تحلیل

مشارکت به جای رقابت را زموفقیت برترین‌ها

در عرصه کسب و کار، بازها شاهد رقابت تنگاتنگ دو شرکت مطرح بوده‌ایم. کوکا و پپسی، مک دونالد و کی اف سی، آدیداس و پومادا، اپل و سامسونگ، اپیتل و فوجیتا اما مورد آخر کمی فرق دارد. اپیتل زمانی پرچمدار طراحی ترانه بود. بی‌رقیب بود و شرکتهایی مثل فوجیتا در برابرش حرفی برای گفتن نداشتند اما طی چند سال، عملکردش افت کرد و با مشکلات متعددی مواجه شد که کماکان ادامه دارند. حتی تغییر مدیرعامل شرکت نیز دردی را دوا نکرد. تحلیلگران می‌گویند عوامل متعددی در وضعیت فعلی اپیتل دخیلند که مهم‌ترینشان، رقابت تنگاتنگ شرکت‌های صنعت ترانه است. شرکت‌های اسم و رسم‌داری مثل اپیتل ناگهان دچار افت صعلکه می‌شوند؟ فوجیتا چطور توانسته گوی سبقت را از اپیتل بربایه؟ ما برای یافتن پاسخ این سوال، ۱۵ جفت شرکت مطرح در حوزه‌های مختلف را انتخاب کردیم؛ از جمله مایکروسافت و اپراکل، تنظیکس و پارفیوت، تسلا و فورد و فوجیتا و اپیتل. هر جفت شامل یک شرکت موفق و یک شرکت ناموفق (یا کمتر موفق) بود. سپس بررسی کردیم تا ببینیم وجه تمایز شرکت‌های موفق و ناموفق چیست.

پس از تحقیقات و مصاحبه‌های متعدد، فهمیدیم که شرکت‌های موفق از یکی از رویکردهای استراتژیک شش گانه استفاده می‌کنند و همین عامل موفقیتشان بوده است.

همزمان با تغییر نیازها و دینامیک‌های بازار، مفاهیم استراتژیک نیز مد می‌شوند و از مد می‌افتند. طی دهه‌ها، مفاهیم استراتژیک، بازها تغییر کرده و تکامل یافته‌اند. مثلا در دهه ۱۹۶۰، شاهد رواج «تحلیل SWOT» بودیم. در دهه ۱۹۸۰، «مزیت رقابتی» مطرح شد و سپس رویکرد «هرمزندگی» رواج یافت.

حالا در آستانه یک تغییر مسیر دیگر هستیم و مفاهیم جدیدی در حال شکل گیری‌اند. تحقیقات ما نشان داده که انحلال همین رویکردهای جدید است که باعث موفقیت شرکت‌هایی مثل فوجیتا شده. سازمان‌ها در حال اتخاذ یک رویکرد «اکوسیستمی» هستند به این معنا که حالا بیش از آنکه رقابت کنند با یکدیگر مشارکت می‌کنند. رقابت مفهوم سنتی خود را از دست داده.

شرکت‌های موفق، صفر تا صد فرآیندها را خودشان تنهایی طی نمی‌کنند. آنها استراتژی خود را از رقبا و عموم مردم پنهان نمی‌کنند. با قبیل خود، فارغ رقابت به معنای سنتی‌اش را اندازه بدنه که با هم‌صدا کار می‌کنند و البته استراتژی‌ای اتخاذ می‌کنند که به نفع طیف گسترده‌تری از افراد باشد، نه فقط به نفع مشتری‌ها و سهامداران.

در گذشته، به راحتی می‌توانستیم تشخیص دهیم که اسپیکر به کار رفته در خودروهای BMW، ساخت خود این شرکت نیست اما امروزه محصولات و خدمات چنان یکپارچه در هم تنیده شده‌اند که مشتری به سختی می‌تواند سازنده اجزای مختلف را تفکیک کند. مثلا اپل، یک مرکز برای عرضه‌گر مشتریان به مرکز کارت و ویزاست اما کمتر کسی این را می‌داند.

