کسب و کار

۱۲ اصل اخلاقی برای مدیریت کسب‌وکار

برای قضاوت درباره خوب و بد زندگی روزانه، مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی یا استانداردهای شخصی می‌تواند راهنما باشد. اخلاق در کسب‌وکار نیز اصولی شبیه به اخلاق فردی دارد، اما در سطح بسیار وسیع‌تری اثرگذار است و عواقب گسترده‌تری به جا می‌گذارد. اخلاق کاری هر شرکت، اثر قابل توجهی بر موفقیت یا شکست آن دارد. مثلا شرکتی را در نظر بگیرید که صرفا به قصد کسب‌سود بیشتر به شیوه‌های غیرمنصفانه و سوال‌برانگیز عمل می‌کند.

بدیهی است گمارندن یک فرد بیش از حد جاطلب به عنوان مدیرعامل این شرکت می‌تواند فاجعه‌بار باشد. چنین شرکتی ممکن است در کوتاه‌مدت به موفقیت‌هایی دست یابد، اما در بلندمدت بر شهرت مدیران و اعتبار شرکت لطمه وارد می‌شود. وارن بافت می‌گوید: «رسیدن به خوشنامی بیست سال زمان می‌برد، اما برای نابود کردن آن فقط پنج دقیقه کافی است. اگر خوب به آن فکر کنید آنگاه کارها را به گونه‌ای دیگر انجام خواهید داد.»

رفتار اخلاقی در کسب‌وکار را می‌توان بر اساس اصول پایه‌ای کسب‌وکار، اخلاقیات خاص هر شرکت و استانداردهای رفتاری خاص هر صنعت تعیین کرد. مثلا اصول پایه‌ای کسب‌وکار، می‌طلبد که محصول با کیفیت تولید کرده و به کارکنان دستمزد عادلانه بپردازید، درباره محصول تبلیغ نادرست نکنید و در پرداخت‌ها از تبعیض نژادی یا جنسیتی اجتناب کنید. یا مثلا اخلاقیات خاص یک شرکت ممکن است شما را از تبلیغ در شبکه‌هایی خاص باز بدارد یا افشای عمومی دستمزد مدیران ارشد را اخلاقی نداند. و بالاخره استانداردهای رفتاری خاص هر صنعت است که مختص حرفه‌های مختلف است. مثلا در صنعت مشاوره مالی، از مشاوران مالی انتظار می‌رود که «وظیفه امانتداری» را رعایت کنند. البته این خواسته اخلاقی در صنعت مشاوره مالی یک الزام قانونی نیز هست.

اگرچه بلندپروازی، رقیب‌پذیری و ظاهر شدن در سطحی بالاتر از متوسط بازار ویژگی‌های مهم موفقیت هستند، اما به منظور نیل به موفقیت ماندگار و پایدار، این ویژگی‌ها باید توسط یک هسته اخلاقی قوی هدایت شوند. رعایت اخلاقیات توسط کارکنان، به ویژه در غیاب هر نوع نظارتی چندان آسان نیست.

بنابراین به کار گمارندن مدیرعاملی که خود ذاتا به اصول اخلاقی پایبند باشد برای تدوین و ترویج اصول اخلاقی سازمان و ایجاد محیطی که در آن رفتار اخلاقی مورد تشویق قرار گیرد بسیار مفید است. در زیر به ۱۲ اصل اخلاقی موردنیاز برای مدیریت کسب‌وکار اشاره شده است.

۱- صداقت: همه باید در تمام اقدامات و اشکال ارتباطی خود به گفتن همه حقیقت متعهد باشند. بیان تنها بخشی از حقایق، حذف مفرضانه اطلاعات و ارائه نادرست یا اغراق‌آلود اطلاعات اخلاقی نیست. همچنین اخبار خوب و بد هر دو باید با صراحت یکسان با دیگران به اشتراک گذاشته شوند.

۲- انصاف: برخورد برابر و نجیبانه با همه افراد، عدم اعمال خودسرانه قدرت و عدم استفاده از نقطه ضعف افراد در جهت منافع شخصی و سازمانی از الزامات انصاف است.

