کسب و کار

«استراتژی درمانی» مهم‌تر از برنامه‌ریزی استراتژیک

بسیاری از مدیران، استراتژی را موضوع پیچیده‌ای می‌دانند اما استراتژی در بطن خود متشکل از سه سوال است. الان کجا هستید؟ می‌خواهیم کجا بروید؟ مسیر معقول و معتبر رسیدن به آن هدف کدام است؟ اگر کسی که بخواهد از این سوالات به‌درستی در ترسیم مسیر استفاده کند، باید با خود صریح و دوباره موظفیت کنونی بی‌رحمانه صادق باشد. همین‌که شرکتی موظفیت کنونی‌اش را ترک کند می‌تواند نقشه راهی ترسیم کند تا به پیشینه متمایزی دست یابد که ارزش اقتصادی تولید می‌کند. فصل برنامه‌ریزی استراتژیک سالانه فرا رسیده برای اکثر شرکت‌ها این فرایند کملا تداعی‌بی است و هر بخشی به دلیل ضرورتی جنگی برای واحد خود است و هر واحد کسب و کاری معتقد است نقشه جداگانه است. همه می‌دانند که این نمایش شرکتی هزینه مالی و زمانی بسیاری در بر دارد کارکنان به‌رغم اینکه می‌دانند تصمیمات اصلی در نشستی پشت پرده و جلسات خصوصی گرفته شده، این جلسات را تحمل می‌کنند. مدیران عامل هم رقابت و حیله و نیرنگ کمتر برای کسب بودجه را به تعداد می‌نشینند؛ با اینکه کوتاهی سود و زیان و ارزش سهام شرکت درنهایت یکی است. برای حل این مشکل، لازم است تلاش کنید سازمان خود را از رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک بسوی «استراتژی درمانی» هدایت کنید. برنامه‌ریزی استراتژیک عملی منطقی، بیشتر بیرونی و تجزیه و تحلیلی است که درگرانی روی بازار است. راحل دستیابی به فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک سالیانه و کارآمدتر این‌جا و اینجا بیشتر نیست. بلکه صداقت بیشتر است و اینجاست که استراتژی درمانی بازد میدان می‌شود. استراتژی درمانی عمل هیجانی و بیشتر ذاتی است که روی خود اکاهی تمرکز می‌کند. منظور ما از استراتژی درمانی تمهیداری و بیزی سقوط اعتماد یا حتی چیزی دقیقا مورزی روان‌درمانی سنتی نیست، بلکه از حرکتی بسوی شفافیت و حقیقت صحبت می‌کنیم. استراتژی درمانی از همان تجزیه‌وتحلیل‌ها و چارچوب‌های برنامه‌ریزی استراتژیک استفاده می‌کند. فقط رهبران سازمان را وادار به گفت‌وگوهای سختی می‌کند که نادیده نمی‌خواهند داشته باشند. اجازه بدهید اول برنامه‌ریزی استراتژیک را استعداری کنیم. خود کلمه استراتژی پیچیده به نظر می‌رسد، چون دانشگاهیان، مشاوران و سایر متخصصان از این تصور که استراتژی چیز پیچیده‌ای است سود می‌برند. اما استراتژی بسادگی پاسخ دادن به این سه پرسش به صاحبنظرترین حالت ممکن است:

