کسب و کار

مشتریان نسل Z شکایت نمی کنند، رهامی کنند!

مصرف کنندگان در طیف‌های جمعیتی مختلف، یک انتظار مشترک دارند: تجربه پشتیبانی و خدماتی می‌خواهند که در هر مرحله از تعاملشان با یک برند، اطلاعات مرتبطی ارائه کند. اما گزارش جدیدی منتشر شده که حاکی از یک روند رو به افزایش در میان مشتریان نسل Z است. اگر یک برند، انتظارات نسل Z را برآورده نکند، آنها ترجیح می‌دهند به جای شکایت کردن، آن برند را بپیچانند. این گزارش تحت عنوان «سلف سرویس بد، بدتر از نبود سلف‌سرویس» نشان‌دهنده کاهش صبر مشتریان نسل جدید است. در اقتصاد پرابهام و پرفراز، سازمان‌ها با چالش حفظ و توسعه پایگاه مشتری مواجهند. دور زدن و نادیده گرفتن برندها زیاد شده و مشتریان تنها با مشاهده چند تجربه منفی، آن برند را رها می‌کنند.

گزارش مذکور که شرکت نرم‌افزاری Coveo آن را انجام داده، از ۴ هزار نفر بالای ۱۸ سال در آمریکا و بریتانیا نظرسنجی کرده و نشان می‌دهد با اینکه خیلی از پاسخ‌دهندگان نسل Z مشکلی ندارند که به برندها چند بار شانس مجدد بدهند، اما ۶۰ درصد هم گفته‌اند به محض اینکه حس کنند این شانس‌ها از دست رفته، بدون هیچ ملاحظه‌ای آن برند را رها می‌کنند.

تعداد رو به افزایشی از پاسخ‌دهندگان (۵۵ درصد)، گفته‌اند که به ندرت یا هرگز در مورد یک تجربه منفی از خدمات مشتری دیجیتال، شکایتی نمی‌کنند. این عدد در میان پاسخ‌دهندگان نسل Z ۶۰ درصد است.

بن ریچارز، مدیر ارشد تجربه مشتری (که در ایجاد تجربیات بهتر برای مشتریان، کارکنان، شرکا و تامین کنندگان یک سازمان نقش دارد) شرکت بازاریابی و ارتباطات VMLY&R، اخیراً در مورد اهمیت برآورده کردن انتظارات متنوع نسل Z گفت‌وگو کرده است. به گفته ریچارز، این نسل راحتی و کارآمدی را ترجیح می‌دهد و اغلب شکل‌های مختلف خرید آنلاین را انتخاب می‌کند تا خرید حضوری یا تلفنی.

این تغییر در اولویت‌ها، نشان می‌دهد تنظیم استراتژی خدمات‌رسانی به مشتری برای تحقق نیازهای نسل Z که عمدتاً راحتی دیجیتال را ترجیح می‌دهند، چقدر اهمیت دارد.

دلایل اصلی رها کردن یک برند، این نیاز به تطابق دادن خدمات با خواسته‌های مشتری را تقویت می‌کنند که عبارتند از:

مشکلات ارتباط گرفتن با یک فرد یا سخنگوی واقعی (۵۳ درصد کلی، ۴۹ درصد نسل Z)

اطلاعات متناقض از طرف نمایندگان فروش (۴۶ درصد کلی، ۴۳ درصد نسل Z)

ناتوانی در رویابی اطلاعات از طرف خودشان (۴۳ درصد کلی، ۴۰ درصد نسل Z)

خدمات پس از فروش بد، بیشتر از فرآیند پیدا کردن محصول یا معامله بد، مشتری را عصبی و ناقید می‌کند. این حس منفی، به سلف سرویس هم بسط پیدا می‌کند. فرآیندی که مشتری مشکلاتش را خودش و بدون کمک گرفتن از نماینده کل شرکت حل می‌کند، نیمی از پاسخ‌دهندگان اگر قرار باشد تجربه سلف سرویس ضعیفی داشته باشند، ترجیح می‌دهند اصلاً این تجربه وجود نداشته باشد.

