کسب و کار

نوآوری در بند بند اجزای کسب و کار

مایکو، شرکت هندی کالاهای مصرفی که من تاسیس کردم و هنوز رئیس هیات‌مدیره آن هستم، بر اساس نوآوری محصول خلق شد. وقتی جوان بودم، در صنایع روغن بمبئی (Bombay Oil Industrie)، شرکت خانوادگی که پدربزرگ و پدرم در سال ۱۹۴۸ تاسیس کرده بودند و روغن خوراکی، ترکیبات شیمیایی روغنی و عصاره ادویه تولید می‌کرد، کار می‌کردم. شرکت ما یک کسب و کار کالاهای اساسی بود که حاشیه سود پژمان و رشد کندی داشت. اما من با سفریه سرلر هند برای مشاهده رفتار مصرف‌کننده در مناطق مختلف و صحبت کردن با مصرف‌کنندگان نهایی محصولات، زمان کافی صرف تحلیل محصولات و عملیات می‌کردم تا یک فرصت پنهان را شناسایی کنم. اگر روغن‌ها بمان را در بسته‌بندی‌های برندسازی شده کوچک‌تر به فروش‌سپم می‌توانیم عملکرد بهتری داشته باشیم می‌دانستم کسب و کارهای سنتی هندی چطور اداره می‌شدند. اما وقتی به آمریکا سفر کردم، دیناسک‌های بازار مغازه‌ای را دیدم. وظیفه ما واضح بود. باید یک واحد کوچک محصولات مصرفی دیرن شرکت مادر راهاندازی می‌کردیم.

باید بر ایجاد ارزش از طریق پرورش نوآوری، پیدا کردن مسیرهای دیگر رشد و تسخیر بازارهایی که تاکنون بهره‌برداری نشده‌اند تمرکز می‌کردیم. راهاندازی یک کار جدید و تماشای پیش رفتن آن هیجان‌انگیز است. همه قراردی که درگیر این واحد جدید‌اتاسیس بودند، این هیجان را حس می‌کردند، به‌ویژه خودم. در سال ۱۹۹۰ کسب و کار ما آنقدر بزرگ شده بود تا بتواند به عنوان یک برند شرکتی مستقل به نام «لریکو» از شرکت مادر جدا شود. طی دهه بعد، به یک برند معروف در میان عموم تبدیل شدیم.

همیشه اصرار داشتم که مطرح کردن ایده‌های جدید را دامه دهیم. این ایده‌ها از آزمایش و تکرار کنیم و بهترین محصولات ممکن را به بازاریابی‌رسانیم. این تجربه‌قطعه به‌محصولات جدید، بسته‌بندی و بازاریابی محدود نمی‌شود، بلکه زنجیره تامین و مدیریت استعدادها و مدل کسب و کار ما را هم دربرمی‌گیرد. موفقیت فقط به استفاده از نقاط قوتتان بستگی ندارد، بلکه نیازمند ریسک کردن، غلبه بر چالش‌ها، یادگیری از شکست‌ها، تکامل چشم‌انداز و گاهی بازآفرینی خودتان است. این هم‌به‌ای سازمان‌ها و هم برای افراد صدق می‌کند.

این فلسفه به من کمک کرد یک واحد کوچک زیرمجموعه یک شرکت خانوادگی را که فروش سالانه اولیه‌اش ۶۱ هزار دلار بود، به یک شرکت مستقل سهامی عام با مدیریت حرفه‌ای تبدیل کنم که بیش از ۱ بزند را تحت مالکیت دارد و ارزش بازار آن به بیش از ۸ میلیارد دلار می‌رسد. مهمتر از آن، معتقدم سازمانی ایجاد کردم که بعد از بازنشستگی من، نوآوری همچنان در آن جریان دارد. همچنین از طریق طرح‌ها و برنامه‌های «بنیاد نوآوری مایکو» که در سال ۲۰۰۳ تاسیس کردم، سعی کردم کارآفرینان و صاحبان کسب و کار را در سراسر هند بشناسم، حمایت کنم و الهام‌بخش آنها باشم.