۱- الان کجا هستیم؟

۲- می‌خواهیم به کجا برویم؟

۳- مسیر معقول و معتبر برای رسیدن به هدف چیست؟

یکی از دلایلی که بیشتر شرکت‌ها همزمان تنه‌ها شکست می‌خورند، این است که به سوال «الان کجا هستیم؟» واقعا صادقانه پاسخ نمی‌دهند. بسیاری از رهبران بیاز درک درستی از عنت شماره یک پوشش ندارند. ارجمن غالبا به این دلیل که بسیاری از مدیرانی که کسب و کارهای پیشتاز را اداره می‌کنند، از تجارت و تساهلشان بر بازار را به ارث دریافته. آنها همزاد فکر می‌کنند موفقیتشان را توضیح دهند. که کودکی که پوسلطه ثروت ابوه پدرش حساب، بانکی و پوییمانی دارد می‌تواند روش‌های جذب ثروت را توضیح دهد یعنی قدرت کسب و کارشان بیش از آنکه به دست خودشان ساخته شده باشد به انها ارث رسیده و به همین علت مسکن است نتوانند آن نقطه قوت اصلی را بخردستی درک و به آن اشاره کنند. رهبرانی که بازار را در مشتشان ندارند هم همین پیش‌فرض را بصورت عکس دارند. آنها هم اسیر گذشته هستند. فکر می‌کنند از همه نظر از رهبران مسلط به بازار ضعیف‌ترند و حتی اگر به توانمندی‌هایشان باور داشته باشند هنوز فقط ذهنیت بدبوزارند. مرتد قلب هستند و تصورشان این است که احتمال شکستشان بیش از موفقیت است.

کلید پاسخ به پرسش «الان کجا هستیم؟» با فرمان استراتژی درمانی این است که در خصوص باورهای نهادینه خود درباره استراتژی و قدرت حقیقی محصولات شرکت و حوزه کارپذیر بی‌رحمانه صادق باشید. اولین گام این است که بپذیرید مشکل دارید سه سوال فرعی هم وجود دارد که رهبران سازمان، وادار می‌کنیم از خود بپرسند:

۱- آن یک‌چیزی که کسب و کار ما را متمایز می‌کند چیست؟

محصولات؟ اگر این طور است، به خاطر مزایا، تجربه یا قیمتش است؟ یا شرکت؟ آن هم به واسطه بازپایی، فروش یا زنجیره تامین؟ نکته نه محصولات خاص و نه شرکتشان متمایز است و صرفا در زمان درست در حوزه درستی قرار داشته؟ تمرین فوق‌العاده دردناکی است. کدام ویژگی‌ها باعث شده که محصولتان هم خاص باشد. اگر تمرین‌های برنامه‌ریزی استراتژیک کلاسیک برای استخراج حداکثر صداقت مورد استفاده قرار بگیرند، می‌توانند برای پاسخ به این سوال خیلی مضر بخورد بکنند.

کشش قیمتی بیشتر حقیقت محصول یا خدمات شما است. می‌توانید همین فرد قیمت را ۱۰ درصد افزایش دهید و مشتری چندانی از دست ندهید؟ افقط فکر کردن به این مسئله، ترازو در کدام بیشتر مدیران می‌اندازد. اگر نمی‌توانید فرمان اشاره‌شده را صادر کنید، آنها نکته که محصول شما در حوزه خودش خاص است. مدل‌سازی آمیخته بازاریابی (Marketing mix modeling) تکنیکی است که به واسطه آن، اثر بر روی‌های بازاریابی بر فروش و سهم بازار سنجیده می‌شود؛ بیشتر وقت‌ها بازاریابی شماست. در حوزه بازاریابی برنده جلوه‌ای شده‌اید؟ خوش به حالتان! اما با محاسبات نشان می‌دهند که صرف یک دلار هزینه برای بازاریابی به کسب بیش از یک دلار سود ناخالص منجر می‌شود؟ بازاریابی گاه درآمد و سرمایه بازاری تولید نکند. صرفا خرد و کارمندی است محک زدن میزان تبلیغات هزینه شده برای فروش بیشتر وقت‌ها محصول و برند شماست.

اگر محصول و برند شما این‌قدر که ادعا می‌کنید خاص است، چرا باید میلیاردها دلار صرف تبلیغات کنید؟ دشمنتان را فقط کنید که محصول شما یک‌چیز دیگر است؟ رفرت استفنز، بنیان‌گذار شرکت بین‌المللی خدمات سرویس تجهیزات الکتروتیک «الیک اسکوا» حق مطلب را ادا می‌کند: «تبلیغات مایلتی است که برای معمولی بودن می‌پردازید.» تجزیه‌وتحلیل‌های داده‌های فروش، بیلدکو میزان تمایز محصول، شرکت و حوزه کاری شماست. سال گذشته سهم بازاران فرایلی یافت؟ خیلی هم خوب. آیا این سهم از کجا آمده؟ اگر از سهم رقبا به شما اضافه شده باشد، مشتریان دارند به شما می‌گویند که قبل جذابیتی می‌هستید. شما در حال افزودن دست کملا جدیدی از مشتری به حوزه کارپذیر هستید؟ مثل بازی‌های کامپیوتری که از راه رام قرار میان سال راهبرد باشد؟ بازی‌های معمولی و روزمره جذاب می‌کنند؟ در این صورت کار متفاوتی انجام می‌دهید.