نسل Z نسبت به سلف سرویس ضعیف بدبین‌تر است و نسل‌های قدیمی‌تر، تحمل کمتری نسبت به آن دارند. البته نسل Z هم، هر چقدر بزرگ‌تر شود، ممکن است انتظاراتش تغییر کند.

همان‌طور که پاتریک مارتین، از مدیران Coveo می‌گوید: «تنها تعداد کمی از نسل Z وارد بزرگسالی شده‌اند و این یعنی بیشترشان در سال‌های آینده با مسئولیت‌های زیادی در ارتباط با سنتش مواجه می‌شوند. بین دوران مدرسه، شروع مسیر شغلی، رانندگی کسب و کار خود و تشکیل خانواده، زمان به یک منبع بارزش و محدود تبدیل می‌شود.» او اضافه می‌کند که استانداردهای آنها، درست مثل نسل‌های قبلی‌شان تغییر می‌کند. و به عنوان یک گروه جمعیتی که با تجربیات دیجیتال بزرگ شده، این استانداردها به سمت چیزی که برای آنها آسان، سریع و دسترس‌پذیر باشد، تغییر می‌یابد. بطور کلی، شرکت‌هایی مثل اپل یا محصولاتی مثل آی‌فون، چنین استانداردهایی را تعیین می‌کنند.

بنابراین، کسب و کارها چطور می‌توانند تجربه سلف‌سرویس را ارتقا دهند تا ریسک رها شدن از طرف مشتری را به حداقل برسانند؟

مشتری پاسخ می‌خواهد، نه لینک

در پاسخ به این سوال که چطور می‌توان تجربه سلف سرویس را بهبود بخشید، نیمی از پاسخ‌دهندها (۰ درصد) گفته‌اند که ترجیح می‌دهند پاسخ مشکلاتشان را به طور مستقیم در یافته‌های جست‌وجویشان ببینند نه اینکه از این لینک به آن لینک بروند. آنها می‌خواهند به جای جست‌وجوی مداوم، به راه‌حل قطعی برسند. گزینه‌های دیگری که مورد اشاره قرار گرفته‌اند عبارتند از: چت‌بات‌های هوشمند (۴۶ درصد)، تفکیک‌سازی پیشرفته (۴۴ درصد)، ثوابتی جست‌وجو برای راهنمایی استفاده از محصول (۴۲ درصد) و توصیه محتوایی که به کاربران دیگر کمک کرده است (۳۲ درصد).

اولویت‌بخشی به راحتی و خدمات فعال

کسب و کارها بیش از پیش با چالش سرگرم شدن با انتظارات متغیر مشتری مواجه می‌شوند تا پایگاه مشتریان خود را حفظ کنند و توسعه دهند.

پاتریک مارتین توضیح می‌دهد: «برندها باید تضمین کنند که تجربیات دیجیتال آنها، خیلی دقیق و سریع اطلاعاتی را منتقل می‌کند که فقط حساوی نکات علمی و بازاریابی نیستند، بلکه محتویات چندرسانه‌ای مثل عکس و فیلم را هم در برمی‌گیرند.»

برندها برای اینکه از طرف مشتریان رها نشوند، باید با اجرای استراتژی‌هایی که راحتی، کارآمدی و دقت را اولویت قرار می‌دهند، از تجربه‌هایی که ارائه می‌کنند، پشتیبانی کنند.

مارتین در ادامه می‌گوید: «سوالات آنها را فوراً جواب دهید؛ از فرصت دادن پاسخ فوری به سوالات متشابهی که افراد قبلاً پرسیده‌اند، استفاده کنید و محتوای مرتبطی را که به آنها کمک می‌کند از خریدشان بیشترین بهره را ببرند، ارائه کنید. خدمات فعال، مشتری را وفادار می‌کند.»