شرکت‌های موفق با رقبایشان سرسخت خود، همکاری می‌کنند. مثلا مایکروسافت در سال ۲۰۱۴ تصمیم گرفت نرم‌افزار آفیس را در دسترس کاربران محصولات اپل (که رقیبش بود) قرار دهد. این کمک کرد که پایگاه کاربرانش گسترش یابد. همکاری مایکروسافت با اپل، صرفا ارائه یک محصول جدید نبود بلکه نشان دهنده تغییر رویکرد استراتژیک‌اش بود.

ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت می‌گوید: «ظهور عام این است که شراکت یک بازی مجموع صفر است. به این معنا که آنچه یک طرف بازی به دست می‌آورد، طرف دیگر از دست می‌دهد. اما من این طور فکر نمی‌کنم. در عصر حاضر که دوران دگرگونی دیجیتال است، هر سازمان و هر صنعتی، شرکای بالقوه یکدیگر هستند.»

استراتژی‌های شش گانه عامل موفقیت شرکت‌هایی مثل فوجیتا هستند. برخلاف دوران قدیم که شرکت‌ها استراتژی‌های خود را پنهان می‌کردند، حالا شرکت‌های موفق در بیانیه‌های خود صراحتا از این استراتژی‌ها صحبت می‌کنند و عموم را در جریان قرار می‌دهند.

در بخش نخست این مقاله (۲۷ فروردین ۱۴۰۳)، چهار استراتژی اول را بررسی کردیم. در بخش دوم، نگاهی خواهیم انداخت به دو مورد آخر، راه کردن رقابت و آزمایش‌ها در مقیاس کوچک.

۵- رقابت را کنار بگذارید

شرکت‌های دارای عملکرد بالا بیش از رقبای خود از این استراتژی صحبت می‌کنند. این استراتژی معروف است به «عنیله‌رو سریع» که یعنی شما منتظر می‌مانید تا رقبایتان صحبت به نوآوری بزنند و سپس با تقلید از یک محصول مشابه می‌سازید.

در گذشته، شرکت‌ها ترجیح می‌دادند رویکرد «هزینه بیشتر بودن» را انتخاب کنند (به این معنا که خودشان اولین شرکتی باشند که محصول یا خدماتی را به بازار معرفی می‌کنند). این روش مزایایی دارد. اگر خالق یک نوآوری باشید می‌توانید در عرصه خود پیشگام شوید. برندتان زودتر شناخته می‌شود. وفاداری مشتریان را جلب می‌کنید. کنترل منابع و کانال‌ها را در دست می‌گیرید و می‌توانید هزینه جلب‌چینی را بالا ببرید (هزینه جلب‌چینی به معنای هزینه‌ای است که مشتری می‌پذیرد تا ببرندی را جایگزین برند دیگر کند. مثلا به جای استفاده از شامپوی همیشگی‌اش، جلسون را خریداری کند).

حالا معادلات دارند تغییر می‌کنند. به لطف دسترسی بیشتر به داده‌های پذیرش مشتری، کاهش وفاداری به برند، هزینه‌های جلب‌چینی کمتر و کوتاه شدن زمان عرضه محصول، «اول بودن» مزایای سابق را ندارد. اتفاقا بهتر است اجازه دهید بقیه، فیلم بازار و تکنولوژی را محک بزنند و آماده بشوید که اگر فرصتش پیش آمد از آنها جلو بزنید.

اگر اجازه دهید دیگران قبل از شما «موفعیت را بسنجند» می‌توانید از اشتباهاتشان درس بگیرید و خطاهای مشابه را تکرار نکنید. شیافه‌روی سریع به شما این امکان را می‌دهد که تکنولوژی‌های جدیدتری را که رایج‌تر از قبل در حال پیشرفت هستند اعمال کنید و راه‌حل‌های بهتر و مقرون به صرفه‌تر ارائه دهید.