ریشه‌های کسب و کار خانوادگی ما به دورانی برمی‌گردد که تجارت اصلی هند، ادویه بود. پدربزرگ و عموی بزرگم به صورت تخصصی زنجبیل، زردچوبه، معدن زاگرایل و فلفل را از بلت کرالا برای تجار دهلی، کلکته، فرنتیار و کراچی می‌فروختند. آنها یک معاوره ادویه‌فروشی و یک کارگاه فرآوری راهاندازی کردند و بعد از آن به «هاری والا» که در زبان گجراتی به معنی «مرد فلفلی» است شهرت پیدا کردند که به نام خانوادگی ما تبدیل شد.

بعد از استقلال هند از استعمار بریتانیا در سال ۱۹۴۷، پدربزرگم صادرات ادویه به اروپا را شروع کرد. پدرم در آن موقع، پدربزرگ را متقاعد کرد که تولید را گسترش دهند و کارخانه آسیاب کوچک برای تبدیل معدن زاگرایل به روغن زاگرایل شروع کردند. در مرحله بعد، یک کارگاه خردکنی، یک تصفیه‌خانه برای روغن خوراکی، یک کارگاه ترکیبات شیمیایی روغنی و یک واحد عصاره ادویه راهاندازی کرده که امکان تبدیل مواد خام به محصولات نهایی را فراهم می‌کرد. پدر و پدربزرگم در نهایت شرکت صنایع روغن بمبئی را تاسیس کردند و به دلیل محصولات باکیفیتشان معروف شدند. در سال ۱۹۶۵ آنها دو برند برجسته داشتند: روغن زاگرایل با نام تجاری «پاراجون» و روغن کاژوه تصفیه‌شده با نام تجاری «فالوا». اما بیشتر محصولاتشان هنوز برندسازی نشده بودند و به صورت عمده در تانکر، بشکه و بسته‌های ۱۵ کیلویی به فروش می‌رسیدند.

من با دیدن بزرگترهایم در این کار بزرگ شدم و انتظار می‌رفت راه آنها را دنبال کنم. بعد از تحصیل در رشته حسابداری و اقتصاد در کالج سینهام، برای تحصیل در مدارس عالی مدیریت هند درخواست دادم که قبول نشدم. از پدرم خواستم اجازه دهد در رشته‌های MBA (یا با آمریکا شرکت کنم، اما مخالفت کرد و گفت به جای آن سفر کوتاهی به خارج از کشور داشته باشم و سپس برگردم و نقشی در شرکتمان بر عهده بگیرم. ناامید شده بودم، اما وقتی به عقب نگاه می‌کنم، می‌بینم راهنمایی او حکمتی پنهانی داشت.

در سفرهایم به خارج از کشور، متوجه فروشگاه‌هایی شدم که پر از برندهای مصرفی در دسته‌بندی‌های مختلف هستند. دکوردر فروشگاه‌ها بسیار مرتب، بسته‌بندی‌ها جشنواژ و تبلیغات افزاینده بود. در مقایسه با انتخاب‌های محدودی که در بازار هند وجود داشت، این یک تجلی گری بود.

وقتی در سال ۱۹۷۱ به شرکت برگشتم، کارمندی بودم که نه مسئولیت واقعی داشت و نه واحد باخطاری. با پارتی‌بازی وارد شرکت شده بودم، اما از آزادی‌ام خردمندانه استفاده کردم. از کارخانه‌ها بازدید می‌کردم، با مدیران همراه می‌شدم، با پرسنل دفتری در واحدهای مختلف صحبت می‌کردم، به تلفن‌های بخش فروش گوش می‌دادم و مستقیما با خریداران در مورد کیفیت، قیمت‌گذاری، خدمات، برنامه‌های ارسال و شکایت‌های آنها صحبت می‌کردم. همچنین نقاط ضعف و قوت رقبا را بررسی می‌کردم، وضعیت مالی شرکت را به طور دقیق مورد موشکافی قرار می‌دادم و عاملانه بر بازارهای کلیدی، به بازاریابی که در آن حضور نداشتیم سرمی‌زدم، توزیع‌کننده‌ها را می‌دیدم و دینامیک‌های موجود در کشور را تحلیل می‌کردم.