منبع: My Customer
مترجم: مریم رضایی

دیوان محاسبات:

۱۰۰۹ شهرداری حقوق و مزایای کارکنان خود را در سامانه ثبت نکردند

بنا به اعلام دیوان محاسبات، یکهزار و ۹ شهرداری حقوق و مزایای کارکنان خود را در سامانه ثبت نکردند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل دیوان محاسبات کشور، بررسی های دیوان محاسبات کشور نشان می دهد تعداد یکهزار و ۹ شهرداری در سطح کشور مفاد جزء (۲) بند الف تبصره ۲۰ ماده واحده قانون بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور مبنی بر لزوم ثبت و به روزرسانی آمار نیروی انسانی در پایگاه اطلاعات کارکنان نظام اداری و همچنین ثبت ماهانه حقوق و مزایای تمامی کارکنان در سامانه حقوق و مزایا را رعایت نکرده‌اند.

علی قاسم پور عنوان کرد:

تخصیص اعتبار ۳۰ میلیارد ریالی برای خط اتصال کرج به محمد شهر

رئیس شورای اسلامی شهرستان کرج از تخصیص اعتبار ۳۰ میلیارد ریالی در متمم بودجه شهرداری کرج برای بهسازی و آسفالت خیابان بسیج حد اتصال کرج به محمد شهر خبر داد.

به گزاوش پیام آشنا، علی قاسم پور در جلسه رسمی شورای شهرستان کرج که با حضور اعضا شورا، معاونت فنی و عمرانی شهرداری کرج، مدیر منطقه ۶ شهرداری و مدیران فنی سازمان آرامستان‌های شهرداری برگزار شد، ضمن تبریک ماه رجب گفت: غرش موشک‌های سپاه و گذر از آسمان جمهوری اسلامی دل خانواده شهدا و مردم ایران را شاد کرد، از سپاه مقتدر و سربازان جان بر کف تقدیر و تشکر میکنم. نظام مقدس جمهوری اسلامی مقتدر با هر گونه جنایتی که بر علیه ملت شریف ایران انجام شود برخورد خواهد کرد.

رئیس شورای اسلامی شهرستان کرج اذعان کرد: چندی پیش بازدید میدانی به همراه اعضای شورا، شهردار محمدشهر و کرج از بلوار بسیج واقع در جاده محمدشهر در خصوص رفع دغدغه و مشکلات شهروندان در راستای بهسازی و بازگشایی مسیر انجام شد.

قاسم پور گفت: در این بازدید مقرر شد بلوار بسیج که مرز بین سه شهرستان کرج، محمدشهر و مشکین دشت می‌باشد با هماهنگی شهرداری های این سه شهر نسبت به ترمیم آسفالت، جداول گذاری و همچنین بازگشایی ادامه مسیر تا جاده مشکین دشت اقدام شود.

وی یادآور شد: با پی گیری های انجام شده موضوع آسفالت زیر گفتر محمدشهر و خیابان مسجد مرز بین محمد شهر و شهر کرج در قالب لایحه تنظیم و در متمم بودجه سال جاری شهرداری اعتباری بالغ بر ۳۰ میلیارد ریال توسط شورای شهر کرج تصویب شد.

سخنگوی شورای شهر کرج عنوان کرد:

تصویب لایحه متمم بودجه شهرداری کرج با افزایش ۲۵ درصدی

سخنگوی شورای اسلامی شهر کرج گفت: لایحه متمم بودجه شهرداری کرج به مبلغ ۱۱۴,۱۷۹,۷۷۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال با افزایش ۲۵ درصدی نسبت به بودجه مصوب سال ۱۴۰۲ توسط اعضای شورای شهر به تصویب رسید.

