کسب و کار

۷ راهکار برای مدیریت همکاری که کارهایش را انجام نمی‌دهد

کارمندان تنبل یا وظیفه‌شناس در اکثر محیط‌های کاری یک «وتوین خسته‌کننده»برای کارکنان یا انگیزه‌آیجامعی کنند.مدیران و همکاران این کارمندان ممکن است برای حل این مشکل آزارهدنده، سراغ گزینه «حذف» بروند اما ما مرحله برای تنظیم نیروهای تنبل، پرغلط و بی‌تعهد، وجود دارد که می‌تواند احتمال تغییر رفتار آنها را افزایش دهد.مرحله اول: «هدف‌یابی»و رفتار تنبل‌ها است.

کار کردن با کسی که وظایفش را انجام نمی‌دهد فقط یک رویه خسته‌کننده نیست بلکه می‌تواند روی عملکرد و حتی حرفه شما تاثیر بگذارد یا چنین همکاری چه باید کرد؟ تا چه حد باید او را حمایت کنید؟ آیا باید دست به دامن رئیس شوید؟ و چطور وجهه خودتان را در سازمان حفظ می‌کنید؟

نظر کارشناسان

«جودیث ولیت»،استاد دانشگاه ایلینوی می‌گوید: «داشتن همکاری که دائم‌اشتباه می‌کند، از کارها عقب است یا تنبلی می‌کند، خیلی هم غیرمعمول نیست. در واقع، این شایع‌ترین گلایه کارکنان است.» اما شایع بودن این مشکل، دلیل بر این نیست که حلش آسان است. «براین اوزی»، استاد رهبری و تغییر سازمانی مدرسه مدیریت کلاگ می‌گوید: «باید به رفتارهای سازمانی ابتدایی‌ای که در مدرسه کسب‌وکار یاد گرفتید متوسل شوید و از همه ابزارهایی که در دستتان هست استفاده کنید. اما وقتی رفتار همکارتان، عملکرد شما را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد، باید کاری بکنید. نباید تحمل کنید و دست روی دست بگذارید تا خودش درست شود» چند راهکار برای مدیریت چنین شرایطی وجود دارد.

تشخیص مشکل

اوزی می‌گوید ابتدا باید شرایط را بسنجید تا مشکل را مشخص و ریشه‌اش را پیدا کنید. ولیت می‌گوید به تصویر بزرگ‌تر نگاه کنید. از خودتان بپرسید: «چرا (همکارم) به کارها نمی‌رسد؟ آیا زمانش کم است یا توانایی‌اش را ندارد یا منابع لازم را در اختیار ندارد؟ آیا دیگران هم ضعف عملکرد او را مشکل تلقی می‌کنند؟ این چه تاثیراتی دارد؟ آیا این شرایط، جدید است یا خیلی وقت است که روال همین است؟» اگر مدتهاست که این مشکل وجود دارد، حلش سختتر است چون الگوها تثبیت شده‌اند. اما اگر مشکل، تازه پیش آمده، مثلا او تازه استخدام شده یا سابقه‌اش کم است، حلش راحت‌تر است. پاسخ به این سوال‌ها کمک می‌کند نحوه رفع مشکل را پیدا کنید. البته یادتان نرود که قرار نیست همکارتان را تغییر دهید. شما باید به‌دنبال راهی برای تغییر «شرایط» باشید.

خودنگری

اوزی می‌گوید برای تغییر شرایط، متطقی است که به رفتارهای خودتان هم فکر کنید. نکته دچار «خطای بنیادی برچسب زدن» شده باشید (یعنی شخص را براساس رفتارش، بسنجیم و عوامل و شرایط را در نظر نگیریم). او می‌گوید: «ما وقتی کاری را درست انجام می‌دهیم، معتقدیم همه‌اش به‌خاطر توانایی‌های خاص و منحصربه‌فردمان است. وقتی خرابکاری می‌کنیم، آن را تقصیر عوامل خارج از کنترلمان می‌اندازیم. در مورد دیگران، این برعکس است.»

صحبت با او

اوزی پیشنهاد می‌کند اگر با همکارتان راحت و صمیمی هستید، مستقیما با او صحبت کنید و بپرسید «همه چیز روبه راه است؟» شاید بگوید که بچه‌اش در مدرسه مشکل دارد، یا مادرش بیمار است. در این صورت، بلور کنید که عملکردش در آینده متفاوت خواهد بود و فعلا باید صبر کنید.