همچنین در دوره‌های آموزشی مدیریت شرکت می‌کردم تا منابع انسانی، حسابداری و امثال اینها را یاد بدهم، اما تحقیقات میدانی‌ام بود که بیشترین آموزش را به من داد و در نهایت جسارت پیدا کردم تا پیشنهاد تغییراتی را در صنایع روغن بمبئی مدیر کنم. این تغییرات شامل گوماسیون کارخانه‌مدرن‌سازی سیستم‌های مالی و فروش، فرآیندهای جدید منابع انسانی و در نهایت تغییر مدل کسب و کار می‌شد که هم شرکت و هم سرنوشت خانگی من را در یک مسیر کاملا متفاوت قرار داد.

دوربند موجود ما، پاراجون و سه فالوا مورد توجه قرار گرفتند. خردهفروشهایی که محصولاتمان را به صورت عمده در قوطی‌های ۱۵ کیلویی به آنها می‌فروختیم، مقادیر کمتر روغن را با قیمت بهتر به مشتریانی عرضه می‌کردند که بطری‌های خالی خودشان را می‌آوردند تا پر کنند. ما می‌توانستیم این بازار فرعی را از آن خودمان کنیم و با فروش روغن در قدارهایی که برای مشتری مناسب‌تر باشد، سهم بازارمان را بیشتر کنیم. اینها بسته‌بندی‌های ۲ و ۱ کیلوگرمی و بعد قوطی‌های ۵۰۰، ۲۰۰ و ۱۰۰ میلی‌لیتری وارد بازار کردیم. یک مدیر فروش از شرکت «هندوستان لیور» (شرکت تابعه یونیلیور) استخدام کردیم و نماینده‌گان فروش را به سراسر کشور فرستادیم تا محصولات در قدارهای جدید را به توزیع‌کننده‌ها و صاحبان فروشگاه‌ها تبلیغ کنند. تبلیغات را گسترده‌تر کردیم و با خلاقیت بیشتر، اولین کمپین تبلیغاتی را برای پاراجون راهاندازی کردیم و لساس تبلیغات «فالوا» را هم به ویژگی روغن کاژیره در کاهش کلسترول قرار دادیم. قبل از این، هیچ‌یک از برندهای روغن خوراکی در هند، به مساله سلامت تمرکز نکرده بودند.

ما اطلاعاتی در مورد سلامت قلب جمع‌آوری کردیم، پزشکان مرتبط را لیست کردیم، کنفرانس‌های پزشکی سازماندهی کردیم، و کتاب‌های دستور آشپزی سالم تولید کردیم تا همزمان با تبلیغ محصولات خودمان، سلامتی مصرف‌کنندگان هندی را هم ارتقا دهیم. بسته‌بندی‌های کوچک‌تر جدیدما با استقبال مصرف‌کنندگان زیادی مواجه شد. اما فکر کردم حتی متمایزسازی قوی‌تری هم می‌تواند سهم بازار ما را به میزان قابل توجهی افزایش دهد.

مترجم: مریم رضایی

شهردار کرج خبر داد:

صدور ۱۰ هزار میلیارد ریال «برات کارت» برای تسریع در تکمیل پروژه‌ها

شهردار کرج گفت: با موافقت شورای اسلامی شهر و با هدف تسریع در تکمیل پروژه‌های کلان در دست اقدام شهرداری کرج همچون قطار شهری و بزرگراه شمالی و توسعه زیرساخت‌ها، صدور ده هزار میلیارد ریال «برات کارت» با همکاری بانک شهر در دستور کار قرار خواهد گرفت که گامی مؤثر در جهت ارتقاء عمران و آبادانی شهر است.

به گزارش پیام آشنا، مهرداد کیانی با قدردانی از تصویب لایحه مذکور در شورای اسلامی شهر، گفت: پرداخت مطالبات پیمانکاران با استفاده از روش‌های نوین مالی همچون صدور «برات کارت» با همکاری شبکه بانکی کشور در دستور کار شهرداری تهران و سایر کلانشهرهای کشور قرار گرفته و نتایج بسیار مثبتی نیز به همراه داشته است.

این مسئول گفت: پروژه‌هایی همچون بزرگراه شمالی، قطار شهری و... که نیازمند منابع عظیم مالی هستند، در صورت توقف و تعطیلی و یا الحاق نورم و مشکلات اقتصادی موجود، هزینه‌های بسیار سنگینی را به مدیریت شهری و خزانه شهر تحمیل می‌کنند که با تحویل «برات کارت» به پیمانکاران در سررسیدهای چند ماهه یا چند ساله و دلگرمی و اطمینان مجریان پروژه‌ها از وصول مطالباتشان در تاریخ مقرر، شاهد پویایی و حرکت در فعالیت‌های عمرانی سطح شهر خواهیم بود و کرج به معنای واقعی به کارگاه عمرانی تبدیل خواهد شد.

