کسب و کار

## شناسایی یک پل ارتباطی بین فروش و بازاریابی

این روزها انتظارات مشتری‌ها از شرکت‌ها بسیار بالا رفته یک مشتری، چه در حال تحقیق درباره یک محصول یا خدمات باشد چه در حال استفاده از کانال‌های دیجیتال و تعامل با فروشنده‌ها، دوست دارد تجربه‌ای بی‌دردسر و شخصی‌سازی شده داشته باشد. متاسفانه بسیاری از شرکت‌ها در انجام این امر ناتوانند. مشکل اینجاست که واحدها از یکدیگر کاملا مجزا هستند. داده‌ها نیز همین‌طور. دانش آنها نیز پراکنده است و حدود بازاریابی نمی‌داند در بخش فروش چه خبر است و واحد فروش از خدمات مشتری خبر ندارد و هیچ‌کدام از تمام پتانسیل دیجیتال‌شان استفاده نمی‌کنند. افراد سازمان، از کارکنان بازاریابی گرفته تا فروش و خدمات مشتری، به داده‌ها و بینش آنی و هماهنگ دسترسی ندارند و نمی‌توانند تعاملات مشتریان را در لحظه پاسخ دهند. یکی از راه‌حل‌ها ایجاد یک «مرکز مشتری دیجیتال» یا «دیجیتال هاب» است معمولا در شرکت‌ها رویال به این شکل است که هر واحد، سیستم‌ها و داده‌های مربوط به خودش را دارد و به داده‌های سایر واحدها دسترسی ندارد. این سیستم‌ها از یکدیگر جدا هستند و هیچ راه ارتباطی میانشان وجود ندارد برای رفاندازی یک مرکز دیجیتال باید به سراغ واحدها بروید و داده‌های مربوط به مشتریان هر یک را جمع‌آوری و در یک پلتفرم یکپارچه ادغام کنید پس از آنکه داده‌ها و قابلیت‌ها یک جا جمع شدند، می‌توانید آنها را با استفاده از عامل تحلیل و هوش مصنوعی به بینش قابل اجرا تبدیل کنید این به تیم‌های مرتبط با مشتری در واحدهای فروش، بازاریابی، خدمات و پشتیبانی کمک می‌کند هوشمندانه‌تر و هماهنگ با یکدیگر کار کنند. شرکت‌ها برای ایجاد این مرکز باید از یکسری موانع مالی، فنی و سازمانی عبور کنند؛ مخصوصا اگر سیستم‌های قدیمی از یکدیگر جدا و جزایر محدود به یک واحد باشند. این معمولا نیازمند مداخله رهبران ارشد بالا از جمله مدیرعامل است. تا متقدیم که ایجاد چنین سیستمی باید در دستور کار همه مدیران عامل قرار بگیرد. چون اجرای موفق آن می‌تواند بازگشت سرمایه قابل توجهی داشته باشد. در بخش نخست این مطلب، مزایای رفاندازی یک مرکز مشتری را مرور می‌کنیم. اغلب شرکت‌های BrB برای هماهنگ کردن تعاملات فروش خود از سیستم مدیریت روابط مشتری یا CRM استفاده می‌کنند. علاوه بر آن بسیاری از شرکت‌ها پلتفرم‌های مختلف دیجیتال از جمله اپلیکیشن‌ها و وب‌سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای جذب مشتریان بالقوه و تعاملات مشتریان استفاده می‌کنند. تامین کنندگانی مثل صاف‌ترفورس ۳ و هوپ‌اگو ۴ و دهها شرکت دیگر نیز جزئی از این سیستم‌ها هستند. این سیستم‌ها عناصر اساسی مرکز دیجیتال مشتری هستند. یکی از شرکت‌هایی که این مرکز را به شکل موفقیت‌آمیزی رفاندازی کرده «اشنایدر الکتریک» است. این شرکت با همکاری سازفورس، سیستم یکپارچه‌ای طراحی کرده که شامل زیرساخت‌های تکنولوژی، یک مخزن داده و یک ابزار تحلیل و تجزیه است. تیم‌های فروش، خدمات، بازاریابی و پشتیبانی این شرکت به اطلاعات هر مشتری اشراف کامل دارند. از جمله معاملات قبلی و موارد ارائه خدمات. داده‌ها توسط سنسورهایی که در محصولات اشنایدر جاسازی شده‌اند ضبط می‌شوند. «کریس لیونگ»، مدیر ارشد بازاریابی این شرکت می‌گوید، «یک کارخانه قرصت دیجیتال ۵ مشتری‌هایی را که باید سیستم خود را آپگرید یا عوض کنند شناسایی می‌کند. این قرصت‌ها شامل ۲ گذاری و سپس به کارمند فروش مناسب هدایت می‌شوند. ابزار تحلیل اطلاعات، احتمال تبدیل هر قرصت به فروش را پیش‌بینی می‌کند و در نتیجه به فروشنده‌ها کمک می‌کند از خیل خود استفاده بهینه کنند» او اما رفاندازی چنین مرکزی چه نتایجی داشته؟ «اولا مشتری‌ها زودتر سفارش‌های خود را دریافت می‌کنند. مشکلات‌شان سریع‌تر حل می‌شود و مشکلات پشتیبانی کمتری را تجربه می‌کنند. دوم به لطف این سیستم زمان نهایی شدن فروش ۳۰ درصد کاهش یافته و نرخ موفقیت خرید (تبدیل لید به سفارش) به رقم ۱۵ الی ۲۰ درصد رسیده که در مقایسه با کمپین قبلی (۴ درصد) افزایش چشمگیری داشته. حالا هر کارمند فروش می‌تواند روزانه تا ۵۰۰ قرصت را شناسایی کند در حالی که قبلا چنین کاری سه هفته طول می‌کشید. به علاوه، رهبران تجاری شرکت به داشبوردهای عملکرد دسترسی دارند که شامل بینش‌های مبتنی بر هوش مصنوعی هستند و امکان مشاهده کامل و آنی عملیات‌ها و عملکرد جهانی فروش را فراهم می‌کنند (داشبوردها خلاصه‌ای از داده‌های متفاوت اما مرتبط به هم هستند که معمولا به شکل نمودار یا جدول ارائه می‌شوند تا درکشان آسان باشد). پس تعجبی ندارد که شرکت‌ها روی این سیستم‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند. حالا بیایید نگاهی دقیق بیندازیم به مزایای مرکز مشتریان دیجیتال برای شرکت‌های BrB و مشتری‌شان. این مزیت‌ها از این قرار: مرکز مشتری دیجیتال به طور مداوم در حال نظارت بر دنیای دیجیتال است تا نشانه‌های علاقه مشتری احتمالی را شناسایی کند. مدلا قرادی را که به سایت شرکت سر زده‌اند یا ایمیلی را باز کرده‌اند، یا در شبکه‌های اجتماعی کامنتی گذاشته‌اند زیر نظر دارد. به مرور زمان، مرکز، مشتری نلشناس، بالقوه را به قردی تبدیل می‌کند که ترجیحاتش به شکل قزاینده‌ای در حال رشد و تعریف شدن است. بنابراین کارکنان فروش، هنگام تعامل با مشتری‌ها به اطلاعات بهتری دسترسی دارند. مشتری هم مجبور نیست مشکلاتش را دوباره توضیح دهد. این منجر به پاسخ سریع‌تر و دقیق‌تر می‌شود که خود باعث ایجاد رضایت و اعتماد در مشتری می‌شود. یک مرکز مشتری دیجیتال همچنین تاثیر گردش کارکنان بر کیفیت خدمات را کاهش می‌دهد چون با وجود چنین سیستمی، نیروی جدید می‌تواند به سرعت در جریان سابقه مشتری و نیازهای قعلی‌اش قرار بگیرد (گردش کارکنان به معنای رفتن یک کارمند و آمدن نیروی جدید جایگزین است)