«ریتا مک گرث» استاد مدرسه کسب‌وکار کلمبیا می‌گوید موضوع، شناسایی «لحظه انعطاف استراتژیک» است که در آن لحظه، هزینه صبر کردن بیش از هزینه اقدام می‌شود. به عبارت دیگر، باید بتوانید بهترین زمان برای ورود به بازار یا اعمال یک تکنولوژی را شناسایی کنید و بر اساس «آمادگی بازار، بلوغ تکنولوژیک و گنجایش سازمانتان»، ریسک‌ها و فرصت‌ها را در نوسانه قرار قرار دهید.

یکی از بهترین نمونه‌ها، ورود استارتاپ شرکت «فلری» به بازار خودروهای شاسی‌بلند لوکس است. این شرکت سال‌ها پیش اعلام کرده بود که به این بازار ورود نخواهد کرد و برای یک مدت طولانی، به پیاده پیاده‌بود به نظر می‌رسید. این رویه تغییر ناپذیر است حتی با وجود گرایش شدید مشتری به خودروهای شاسی‌بلند لوکس.

رقیبان سنتی فراری اما سیر دیگری را پیش گرفتند. بنز خیلی زود یعنی در سال ۱۹۹۷، شروع به تولید شاسی‌بلندهای کلاس M کرد. در واقع ریسک کرد و وارد بازاری شد که هنوز نوپا بود. سال ۲۰۰۲، پورشه با اینکه در گیر مشکلات مالی بود، طی یک اقدام جسورانه، کایین را معرفی کرد؛ مدلی که بعدها این برند آلمانی را از خطر ورشکستگی احتمالی نجات داد. بعدها، معادلات بازار تکامل یافتند و فراری ترغیب شد که درباره تصمیمش تجدید نظر کند. این خودروساز ایتالیایی متوجه شد که بازار شاسی‌بلندهای لوکس، یک فرصت عالی برای رشد و متنوع‌سازی است به‌علاوه، آنها از تجربیات رقبایشان که قبلا به این بازار وارد شده بودند درس‌های ارزنده‌ای گرفتند. سال ۲۰۲۲، فراری سرانجام رویه استارتاپ خود را شکست و «پوروسانگوئه» را معرفی کرد و به این ترتیب، به بازار شاسی‌بلندهای لوکس تاخت. ورود دیرهنگام این شرکت باعث شد از بهترین روش‌ها و نوآوری‌های رقبایش درس بگیرد؛ از درک ترجیحات خریدار و پخش‌های بازار و سطوح قیمت‌گذاری گرفته تا نوسعه عملکردهای پیشرفته و تکنولوژی‌های ایمنی و از مزایای تکنولوژی‌های باطری بهره‌مند شد. به‌علاوه، بازار باطری شده بود و تقاضا و ترجیحات مشتری‌ها مشخص شده بودند.

۶- آزمایش در مقیاس کوچک انجام دهید

شرکت‌های دارای عملکرد بالا معمولا صراحتا اعلام می‌کنند که در حال اجرای آزمایش‌های تجاری با هدف یادگیری هستند. این نشان دهنده رو گردنی از رویکردهای سنتی مثل «ثبات، برنامه‌ریزی، اجرا» و گرایش به رویکردهای «چابک» و «تقدیم، یادگیری، ساخت» است. با اتخاذ روش‌های چابک شما به جای ساخت یک طرح بی‌عیب و نقص، قدم‌های کوچک برمی‌دارید. از آنها یاد می‌گیرید و سپس در مورد سرمایه‌گذاری بیشتر، تصمیم‌گیری می‌کنید.

نویسنده: Kaihan Krippendorff
مترجم: حمیرا بهرام‌آبادی
منبع: HBR

همزمان با ۹ اردیبهشت ماه روز ملی شوراهاد شورای شهر کرج به عنوان شورای نمونه استان البرز انتخاب و معرفی شد

شورای اسلامی شهر کرج به‌عنوان شورای نمونه استان البرز انتخاب شد

به گزارش پیام آشنا، معرفی شورای شهر کرج به عنوان شورای نمونه استان روز گذشته در آئینی با حضور معاونین استاندار البرز، فرماندار، مدیران کل استانداری، بخشداران، دهیاران و اعضاهای شورای اسلامی شهرها و روستاهای استان البرز در تالار شهیدان نژادفاخ انجام شد.