به گزارش پیام آشنا، عمار ایزدیار در یکصد و چهل و نهمین جلسه شورای اسلامی شهر که با حضور اعضای شورای شهر، شهردار، معاونین و مدیران شهری برگزار شد به روند افزایش بودجه اشاره و گفت: سهم بودجه عمرانی، ۶۶,۱۷۲,۳۷۰,۰۰۰ ریال و سهم بودجه جاری ۴۸,۰۰۲,۴۰۰,۰۰۰ ریال پیش‌بینی شده است.

بودجه مصوب شهرداری در سال ۱۴۰۰، ۴۴ هزار میلیارد و ۴۱۴ میلیون و ۵۵۰ هزار، در سال ۱۴۰۱، ۶۱ هزار میلیارد و ۱۱ میلیون و یکصد و سی و نه هزار ریال و بودجه مصوب سال ۱۴۰۲ بالغ بر ۹۱ هزار میلیارد و ۲۳۰ میلیون ریال است که نسبت به سال گذشته ۵۰ درصد افزایش داشته است.

ایزدیار گفت: ارائه این متمم در حالی که تا پایان سال دو ماه فرصت باقی مانده، نشانه بارزی از اهتمام ویژه شورای شهر، برای بررسی بودجه است که در همه حوزه‌های مأموریتی شهرداری مورد توجه قرار گرفته است.

حذف و جمع آوری زوائد بصری از سیمای شهر در منطقه ۱ کرج

سرپرست منطقه ۱ شهرداری کرج گفت: در راستای ایجاد نظم ظاهری در سیمای شهری زوائد بصری شامل پارچه نوشته‌های غیر مجاز، پرچم‌های ساحلی و تابلوهای آ.ی.دی جمع آوری و حذف گردید.

خدابین با اشاره به تاثیر بسزای حذف آشفتگی‌ها بصری و ایجاد نظم در وجیه شهروندان گفت: همواره برقرار نمودن نظم و زیبایی چهره شهر از وظایف واحد زیباسازی در شهرداری‌ها بوده است، لذا به همت و تلاش همکاران این واحد ضمن انطباق به افراط‌حذف که اقدام به نصب پارچه نوشته‌هایی در سطح منطقه کرده اند، کلیه بنرها، تابلوهای آ.ی.دی و پرچم‌های ساحلی که در مکان‌های مختلف نصب شده و موجب آشفتگی بصری در چهره شهر می شوند، حذف و جمع آوری شد.

وی در پایان افزود: کلیه اقدامات انجام شده در راستای رضایتمندی شهروندان صورت گرفته است و این عملیات حد فاصل میدان مهران تا میدان گلستان و میدان گلستان تا بهارستان و میدان مهران تا طالقانی انجام شده است.

بحران کاهش جمعیت در آمریکا و احتمال تخلیه هزاران شهر

بر پایه یک مطالعه جدید، انتظار می‌رود که ترکیب ایالات متحده آمریکا در دهه‌های آتی دستخوش دگرگونی عظیمی شود و جمعیت هزاران شهر کاهش یابد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، در مطالعه اخیر دانشگاه ایلینوی شیکاگو پیش‌بینی شده است که حدود ۱۵ هزار شهر آمریکا تا سال ۲۱۰۰ میلادی تعداد زیادی از سکنه خود را از دست می‌دهند و انتظار می‌رود که این شهرها حدود ۱۲ تا ۳۳ درصد کوچک شوند.

تمامی ایالت‌ها باستثنای ناحیه کلمبیا و هاوایی تا حدی کاهش جمعیت خواهند داشت. همچنین پیش‌بینی می‌شود شمال شرق و غرب میانه از جمله شهرهای پیتسبورگ، پنسیلوانیا، بوفالو در ایالت نیویورک و کلیولند در اوهایو بیش از همه تحت تاثیر این کاهش‌ها قرار گیرند.