دلسرد نباشید. ولیت می‌گوید: «پیشنهاد کمک کنید. البته به شرطی که صراحتا و مقطعی باشد. حمایت شما یک چاره موقتی است نه یک راه‌حل بلندمدت.» مثلا بگویید «متوجه شدم که به فلان مشتری زنگ نزدی. می‌خواهی این بار من به جایت به او زنگ بزنم؟» به هر حال کمک کردن به یک همکار هیچ ایرادی ندارد؛ اگر او هم بعدها بتواند به شما کمک می‌کند. کارمندها باید با هم کمک رد و بدل کنند و این باید متقابل باشد.

صحبت با رئیس (سنجیده)

اوزی می‌گوید نباید شکایت از همکارتان را به رئیستان ببرید. اولا این باعث می‌شود آدمی غرغرو و ایرادگیر به نظر برسید که نمی‌تواند روابطش را خوب مدیریت کند. ثانیا باعث می‌شود رئیس، بی‌کفایت و ناتوان در استخدام افراد مناسب به‌نظر برسد. با این وجود، راههایی برای مطرح کردن مستقیم و غیرمستقیم این مشکل با رئیس وجود دارد. درباره چالش‌ها صحبت کنید. ولیت می‌گوید: «رئیستان قطعا دوست ندارد بین شما دو نفر وساطت کند» اما در عین حال، اینکه شما بتوانید کارتان را درست انجام دهید، برایش مهم است به‌خصوص اگر ببیند چیزی مثلح از آن شده. پس در صحبت‌هایتان این موضوع را حتما لحاظ کنید. چیزی در این مایه‌ها بگویید: «فعلی تواتم کارم را به بهترین شکل انجام دهم چون طی روز، مجبورم کارهای خارج از حوزه وظایفم را چک کنم که حواسم از کارهای خودم پرت می‌شود.» وایت هشدار می‌دهد حواستان باشد اسمی از همکارتان نبرید. طوری صحبت کنید که انگار موضوع، خودتان و کارتان است. درخواست بازخورد همزمان کنید. اوزی می‌گوید: «اگر شما و همکارتان، مشغول پروژه‌هایی هستید که به‌شدت درهم تنیده‌اند و به شکل همزمان، براساس نتایج مشترک، ارزیابی می‌شوند، از رئیس بخواهید که همزمان درباره عملکردتان بازخورد بدهد.» طی جلسه ارائه بازخورد، رئیس از شما سوالات موشکافانه می‌پرسد و بالاخره معلوم می‌شود چه کسی خرابکاری کرده. سپس، با فرض بر اینکه همکارتان به کارش اهمیت می‌دهد، می‌تواند پیشنهاد کند که تغییراتی حاصل شود. مثلا بگویید: «حق با رئیس است. می‌توانیم بهتر عمل کنیم. من یکسری ایده دارم که دفعه بعد، کارمان بهتر شود.» اوزی پیش‌بینی می‌کند که همکارتان خوشحال شود. به هر حال، طرف مقابلش دارد برای برداشتن بار از دوش او به‌دنبال راه می‌گردد. به‌دنبال راههای مختلف برای نشان دادن توانایی‌هایتان باشید.

تعریف انتظارات

یکی از راهها برای حفظ وجهه این است که انتظارات و نقش‌ها به وضوح تعریف شده باشند. فرض کنید شما و همکارتان با هم، مسول تهیه بخش‌های خاصی از پروژه هستید. وایت می‌گوید: «پیشنهاد کنید که هر پروژه، یک رهبری مشخص داشته باشد.» وقتی رهبری تیم، بین افراد دست به دست می‌شود، پاسخگویی و مسوولیت‌پذیری افزایش می‌یابد. به این ترتیب، حداقل می‌دانید که وقتی رهبر تیم هستید، به‌خاطر موفقیت‌هایتان، اعتبار دریافت خواهید کرد.