این سنجش بر اساس ارزشیابی و طبق شاخصهای مختلف در سطح استان البرز انجام شده است.

انتخاب شورای اسلامی شهر کرج به عنوان شورای نمونه استان را می‌توان حاصل زحمات و خدمات ارزنده و ماندگار مدیریت شهری کرج دانست.

در این مراسم از شورای اسلامی شهر کرج با اهداء لوح تقدیر و تندیس تجلیل به عمل آمد.

انتقاد رئیس کمیسیون نظارت شورای شهر:

دلیل عدم ابلاغ طرح تفصیلی کرج چیست؟

رئیس کمیسیون نظارت و حقوقی شورای اسلامی شهر کرج از عدم ابلاغ طرح تفصیلی انتقاد کرد و گفت عدم ابلاغ طرح تفصیلی در خصوص آن قسمت از املاکی که در طرح های شهری مانند آموزشی، بهداشتی و فضای سبز قرار گرفته اند، عملا موجب تضییع حقوق مالکانه و محروم شدن مالک از بهره برداری ملک می گردد.

به گزارش پیام آشنا، مریم قهرمانی صارم در تذکر پیش از دستور جلسه یکصد وشصت وسومین جلسه رسمی شورای اسلامی شهر کرج اظهار داشت: یکی از مهمترین رویکردها در برنامه‌ریزی شهری که امروزه در کنار رویکرد مشارکت‌پذیری و مشارکت‌جویی مورد توجه قرار گرفته، موضوع محله محوری است. رئیس کمیسیون نظارت و حقوقی شورای اسلامی شهر کرج اذعان کرد: در این راستا مدیران مناطق کمبودها و کلستی های محله ها را هر چند اندک احصا کنند و درصدد رفع آن باشند.

قهرمانی اذعان کرد: با توجه به سیاست های شورای اسلامی شهر کرج که یکی از دغدغه های نمایندگان مردم است ابلاغ طرح تفصیلی می باشد.

دبیر شورای اسلامی شهر کرج تصریح کرد: پیرو بازدید از منطقه ۳ خیابان پنجم غربی مهرشهر با توجه به وجود ۶ مدرسه و مرکز آموزشی لطفا در شهرداری پیگیر طرح تفصیلی جدید خیابان پنجم انحصارا در کمیسیون ماده ۵ باشید که پس از تصویب و ابلاغ طرح تعریض این خیابان انجام شود و تردد دانش آموزان و فرهنگیان و همشهریان به سهولت انجام شود.

قهرمانی افزود: لذا نواقص و کلستی هایی مشهود بود که انشاالله مدیریت شهری به فوریت جهت رفع این مسائل اقدام کنند مثل تامین روشنایی منطقه و افزایش تعداد اتوبوس ها و نبود ایستگاه اتوبوس در محله و ..

مدیرعامل شرکت توسعه فضاهای فرهنگی تهران:

بهره‌برداری از پروژه خانه وثوق تا پاییز و فروغ تا پایان سال

مدیرعامل شرکت توسعه‌فضاهای فرهنگی شهرداری تهران آخرین وضعیت پروژه مرمت خانه وثوق‌الدوله و خانه فروغ فرخزاد را تشریح کرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، سید محمد ناظم رضوی درباره آخرین وضعیت پروژه مرمت خانه وثوق‌الدوله گفت: بالغ بر ۵۰ درصد مرمت خانه وثوق‌الدوله که در منطقه ۱۴ قرار دارد، انجام شده است. به احتمال بسیار قوی این پروژه تا نیمه اول سال به افتتاح و بهره‌برداری خواهد رسید.