مزایای ادغام داده‌ها بر کسی پوشیده نیست اما وقتی یک مرکز از هوش مصنوعی و تحلیل پیشرفته استفاده می‌کند، می‌تواند به داده‌های قبل آجرا دست پادمرکز: پروفایل و سابقه هر مشتری و مشتری‌های مشابه را تحلیل و بررسی می‌کند تا اقدامات فروش مناسب را پیشنهاد و نتایج احتمالی را پیش‌بینی کند. تیم‌های فروش بهتر می‌توانند نیازهای مشتری را پیش‌بینی کنند. نرخ تبدیل را افزایش دهند. قرصت‌های فروش مکمل (Cross-Selling)، پیش‌فروشی (Upselling) را بشناسند و نرخ حفظ مشتری را افزایش دهند. به علاوه مرکز به شما اطلاع می‌دهد که مشتری دوست دارد از طریق چه کانال‌هایی و با چه ترتیبی با بوند شما ادغل کنند. علا ممکن است یک نفر ترجیح دهد ایل با فروشنده تلفنی صحبت کند و بعد از سایت اطلاعات بگیرد و یک نفر برعکس. مرکز همچنین می‌تواند سیر تکاملی نیازها و دغش مشتری‌ها را شناسایی کند و خود را با آن تطبیق دهد. با جمع‌آوری این بینش‌ها از تمام مشتریان، شرکت می‌تواند ترکیب و ترتیب کانال‌های ارتباطی خود را متناسب با این اطلاعات تعیین کند. مرکز مشتری دیجیتال تصویر واضحی از تاثیر تاکتیک‌ها و کمپین‌های مختلف فروش و بازاریابی در لحظه ارائه می‌دهد. می‌توانید با کمک این سیستم‌ها آزمایش‌هایی انجام دهید و ارزش ابزارها و تکنولوژی‌های جدید را قبل از سرمایه‌گذاری گسترده بسنجید. برای آزمایش می‌توانید یکی از روش‌های فروش را منتبر و بقیه عوامل را ثابت در نظر بگیرید. مثلا دو ورژن مختلف سایت را به مشتری‌ها نشان دهید تا ببینید کدامیک تاثیر بیشتری در قردوتی مشتری خود را به خوبی می‌شناسد. می‌توانید مشکلاتش را به شکلی کژادمد حل کنید. می‌توانید با خودکارسازی برخی از مراحل پشتیبانی مثل چت‌بات‌های هوش مصنوعی و تیکتینگ، زمان انتظار مشتری را کاهش دهید و مشکلات رایج را سریع‌تر حل کنید. مشکلات رایج و برتکرار معمولا بدون نیاز به دخالت انسان رفع می‌شوند و این، فشار کار کارکنان واحدهای پشتیبانی را کاهش می‌دهد. به این ترتیب، آنها می‌توانند روی تعاملات پیچیده‌تر و حساس‌تر تمرکز کنند. با سیستم ذخیره و بردازش هنمرکز؛ داده‌های مشتری، راحت‌تر می‌توانید در جریان آخرین استانداردهای امنیتی و قانونی قرار بگیرید و مطابق آنها عمل کنید. این به‌ویژه در صنایعی مفید است که تحت کنترل قوانین سختگیرانه هستند مثل خدمات مالی و دارویی. در سایر شرکت‌ها این سیستم کمک می‌کند رسک نشت داده‌ها و مجازات عدم اجرای قوانین را کاهش دهند. از آنجا که ارتباط با مشتری‌ها مثمرکز است بعقبی شرکت‌ها از این مراکز استفاده می‌کنند تا به طور خودکار، پیامهایی که ظاهرا از شیوه‌های مشکوک فروش استفاده می‌کنند را علامت بزنند تا بعدا آن را پیگیری کنند. به علاوه، دسترسی داشتن به تمام داده‌ها به صورت یکجا در یک مکان مرکزی، باعث استقرادسازی و یکپارچگی داده‌ها می‌شود که این، گسترش قابلیت‌ها و حفظ استانداردهای کیفیت را آسان می‌کند این روزها تخصص در زمینه علوم داده‌ها و هوش مصنوعی بسیار کمیاب و رقابت بر سر استعدادها تنگاتنگ است. این قابلیت‌ها به سرعت در حال تکاملند و مهارت‌های مورد نیاز برای مدیریتشان، پیچیده‌است. با متمرکزسازی استعدادهای هوش مصنوعی در یک مرکز به جای پراکندن آنها در واحدهای مختلف، سازمان‌ها می‌توانند به بهترین نحو از مهارت‌های این افراد بهره ببرند. به علاوه، وقتی این افراد جزئی از یک جامعه متمرکز هستند، به راحتی می‌توانند دانش خود را با هم به اشتراک بگذارند و با یکدیگر همکاری کنند. به این ترتیب به شکل مستمر یاد خواهند گرفت و پیشرفت خواهند کرد.