دعوت از دیگران

یک راه دیگر برای تغییر معادلات رابطه، این است که یکی دیگر از همکارها را در انجام کارها سهیم کنید. اوزی می‌گوید: «رابطه‌های دونفره معمولا از تولن خارج می‌شوند. شاید یک مشکلی در شما دو نفر هست که خلاقیت و انگیزه همکارتان را از بین می‌برد.» آوردن نفر سوم به پروژه، کیفیت رابطه میان شما را تغییر می‌دهد و اعتماد ایجاد می‌کند به این فکر کنید که چه کسی برای این کار مناسب است و چه نقشی می‌تواند ایفا کند؟ شاید بتواند مهارت‌های جدید بیاورد. مهارت‌هایی که شما دو نفر ندارید. شاید کمی نواوری با خود بیاورد. شاید کمک کند ایده‌ای را امتحان کنید و به شما بازخورد دهد. اگر او نتوانست رسما به پروژه‌تان ملحق شود (مثلا توانش را نداشت)، می‌تواند با او به اهار بروید. همین کمک می‌کند تعاملاتتان با کارمندی که ضعیف است، بهبود یابد. شخص سوم کمک می‌کند مشوق‌های اجتماعی و حرفه‌ای برای انجام بهتر کارها ایجاد شود.

نویسنده: Rebecca Knight

مترجم: مریم مرادخانی

مسیبی: مقصد نهایی بسیاری از کیسه‌های پلاستیکی اقیانوس است

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج گفت: سالانه حدود یک تریلیون تن کیسه پلاستیکی وارد چرخه ضایعات می‌شود.

به گزارش پیام آشنا: محمد مسیبی با اشاره به نامگذاری ۲۱ تیرماه با عنوان روز جهانی بدون پلاستیک اظهار کرد: طبق محاسبات اخیر کارشناسان، سالانه حدود یک تریلیون تن کیسه پلاستیکی وارد چرخه ضایعات می‌شود و این رقم بالای تولید مواد پلاستیکی از جنبه‌های مختلف برای زمین مشکل‌ساز است.

وی ادامه داد: هرچند بخش اعظم این زباله‌ها به ظاهر دفن می‌شوند اما مقصد نهایی بسیاری از این کیسه‌های زباله اقیانوس‌ها هستند و گاهی حتی این زباله‌ها تا ۱۰۰۰ سال بعد نیز تجزیه نمی‌شوند و در محیط زیست باقی می‌مانند.

مسیبی افزود: ارتقای سطح آگاهی مردم در زمینه زیان‌های بهداشتی و محیط زیستی استفاده از کیسه‌های پلاستیکی باید از جمله اهداف مهم و برنامه‌های اساسی باشد و در این راستا به همکاری جدی همه ارگان‌ها بویژه صدا و سیما، آموزش و پرورش و دستگاه‌های ذیربط نیاز است.

رئیس سازمان مدیریت پسماند خسارات ناشی از پلاستیک بر طبیعت و زندگی جانداران را با اهمیت خواند و گفت: انسان‌ها نباید از صدمات بهداشتی ناشی از تولید زباله غافل شوند.

مسیبی در پایان ضمن تشکر از شهروندانی که در امر کاهش تولید پسماند و جداسازی پسماندهای خشک و تر از مبدا، همکاری خوبی با سازمان مدیریت پسماند داشته اند، گفت: از همه شهروندان کرجی درخواست می‌شود نسبت به حذف و یا کاهش استفاده از پلاستیک در چرخه زندگی اقدام و با این کار سهم خود را در حفظ محیط زیست ایفا کنند.

مهاجرت دوم به املاک شمال

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، توزیع جغرافیایی سرمایه‌گذاری‌های ساختمانی در کشور طی دهه گذشته، یک ریزش و رویش معنادار را نشان می‌دهد. روند صدور پروانه ساختمانی در فاصله ۹۱ تاکنون مشخص می‌کند، سهم دو استان شمالی از ساختوساز تقریبا دو برابر شده؛ درحالی‌که وزن تهران در تیراژ کشوری ساختمان‌سازی‌ها تقریبا نصف شده است. ارقام توصیف‌کننده شدت رکود و رونق مسکن در تهران و «شمال» طی همین مدت بیانگر مهاجرت سرمایه‌های ساختمانی به مازندران و گیلان بعد از مهاجرت خریداران ملک به این استان‌ها است. مهاجرت‌ها با ۷ محرک رقم خورده است.