۳- بسیاری اینکه آن یک‌چیز را حقیقتا خاص و متمایز کنیم، حتم‌ریم تا کجا پیش برویم؟

خاص و متمایز بودن سه مرحله دارد: بیشتر سخن، بیشتر بودن، منحصربفرد و متفاوت بودن. قدم‌به‌قدم رهبران سازمانی به جای اینکه آرزو داشته باشند بهتر یا متفاوت باشند، به بهتر بودن قناعت می‌کنند. بهتر بودن یعنی در رقابت برنده شدن و شکست دادن رقبا. بزرگترین هدفی بیشتر بودن در سهم بیاز است. اینجا کاهش هزینه و صرفه‌جویی حاصل از مقیاس از مزایای مصرف‌کننده تولیدی مهم‌تر است. درآمد قبل از بهره عملیات و استهلاک هم‌تحت‌تاثیر حجم و اهرم عملیاتی است. بهترین بودن یعنی بهبود و افزایش قیمت. اینجا تحلیل و توسعه، نوآوری و برند در اولویت است. درآمد قبل از بهره، مالیات و استهلاک هم تحت‌تاثیر قیمت گذاری و درآمد ناخالص است. متفاوت بودن یعنی طراحی و متفاوت‌سازی. این شرکت‌ها مشتکی مربوط به حوزه اشتباهی و دیده‌اند بعثت متفاوتی عرضه می‌کنند. اینجا تمرکز اصلی تلاش‌ها روی محصول، مدل کسب و کار و نوآوری داده است. تحقیقات نشان داده‌است که «تفاوت بودن» هر شرکت، آسیب‌پذیرتر می‌کند. این حال قلب شرکت‌ها نقطه است. استراتژی «برنده بودن» و انتخاب به دست فلیا هم به این دلیل که صرفا این گونه باید گرفتند. بسیاری از مدیرانی که ما با آنها برخورد داشته‌ایم بر این باورند که استراتژی بازی برنده‌ها است. یعنی برای اینکه آنها برنده باشند، قلب باید بیدار جای تعجب هم ندارد. چون تفکر استراتژیک کلاسیک بر خدمت از استراتژی‌های جنگی است. حتی نفریکی از مشهورترین کتاب‌های حوزه استراتژی، به قلم میکل پورتر «استراتژی رقابتی» است.

مترجم: منا خنیاری
منبع: HBR

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج:

معرفی پیمانکار متخلف به عوامل نظارتی و قضایی

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج خبرداد: امروز در فضای مجازی فیلمی از برخورد دور از شأن عوامل جمع‌آوری پسماند (پیمانکار) با نوجوانی که ظاهرا از اتباع محترم افغانستان است مورد توجه قرار گرفت.

به گزارش پیام آشنا، محمد رضا خسروی ضمن عذرخواهی از این نوجوان عزیز و همه شهروندان ارجمند به جهت اتفاق پیش‌آمده، دستورات لازم برای شناسایی و «اعلام جرم» احتمالی علیه افراد متخلف به عوامل نظارتی و قضایی صادر شده تا بعد از این، شاهد چنین برخوردهایی نباشیم.

خسروی خاطر نشان کرد: سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج بر خود فرض می‌داند ضمن کنترل پدیده زباله‌گردی، کرامت انسانی افراد را حفظ و صرفا در چارچوب وظایف قانونی و در معیت ضابطین محترم قضایی، هرگونه اقدام بازدارنده را انجام دهد.