بر اساس گزارش پایگاه اطلاع رسانی شهر، وی با اشاره به اینکه بخش زیادی از مرمت سازمای خانه فروغ فرخزاد که در منطقه ۱۱ تهران قرار دارد، انجام شده است اظهار کرد: با توجه به اینکه این خانه ثبت میراث ملی است، برای مرمت آن نیاز بود که تغییرات سازمای و مرمتی در کمیته تخصصی میراث فرهنگی تصویب شود به همین علت مرمت خانه فروغ فرخزاد کمی کندتر پیش می‌رود. با این حال به احتمال بسیار قوی این خانه نیز تا نیمه دوم سال افتتاح خواهد شد.

ساخت‌وساز با تورم دستوری

ساخت مسکن با قیمت مترمربعی ۸ میلیون و ۲۴۱ هزار تومان؛ تمام می‌شود؟

دنیای اقتصاد -هاجر شادمانی : متن قرارداد دوجانبه متولی مسکن با ابوموازان برای ساخت مسکن دولتی، حاوی سه قفل قیمتی است. تعیین هزینه ساخت نازاگر با واقعیت‌های بازار ساخت‌وساز با تورم دستوری و در نظر گرفتن جریمه ناکارآمدی کندسازی این سه قفل قیمتی در متن قراردادهای ابوموازان برای ساخت مسکن در طرح خانه‌سازی دولتی با طرح ساخت یک میلیون مسکن در سال است.

بررسی‌های دنیای اقتصاد درباره جزئیات مفاد قرارداد دوجانبه بین دولت و ابوموازان در پروژه‌های مسکن‌سازی دولتی استان تهران، نشان می‌دهد، در این قراردادها مطابق با رویه‌ای که از ابتدای شروع طرح خانه‌سازی دولتی در کشور اعمال شد، قیمت مقطوع برای ساخت هر مترمربع از این واحدها تعیین شده است. قیمت ساخت هر مترمربع مسکن دولتی، ۸ میلیون و ۲۴۱ هزار تومان در نظر گرفته شده است؛ این قیمت نیمه سال گذشته از سوی متولی بخش مسکن برای خانه‌سازی‌های دولتی (طرح ساخت یک میلیون مسکن در سال) تعیین و در قرارداد دولت با ابوموازان درج شد. رقم ساخت ۸ میلیون و ۲۴۱ هزار تومانی برای ساخت هر مترمربع مسکن در پروژه‌های خانه‌سازی دولتی تهران در حالی در این قراردادها تعیین شده است که سال گذشته، شرکت‌های ساختمانی، حداقل هزینه ساخت هر مترمربع مسکن در پروژه‌های مسکونی ۴ طبقه ۱۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان اعلام کردند. مسوولان سازمان نظام مهندسی ساختمان نیز کف هزینه ساخت هر مترمربع واحد مسکونی در سال گذشته را رقمی حدود ۱۰ میلیون تومان اعلام کرده بودند. اخیرا نیز رئیس بنیاد مسکن انقلاب اسلامی هزینه ساخت هر مترمربع مسکن در روستاها را ۸.۵ میلیون تومان اعلام کرد. مقایسه این آمار و ارقام اعلام شده، نشان دهنده آن است که در قراردادهای دوجانبه دولت وابوموازان، هزینه ساخت هر مترمربع در سطح پایین و متفاوت از واقعیت‌های بازار ساخت، تعیین شده است. اما با توجه به اینکه برخی از ابوموازان در قالب این قراردادها به پروژه‌های مسکن‌سازی دولتی ورود کرده‌اند این قرضیه مطرح است که شاید از نگاه آنها امکان ساخت مسکن با این رقم، وجود داشته باشد.

اما ایرج رهبر، رئیس هیات‌مدیره انجمن ابوموازان مسکن استان تهران روز گذشته در این باره به دنیای اقتصاد اعلام کرد: با سطوح فعلی هزینه‌های ساخت مسکن، هم‌اکنون (تیمه بهار ۱۴۰۳)، هزینه ساخت هر مترمربع از این واحدها رقمی حول و حوش ۱۵ میلیون تومان تمام می‌شود؛ به این ترتیب، و بر اساس اعلام وی، همین حالا و در حالی که تنها چند ماه از تنظیم متن این قراردادها سپری می‌شود، قیمت تعیین شده برای ساخت خانه‌های دولتی، عملا فاصله قابل‌توجهی با روایت سازنده‌ها از نازه‌ترین وضعیت هزینه‌های ساخت‌وساز دارد.