به گفته کیانی، شهرداری کرج با تقسیم‌بندی طلبکاران بر اساس میزان طلب و همچنین لحاظ اولویت‌های موجود، از «برات کارت» که معمولاً در سررسیدهای چهار ماهه، شش ماهه، یک ساله و نو ساله طراحی می‌شود، استفاده می‌کند و در نتیجه با کاهش فشارهای مالی، شاهد ارتقاء بهره‌وری، استمرار فعالیت در پروژه‌های عمرانی و بهبود برنامه‌ریزی مالی خواهیم‌بود.

کیانی به شهروندان وعده کرد که بر اساس برنامه‌ریزی‌های محله محور دوره ششم مدیریت شهری کرج، علاوه بر رسیدگی به نیازهای محلات و تأمین سرانه‌های رفاهی و فضای سبز و اقدامات اساسی در جهت ساماندهی معابر طی امسال و سال آینده، همچنین در ابعاد کلان نیز تکمیل پروژه‌های نیمه تمام و خریداری ماشین آلات و تجهیزات و نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی مورد توجه است.

یادآور می‌شود «برات کارت» همچون سفته و چک به منظور ایجاد تعهد مالی برای پرداخت رقمی در موعد زمانی مشخص تحویل طلبکار می‌شود که صرفاً در این سررسید قابلیت نقد شوندگی دارد که البته در این روش علاوه بر طلبکار و بدهکار، شبکه بانکی نیز به عنوان ضلع سوم هرم فعالیت دارد و در واقع ضمانتی برای تبدیل این کارت به پول در زمان تعهد شده است.

فعالیت ۳۲۵ دکه مطبوعاتی در شهر کرج

مسئول امور کیوسک‌های سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی شهرداری کرج از فعالیت ۳۲۵ دکه مطبوعاتی در سطح شهر خبر داد و گفت: تمام دکه‌های شهر کرج در نقشه GIS جلمایی شده‌اند.

به گزارش پیام آشنا، کیومرث صلحی با اشاره به اینکه در حال حاضر ۳۲۵ دکه مطبوعاتی مجوزدار در سطح شهر فعالیت دارند، گفت: از عمر فعالیت اغلب این دکه‌ها بیش از سه دهه می‌گذرد و به واسطه افزایش جمعیت و برخی مسائل طی سال‌های گذشته شاهد تغییراتی در کارکرد اصلی آن‌ها هستیم.

این مسئول ادامه داد: هرچند دکه‌های مطبوعاتی با هدف عرضه نشریات و روزنامه‌ها در مناطق مختلف شهر جلمایی شده‌اند ولی با گذشت زمان و کم رنگ شدن گرایش مردم به رسانه‌های مکتوب و نسترسی عموم مردم به فضای مجازی، حوزه فعالیت خود را گسترده‌تر کرده و امروز شاهد فروش تنقلات، چای و غیره در اغلب این کیوسک‌ها هستیم.

صلحی با بیان اینکه سازمان ساماندهی مشاغل شهری به عنوان متولی این دکه‌ها با تغییر ماهیت فعالیت آن‌ها مخالف است، توضیح داد: ولی به واسطه اینکه صاحبان این دکه‌ها هم باید برای گذران زندگی درآمدزایی داشته باشند، امکان برخورد مقتضی با بهره‌برداران وجود ندارد.

وی در ادامه با اشاره به اینکه تمام دکه‌های کرج در نقشه GIS جلمایی شده، افزود: قرار بود برخی از دکه‌هایی که در مناطق پرترافیک شهر قرار دارند جابه جا به مکان‌های دیگری انتقال داده شوند ولی با توجه به اینکه بین معابر درجه یک و نو لزاحاظ درآمدزایی تناسبی وجود ندارد هنوز سازوکاری برای اجرای این طرح فراهم نشده است.

صلحی با تأکید بر تشکیل کمیته تخصصی ساماندهی دکه‌ها توضیح داد: در این کمیته مواردی مثل تغییر نام، تغییر کاربری، تعیین اجاره بها و... بررسی و در نهایت تصمیم‌گیری توسط اعضا صورت می‌گیرد.