لازم به توضیح است غیرقانونی بودن حضور اتباع غیرمجاز و به‌کارگیری آنان طبق دستورالعمل صادره لوا جرم بوده و ثانیا وظیفه سازمان را در کنترل چنین موضوعاتی دشوار می‌کند که البته این موضوع، تاییدکننده چنین رفتارهایی نیست.

پیشرفت ۸۵ درصدی احداث ساختمان جدید متوفیات بهشت سکینه(س)

رئیس سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج از پیشرفت ۸۵ درصدی پروژه احداث ساختمان جدید پذیرش متوفیات در بهشت سکینه(س) خبر داد.

مورد نیاز پروژه مذکور، مقرر شد ساختمان جدید دیگری در شأن ارباب رجوعان استان البرز احداث شود.

به گزارش پیام آشنا، محمد محمودی نژاد گفت: بهشت سکینه(س)، به عنوان جامع‌ترین آرامستان در سطح استان البرز، روزانه میزان جمعیت زیادی از خانواده‌های عزادار و شهروندی است که جهت انجام امور متوفی خود به این مجموعه مراجعه می‌کنند.

وی افزود: با توجه به اینکه ساختمان اداره پذیرش متوفیات این سازمان قدیمی و جوابگوی نیازهای شهروندان نبود، سال گذشته با برگزاری جلسات مختلف و حمایت و تعامل شورای اسلامی شهر و شهرداری کرج، با تصویب لایحه و اختصاص اعتبار رئیس سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج گفت: در این راستا عملیات اجرایی احداث ساختمان جدید متوفیات بهشت سکینه(س) با مساحت ۵۱۰ مترمربع از ابتدای سال جاری آغاز شد و هم اکنون که حدود ۱۰ ماه از آغاز پروژه گذشته، دارای ۸۵ درصد پیشرفت فیزیکی است.

محمودی نژاد با اشاره به طراحی نمای ایرانی اسلامی ساختمان جدید مرحل ساخت متوفیات بهشت سکینه(س)، گفت: در طراحی این ساختمان از مشاوران بخش خصوصی استفاده نشده و با هدف صرفه‌جویی در بودجه و استفاده از نیروی کارشناسی سازمان، تمامی طراحی‌ها بر عهده کارشناسان و مهندسان سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج بوده است.

راز دوقطبی مسکن تهران

هاجر شادمانی: سطح قیمت آپارتمان‌ها در جنوبی‌ترین مناطق تهران، رشد معاملات خرید در پایین‌شهر طی آذرماه در مقایسه با مناطق بالا را توضیح می‌دهد میانگین قیمت‌ها در سه منطقه جنوبی‌ترین، نصف میانگین شهر است؛ بخصوری که با یک فقره وام و فروش خودرو، امکان تامین بیش از ۴۰درصد از بهای خرید مسکن مصرفی فراهم می‌شود.

برآورد کف قیمت خرید آپارتمان در جنوبی‌ترین و محله‌های شهر تهران، راز دوقطبی شدن معاملات مسکن پایتخت را رمزگشایی می‌کند در حالی که بر اساس تازه‌ترین آمار رسمی مربوط به حجم معاملات مسکن شهر تهران، تعداد معاملات خرید آپارتمان در پایتخت آذرماه نسبت به آبان امسال، یک درصد کاهش یافت و مناطق شمالی تهران نیز با افت حجم معاملات خرید همراه شدند، اما در این ماه، حجم معاملات مسکن در مناطق جنوبی تهران ۳۸درصد رشد کرد.

این آمارها نشان‌دهنده دوقطبی شدن بازار معاملات مسکن شهر تهران به لحاظ تغییرات حجم معاملات خرید آپارتمان در آذرماه و در شرایطی است که بازار در سخت‌ترین شرایط رکودی خود به سر می‌برد. آذرماه امسال، کمتر از ۴هزار فقره معامله خرید آپارتمان در تهران به ثبت رسید که این آمار نشان‌دهنده رکود تاریخی در بازار معاملات مسکن پایتخت است. در شرایط عادی ماهانه حداقل ۱۰هزار فقره معامله خرید مسکن در شهر تهران انجام می‌شد و در دوره رونق، این تعداد از ۱۵هزار فقره نیز عبور می‌کرد.