روند تغییرات حجم ساختوساز مسکن در تهران و استان‌های شمالی طی حدود یک دهه اخیر، از وقوع مهاجرت دوم در بازار املاک به شکل تدریجی خبر می‌دهد. بررسی این روند نشان‌دهنده تغییر معنادار در مقصد سرمایه‌های ساختمانی از سال ۹۰ به بعد است، به‌طوری که تمایل به سرمایه‌گذاری ساختمانی در شهرهای شمالی در برابر کاهش میل به ساختوساز در تهران را به‌عنوان «ریزش» و «رویش» استانی در بازار ساختوساز منعکس می‌کند. به گزارش «دنیای اقتصاد»، بررسی آمار صدور پروانه‌های ساختمانی در کشور، تهران و دو استان شمالی در حاشیه دریای خزر یعنی مازندران و گیلان از افزایش چشمگیر ساختوساز در استان‌های خوش‌آب‌وهوای شمالی در یک دهه اخیر حکایت دارد. برای اثبات این مدعا دو شاخص آماری وجود دارد.

شاخص نخست به سهم ساختوساز در تهران و استان‌های شمالی از کل ساختوساز صورت‌گرفته در کشور طی سال‌های اخیر مربوط است که تصویر دقیقی از تمایل به سرمایه‌گذاری ساختمانی در استان‌های شمالی ارائه می‌کند در سال ۹۱ سهم ساختوساز در پایتخت از کل ساختوساز صورت‌گرفته در کشور ۵درصد بود، اما این میزان در سال ۹۸ به‌عنوان آخرین سالی که آمار سالانه پروانه‌های ساختمانی آن موجود و در اختیار است، به ۸درصد افزایش یافته است. در مقابل، جهت سرمایه‌گذاری ساختمانی در تهران طی حدود یک دهه اخیر منفی است. در سال ۹۱ سهم ساختوساز در تهران نسبت به کل ساختوساز صورت‌گرفته در کشور ۱۷درصد بود که این میزان با افت تدریجی روبه‌رو شد، به‌طوری که در پایان سال ۹۸ این سهم به ۹درصد کاهش یافت.

ارقام ذکرشده نشان‌دهنده رشد سرمایه‌گذاری ساختمانی در شهرهای شمالی و در مقابل، کاهش ساختوساز در تهران در پایان دهه اخیر نسبت به سال‌های ۹۰ و ۹۱ است.

پیام دوم این شاخص آماری را می‌توان از «برابر شدن تقریبی سهم ساختوساز در تهران و دو استان شمالی از کل ساختوساز‌های کشور» برداشت کرد، به‌طوری‌که تازه‌ترین آمارهای موجود نشان می‌دهد سهم پروانه‌های ساختمانی صادرشده در تهران و دو استان ساحلی شمالی (گیلان و مازندران) از کل پروانه‌های صادرشده در شهرداری‌های کشور طی سال ۹۸ تقریبا برابر شده و یک واحد درصد با یکدیگر اختلاف دارند. این شاخص آماری به‌روشنی نشان می‌دهد که شهرهای شمالی به قطب جدید سرمایه‌گذاری ساختمانی در کشور تبدیل شده‌اند.

رشد ساختوساز طی ۱۰ سال

شاخص آماری دیگری که شاهد این مدعاست و نشان می‌دهد ساختوساز در شمال کشور مسیر رونق را طی یک دهه اخیر طی کرده، مقایسه حجم ساختوساز مسکن در سال‌های شاخص این دهه است. طی حدود ۱۰ سال گذشته هرگاه بازار مسکن در شرایط رونق معاملات قرار داشته، میزان رونق ساختوساز در شهرهای شمالی بمراتب بیشتر از تهران بوده و در شرایط رکود نیز به همین ترتیب، رکود عمیق‌تر ساختوساز در تهران رخ داده و شدت رکود در شهرهای شمالی در حوزه ساختوساز کمتر بوده است. به‌عنوان مثال، در سال ۹۲ که سال رونق معاملات مسکن در کل کشور بود، تهران با رشد نقطه‌ای ۳درصدی ساختوساز روبه‌رو شد که یک رخداد طبیعی به دنبال رونق بازار مسکن است. اما افزایش ساختوساز در دو استان شمالی یعنی مازندران و گیلان در آن مقطع زمانی بمراتب از تهران بیشتر بود، به‌طوری که در مازندران رشد ۲۰درصدی ساختوساز نسبت به سال ۹۱ ثبت شد و در گیلان نیز میزان رشد ساختوساز به صورت نقطه‌ای (نسبت به سال قبل از آن) ۴درصد بود. این در حالی است که در کل کشور در سال ۹۲ نسبت به سال قبل از آن، حجم ساختوساز در مجموع بدون تغییر بود.

