع بحران کرونا که این بازار را با رکودی بی‌سابقه و تعطیلی بسیاری از مشاغل مواجه کرده است، نیازمند مطالعات و پژوهش‌های عمیق در ریشه‌یابی مشکلات و ارائه راهکارهای علمی و کاربردی برای پیشبرد اهداف فعالان گردشگری همراه با ایده‌ها و نظرات کارگشا است.

باتوجه به شرایط بحرانی کنونی کارشناسان و متخصصان در حوزه گردشگری همانند متخصصان سازمان‌ها و دولت‌های پیشرو در این بازار همچون سازمان جهانی گردشگری یا کشورهایی همچون ترکیه باید به ارائه آمارهای دقیق و علمی در تعداد گردشگران خارجی و داخلی، میزان درآمدهای کلی، نوع علایق و ذائقه گردشگران، ارزیابی محیطی و جغرافیایی، تمایل گردشگران در نوع انتخاب مقصد و دلایل و ارزیابی این انتخاب‌ها، نحوه به‌کارگیری حمل و نقل برای سفرها، اشکال سفر همچون خانوادگی، انفرادی، گروهی یا شخصی بپردازند و با بررسی تمامی انواع گردشگری همچون روستایی، شهری، عشایر، ماجراجویانه، تجاری و... چگونگی رسیدن به توسعه آن را مورد مطالعه قرار داده و برنامه عملیاتی آن را در اختیار مجریان، سیاست‌گذاران و فعالان بخش گردشگری قرار دهند تا در جهت دستیابی به توسعه پایدار گام بردارند. بررسی، شناخت و مطالعه علمی متخصصان درباره تمامی این موضوعات منجر به شناخت و ارزیابی درست از بازار گردشگری کشور، آگاهی فعالان گردشگری از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود برای ارائه بهتر خدمات و ایجاد شرایط متناسب با درخواست‌های گردشگران و در نتیجه جذب بیشتر گردشگران در آینده می‌شود.