۳- سرمشق بودن: مدیران باید در عمل نشان دهند که هنگام تصمیم‌گیری در امور اخلاقی، عالی‌ترین گزینه را انتخاب می‌کنند و رهبری اخلاقی خود را با بهبود عملکرد عملیاتی، رضایت کارکنان و مشتریان تثبیت می‌کنند.

۴- یکپارچگی: لازمه یکپارچگی، یکی بودن گفتار و کردار، عمل به وعده‌ها و تعهدات، رعایت زمان‌بندی‌ها و عدم شرکت در فعالیت‌ها و معاملات غیراخلاقی است.

۵- مهربانی: لازمه ایجاد فضای همدلی، مراقبت دلسوزانه از همه کارکنان، شرکای تجاری و مشتریان است. اهداف کسب‌وکار همچنین باید با دیدگاه خیرخواهانه و از جمله با توجه به حساسیت‌ها و نیازهای جوامع محلی تعیین شوند.

۶- احترام: لازمه احترام، پایبندی کامل به حقوق بشر، رعایت منزلت، استقلال عمل، منافع و حریم خصوصی افراد و پشتیبانی از آنها برای بیان بدون ترس ایده‌ها و انتظارشان است.

۷- مسئولیت‌پذیری: احساس مالکیت در کار، مسئولیت‌پذیری افراد را بالا می‌برد و لذا تلاش می‌کنند که نسبت به عواقب مالی، تجاری و عاطفی اقدامات خود آگاهی یابند. مسئولیت‌پذیری بالا نشانه بلوغ کارکنان و عدم نیاز آنها به نظارت‌های سختگیرانه است.

۸- وفاداری: عدم افشای اطلاعات محرمانه و نیز وفادار ماندن به همکاران، مشتریان، شرکای تجاری و تامین‌کنندگان از علائم وفاداری هستند. کارکنان وفادار از تعارض منافع دوری می‌جویند و به ایجاد و حفظ حسن شهرت شرکت کمک کرده و روحیه همکاران را تقویت می‌کنند.

۹- قانون‌گرایی: پایبندی به قوانین و استانداردهای منطقه‌ای و کشوری، استانداردهای بازار، مقررات تجارت و نیز خط مشی‌ها و روش‌های اجرایی اجباری سازمانی از مصادیق قانون‌گرایی است.

۱۰- پاسخگویی: لازمه پاسخگو بودن تعهد کامل به کیفیت اخلاقی همه تصمیمات، اقدامات و ارتباطات است. انتظار بالا برای رفتار اخلاقی در صورتی موجب پیشرفت کسب‌وکار می‌شود که مدیران در مقابل کارکنان، مشتریان، جوامع محلی و کل جامعه پاسخگو باشند.

۱۱- شفافیت: شفافیت مستلزم در دسترس قرار دادن اطلاعات و خط مشی‌های مرتبط برای گروه‌های ذی‌نفع همچون سرمایه‌گذاران مالی، کارکنان، مشتریان و... است.

۱۲- برخورد آگاهانه با محیط زیست: اثار منفی انجام عملیات کسب‌وکار روی محیط زیست باید کاهش یابد. تعهد به بهبود عملکرد سیستم‌های انرژی برای کاهش تولید کربن، کاهش مصرف آب و کاهش ضایعات مسئولیت مهم مدیران اجرایی است.

مترجم: کامران اکبری

تقویت یا ایجاد خاطرات جمعی با مجسمه‌های شهری

«محبوبه قورچیانی»

مجسمه‌های شهری به عنوان یکی از شیوه‌های تقویت قرمنگ و حس تعلق شهری به طور روزافزون در شهرهای جهان رایج شده است. مجسمه‌سازی شهری به عنوان یکی از مشخصه‌های برجسته هنر عمومی و توسط هنرمندان در گوشه و کنار قضاهای شهری به چشم می‌خورند. مجسمه‌های شهری در عین حال که به فضاهای شهری کیفیت می‌بخشند، با خلق خاطرات جمعی زندگی ساکنان شهری را به یکدیگر پیوند می‌دهند.