به دنبال اتمام رونق معاملات در آن سال، وضعیت رکودی در سال ۹۳ بر بازار مسکن حاکم شد. اما در مقطع رکود نیز تغییرات ساختوساز معنادار است. در سال ۹۳ در کل کشور شاهد افت ۴۲درصدی ساختوساز نسبت به سال ۹۲ بودیم. در تهران نیز میزان افت ساختوساز ۵۶درصد بود. اما رکود ساختوساز در فصل رکود معاملات در دو استان شمالی کمرنگ‌تر بود، به‌طوری که افت ساختوساز در مازندران ۳۸درصد و در گیلان ۲۲درصد ثبت شد. براین اساس اثر بدیری سرمایه‌گذاری ساختمانی در رکود در دو استان شمالی نسبت به تهران بمراتب کمتر بوده است.

سال ۹۸ نیز یکی دیگر از مقاطع زمانی شاخص طی یک دهه اخیر است، چراکه با رکود معاملات تحت تاثیر جهش فوق‌العاده قیمت مسکن سپری شد. در واقع عمر رونق در سال ۹۷ بسیار کوتاه بود و به چند ماه بیشتر نرسید و به‌دنبال آن رکود سنگین معاملات بر بازار مسکن سایه انداخت. با این همه در سال ۹۸ در شرایطی که در تهران ساختوساز افت ۱۴درصدی را نسبت به سال ۹۷ تجربه می‌کرد و در کل کشور نیز رشد جزئی ۴درصدی در ساختوساز ثبت شده بود، در استان مازندران میزان رشد نقطه‌ای ساختوساز ۳۲درصد ثبت شد و در گیلان این میزان ۴درصد بود. آمارهای مذکور نشان می‌دهد که در ۱۰ سال اخیر در هر مقطعی که بازار مسکن دوره رونق را سپری کرده، رونق ساختوساز در شمال بیشتر از تهران و میانگین کشوری بوده و در هر مقطعی که بازار مسکن رکودی بوده، عمق و شدت رکود در تهران بمراتب بیشتر از استان‌های شمالی مورد بررسی بوده است.

در همین راستا تغییرات معنادار در سال ۹۵ از نیز می‌توان رصد کرد. سال ۹۵، سال ثبات در بازار معاملات ملکی تهران و کل کشور بود و بر همین اساس میزان رشد نقطه‌ای ساختوساز در تهران ۷درصد بوده و در کشور در مجموع ساختوساز نسبت به سال قبل از آن ۲درصد افت کرده است.

با این حال در همین سال تنها در استان گیلان با رشد ۲۶درصدی آمار پروانه‌های ساختمانی صادر شده روبه‌رو هستیم که از تمایل به سرمایه‌گذاری ملکی در استان‌های ساحلی و گردشگری شمال کشور حتی در شرایط ثبات بازار ملک حکایت دارد. نکته مهم در مطالعه و بررسی آمارهای مذکور این است که بخش قابل‌توجهی از ساختوسازهای انجام‌شده در شهرهای شمالی بویژه طی دو، سه سال اخیر در بافت‌های روستایی صورت گرفته و اصلا در آمار پروانه‌های ساختمانی صادرشده از سوی شهرداری‌ها قید و منظور نشده است.

با وجود این حتی آمار رسمی ساختوساز در شمال به‌تنهایی و بدون در نظر گرفتن ویلاسازی‌هایی که بدون دریافت پروانه و سپری کردن تشریفات قانونی صورت گرفته، بازهم گواهی می‌دهد که شهرهای شمالی به مقصد مهاجرت دوم ملکی تبدیل شده‌اند.

رونق و رکود معاملات در تهران و شمال

مهاجرت اول به شهرهای شمالی از سوی تقاضای خرید ملک صورت گرفت و در سال‌های اخیر شاهد افزایش قابل‌توجه تقاضای خرید خانه در دو استان گیلان و مازندران بودیم. به دنبال شکل‌گیری مهاجرت اول که تحت تاثیر هفت علت رخ داد، مهاجرت دوم از سوی سرمایه‌گذاران ملکی و سازندهها به شهرهای شمالی شکل گرفت که اکنون اثر آن در آمارهای ساختوساز منعکس شده است.