مسئول امور کیوسک‌های سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی شهرداری کرج با اشاره به پیگیری جدی برای برخورد با دکه‌های غیرمجاز قزوین: شهرداری کرج طی سال‌های گذشته در این خصوص به خوبی عمل کرده و در حال حاضر تنها ۱۲ دکه غیرمجاز در سطح شهر فعال است.

وی در پاسخ به اینکه نحوه صدور مجوز فعالیت برای متقاضیان دکه‌های جدید به چه شکل است، گفت: بر اساس مصوبه سال ۱۳۸۰، واگذاری هرگونه دکه جدید در سطح شهر ممنوع است و بنابراین طی این سال‌ها هیچ دکه جدیدی به شهر اضافه نشده است.

دو شرط حل مساله «قدرت خرید خانه» برای زوج‌های جوان

نجمه رجب: یک صاحب‌نظر ارشد اقتصادی با بررسی وضعیت بازار مسکن و نسبت آن با سایر بازارها، مسکن را در بین‌ست تاریخی توصیف کرد. دکتر حسین عبده تبریزی در نشست نقد و نظر «دنیای اقتصاد» که با موضوع بررسی وضعیت بازارها برگزار شد، ریشه‌ها و علائم حباب قیمت ملک در شهرهای بزرگ را تشریح کرد و به واسطه افزایش امید بنیادی خروج از وضعیت نامطلوب این بخش در حال حاضر پرداخت. بررسی کارشناسی وضعیت این بازار در حال حاضر به شناسایی نسبت کم پنج علامت از مواجهه بخش مسکن با بن‌بست تاریخی و بی‌سابقه انجامید.

حسین عبده تبریزی، صاحب‌نظر ارشد اقتصادی با اشاره به وضعیت نرخ سود بلاتکی و یا بلاآوری اینکه نفوذ بانک مرکزی در حدی نیست که بتواند نرخ سود را به شکل تمام‌عیار کنترل کند، به این موضوع پرداخت که آنچه در بازار پول می‌گذرد، حکایت از رواج نرخ‌های بالاتر از ۲۰ درصد دارد؛ کمااینکه نرخ اوراق گام در حال حاضر ۳۱/۵ درصد است و در برخی بازارهای رسمی بورسی نیز نرخ‌هایی در حدود ۲۶ تا ۲۷ درصد وجود دارد. عبده‌تبریزی توضیح داد: در حال حاضر نرخ وام گرفتن دولت به واسطه انتشار اوراق بدهی حدود ۲۷ درصد و نرخ اعلامی رسمی در شبکه بانکی صرفا برای حفظ ظاهر ۱۸ درصد است؛ در این شرایط طبعا سرمایه‌گذاران حاضر در بازار مسکن انتظار نرخ‌های بازدهی بالاتری از رقم واقعی سود رایج در شبکه بانکی دارند.

حباب مسکن در شهرهای بزرگ

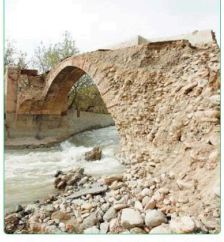
این صاحب‌نظر اقتصادی پس از پرداختن به علت ورود سرمایه‌ها به بخش مسکن و البته سایر بازارهای دارایی طی یک دهه اخیر، در بخش دوم سخنان خود از مواجهه بخش مسکن با یک بن‌بست تاریخی سخن گفت و پنج علامت آشکار آن را تشریح کرد. او ابتدا به وضعیت نسبت قیمت به اجاره مسکن (P/R) در تهران و شهرهای بزرگ پرداخت و گفت: این نسبت در اصفهان به مقدار ۶۰ رسیده و در تهران نیز در حال حاضر نزدیک ۴۰ است. این در حالی است که حداکثر نسبت قیمت به اجاره در شهرهای بزرگ دنیا اغلب بین ۲۰ تا ۲۵ بوده و در تهران نیز در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ در نوردهای جهش قیمت به همین حدود می‌رسید. نسبتی که عبده به آن اشاره کرد همان نسبت معروف «حبابستج» بازار مسکن است که در مواقع جهش قیمت افزایش و در دوره ثبات نسبی حاکم بر بازار به تدریج کاهش پیدا می‌کند. اما در حال حاضر با گذشت نزدیک پنج سال از آخرین دوره جهش قیمت مسکن در پایتخت و به دنبال آن سایر شهرها، همچنان این نسبت در شهرهای بزرگ بسیار بالاست؛ بالاتر از نرخ متعارف شهرهای بزرگ دنیا و حتی بالاتر از نرخ متعارف قبل از دهه ۹۰ در همین شهرها. در واقع این نسبت گویای دو علامت از بن‌بست مسکن است؛ یکی ناظر بر اینکه زمان دسترسی به مسکن با احتساب نرخ اجاره در کلان‌شهرها به چند دهه رسیده، کمااینکه در تهران ۴۰ سال و در اصفهان ۶۰ سال طول می‌کشد تا یک خانوار مستاجر بتواند صاحب خانه شود. علامت دوم نیز وجود حباب بزرگ در قیمت مسکن کلان‌شهرهای کشور است که پیش از این بدستکم با ابعاد فعلی سابقه نداشته و تحت‌تاثیر روندی که در دهه ۹۰ طی شده، به نقطه کنونی رسیده است.