در شرایطی که کل بازار معاملات مسکن شهر تهران در وضعیت رکود تاریخی است و این رکود در کل شهر و نیمه شمالی خود را به شکل افت محسوس تعداد معاملات خرید مسکن در آذرماه نسبت به آبان نشان داد، اما به لحاظ رشد تعداد معاملات، نبض مسکن مناطق جنوب شهر گرم است. در حالی که حجم معاملات مسکن در جنوبی‌ترین محله‌های پایتخت تنها به فاصله یک ماه، ۳۸درصد رشد کرده است، در منطقه ۱۵ شهر تهران، این میزان رشد ۶۰درصد بوده است. در منطقه ۱۶ نیز حجم معاملات خرید آپارتمان در آذرماه ۲۰درصد نسبت به آبان افزایش یافت. اما سوال مهمی که در این زمینه وجود دارد آن است که چرا در وضعیت رکود سنگین معاملات مسکن و در حالی که مناطق شمالی تهران در آذرماه با افت تعداد معاملات خرید نسبت به آبان روبه‌رو شدند، نبض معاملات پایین شهر به لحاظ رشد تعداد معاملات خرید، گرم بوده است؟

«دنیای اقتصاد» برای پاسخ به این سوال، بازار مسکن چهار منطقه واقع در جنوبی‌ترین قسمت پایتخت یعنی مناطق ۱۵، ۱۶، ۱۸ و ۱۹ را مورد بررسی قرار داده است. ۱۵ محله از این چهار منطقه به عنوان مناطقی که به گفته واسطه‌های معاملات مسکن آنها، تحولات و نبض قیمت و معاملات مسکن در سایر محله‌های واقع در این مناطق را نمایندگی و هدایت می‌کنند، در این بررسی انتخاب و وضعیت بازار مسکن آنها رصد شده است.

نتایج تحقیق از بازار مسکن ۱۵ محله از این چهار منطقه واقع در جنوبی‌ترین بخش پایتخت، به علت گرم بودن نبض معاملات ملک در پایین شهر و دوقطبی معاملات آپارتمان در پایتخت پاسخ می‌دهد. برآورد «دنیای اقتصاد» از میانگین کف قیمت خرید آپارتمان در جنوب تهران نشان می‌دهد، هم‌اکنون به طور متوسط حداقل قیمت پیشنهادی برای خرید مسکن در این مناطق، حول و حوش مترمربعی ۳۶ میلیون تومان است. از آنجا که در این مناطق آپارتمان‌های ۶۰ تا ۸۰ مترمربعی به عنوان بازه پرتقاضای خرید مسکن تهران و حتی آپارتمان‌های با مساحت کمتر از ۶۰ مترمربع به بازار فروش عرضه شده است، هم‌آکنون با بودجه حدود ۲ میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومانی تا کمتر از ۳ میلیارد تومان (بر اساس قیمت‌های پیشنهادی درج شده در فایل‌های فروش)، امکان خرید آپارتمان در این بازه‌های متراژی برای متقاضیان وجود دارد. این در حالی است که متوسط قیمت مسکن در کل شهر تهران بر اساس آمار بانک مرکزی مربوط به تحولات آذرماه، بازار مسکن پایتخت، بیش از دو برابر این کف حداقلی قیمت پیشنهادی در محله‌های جنوبی پایتخت است. متوسط قیمت هر مترمربع مسکن در شهر تهران در آذرماه ۷۴ میلیون تومان اعلام شد. این در حالی است که این سطح قیمتی و سطوح قیمتی مربوط به متوسط و کف قیمت خرید آپارتمان در محله‌ها و مناطق شمالی تهران به مراتب از این میزان بیشتر است.