مترجم: مریم مرادخانی
منبع: HBR

رئیس سازمان سیما و منظر شهرداری کرج خبر داد؛

# آذین بندی کرج و نصب المان به مناسبت دهه فجر

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج از اجرای پروژه‌های مختلف آذین‌بندی و نصب المان در دهه فجر خبر داد

**به گزارش پیام آشنا،** علیرضا عاقلی با اشاره به اجرای پروژه‌های زمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج در دهه فجر، اظهار کرد: در راستای فضاسازی شهر با حال و هوای ایام انقلاب اسلامی، هشت المان حجمی رویانگر داستان‌ها و تصاویر قدیمی انقلاب در سطح شهر کرج نصب شد. وی با بیان اینکه فلذ و زیباسازی اقدامات دهه فجر، نمادی از ارادت و احترام به ارزش‌های انقلاب اسلامی و همچنین گرامیداشت ماه شعبان است، افزود: المان حجمی فلزی روایت راهپیمایی‌های انقلاب، اثر علی شاهزاده حمزه به ارتفاع سه متر به صورت نورپردازی شده مقابل شهرداری مرکز نصب شده است.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج با اشاره به نصب المان‌های موقت در سطح شهر، گفت: مجموعه سه عددی سروهای انقلاب، اثر علی شاهزاده حمزه به ارتفاع پنج متر به صورت نورپردازی شده میدان توحید و المان‌های حجمی تصاویر انقلاب به صورت سه جمعیه فلزی شهرداری کرج با اشاره به نصب المان‌های موقت در سطح شهر، گفت: مجموعه سه عددی سروهای انقلاب، اثر علی شاهزاده حمزه به ارتفاع پنج متر به صورت نورپردازی شده میدان توحید و المان‌های حجمی تصاویر انقلاب به صورت سه جمعیه فلزی در ارتفاع چهار متر اثر خانم اسدزاده به صورت نورپردازی شده در فلکه دوم گوهردشت مستقر شدند.