آن طور که رهبر به دنیای اقتصاد اعلام کرد تاکنون ابوموازان برآوردهای مختلفی از هزینه ساخت مسکن در دوره‌های زمانی مختلف به دولت ارائه داده‌اند اما تمام ارقامی که تاکنون تعیین شده است با این برآوردها فاصله داشته است. به گفته وی با وجود این تفاوت‌ها، ابوموازان نسبت به قیمت تعیین شده در قراردادها گلامند هستند؛ اما تاجا به کار با این قیمت‌ها هستند و در تلاش هستند تا در مذاکرات بعدی این ارقام یا روش‌های تامین مالی را بر اساس مدل‌های پیشنهادی، از جمله ورود به حیطه مشارکت، تعدیل و ترمیم کنند. وی با اشاره به روند کند طی مراحل اداری برای تامین مالی پروژه‌ها از جمله اختصاص تسهیلات و وام ساخت، اعلام کرد: تعیین قیمت‌های غیرواقعی و عدم‌تزریق به موقع منابع می‌تواند پروژه‌ها را با خطر جدی تاخیر در ساخت و تحویل روبه‌رو کند که خود یک عامل مهم افزایش هزینه ساخت است.

رهبر، با اعلام اینکه هم‌اکنون حدود ۱۱ هزار و ۲۰۰ واحد مسکونی طرح خانه‌سازی دولتی (نیمضت ملی مسکن) در استان تهران در قالب این قراردادهای دوجانبه و با قیمت تعیین شده ساخت با مترمربعی ۸ میلیون و ۲۴۱ هزار تومان از سوی ۳۰ شرکت ابوموساز، در فرآیند ساخت قرار گرفته است، گفت: از طرح اقدام ملی مسکن نیز حدود ۳ هزار و ۲۰۰ واحد مسکونی از سوی ۷ شرکت ابوموساز، در دست ساخت است. همه این واحدها بنابر اظهارات وی، متفاوتی مشخص دارند و بخشی از آورده متفاوتان نیز متناسب با شرایط پروژه‌ها و عملکرد متفاوتان در واریز سهم آورده، به پروژه‌ها تزریق شده است اما هنوز قراردادی بین ابوموازان و متفاوتان برای تعیین واحد متفاوتان، منعقد نشده است. هم اکنون و بر اساس تازه‌ترین آمارهای اعلام‌شده از سوی متولی مسکن، عملیات ساخت بیش از ۹۰ هزار واحد مسکن دولتی‌ساز در قالب نهضت ملی مسکن در استان تهران آغاز شده است؛ مجموع سهم ابوموازان از این ساخت‌وسازها تاکنون حدود ۱۵ هزار واحد برآورد می‌شود.

به گفته وی واحدهای اقدام ملی مسکن که از دولت قبل بقایی مانده است حدود ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد اما واحدهای نهضت ملی مسکن که در قالب قراردادهای دوجانبه جدید در فرآیند اجرا قرار گرفته است بین ۱۰ تا ۱۵ درصد پیشرفت فیزیکی دارد. این در حالی است که براساس یک بند از این قراردادها، مدت زمان ساخت این واحدها ۲۰ ماه یعنی معادل ۱ سال و ۸ ماه تعیین شده است؛ یعنی عملا سری اول این واحدها که تیمه سال گذشته قرارداد ساخت آنها بین دولت و ابوموازان منعقد شده است باید بهار سال آینده، تکمیل، افتتاح و تحویل متفاوتان شود. با این حال، رئیس هیات‌مدیره انجمن ابوموازان مسکن استان تهران به دنیای اقتصاد اعلام کرد: این واحدها هم‌اکنون حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد پیشرفت فیزیکی دارند؛ هنوز هم هیچ‌کدام از آنها تسهیلات بانکی دریافت نکرده و منتظر طی فرآیندهای اداری برای تزریق منابع بانکی در قالب وام ساخت هستیم. به گفته وی در صورت عدم‌تعدیل قیمت ساخت و تزریق به موقع منابع بانکی و آورده متفاوتان، برخورد این پروژه‌ها با تاخیر زمانی و افزایش مدت زمان ساخت به بیش از ۲۰ ماه بعید و دور از ذهن نخواهد بود.