به این ترتیب، کف حداقلی بودجه موردنیاز برای خرید آپارتمان در این مناطق جنوبی پایتخت (جنوبی‌ترین محله‌های شهر تهران)، سازگاری نسبی با قدرت خرید اقلیت تقاضای مصرفی خرید مسکن در تهران دارد. این موضوع به‌خصوص در عصر جهش همزمان با افزایش فاصله سطح قیمت‌ها با قدرت خرید تقاضای مصرفی، محسوس‌تر از هر زمان دیگری است.

در چنین شرایطی، یک متقاضی مصرفی خرید آپارتمان می‌تواند با بودجه کمتر از ۳ میلیارد تومانی در این محله‌ها اقدام به خرید آپارتمان مصرفی کند. حتی در سخت‌ترین شرایط برای خرید مصرفی آپارتمان در این محله‌ها، یک متقاضی می‌تواند با فروش یک خودروی معمولی، مصرفی و متعارف، تولید داخل با قیمت حول و حوش نیم میلیارد تومان (۵۰۰میلیون تومان) و همچنین استفاده از وام بانکی خرید مسکن، نزدیک به نیمی از بودجه موردنیاز برای خرید یک آپارتمان قیمت‌گذاری‌شده با نرخ حداقلی را تامین کند. این در حالی است که در مناطق بالاتر شهر، سطح قیمت‌ها با حداکثر توان خرید بخش عمده متقاضیان مصرفی و تقریبا اکثریت خانواده‌ها فاصله بسیار زیادی دارد. در این مناطق کف هزینه موردنیاز برای خرید یک آپارتمان معمولی حداقل دو برابر کف بودجه موردنیاز برای خرید آپارتمان در جنوبی‌ترین مناطق تهران است. هرچه مناطق بالاتر باشد این فاصله نیز افزایش می‌یابد و به سه برابر و حتی بیشتر هم می‌رسد که با قدرت خرید طبق گستره‌ای از تقاضای مصرفی حاضر در بازار فاصله دارد.

این موضوع علت تجمع خریداران مسکن در مناطق جنوبی تهران و همچنین رشد ۳۸ درصدی حجم معاملات خرید مسکن در این مناطق به‌رغم کاهش یک درصدی حجم کل معاملات مسکن شهر تهران و افت محسوس معاملات در مناطق شمالی پایتخت در آذرماه نسبت به آبان را شرح می‌دهد. در واقع علت گرم بودن نبض معاملات مسکن در محله‌های جنوبی، در شرایط رکود تاریخی مسکن شهر تهران، سازگاری نسبی قیمت مسکن در این مناطق با قدرت خرید بخش قابل توجهی از تقاضای خرید آپارتمان است که قصد خرید مسکن با بودجه کل دو تا سه میلیارد تومانی (یعنی حداقل بودجه موردنیاز برای خرید مسکن در تهران) دارند.

دیه ۴۵۰ میلیارد تومانی درختان قطع شده تهران فقط در ۹ ماه

مدیرعامل سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران گفت: از ابتدای سال تاکنون نزدیک به ۴۵۰ میلیارد تومان هزینه خسارت و جرائم قطع درختان در حسابی مخصوص به ثبت رسیده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از همشهری، علی محمد مختاری مدیرعامل سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران با بیان اینکه ما به هیچ عنوان برای افزایش درآمد به جرائم قطع درختان وابسته نیستیم، گفت: ما حتی حاضر نیستیم هزار تومان هم از محل جریمه درآمد کسب شود زیرا مخالف قطع درختان هستیم.

وی افزود: «در موارد درختان در زیرپنا قرار می‌گیرند و با تغییر نقشه نیز امکان حفظ آن وجود ندارد؛ بنابراین با مجوز کمیسیون ماده هفت، یک یا دو اصله درخت جابجا می‌شوند؛ هرچند تاکید اولیه کمیسیون تغییر نقشه است؛ اما اگر امکان نداشته باشد نسبت به جابجایی حکم صادر می‌شود چراکه به هیچ عنوان اجازه قطع درخت داده نمی‌شود.