بر این اساس گزارههای آماری روشنی که مهاجرت اول از سمت خریداران را به بازار املاک را تایید می‌کند نیز همچون تغییرات معنادار در «رشد ساختوساز» که گواهی بر مهاجرت دوم (مهاجرت سازندهها به بازار املاک شمال) وجود دارد. این آمارها مربوط به تغییرات معاملات ملکی و مقایسه وضعیت کشور، تهران و دو استان شمالی با یکدیگر است.

در سال ۹۷ رونق معاملات ملکی در تهران و به دنبال آن در کشور آغاز شد و پس از چند ماه رکود فراگیر معاملات تحت تاثیر جهش بی‌سابقه قیمت مسکن بر بازار مسکن سایه انداخت. در این سال معاملات مسکن در کل کشور رشد حدود ۱۵درصدی را نسبت به سال ۹۶ تجربه کرد، اما در حالی که در تهران در مجموع تغییرات نقطه‌ای حجم معاملات منفی بود، خرید و فروش مسکن با افت ۲۵درصدی روبه‌رو شد، در مازندران حجم معاملات رسمی انجام‌شده و ثبت‌شده ۱/۵ برابر معاملات سال ۹۶ بود. در گیلان نیز حجم معاملات نسبت به سال ۹۶ تقریبا دو برابر بود.

هفت علت مهاجرت ملکی به شمال

براساس تازه‌ترین گزارش آماری منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران که مربوط به تغییرات حجم معاملات در پاییز ۹۹ است، رشد نقطه‌ای معاملات ملکی در کشور طی پاییز ۹۹ نسبت به فصل مشابه سال ۹۸ حدود ۲۰درصد بوده و این در حالی است که حجم معاملات در مازندران در این فصل نسبت به فصل مشابه سال قبل از آن حدود ۱/۵ برابر شده است. همچنین در گیلان نرخ رشد معاملات مسکن نسبت به پاییز ۹۸ حدود ۹۷درصد بوده است. افزایش معاملات در استان‌های شمالی در شرایطی رخ داده که تهران شاهد کمترین حجم معاملات بود و خرید و فروش در کف رکودی انجام شد، به‌طوری که تقریبا حجم معاملات مسکن تهران در پاییز ۹۸ نسبت به پاییز ۹۷ بدون تغییر بود.

چه چیزهایی سبب شکل‌گیری مهاجرت اول و دوم به بازار املاک مازندران و گیلان شد و این دو استان را به قطب جدید ساختوساز در کشور تبدیل کرد؟ «دنیای اقتصاد» هفت علت را برای توضیح این تغییرات تدریجی در یک دهه اخیر شناسایی کرده که پنج علت آن به مهاجرت تقاضای مصرفی ملک به شمال و دو علت به مهاجرت تقاضای سرمایه‌ای مربوط است.

علت اول به افزایش تمایل ساکنان شهرهای بزرگ به زندگی در شرایط مطلوب، آب‌وهوایی شهرهای شمالی و محیط سبز و طبیعی آن مربوط است؛ تمایلی که طی ۱۰ سال اخیر به‌تدریج شکل گرفته و هرچه زمان بیشتری گذشته، بر میزان این تمایل افزوده شده است.

آلودگی هوا در شهرهای بزرگ و تراکم جمعیت در این شهرها را هم می‌توان به‌عنوان علت دوم مهاجرت به شمال معرفی کرد. شدت آلودگی هوا در برشهرها در طول یک دهه گذشته رو به افزایش بوده است و رفته‌رفته شهرهای بیشتری در کشور به جمع شهرهایی که به‌ویژه در نیمه سرد سال، هوای ناسالم دارند، پیوسته‌اند. این موضوع انگیزه‌ای برای مهاجرت به شهرهای شمالی به صورت موقت یا دائم را در میان کسانی که شرایط مناسبی برای این موضوع دارند، تقویت کرده است.

سومین عامل موثر در افزایش مهاجرت به استان‌های شمالی در یک دهه اخیر از ناحیه خریداران، تسهیل رفت و آمد به این شهرها و کوتاه‌شدن زمان سفر با توجه به ساخت و تکمیل آزادراههایی است که به این استان‌ها متصل شده است.