به گفته عاقلی، مجموعه ۱۲ عددی دست‌های انقلاب اثر خانم هلیا عزیزی با متریال فلز به ارتفاع حدودی سه متر در سه رنگ پرچم ایران، زینت بخش میدان شهید آجرلو شده است.

وی به آذین‌بندی سطح شهر و اگران گسترده طرح‌های فرهنگی، نصب پرچم‌های جمهوری اسلامی و پرچم‌های الوان در میادین و خیابان‌های اصلی شهر اشاره کرد و افزود: مجموعه‌ای ۴ عددی از تصاویر قدیمی ایام انقلاب با متریال فلز و ارتفاع ۳.۷۰ اثر خانم فاضله میربعقوب‌زاده در بلوار جمهوری و المان فلزی نقشه ایران در سطح شهر جاتمایی شد.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج اضافه کرد: کلیه طرح‌های المان‌های مرتبط با دهه فجر ۱۴۰۳ در کمیته داوری سازمان تصویب و مراحل ساخت آن‌ها حدود ۱۵ روز زمان برده است و مجموعه مدیریت شهری کرج با تلاش مضاعف در این ایام سعی دارد تا فضایی پر از شور و نشاط را برای شهروندان فراهم آورد و یادآور خاطرات تاریخی و فرهنگی این روزها باشد.

# فرمول افزایش عوارض ساخت در تهران رمز گشایی شد

**راضیه احقاقی-** شورای شهر تهران افزایش ۲۷ درصدی عوارض ساختوساز واحدهای مسکونی برای سال آینده را تصویب کرد این در حالی بود که بودجه شهرداری سهم عوارض ساختوساز در درآمد سال آینده شهرداری ۵۱درصد زیاد شده است. در چنین شرایطی رشد درآمد شهرداری از محل فروش عوارض در صورتی محقق می‌شود که سال آینده بر تعداد ساختوسازها در شهر تهران افزوده شود یا شهرداری بتواند با اخذ جریمه از سازندگان این افزایش را محقق کند. این در حالی است که بخش ساختوساز کشور و شهر تهران با رکود سنگینی مواجه است. بعید است که افزایش صدور پروانه ساختمانی محقق شود در عین حال افزایش ۲۷ درصدی عوارض یا رشد هزینه ساختوساز می‌تواند رکود این صنعت را تشدید کند. البته مدیران شهری معتقدند که سازندگان مشکلی با عوارض ساختوساز ندارند؛ چرا که سهم این عوارض در کل هزینه ساختوساز بسیار محدود است. گزارهای که گزارش «دنیای اقتصاد» آن را نقض می‌کند

**سهم واقعی عوارض در قیمت خانه؟**

شورای شهر تهران در جلسه روز گذشته خود با افزایش متوسط ۲۷ درصدی عوارض ساختوساز برای سال ۱۴۰۴ موافقت کرد؛ این در حالی بود که در بودجه سال ۱۴۰۳ شهرداری تهران با هدف تشویق ساختوساز و کاهش هزینه تولید ساختمان، سقف رشد عوارض ساختوساز برابر ۱۹ درصد در نظر گرفته شده بود. درحالی که برخی اعضای شورای شهر تهران مخالف افزایش ۲۷درصدی عوارض ساختوساز بوده و معتقد بودند که این رشد قابل توجه در عوارض با افزایش هزینه ساختوساز عاملی در جهت گرانی بیشتر خانه می‌شود؛ اما موافقان و نماینده شهرداری در این جلسه به سهم محدود عوارض ساختوساز در قیمت نهایی خانه تاکید داشتند و عنوان کردند که با توجه به سهم محدود عوارض در متوسط قیمت هر مترمربع خانه در شهر تهران، این رشد تاثیر محسوسی بر قیمت نهایی برجای نمی‌گذارد.

حمیدرضا صارمی معاون شهرسازی شهرداری تهران در این جلسه متوسط هزینه عوارض ساختوساز برای ساختمان‌های ۵ طبقه را اعلام کرد و در ادامه نسبت این عوارض را به قیمت نهایی هر مترمربع خانه در شهر تهران به استناد داده متوسط قیمت خانه در شهر تهران بر اساس آخرین گزارش بانک مرکزی در مرداد امسال ۸۶/۹ میلیون مترمربع) برای مناطق مختلف شهر تهران قرائت کرد. متوسط نرخ عوارض در ۲۲ منطقه شهر تهران برابر ۹۵۵ هزار تومان بود. وی افزود: متوسط هزینه عوارض از قیمت نهایی هر مترمربع خانه در شهر تهران حدود ۲درصد است؛ این رقم در مناطق جنوبی شهر کمتر از یک‌درصد و در مناطق شمالی بیش از یک‌درصد است.