تعدیل قیمت فقط تا ۲۵ درصد!

علاوه بر تعیین هزینه ساخت هر مترمربع ۸ میلیون و ۲۴۱ هزار تومانی، در قراردادهای ساخت مسکن دولتی در تهران و تفاوت قابل‌توجه آن با تخمین سازنده‌ها و برخی مسوولان از هزینه ساخت مسکن، «تعیین تورم دستوری» در این قراردادها، دومین قفل قیمتی خانه‌سازی دولتی در تهران است. در یک بند دیگر از این قراردادها دوجانبه، اعلام شده است که در صورت افزایش هزینه ساخت مسکن به دلیل تورم، بهای ساخت تنها تا سقف ۲۵ درصد کل مبلغ قرارداد ظرفیت و قابلیت افزایش دارد. اما در شرایطی که طی سال‌های گذشته تاکنون به طور متوسط در هر سال هزینه ساخت مسکن دست‌کم ۴۰ درصد افزایش داشته است، عملا در این قراردادها علاوه بر آنکه قیمت دستوری تلنازگار با واقعیت هزینه ساخت مسکن تعیین شده است، برای تورم ساخت نیز، سقف تعیین شده است.

جریمه کندسازی: ۵ درصد

در کنار دو مورد قبلی، اما، جریمه‌ای ناکارآمد برای سازنده‌های کم‌کار تعیین شده است؛ جریمه کندسازی خانه‌سازی دولتی در این پروژه‌ها تنها ۵ درصد مبلغ قراردادهاست. هر چند به دلیل نادیده گرفتن برخی واقعیت‌ها، به گفته سازنده‌ها، به احتمال زیاد بخش قابل‌توجهی از پروژه‌ها ممکن است با تاخیر روبه‌رو شوند، اما جریمه تاخیر غیرموجه در این قراردادها نیز چندان بازدارنده نیست و تنها ۵ درصد مبلغ قرارداد در نظر گرفته شده است. این در حالی است که اگر متولی طرح خانه‌سازی دولتی برای جلوگیری از تاخیر غیرمجاز در ساخت این واحدها، به دنبال اهرم بازدارنده است، این نرخ ۵ درصدی از بازدارندگی کافی برخوردار نیست!

هزینه متفاوتان برای تکمیل خانه‌ها

جزئیات دیگری از مفاد این قراردادها نشان می‌دهد، ساخت خانه‌های دولتی با هزینه ۸ میلیون و ۲۴۱ هزار تومانی به ازای هر مترمربع، دست‌کم حدود ۱۰۰ میلیون تومان دیگر نیز برای متفاوتان و خانوارهای تحویل‌گیرنده واحدها، (به قیمت امروز)، هزینه دارد. در یکی از بندهای این قراردادها، اعلام شده است سازنده‌ها فاقد تعهد برای تامین آسانسور، پکیج، رادیاتور، کولر، نقاشی و کابینت هستند. به گفته ایرج رهبر، با قیمت‌های امروز، تامین این تجهیزات دست‌کم مترمربعی یک میلیون تومان هزینه خواهد داشت که در صورتی که واحدها خام و بدون این نصبیات به متفاوتان تحویل شوند باقیمت‌های امروز، با در نظر گرفتن متوسط مساحت ۱۰۰ مترمربعی واحدها، به هزینه‌ای معادل ۱۰۰ میلیون تومان برای تکمیل واحدها نیاز است.