علل چهارم و پنجم مهاجرت ملکی به شمال به شرایط ویژه حاکم بر کشور طی یکی، دو سال اخیر مربوط است؛ یکی اینکه طی یک سال و نیم گذشته با شیوع کرونا و قرنطینه‌های سراسری در برخی شهرها و استان‌ها که سفر را در برخی مقاطع محدود می‌کرد، گروهی از شهروندان به این فکر افتادند که خانه دومی، چه به شکل خرید و چه به شکل اجاره، در استان‌های شمالی برای خود فراهم کنند.

در واقع قرنطینه به نوعی زمینه‌ساز افزایش تقاضای سکونت در شهرهای شمالی شد و سازندهها نیز این فرصت سرمایه‌گذاری را شناسایی کردند. موضوع بعدی تسری دورکاری در مشاغل مختلف بود که فراغت زمانی حاصل از آن، عملا بر میزان تقاضای سکونت موقت در شهرهای شمالی افزود.

علاوه بر پنج محرک مذکور که زمینه‌ساز مهاجرت تقاضای مصرفی ملک به بازار شمال شد، دو محرک نیز موجب مهاجرت تقاضای سرمایه‌ای ملک به دو استان گیلان و مازندران شده است: نخست «نظرات تورمی» در بازارها از سال ۹۷ به بعد که باعث شد مقصد بخشی از سرمایه‌های ملکی، شهرهای شمالی باشد و دوم پیش‌بینی سرمایه‌گذاران از چشم‌انداز املاک «شمال» تحت تاثیر افتتاح قطعاتی از آزادراه تهران-شمال. تصوری که برخی از سرمایه‌گذاران ملکی از تاثیر آزادراه تهران - شمال بر تقاضای سکونت در این استان در سال‌های آتی دارند، سبب سرمایه‌گذاری آنها در استان‌های ساحلی شمال کشور شده است. به این ترتیب، در مجموع هفت عامل ذکرشده به رکود کمتر و رونق بیشتر املاک شمال نسبت به تهران در طول یک دهه اخیر منجر شده است.

گردشگری

نقشه برد - برد گردشگری عشایر

گردشگری به‌ویژه در حوزه‌های گردشگری روستایی و عشایری با چالش‌های فراوانی روبه‌روست، اگر تاسیس یک هتل در شهر توسط یک سرمایه‌گذار غیربومی حساسیت زیادی ایجاد نکند و به چشم اشتغال‌زایی نگریسته شود اما در روستا و اجتماع‌های کوچک این موضوع اغلب پس از مدتی با واکنش‌هایی مواجه می‌شود که گاه به تعارض و درگیری می‌انجامد. رابطه سرمایه‌گذار یا یک فعال حوزه توریسم با جامعه محلی در چه صورتی می‌تواند به رابطه «برد-برد» بدل شود؟ محمد ملکشاهی فعال در حوزه گردشگری عشایر در این‌باره به «دنیای اقتصاد» می‌گوید: جامعه محلی انتظار دارد عایدی اصلی را از گردشگری روستایی و عشایری داشته باشد که نگاه درستی است زیرا عایدی و درآمد توریسم وابسته به فرهنگ، سنت و شکل معیشت آنهاست، با این حال اگر فعال حوزه گردشگری هم کار خود را به درستی تعریف کرده باشد در این حوزه درآمد خود را خواهد داشت.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، او که در کسب‌وکار خود قصد دارد راهنمایان محلی را آموزش دهد، می‌افزاید: با گذراندن دک دوره یک ماهه لیدری محلی و سپردن تور به جوانان عشایری، راهنمایان تنها نقش مترجمی را به عهده می‌گیرند و راهنمایان محلی مدیریت تور بیشترین دریافتی را خواهند داشت. بخش‌خصوصی با امید دریافت سود وارد صنعت توریسم می‌شود، این موضوع چطور توجیه می‌شود؟ ملکشاهی معتقد است اگر همه چیز شفاف باشد بخش‌خصوصی می‌تواند سود خود را به دست آورد، هر چند این سود نباید از سود جامعه میزبان بیشتر باشد. به‌عنوان مثال اگر بهای یک تور خارجی ۱۰ میلیون تومان باشد طبیعی است که هفت میلیون آن باید به جامعه عشایری برسد. این فعال حوزه گردشگری عشایر درباره تجربه شخصی خود عنوان می‌کند: در سال اول ما گردشگران خارجی خود را برای تبلیغ رایگان به تور عشایری می‌بردیم، اما چشم‌انداز ما این بود که بتوانیم این تورها را هزار یورو بفروشیم، رایگان بردن تور به این معنا نبود که ما از جامعه عشایری هم انتظار خدمات رایگان داشته باشیم، بلکه باید هزینه‌ها را خودمان در سطح معقولی پرداخت می‌کردیم. او درباره روند اعتمادسازی می‌گوید: در اولین سفر طبیعی بود که جامعه محلی به‌طور کامل به ما اعتماد نداشت از همین رو در اولین شب، اقامت دو مسافر آلمانی با ظن و تردید آنها مواجه شدیم. مادر خانواده آن شب به ما گفت اینها ممکن است آلمانی نبوده و به‌دنبال گوسفندهای ما باشند. راه‌حل ما این بود که از آلمانی‌ها پاسپورت‌شان را گرفته و آن را در اختیار مادر خانواده قرار بدهیم.