مختاری با تأکید بر اینکه جابجایی درختان در فصل مناسب (زمستان) و در محیط اطراف آن صورت می‌گیرد، توضیح داد: در کمیسیون ماده هفت به هیچ عنوان مجوز قطع درخت صادر نشده است. در برخی موارد ممکن است برخی نسبت به خشکی عمدی درخت اقدام کرده باشند که بر اساس قوانین حفظ فضای سبز، جریمه می‌شوند. هزینه‌های نقلی از این جرائم تنها برای تملک باغات در مناطق کویر خوردار جهت توسعه فضای سبز، صرف می‌شود.

مدیرعامل سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران با بیان اینکه از ابتدای سال تاکنون نزدیک به ۴۵۰ میلیارد تومان هزینه خسارت و جرائم قطع درختان در حسابی مخصوص به ثبت رسیده است، یادآور شد: تمام این مبلغ برای تملک اکه‌های سبز و باغات در مناطق کویر خوردار از لحاظ سرانه فضای سبز از جمله ۷، ۸، ۱۰، ۱۱ و ۱۲ و ۱۷ در نظر گرفت شده است.

همچنین مختاری با اشاره به روند شکایت از افرادی که درختان را قطع می‌کنند، گفت: شکایات به مناطق ۲۲ گانه ابلاغ می‌شود و مناطق نیز از طریق مراجع ذی‌صلاح موضوع را پیگیری می‌کنند و برخورد قانونی از سوی قوه قضاییه صورت می‌گیرد.

ایران خشک شد. از بس که آب ندارد.

دیدگاه

آرشیتکت باید روانشناس هم باشد تا بتواند اخلاق هم‌میهن خود را بشناسد و برای او معماری سالم ایجاد کند

پل آبکار

چشم آینه روح است، مثلاً شاگرد یا محصلی که به دانشگاه می‌رود اگر ساختمان‌های مدارس و دانشگاه‌ها با تناسب پیش‌بینی شده باشد آن شاگرد یا محصل با رغبت بیشتری در آنجا می‌رود. مریضی که به مریضخانه می‌رود که معالجه شود اگر یک ساختمان با تناسب ببیند قسمتی از مرض او تسکین داده می‌شود.

به همین دلیل است که قبلاً گفتم آرشیتکت باید روانشناس هم باشد تا بتواند اخلاق هم‌نوع و هم‌میهن خود را بشناسد و از این راه بتواند یک معماری سالم ایجاد کند (در گفتگوی منتشر شده در مجله هنر و معماری، ش ۲، سال ۱۳۴۸)

منبع: گفتار

محیط زیست

چگونه انرژی‌های تجدیدپذیر ناجی زمین خواهند شد؟!

کشف قدرت دگرگون‌کننده انرژی‌های تجدیدپذیر، سنگ بنای آینده پایدار را رقم زده است. کسب‌وکارهای جهانی در حال تغییر استراتژیک به سمت انرژی‌های تجدیدپذیر هستند، حرکتی که نه تنها توسط نگرانی‌های زیست‌محیطی بلکه به دلیل مزایای اقتصادی آن دیگنده شده است.

به گزارش پیام آشنا، آینده انرژی سبز با روندهای کلیدی مانند دیجیتالی شدن که عملیات ساده و یکپارچه‌سازی انرژی کارآمدتر را تسهیل می‌کنند و برای رفع چالش‌های متنوعی در تولید انرژی تجدیدپذیر طراحی می‌شود.

در حالی که انرژی خورشیدی، بادی و برق آبی همچنان به پیشروی در این بخش ادامه می‌دهند، میدان‌های نوظهور مانند هیدروژن سبز نتایج سال‌ها تحقیقات در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر را نمایان می‌کنند. علاوه بر این، اشکال انرژی آب استفاده نشده مانند جریان جزر و مد، موج و اقیانوس، راه‌های جدیدی را در بخش انرژی‌های تجدیدپذیر باز می‌کنند و نوید بخش راه‌حل‌های بی‌سابقه در حوزه انرژی سبز برای فردا هستند.