درحالی معاون شهرسازی شهرداری «نسبت عوارض به قیمت نهایی هر متربع خانه» را به‌عنوان معیار اثرگذاری عوارض در هزینه ساختوساز مطرح کرد که این رویه غیرمعمول است. به شکل معمول نسبت عوارض ساختوساز باید با متوسط هزینه ساخت مقایسه شود؛ به این ترتیب هزینه عوارض ساختوساز به ۵درصد هزینه ساخت می‌رسد که چندان رقم پایینی شمرده نمی‌شود. در عین حال باید تاکید کرد که عوارض صدور پروانه تنها عوارض دریافتی از سوی شهرداری نیست؛ سازنده در هنگام تکمیل ملک نیز باید هزینه پایان کار را پرداخت کند؛ بنابراین این رقم نیز بر هزینه‌های سازنده افاقه دارد. همچنین در مصوبه عوارض ساختمانی شورای شهر آمده است در صورتی که حداکثر تراکم ساختمانی از طرح تفصیلی منطقه مورد نظر بیشتر شود، میزان عوارض با ضریب Cf محاسبه می‌شود که این ضریب ۳ تا ۲۰ برابر است. در شرایط کنونی عمده ساختوسازها از تراکم طرح تفصیلی بیشتر است؛ بنابراین سهم هزینه عوارض از قیمت نهایی بیش از ۱درصد و از هزینه ساختوساز بیش از ۵درصد خواهد بود. همچنین در بخش دیگری از مصوبه عوارض ساختمانی شورای شهر آمده است که برای تبدیل بیلو G (سبز) به پهنه مسکونی (R) ضریب ۹ برابری بر عوارض ساختوساز وضع می‌شود؛ فارغ از درست یا غلط بودن صدور مجوز ساختوساز در پهنه‌های سبز؛ این ضریب نیز می‌تواند هزینه ساختوساز را در این پهنه‌ها به شدت افزایش دهد و محاسبه سهم ۲درصدی عوارض بر قیمت نهایی خانه در شهر تهران را خلاف واقع کند.

**عدم تطبیق بودجه ساختوساز با رشد نرخ تراکم**

روز گذشته شورای شهر تهران منابع درآمد و بودجه شهرداری را نیز به تصویب رساند؛ مطابق داده‌های ارائه شده در این جلسه، پیش‌بینی شد که درآمد شهرداری از عوارض ساختوساز برای سال آینده به ۵۶ همت برسد. این در حالی است که درآمد سال شهرداری از عوارض ساختوساز در بودجه و متمم بودجه مجموعا ۳۷ همت بود. بنابراین انتظار می‌رود که در بودجه شهرداری برای سال آینده درآمد از محل عوارض ساختوساز ۵۱درصد زیاد شود؛ این درحالی است که شورای شهر عوارض اسمی ساختوساز را رشد ۲۷درصدی داده است.

پیش‌بینی افزایش ۵۱ درصدی درآمد شهرداری از محل عوارض ساختوساز با درنظر گرفتن رشد ۲۷درصدی عوارض ساختوساز تنها در صورتی محقق می‌شود که حجم ساختوساز در شهر تهران در سال آینده نسبت به امسال ۲۰درصد زیاد شود. این در حالی است که با توجه به روند سنگین حاکم بر بخش ساختوساز بعید است که این پیش‌بینی محقق شود. در چنین شرایطی شهرداری تنها در صورتی می‌تواند رشد ۵۱درصدی درآمد را محقق کند که روی دریافت جریمه از عوارض‌های بیش از طرح تفصیلی حساب باز کند یا با روش‌های مختلفی متوسط افزایش ۲۷درصدی عوارض اجرایی نشود.

**بساز و بفروش‌ها موافق عوارض ساختوساز هستند؟**

در جریان جلسه روز گذشته شورای شهر تهران مهدی چمران رئیس شورای شهر عنوان کرد بسازوبفروش‌ها مشکلی با عوارض ساختوساز ندارند و وی گفت: سهم عوارض ساختوساز از هزینه تمام‌شده ساخت مسکن زیر ۵درصد است و تا جایی که می‌دانم، سازندهها مشکلی با عوارض ندارند. وی گفت: وقتی با بساز وبفروش‌ها جلسه می‌گذاریم، اتفاقا آنها می‌گویند «ایامدن» ما به پایار ساخت به خاطر عوارض نیست بلکه به خاطر وضعیت اقتصاد کشور و اقتصاد شهر است». درحالی که رئیس شورای شهر تهران معتقد است که سازندگان اعتراضی به نرخ عوارض ندارند؛ اما بررسی‌های میدانی دنیای اقتصاد از فعالان صنعت ساختوساز موضوع دیگری را نشان می‌دهد.