برای توریست‌های ما ابتدا پذیرش این موضوع دشوار بود اما به آنها گفتیم اگر هتل هم می‌رفتید ناچار بودید پاسپورت‌هایتان را تحویل بدهید و در نهایت آنها قبول کردند. ملکشاهی با اشاره به اینکه اعتمادسازی کار دشواری است، می‌افزاید: ما با در نظر گرفتن ملاحظات جامعه محلی و اعتمادسازی سال بعد توانستیم راحت‌تر با آنها کار کنیم. جامعه محلی شناختی از ما به دست آورده و این اعتماد را به سایر طرباید هم منتقل کرده بود. توجه داشته باشید که خبر خوب یا بد بین طایفه‌ها می‌چرخد و همین مبنای رفتارهای بعدی آنها خواهد بود، از این روست که گردشگران و فعالان این حوزه باید با وسواس بیشتری رفتار کنند.

او در همین زمینه به گزاره مهمان‌نوازی عشایر اشاره کرده و می‌گوید: گاهی رفتار گردشگران یا راهنمایان باعث سوءبرداشت می‌شود. این گفته به آن معنا نیست که در برابر هر مهمان‌نوازی مبلغی از سوی راهنمای گردشگری پرداخت شود اما باید گزینه‌ای برای جبران یا مشارکت بیشتر جامعه محلی مهمان‌نواز در فرآیند گردشگری وجود داشته باشد. به‌عنوان مثال از فرزند او برای راهنمای محلی کمک گرفته یا محصولات او اعم از کشک و روغن را خریداری کنیم تا درآمدی عاید آنها شود. ملکشاهی باز به تجربه خود در این زمینه اشاره و اضافه می‌کند: ما در کسب‌وکارمان گزینه‌های تحت عنوان محصولات عشایری را در نظر گرفتیم تا بتوانیم در کنار گردشگری گزینه جایگزین درآمدزایی به‌ویژه در دوران کرونا که تعداد گردشگران به نحو قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته است، داشته باشیم. آیا باز کردن گزینه‌های مختلف درآمدزایی باعث نمی‌شود جامعه محلی به گردشگری به‌عنوان منبع اصلی معیشت نگریسته و زندگی و سبک سنتی خود را فراموش کند؟ ملکشاهی معتقد است درآمد حاصل از گردشگری در توریسم عشایر چندان بالا نیست. در تور عشایر ما با چند خانواده کار می‌کنیم که هر تور هم سه، چهار گردشگر دارد و درآمد آن ممکن است به ۱۰ تا ۳۰ میلیون تومان برسد اما در مقابل دارایی عشایر عدد بزرگی نیست. علاوه بر آن تمام هزینه‌های تور اعم از هزینه‌های غذا و... نیز در طول زمان کوچ به عهده عشایر است. او انگیزه عشایر را فراتر از بخش مالی می‌داند و می‌افزاید: آنچه تورهای عشایری را برای آنها جذاب می‌کند، اهمیتی است که گردشگران به سبک زندگی آنها می‌دهند. آیا بازار تور عشایری بازاری بزرگ است؟ ملکشاهی می‌گوید جامعه عشایری در ایران آنچنان بزرگ است که می‌توان برای آن انواع تورها را تعریف کرد. او ادامه می‌دهد: ما بیش از یک میلیون جامعه عشایری داریم که از میان آنها جمعیتی بیش از ۲۰۰ هزار نفر کوچ پیاده دارند. کار با هر کدام از این جوامع پیچیدگی خود را دارد که باید علاقه‌مندان به ورود به این حوزه آنها را لحاظ کنند تا به پایداری برسند.