شرکت‌های خورشیدی در حال ادغام سیستم‌های کلیدی مانند دیجیتالی شدن که عملیات ساده و یکپارچه‌سازی انرژی کارآمدتر را تسهیل می‌کنند و برای رفع چالش‌های متنوعی در تولید انرژی تجدیدپذیر طراحی می‌شود.

در حالی که انرژی خورشیدی، بادی و برق آبی همچنان به پیشروی در این بخش ادامه می‌دهند، میدان‌های نوظهور مانند هیدروژن سبز نتایج سال‌ها تحقیقات در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر را نمایان می‌کنند. علاوه بر این، اشکال انرژی آب استفاده نشده مانند جریان جزر و مد، موج و اقیانوس، راه‌های جدیدی را در بخش انرژی‌های تجدیدپذیر باز می‌کنند و نویدبخش راه‌حل‌های بی‌سابقه در حوزه انرژی سبز برای فردا هستند.

شرکت‌های خورشیدی در حال ادغام سیستم‌های فتوولتائیک (PV) با هر جنبه‌ای از محیط اطراف خود هستند و در عین حال نیاز به استفاده زمین اضافی را به حداقل می‌رسانند. در نتیجه، سیستم‌های فتوولتائیک یکپارچه، فتوولتائیک و آگری ولتائیک (کاربرد دوگانه زمین برای کشاورزی و هم‌زمان، تولید برق با استفاده از پنل‌های خورشیدی) تعبیر منطقی در این روند محسوب می‌شوند. علاوه بر این، استارت آپ‌ها در حال توسعه سلول‌های لایه نازک هستند تا پنل‌های خورشیدی را انعطاف‌پذیرتر، مقرون به صرفه، سبک‌وزن و سازگار با محیط زیست کنند.

برای بهبود عملکرد سیستم‌های فتوولتائیک، شرکت‌های نوظهور در حال ابداع فناوری‌هایی برای متمرکز کردن انرژی خورشیدی با استفاده از لینس‌ها و عدسی‌ها هستند. نوآوری در مواد سیستم‌های فتوولتائیک، مانند استفاده از پروسکایت، تبدیل انرژی را چندین برابر افزایش می‌دهد. این نوآوری‌ها بیشتر با طرح‌های فتوولتائیک همراه هستند که حداکثر کارایی و بهره‌وری بالا را ممکن می‌سازند. آنها با هیچ پایداری را از طریق بازیافت حداقل استفاده از منابع و استفاده از مواد جایگزین ترویج می‌دهند.

استارت آپ هلندی، لوسوکو، فناوری متمرکزکننده خورشیدی درخشان را توسعه داد. این دستگاه از مواد با ضریب شکست بالا مانند شیشه‌ها و پلیمرها، به همراه جوهر فلورسنت برای متمرکز کردن نور به لیه‌هایی که سلول‌های خورشیدی لایه نازک در آن قرار دارند استفاده می‌کند. علاوه بر این، پوشش فلورسنت نیز در طول شب، نور ساطع می‌کند و علاقه خود پایدار را ممکن می‌سازد. این روش با حفظ زیبایی‌شناسی، انرژی را جمع‌آوری می‌کند و شیشه‌های درخشان برای استفاده در خودرو، تابلوها و طراحی داخلی مناسب هستند.

استارت آپ نروژی کریستالز، شمش‌های سیلیکونی تک کریستالی کم کربن را برای دستگاه‌های فتوولتائیک با کارایی بالا تولید می‌کند. برای تولید این شمش‌ها استارتاپ سیلیکون با خلوص بالا را با استفاده از فرایند چکرالسکی ذوب می‌کند همچنین شمش‌هایی با گالیوم تولید می‌کند که طول عمر سلول‌های خورشیدی را افزایش و تعداد مراحل تثبیت را مرتفع با سیلیکون تک کریستالی کاهش می‌دهد. از این طریق، نروژی کریستالز رویای کربن اجرای پنل خورشیدی را در سطوح بسیار پایین کنترل می‌کند و مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارهایی که پایداری کلی تولید انرژی خورشیدی را در نظر دارند، تولمندمی‌سازد.