آن‌گونه که عبده تشریح کرد، سومین نشانه بن‌بستی که بخش مسکن با آن مواجه شده سهم بالای خریدهای سرمایه‌ای در بازار مسکن است که تمام معادلات در این بازار را تحت‌تاثیر قرار داده است. موید این واقعیت که سهم خریدهای سرمایه‌ای و به طور کلی غیرمصرفی در بازار مسکن به مراتب بیشتر از سهم خریدهای مصرفی است را باید در فاصله زیاد میزان رشد نرخ حقوق و دستمزد در مقایسه با تورم مسکن طی یک دهه اخیر جستوجو کرد.

عارضه رواج خریدهای لوکس ملکی

علامت چهارم از بن‌بست مسکن که به تعبیر عبده‌تبریزی در گذشته هیچ‌گاه با آن مواجه نشده بودیم، اما امروز به مساله تبدیل شده این است که سهم مسکن از سبد هزینه‌های خانوار به شکل نامتعارفی افزایش پیدا کرده است. عبده در این رابطه توضیح داد: پیش از دهه ۹۰ سهم مسکن از سبد هزینه‌های خانوار بین دهک اول و نهم فاصله زیادی نداشت اما در دهه ۹۰ این سهم بین دهک‌های بالا و پایین درآمدی فاصله زیادی پیدا کرده که نشان‌دهنده وقوع یک رخداد غیرطبیعی در بازار مسکن بوده است. این رخداد رایج شدن خریدهای ملکی لوکس در سال‌های اخیر برای دهک‌های بالای درآمدی است. به این ترتیب به دلیل روند متفاوتی که به لحاظ رفتارهای اجتماعی در سال‌های اخیر حاکم و خریدهای لوکس در بازار ملک رایج شد، عملا سهم مسکن در سبد هزینه‌های خانوارهای دهک دهم از اوایل دهه ۹۰ تا پایان این دهه یک روند افزایشی را طی کرده و اکنون فاصله زیادی با این سهم برای دهک‌های پایین درآمدی پیدا کرده است. به تعبیر عبده‌تبریزی وضعیت فعلی این متغیر نشان از گرایش به تجملات و افزایش شکاف طبقاتی طی دهه ۹۰ دارد که اثر آن در بازار مسکن نیز منعکس شده است. او در عین حال یک وجه از گرایش به خریدهای لوکس توسط دهک‌های درآمدی بالاتر را ناشی از ضعف تولید صنعتی در طول دهه ۹۰ توصیف و تاکید کرد: بخشی از پول‌های زیادی که در این دهه خلق شد، صرف خریدهای به اصطلاح لاکچری ملکی شده است. در نهایت علامت پنجم بن‌بست تاریخی مسکن که در این نشست به آن اشاره شد این است که با توجه به شرایط اقتصادی و وضعیت بازارها، ملک به عنوان گزینه بهینه سرمایه‌گذاری در کشور باقی خواهد ماند و عواقب حضور پررنگ تقاضای غیرمصرفی در این بازار که به جهش نامتعارف قیمت مسکن در نیمه دوم دهه ۹۰ منجر شد، می‌تواند ادامه پیدا کند.