دیدگاه

مهم است که با منظر موجود رقابت نکنیم و جایگاه معماری را در زمینه بزرگ‌تر به رسمیت بشناسیم

تام کوندیگ

من همیشه یک طراح بسیار زمینه‌محور بودم. کار من از زمینه خاص خود کمک می‌گیرد تا فضاهایی خلق کند که در مقیاس {خود} درست، معنادار و انسانی احساس شوند. اگر شما {کار خود را} با اولویت بستر آغاز کنید، هر چیز دیگر تبدیل به بافتی مستقیم، به آن مکان خاص تبدیل می‌شود. به نظر من مهم است که با منظر -ساخته شده یا مصنوعی- {موجود} رقابت نکنیم و جایگاه معماری را در زمینه بزرگ‌تر به رسمیت بشناسیم. (در گفت‌وگوی منتشر شده در وبسایت designboom، سال ۲۰۲۰)

منبع: گفتار

محیط زیست

مورد عجیب برای لاک‌پشت‌ها

مدیرکل دفتر حفاظت از زیست‌بوم‌ها و سواحل دریایی سازمان حفاظت محیط زیست با اشاره به رونمایی از پایگاه داده تنوع زیستی خلیج فارس تا پایان بهار گفت: هدف از این کار ایجاد مرجعی منطقه‌ای برای کلیه کشورهای حاشیه این پهنه آبی و دسته‌بندی علمی آمار و اطلاعات در مورد گونه‌های بومی و غیربومی و مهاجم موجود در این اکوسیستم است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، محمد طلبی متین همزمان با روز ملی خلیج فارس (۱۰ اردیبهشت) افزود: در سال گذشته معاونت محیط زیست دریایی و تالاب‌ها از طریق عقد قرارداد با دانشگاه تهران و دانشگاه شهیدبهشتی، کلیه اطلاعات موجود در خصوص گونه‌های گیاهی و جانوری خلیج فارس و دریای عمان و خزر را گردآوری کرده و این داده‌ها در قالب یکسان جهت ورود به پایگاه داده آماده سازی شده است. در حال حاضر، طراحی پایگاه داده تنوع زیستی دریایی کشور در مرحله برنامه نویسی است. پس از رونمایی قرار است به‌تدریج اطلاعات تنوع زیستی سایر دریاهای کشور نیز به این پایگاه وارد و به صورت مستمر به‌روزرسانی شود.

وی اضافه کرد: هدف از ایجاد این پایگاه داده - که استفاده عموم نیز از آن امکان پذیر خواهد بود - ایجاد مرجعی منطقه‌ای برای کلیه کشورهای حاشیه دریاها و دسته‌بندی علمی آمار و اطلاعات در مورد گونه‌های بومی و غیربومی و مهاجم موجود در این اکوسیستم‌ها است.

طلبی متین درباره برنامه‌های سازمان محیط زیست برای حفاظت از لاکپشت‌های خلیج فارس به عنوان گونه‌هایی در معرض خطر اقتراض خلیج فارس گفت: امسال نیز همچون گذشته، در راستای اجرای فعالیت‌های پیش‌بینی شده در برنامه اقدام ملی حفاظت از لاکپشتان دریایی ایران، پایش زیستگاه‌ها، تگ‌گذاری لاکپشتان زاد/و آور و ایجاد هچری سایت در مناطقی که نیاز است، از سوی ادارات کل ساحلی تابعه و با مشارکت برخی از صنایع ساحلی، مناطق آزاد تجاری صنعتی و دانشگاه‌ها در جزایر و سواحل در حال انجام است.

وی تاکید کرد: یک موضوع نگران‌کننده مشاهده تخمگذاری لاکپشتان دریایی در سواحل استان سیستان و بلوچستان در دیماه و بهمن ماه سال گذشته بود. احتمالا این امر ناشی از اثرات تغییر اقلیم بر گونه‌هاست که منجر به تغییر رفتارهای تولیدمثلی آن‌ها شده، بنابراین نیاز است مطالعاتی در این خصوص نیز انجام شود.

اهدای خون، اهدای زندگی