بر پایه پیش‌بینی‌ها، ممکن است مردم سواحل جنوبی کالیفرنیا از این ناحیه خارج شوند در حالی‌که جمعیت سواحل شمالی متراکم‌تر شود. این مطالعه در عین حال نشان داد با اینکه نگرانی و بوتا اکنون دچار انتظار جمعیت هستند، تعداد زیادی از مردم در این ایالت‌ها مراکز شهری را ترک می‌کنند.

کارشناسان دریافتند ایالت‌هایی که بیشترین کاهش جمعیت در آنها رخ می‌دهد، ورمونت و ویرجینیای غربی خواهند بود که ۸۰ درصد از جمعیت خود را از دست می‌دهند.

به گفته این کارشناسان، این کاهش گسترده جمعیت چالش‌های بی‌سابقه‌ای به همراه دارد که احتمالا به بروز اختلال در خدمات پایه مانند حمل‌ونقل، آب پاکیزه، برق و دسترسی به اینترنت منجر می‌شود.

کارشناسان به نشریه تخصصی ساینتیفیک امریکن (Scientific American) گفتند در پس این پیش‌بینی‌ها احتمالا چندین عامل وجود دارد مانند خانواده‌های کم‌جمعیت‌تر، از بین رفتن صنایع، افزایش قیمت املاک و بحران اقلیمی که با یکدیگر همپوشانی دارند.

این یافته‌ها بر اساس سرشماری و داده‌های جمعیتی دو دهه گذشته ۲۴ هزار شهر است که به کارشناسان امکان می‌دهد روندهای آینده بیش از ۳۱ هزار شهر را طراحی کنند. این کارشناسان پنج سناریوی تغییر اقلیمی در آینده را در نظر گرفتند —از جهانی پاک‌تر و سبزتر تا دنیایی که هنوز بشدت به سوخت‌های فسیلی وابسته است — که در نهایت نتایج سناریو «میانه‌رو» را منتشر کردند.

کارشناسان تاثیر احتمالی مهاجرت بین‌المللی در توقف کاهش جمعیت را نیز بررسی کردند. بر اساس این مطالعه، جمعیت اسیانیایی و آسیایی شهرهای اطراف چالت‌شهرهایی مانند نیویورک و شیکاگو افزایش یافته که به فرصت‌های شغلی مربوط است، بنابراین جمعیت این مناطق ممکن است به دلیل مهاجرت همچنان افزایش یابد.

در این مطالعه توصیه شده است که شهرها برای تغییر جمعیت در دهه‌های آینده برنامه‌ریزی بلندمدتی را آغاز کنند و مشکلات غیرمنتظره را درنظرگیرند.

مثلا مطالعه‌ای جداگانه در دانشگاه ایلینوی شیکاگو نشان داد برای کمک به جوامع رو به پیری در شهرهایی که با کاهش جمعیت مواجه‌اند، ممکن است حمل‌ونقل کم‌هزینه لازم باشد.

بنابر گزارش ایندیپندنت، با کمتر شدن ساکنان ممکن است فروشگاه‌های مواد غذایی در برخی مناطق تعطیل شوند که به پروخت غذایی منجر می‌شود. بنابراین حمل‌ونقل برای کمک به ساکنان آسیب‌پذیر به منظور رسیدن به فروشگاه‌های باقی‌مانده لازم خواهد بود.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی وساختمان های فاقدسندرسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۲۱۰۵۵۰۰۵۴۵۲ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۶ هیات اول/دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نظرآباد تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای اخلم ولی الله حسن پور مافی فرزند قاسم بشماره شناسنامه ۱۵۶ صادره از ساوجبلاغ در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۷۶۰۴ متر مربع از پلاک شماره ۲۶ اصلی از مالکیت شهرداری نظرآباد موضوع سند ۱۹۴۴۹۳ مورخ ۱۳۸۶/۴/۲۶ دفترخانه ۳۰۹ تهران واقع در صالح آباد محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۱۵۵۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۱/۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۱/۱۶