بخشی از سازندگان می‌گویند دریافت عوارض ساختوساز در هنگام صدور پروانه ساختمانی به شدت بر قدرت نقدینگی آنها اثر منفی دارد و خواهان پرداخت این عوارض به شکل پلکانی در حین ساخت و تکمیل آن هستند. به‌عنوان مثال عوارض معمول ساخت یک آپارتمان ۵ طبقه با متراژ متوسط ۱۰۰ متری در منطقه ۵ تهران (منطقه پرمعامله مسکن در شهر تهران) با درنظر گرفتن نرخ عوارض سال ۱۴۰۳ حداقل ۲ میلیارد تومان است. این رقم خلاف گفته مسوولان حوزه شهری چندان کم نیست و قطعا بر قدرت نقدینگی سازندگان اثر منفی پرجای می‌گذارد. این در حالی است که در شرایط کنونی با توجه به شرایط تورمی، نقدینگی سازندگان به شدت کاهش یافته است.

در حالی شهرداری تهران هر سال در بودجه‌نویسی خود بر دریافت عوارض از ساختوساز تاکید ویژه دارد که در دنیا عمده عوارض شهری از بهره‌برداخذ می‌شود. درواقع در دنیا عمده عوارض پس از تکمیل ساخت اخذ می‌شود و به این ترتیب شرایط برای تسهیل ساختوساز فراهم می‌شود. در عین حال شهرداری‌های شهرهای بزرگ دنیا بخش عمده‌ای از درآمد خود را از محل شارژ شهری تامین می‌کنند؛ اما این محل درآمد در شهرداری‌های کشور محلی از اعراب ندارد.

**شفاف‌سازی نحوه محاسبه عوارض**

برخی از اعضای شورای شهر تهران در جلسه روز گذشته شورای شهر نسبت به عدم شفاف‌سازی شهرداری نسبت به چگونگی محاسبه عوارض ساختوساز انتقاد کرده و عنوان کردند: تقریبا ۳ سال است که شهرداری موظف به ایجاد ماشین‌حساب محاسبه عوارض و قرار دادن آن در معرض دید شهروندان شده به نحوی که هر شهروند بتواند نرخ عوارض خود را در این ماشین حساب محاسبه کند. با وجود این هنوز شاهد رونمایی از ماشین حساب شهرداری نیستیم. برخی از اعضای شورای شهر این رویه را عاملی در جهت محاسبه نادرست عوارض عنوان کرده و خواستار آن شدند که هر چه سریع‌تر ماشین حساب عوارض در معرض استفاده عموم قرار گیرد. در این جلسه صارمی معاون شهرداری از تکمیل کار ایجاد ماشین حساب شهرداری خبر داد و وعده داد که به زودی این ماشین حساب در اختیار شهروندان قرار می‌گیرد.

# متوازن شدن مولفه‌های شهری پایتخت با تمرکززدایی

جمعیت پایتخت روز به روز در حال افزایش است؛ تراکم بالای جمعیت تهران را تبدیل به یکی از آلودهترین شهرهای دنیا کرده و علاوه بر آن ترافیک شهری نیز زندگی را برای شهروندان مختل کرده است. طرح انتقال پایتخت و ایده تمرکززدایی از تهران همواره در دولت‌های مختلف مطرح شده که نتیجه‌ای در بر نداشته است؛ حالا دولت چهاردهم نیز این مسئله را دوباره روی میز بررسی قرار داده است.

**به گزارش پیام آشنا** به نقل از ایسنا، سعید بشیری درباره تمرکززدایی از تهران با مطرح کردن نمونه‌ای از وضعیت پایتخت‌ها در سطح جهان اظهار کرد: آیا پایتخت‌ها در کشورها اغلبا بیشترین جمعیت پذیری را دارند؟ وقتی درباره کشوری مثل کانادا صحبت می‌شود، شهرهای تورنتو و ونکوور به ذهن می‌آید؛ در حالی که اتوا پایتخت این کشور است و این شهر مانند دو شهر قبلی شناخته شده نیست. از کانون‌های دولتی در این شهر قرار دارند. اما موضوعات اقتصادی و گردشگری در سایر شهرهایی که اشاره شد، شاخص‌تر است.

وی ادامه داد: یکی از دلایل ترافیک و آلودگی هوا در کلان شهرهایی مثل تهران، به صورت واضح به تعداد سفرهایی برمی‌گردد که در شهر در مقاطع زمانی خاص صورت می‌گیرد. مراکز یا بیمارستان‌هایی که تراز ملی دارند در تهران قرار دارند و مردم به تهران می‌آیند تا از ظرفیت‌های خوب پزشکی استفاده کنند. با افزایش تراکم جمعیتی در تهران بایستی تسهیلات مربوطه همچون حمل و نقل عمومی مناسب و غیره نیز فراهم شود.