لذت پیاده‌روی روی تنها پل آجری پایتخت



پل‌های قدیمی غرب تهران از جمله آثار مهم تاریخی است که نقش مهمی در تعاملات بین روستاها و رونق اقتصادی آن‌ها داشته است. مسیر ارتباطی که این پل‌های تاریخی ایجاد می‌کردند تعاملات فرهنگی و کسب و کار روستاهای غرب تهران را تسهیل می‌بخشید.

سمیرا بابا جانپور: درخش کن ۲ پل تاریخی به نام پل حاج محمدعلی و پل قجری وجود داشت که از این بین تنها پل آجری حاج محمدعلی کنی باقی مانده است و پل قجری از بین رفته است.

پل آجری حاج محمدعلی کنی جزء قدیمی‌ترین پل‌های آجری تهران به شمار می‌رود. این پل در سال ۱۳۱۲ توسط مردی به نام «حاج محمدعلی» بنا شد تا روستاییانی که برای فروش محصولاتشان به شهر می‌رفتند مسیر رودخانه را به راحتی پشت سر بگذارند. اهالی روستاهای سولقان، کشار، رندان، سنگان، امامزاده داود (ع) و کیگا با عبور از مسیر کوهستانی و دشوار خودشان را به این پل می‌رساندند و بعد از عبور از باغ‌ها دربافت مسکونی روستای کن استراحت می‌کردند و روز بعد مسیر خود را به سمت شهر ادامه می‌دادند.

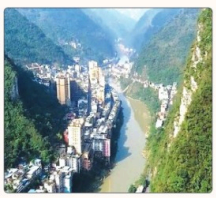
پلی که به گفته تهران‌شناسان و کارشناسان میراث فرهنگی تنها پل قدیمی تهران است که سازه آجری دارد. پل حاج محمدعلی کنی با نمای آجری یکی از بناهای باقی‌مانده از بافت تاریخی روستای کن است که در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده است.

لذت پیاده‌روی روی تنها پل آجری پایتخت نوروز پربارن سال ۱۳۹۸ و سیل ناشی از آن باعث شد تا پل تاریخی کن دچار آسیب جدی شود. طبق گزارش سازمان میراث فرهنگی بیش از ۳۰ درصد پل تخریب شد و آب پایه‌های اصلی آن را از بین برد.

اگرچه حاج محمدعلی برای نگه‌داری از پل باغ‌هایی را وقف کرد تا درآمد حاصل از آن‌ها برای نگه‌داری پل صرف شود ولی خسارت وارشده به پل آن‌قدر زیاد بود که این موقوفات کافی نبود. پس از پیگیری اهالی و تأکید شورای شهر، شهرداری منطقه ۵ به کمک سازمان زیبا‌سازی شهرداری تهران عملیات مرمت پل آجری را در دستور کار خود قرار داد و سال ۱۴۰۰ پل آجری کن به‌طور کامل مرمت شد.

این پل با توجه به قدمت تاریخی و موقعیت مکانی که قرارگرفته است یکی از جاذبه‌های دیدنی پایتخت محسوب می‌شود.

باریک‌ترین شهر جهان کجاست؟



تصاویری از باریک‌ترین شهر جهان در شبکه‌های اجتماعی دست به دست شد که واکنش‌هایی را به همراه داشت.

به گزارش پیام آشنا به نقل از همشهری آنلاین، این شهر باریک که بین ۳۰ تا ۳۰۰ متر عرض دارد در شهر یانجین در امتداد کوه‌های شیبدار استان یونان چین واقع شده و ۴۵۰ هزار نفر هم در آن زندگی می‌کنند.

این شهر فقط یک خیابان دارد که در طول شهر قرار گرفته است.

به غیر از باریک بودن، یانجین ویژگی خاص دیگری نیز دارد. از آنجا که زمین یک کلای بسیار گرانبها در این منطقه به شمار می‌رود بسیاری از ساختمان‌های آپارتمانی دقیقا در ساحل رودخانه و روی ستون‌های نازک شبیه پایه ساخته شده‌اند تا در صورت بالا آمدن سطح آب از ساکنان در برابر سیل محافظت کنند.

جالب اینجاست که این شهر صدها سال مسکونی بوده و بسیاری از مردم آن به زندگی در جای دیگری فکر نمی‌کنند.