مهدی خان آشنا
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نظرآباد

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی وساختمان های فاقدسندرسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۲۱۰۵۵۰۰۵۸۶۵ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۳ هیات اول/دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نظرآباد تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای اخلم صادق بهرامی فرزند بیرامعلی بشماره شناسنامه ۲۳۹/۱۸ صادره از ساوجبلاغ در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۳۹/۱۸ متر مربع از پلاک ۲۶ اصلی از مالکیت شهرداری نظرآباد موضوع سند ۱۹۴۴۹۳ مورخ ۱۳۸۶/۴/۲۶ دفترخانه ۳۰۹ تهران واقع در صالح آباد محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۱۵۵۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۱/۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۱/۱۶

مهدی خان آشنا
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نظرآباد

دیدگاه

ماکت‌ها و پلان‌هایی که از آنها همچون ابزار طراحی استفاده می کنیم در واقع تخیل معماران را محدود می کنند

ریوئه نیشیزاوا

بنا‌ها از دو عنصر بیرون و درون تشکیل شده‌اند، اما هنگام ترسیم پلان شما به شکل طبیعی بیشتر به درون فکر می‌کنید؛ مثلاً به سازماندهی و عملکردهای اتاق‌ها و محل قرارگیری اثاثیه. در طرف دیگر، هنگام کار درون ماکت‌ها {یا مدل‌های سه‌بعدی}، شما تمایل دارید که به بیرون بنا فکر می‌کنید؛ مثلاً فرم، اندازه، پوسته بیرونی و رابطه بنا با اطراف آن. به همین خاطر، وقتی شما طرحی را از طریق پلان و ماکت پیش می‌برید، حس عجیبی پیدا می‌کنید که {گویی} می‌توان به شکل جداگانه به درون و بیرون فشیشید. البته این چیزی نیست که ما برای آن تلاش کنیم. من معتقدم که ماکت‌ها و پلان‌هایی که از آنها همچون ابزار طراحی برای اندیشیدن راجع به معماری استفاده می‌کنیم در واقع تخیل معماران را محدود می‌کنند.

من در یک نقطه خاص به این نتیجه رسیدم که اگر به جای این ابزار طراحی از منظر تجربه فضایی درباره معماری بیندیشیم درون و بیرون می‌توانند به شکلی بی‌نقص‌تر به یکدیگر مرتبط شوند. فارغ از این که بنا چقدر بسته یا باز است، وقتی مردم با آن بنا در شهر مواجه می‌شوند، به درون آن خواهند رفت. در گیر فعالیت‌های متفاوت خواهند شد و آخر سر از آن خارج می‌شوند. وقتی یک بنا را به این شیوه از منظر فعالیت‌های مردم در نظر آورید، می‌توانید ببینید که بیرون و درون در واقع در پیوستگی با همدیگرند. مبتنی بر این منطق، اکنون به این باور رسیده‌ام که اگر معماری را از منظر تجربه بشری ملاحظه کنیم، می‌توانیم همه چیز را از خیابان‌ها گرفته تا ساختمان‌ها و باغ‌ها را یکی بدانیم بدون اینکه به درون و بیرون به شکلی جدا بیندیشیم. (در گفت‌وگوی منتشر شده در وبسایت Window Research Institute، سال ۲۰۱۶)