این کارشناس مدیریت شهری با بیان این‌که بیش از نیمی از آلودگی هوای تهران مربوط به خودروهاست، گفت: نمونه‌هایی وجود دارد به این صورت که بعضاً نقاط جمعیتی در اطراف تهران شکل گرفته‌اند که قدمت بالایی ندارند؛ اما هم‌اکنون جمعیت آن‌ها به ۵۰ هزار نفر می‌رسد که یا برخی از شهرهای مراکز استان‌ها یا خیلی از شهرهای مهم برابری می‌کند.

این کارشناس مدیریت شهری ادامه داد: در این راستا باید همه این موضوعات در تهران و پیرامون آن ساماندهی شوند و به نقطه‌ای برسیم که تهران یک مجموعه شهری جامع باشد و حریم شهر به صورت یکپارچه صیانت شود. در این چارچوب، قطعاً نقاط مشخص و با هویت و قدمت بالا و نیز روستاهای قدیمی تثبیت و در طرح‌های جامع شهرسازی، بایستی به آن‌ها توجه ویژه شود. وی با بیان این‌که تمرکززدایی شهری در ابعاد مختلف می‌تواند شکل بگیرد، گفت: مطالعه تفصیلی و جامع با برنامه ریزی و بهره‌گیری از نظرات خبرگان و متخصصان با لحاظ بودجه و اختصاص مدت زمان معین در این زمینه بسیار مهم است. متخصصان حوزه‌های مختلف شهرسازی، زیرساخت، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، گردشگری و ترافیکی در گروه‌های مختلف می‌توانند روی این مسئله کار کنند و یک بسته تمام شمول را ارائه دهند.

بشیری در پایان عنوان کرد: میخت تمرکز زدایی برای مراکز پرتراکم شهری مانند تهران ضروری است؛ تهران بالاترین تراکم جمعیتی در کشور را دارد و برنامه‌ریزی دقیق‌تر در مسئله تمرکززدایی توسط دستگاه‌ها منجر به متوازن شدن مولفه‌های شهری پایتخت و نیز متناسب‌سازی سرانه‌های عمومی و خدماتی می‌شود و تاب‌آوری مدیریت شهری در تعامی ابعاد با اجرایی کردن رویکردهایی همچون تمرکززدایی، ارتقاء پیدا خواهد کرد.

عنوان کرد: باید برنامه ریزی دقیقی در این زمینه انجام شود. یکی از موضوعات کوتاه مدت و میان مدت، اجرای طرح‌های ترافیکی و یا پایان سامانه‌ای است؛ باید با برنامه‌ریزی مناسب، طرح‌های این چنینی را ساماندهی و به روز کرد؛ اما همانطور که می‌دانید جمعیت روز و شب در تهران اختلاف قابل ملاحظه‌ای دارد و همین مسئله نشان‌دهنده سفرهای زیاد در روز به تهران است. وی با تأکید بر اینکه فاصله جمعیتی روز و شب یکی از موضوعات اصلی در تهران است، ادامه داد: جمعیت تهران بر اساس اطلاعات مرکز آمار در شب نزدیک به ۹ میلیون است؛ ولی در روز تا حدود ۱۳ میلیون نفر هم می‌تواند باشد. عمده سفرهایی که از حاشیه تهران یا از شهرستان‌های دیگر کشور صورت می‌گیرد به منظور کار، مسائل درمانی یا شرکت در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها و ... است. به طور مثال وقتی از نفت و گاز و پتروشیمی صحبت می‌کنیم، تقدمان به سمت ظرفیت‌های جنوب کشور گسیل می‌شود؛ چه اشکالی دارد محل همایش یا نمایشگاه مربوط به این حوزه را در منطقه هدف یعنی جنوب کشور انتخاب کنیم؟

بشیری همچنین پیشنهاد داد: می‌توانیم مهم‌ترین نمایشگاه‌های گردشگری را در نقاط تاریخی یا گردشگری کشور و به طور کلی نمایشگاه‌های پرمخاطب را در مناطق مختلف سطح کشور یا ستر مناسب برگزار کنیم. یکی از دلایل مسائل ترافیکی و افزایش سفرها برگزاری همین نمایشگاه‌های پرمخاطب در پهنه‌های مرکزی و محدوده شهر تهران است و یا اینکه به عنوان مثال دانش‌آموزان یا دانشجویان سایر نقاط کشور عمدتاً مراکز آموزشی تهران را جهت ادامه تحصیل انتخاب می‌کنند. وقتی چنین مولفه‌های مقطعی را کنار هم می‌گذاریم مسائل متعددی رخ می‌دهد.