دیدگاه

برای بانوان، باقی‌ماندن در حرفه معماری مشکل است نه ورود به آن

ریچل هاو

در حال حاضر معماری هم برای زنان و هم برای مردان حرفه‌ای جذاب به‌شمار می‌رود. حرفه معماری به‌راحتی زنان را به‌سوی خود جذب می‌کند؛ نسبت زنان و مردان وارد شده به دانشگاه‌ها تقریبا ۵۰ – ۵۰ است. پس وارد شدن بانوان به معماری مشکل نیست بلکه باقی ماندنشان در این حرفه مشکل است. حجم تعهدی که در این حرفه لازم است، میزان حق‌الزحمه، سرگردانی مدام بین خانواده و شغل و تاثیر این مسائل بر پیشرفت، مصائبی مرتبط به یکدیگر است که زنان با آن روبه‌رو می‌شوند.

راه حلی سریع و ساده برای این معضل وجود ندارد. مشکلی است که تا حد زیادی ریشه در نیازهای فرسوز صنعت ساخت و ساز دارد. معماری شغل منافسی شاغلان پاروتی نیست. رسیدگی به نیازهای خانواده و زندگی شخصی و همزمان مدیریت کردن یک پروژه (که احتمالا پنج روز هفته نیازمند پاسخگویی فوری است) بسیار سخت و دشوار است. با این حال راهکارهایی همچون از بین بردن فرهنگ ساخت کار طولانی سمعنی این توقع که تنها با گذراندن ساعت‌های طولانی در لرزوا و پشت میزمی‌توان یک کار را به نحو احسن انجام داد، تغییر رویکرد کارفرما در مورد همیشه دسترس بودن کارمندان زن، طرح راهکارهای خلاقانه در مورد نحوه مدیریت کار با روقوت و شیوه‌های کاری انعطاف‌پذیر، میزان مناسب‌تر و علا لاهترد مستر دو عرضه‌ساز و کارهای حمایتی و دردسترس‌تر مثل طرح‌های تربیت کارآموزی می‌تواند در این راه به زنان کمک کند. (در گفتگو با **philip stevens** منتشر شده در وبسایت دزاین‌پوم، سال ۲۰۱۶)

منبع: گفتار

محیط زیست

کاشت ۳۰ اصله درخت در خیابان ولیعصر تا پایان سال

مدیرعامل سازمان بوستانها و فضای سبز شهر تهران با تاکید بر اینکه حال درختان خیابان ولیعصر (عج) خوب است از کاشت ۳۰ اصله درخت نیز به صورت روتینال (جلجلیایی) با بن ۵۰ به بالا تا پایان سال جاری خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، علی محمد مختاری در تشریح آخرین وضعیت درختان خیابان ولیعصر (عج) گفت: بی تردید برای ما هرکجا از تهران که درختی هست، اهمیت ویژه آن دارد؛ اما خیابان ولیعصر به عنوان طولانی ترین خیابان که در آن گونه درختان چنار قرار دارد اهمیت دوچندانی دارد؛ لذا برای حفظ این سرمایه های طبیعی و حراست از آنها اقدامات ویژه‌ای را به همراه انجام پایش های دوره ای انجام می دهیم.

وی افزود: در طول سال های گذشته نسبت به واکاری درختان این خیابان اقدام شد و حتی برای هر منطقه از این خیابان پیمانکار مجرایی قرار داده شد تا روند و حفظ و حراست از آنها به بهترین شکل ممکن انجام شود؛ اما متاسفانه یکی از مشکلاتی که برای این درختان وجود داشت ورود فاضلاب تعدادی از کارگاه ها و منازل و موسسات به خیابان بود که برای این درختان آسیب به همراه داشت که خوشبخانه پیگیری شد و همگی این موارد به سمت خیابان مسدود شد.

مختاری تاکید کرد: در حال حاضر حال درختان این خیابان خوب است. در پی کاشت درخت در این خیابان که بیشتر انجام شده بود حدود یک ماه دیگر نیز ۳۰ اصله درخت نیز به صورت روتینال (جلجلیایی) با بن ۵۰ به بالا کاشته خواهد شد این درختان در محدوده هایی که درخت کمتر دارند و نیاز به واکاری هست در مناطق ۳،۶ و ۱۱ کاشته خواهند شد. درختانی هم که قبلا کاشته شده اند، وضعیت بسیار خوبی دارند.