منبع: گفتار

محیط زیست

جزئیات برنامه‌های دولت برای مبارزه با آلودگی هوا

معاون محیط زیست انسانی سازمان حفاظت محیط زیست ضمن تاکید بر عزم جدی دولت سیزدهم در مبارزه با آلودگی هوا، به جزئیات برنامه‌های دولت همزمان با هفته ملی هوای پاک پرداخت.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، ایرج حشمتی گفت: امسال «هفته هوای پاک» از ۲۶ دی‌ماه آغاز شده است و تا ۲ بهمن ادامه دارد. سازمان محیط زیست برای این هفته شعار «هوای پاک؛ مسئول پاسخگو و شهروند مسئول» را در نظر گرفته و برای هر روز عنوان مشخصی را براساس محورهای اثرگذار در کاهش آلودگی هوا - که در قانون هوای پاک درج شده - تعیین کرده است. وی افزود: ۲۶ دی‌ماه به عنوان روز نخست هفته هوای پاک، «روز هوای پاک و حقوق عامه» نام داشت زیرا با توجه به اهمیت موضوع هوای پاک و نقش آن در سلامت عمومی جامعه، قطعا کاهش آلودگی هوا مورد مطالبه عموم شهروندان قرار دارد و به همین دلیل، اولین روز از هفته هوای پاک امسال را به موضوع حقوق عامه اختصاص دادیم. البته در دو سال گذشته نیز با توجه به اهمیت موضوع مطالبه‌گیری شهروندان، بخشی از شعار اصلی هفته هوای پاک موضوع حقوق عامه بود. حشمتی اضافه کرد: ۲۷ دی‌ماه به عنوان دومین روز هفته هوای پاک با عنوان «هوای پاک؛ توسعه و نوسازی ناوگان حمل‌ونقل عمومی» نامگذاری شد. چرا که معتقدیم، گسترش هرچه بیشتر وسایل نقلیه با کیفیت در کلانشهرها می‌تواند به کاهش آلودگی هوای شهرهای بزرگ کمک کند. همچنین ۲۸ دی‌ماه به عنوان سومین روز هفته ملی هوای پاک، با عنوان «هوای پاک؛ توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر» نامگذاری شد. زیرا امروزها نشان می‌دهد که کمتر از یک درصد سهم انرژی تولیدی کشور از نیروگاه‌های تجدیدپذیر تامین می‌شود که نسبت به ظرفیت‌های طبیعی ایران برای بهره‌مند شدن از انرژی‌های پاک بسیار ناکافی است. حشمتی با بیان این که ۲۹ دی‌ماه به عنوان چهارمین روز از هفته هوای پاک به موضوع «هوای پاک؛ آموزش و مشارکت‌های مردمی» اختصاص داده شده است، یادآور شد: بررسی‌ها نشان داده است که ارائه مستمر آموزش‌های شهروندی می‌تواند نقش مهمی در کاهش آلودگی هوای کلانشهرها داشته باشد. البته به این شرط که آموزش‌ها به‌صورت هنفمند و جداگانه به مخاطبان خاص خود ارائه و منجر به تغییر باورها و رفتارهای شهروندان در حوزه انتشار آلاینده‌های جوی شود. به همین دلیل علاوه بر برنامه‌های آموزشی هفته هوای پاک که سازمان محیط زیست برای اجرا در سطح مدارس با کمک وزارت آموزش و پرورش اجرا می‌کند، هماهنگی‌های لازم انجام شد تا روز جمعه در خطبه‌های نماز جمعه کلانشهرهای کشور، موضوع آلودگی هوا مورد توجه ائمه محترم جمعه قرار گیرد.

معاون محیط‌زیست انسانی سازمان حفاظت محیط‌زیست خاطرنشان کرد: اول بهمن ماه به عنوان ششمین روز از هفته هوای پاک با موضوع «هوای پاک و کیفیت سوخت» اختصاص داده شده است زیرا پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است که ارتقای کیفیت سوخت نقش مهمی در کاهش آلودگی هوای کلانشهرها دارد. همچنین ۲ بهمن ماه به عنوان آخرین روز از هفته هوای پاک با عنوان «هوای پاک و سلامت» نامگذاری شده است. چرا که به‌صورت کلی، شاخص کیفیت هوا براساس میزان تاثیر گذاری انتشار آلاینده‌های جوی بر سلامت مردم طبقه‌بندی شده است و در روز ۲ بهمن وزارت بهداشت برنامه‌های ویژه‌ای را اجرا خواهد کرد.