وی با بیان اینکه یکی از موضوعات مهم، ساماندهی مسئله حاشیه نشینی در تهران است که قطعاً نتایج بسیار مطلوبی را برای شهروندان در پی خواهد داشت، نمایشگاه مربوط به این حوزه را در منطقه هدف یعنی جنوب کشور انتخاب کنیم؟

بشیری همچنین پیشنهاد داد: می‌توانیم مهم‌ترین نمایشگاه‌های گردشگری را در نقاط تاریخی یا گردشگری کشور و به طور کلی نمایشگاه‌های پرمخاطب را در مناطق مختلف سطح کشور یا ستر مناسب برگزار کنیم. یکی از دلایل مسائل ترافیکی و افزایش سفرها برگزاری همین نمایشگاه‌های پرمخاطب در پهنه‌های مرکزی و محدوده شهر تهران است و یا اینکه به عنوان مثال دانش‌آموزان یا دانشجویان سایر نقاط کشور عمدتاً مراکز آموزشی تهران را جهت ادامه تحصیل انتخاب می‌کنند. وقتی چنین مولفه‌های مقطعی را کنار هم می‌گذاریم مسائل متعددی رخ می‌دهد.

وی با بیان اینکه یکی از موضوعات مهم، ساماندهی مسئله حاشیه نشینی در تهران است که قطعاً نتایج بسیار مطلوبی را برای شهروندان در پی خواهد داشت،

دیدگاه

## جزئیات است که حامل ایده‌ها و نیت‌هاست

**توشیکو موری**

جزئیات چایی است که کانسپت، تکنولوژی، مهندسی، تکنونیک، ماتریالیته، همگی در هم ترکیب می‌شوند. در پروژه‌های متفاوت ما یر روی جزئیات متفاوت تمرکز می‌کنیم. گاهی یک پروژه می‌تواند به شکل وسواس گونه‌ای پر جزئیات باشد؛ گاهی اوقات جزئیات یک پروژه می‌تواند بسیار ضعیف و بی‌قاعده باشد. روش‌های مختلفی در این که چگونه به جزئیات بپردازیم وجود دارد. ایده‌ها در نهایت است. فرم فرم است، می‌آید و می‌رود؛ اما برای من، جزئیات است که حامل ایده‌ها و نیت‌هاست. (در گفت‌وگو با Vladimir Belogolovsky، منتشر شده در وبسایت archdaily، سال ۲۰۱۶)

منبع: گفتار

محیط زیست

## بررسی محیط زیستی ۴۴۰ عنوان پروژه شهری در سال جاری

مدیرکل محیط زیست و توسعه پایدار شهرداری تهران در جلسه پایانی کمیته غیرالگری پروژه‌های عمرانی شهرداری با بررسی ۴۴۰ عنوان پروژه اجرایی در سال ۱۴۰۴ با محوریت محیط زیست خبر داد.

**به گزارش پیام آشنا،** به نقل از ایسنا، محمدصابر باغخانی پور در این جلسه ضمن تاکید بر ضرورت انجام مطالعات محیط زیستی در پروژه‌های شهرداری تهران گفت: با آغاز فصل معرفی طرح‌ها و پروژه‌های سال ۱۴۰۴ شهرداری تهران در سامانه جامع تدوین و اجرای برنامه و بودجه، مناطق ۲۲ گانه و واحدهای ستادی شهرداری نسبت به معرفی بیش از ۴۰۰ عنوان طرح و پروژه سال ۱۴۰۳ در سامانه جامع تدوین و اجرای برنامه و بودجه اقدام کردند که مورد بررسی کارشناسی قرار گرفت.

وی افزود: از مجموع ۴۴۰ عنوان پروژه معرفی شده تعداد ۴۰۳ عنوان پروژه بدون نیاز به انجام مطالعات ارزیابی اثرات محیط زیستی در سامانه مذکور مورد تأیید قرار گرفته است و تعداد ۳۷ عنوان طرح و پروژه جهت بررسی در جلسات کمیته فنی (غیرالگری) انتخاب شده است همچنین تعداد ۲۳ عنوان طرح و پروژه مشمول مطالعات محیط زیستی شده است.

مدیرکل محیط زیست و توسعه پایدار شهرداری تهران با بیان اینکه باید در توسعه شهر نگاه به محیط زیستی داشته باشیم، اظهار کرد: خوشبختانه گام بسیار خوبی در اداره کل محیط زیست و توسعه پایدار برداشته شده است که هم باعث ارتقای کیفیت محیط زیست شهری می‌شود و هم از اقدامات تخریب‌پذیر سایر دستگاه‌های اجرایی جلوگیری می‌کند و باعث می‌شود که ما یک شهر زیست‌پذیر و محیط زیست محور داشته باشیم.

در این جلسه پروژه‌هایی با عناوین طرح تامین خدمات در محلات اتلیک و مینایی، طراحی و احداث پروژه خدماتی چندمنظوره محله نفرآباد از سازمان نوسازی، بازسازی و بهسازی مجموعه طرشت و بازسازی و بهسازی بوستان ولایت از شرکت پادمان سازه، طراحی و احداث پارکینگ‌های محله‌ای از سازمان حمل و نقل ترافیک مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت.

خبر

## مسکن اجتماعی، را