طبقه‌بندی مجسمه‌های شهری

مجسمه‌های شهری را با توجه به شکل، فرم و اهداف خلاقانه شان می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: ۱-مجسمه‌های شهری نمادین، ۲-مجسمه‌های شهری یادمانی (تاریخی) و ۳-مجسمه‌های شهری تزئینی.

مجسمه‌های شهری نمادین (Iconic urban sculpture)

مجسمه‌های شهری نمادین در چشم‌اندازهای بصری به یک نقطه کانونی تبدیل می‌شوند و بخصوص در قلمروهای عمومی به عنوان نمادی از هنر عمومی نقش ایفا می‌کنند. این مجسمه‌ها به دلیل هویت‌بخشی قوی شهر را معرفی می‌کنند و اطلاعاتی را درباره منطقه، محیط و تاریخ و فرهنگ شهر منتقل می‌کنند. هر عنصر و مولفه ای که گویای تاریخ و فرهنگ محلی، فولکلور، رسوم و آداب مردم است، می‌تواند در ساخت مجسمه های شهری نمادین به کار برود. مجسمه آزادی در نیویورک نمونه‌ای از مجسمه‌های شهری نمادین است.

مجسمه های شهری یادمانی (Monumental urban sculptures)

مجسمه های شهری یادمانی به طور معمول بخش قابل توجهی از مجسمه های شهری را تشکیل می دهند. زیرا مجسمه های یادمانی یک سند واقعی از تاریخ محسوب می‌شوند. این مجسمه‌ها شخصیت‌ها و رویدادهای تاریخی را گرامی می دارند که به توسعه کشور کمک کرده یا به طور کلی بر جامعه تأثیر گذاشته اند. به عنوان مثال می توان از مجسمه اصلی ولگاگراد (Volgograd) در اتحادیه جماهیر شوروی نام برد. که به یاد پیروزی مردم شوروی در برابر حمله آلمان ها به ولگاگراد در تاریخ ۱۲ ژوئیه ۱۹۴۲ نصب شده است.

مجسمه های شهری تزئینی (Decorative urban sculpture)

در مقایسه با مجسمه های شهری نمادین و یادمانی، مجسمه سازی تزئینی به یک موضوع یا محتوای خاص نیاز ندارد. اصلی-ترین کاربرد این مجسمه ها تزئین و زیباسازی فضا و محیط پیرامونی است. موضوع نیز در نسبت با دو دسته قبلی غیررسمی-تر است. اغلب این مجسمه ها مکمل محیط و معماری به شمار می روند. بنابراین مقیاس مجسمه ها متناسب با زمینه فرهنگی و جغرافیایی تغییر می کند و به عنوان یکی از عناصر زیباسازی محیطی نقش ایفا می کنند. برای مثال می توان به مجسمه های انتزاعی هنری مور (Henry Moore) اشاره کرد که با قضا ترکیب می‌شوند و حس آسایش و فعالیت را منتقل می کنند.

اهمیت توسعه مجسمه‌سازی شهری

مجسمه سازی شهری نقش مهمی در زمینه زیباسازی، فرهنگ و بافت اجتماعی شهر ایفا می کند. توسعه این مجسمه‌ها ارزش زیادی دارد و به هویت، پویایی و زیست‌پذیری شهری کمک می کند.

بیان هنری

مجسمه های شهری یک بستر و ابزار برای بیان هنری در منظر شهری فراهم می کنند. مجسمه های شهری به هنرمندان این فرصت را می دهند تا آثار دیدنی و متفکرانه خلق کنند که ضمن استقرار در محیط شهری در معرض دید همگان قرار می گیرد. بدین ترتیب شهرها از رهگذر تلفیق بیان هنری، نهفته در مجسمه ها با حوزه های شهری، به گالری های باز هنری تبدیل می‌شوند که غنای فرهنگی و جذابیت بصری را در تجربه کاربران افزایش می‌دهد.

تقویت حس مکان

مجسمه‌های شهری به شناخت و شخصیت‌بخشی به شهر کمک می کنند و حس منحصر بـه فرد از مکان را تقویت می کند

جذب مشارکت عمومی

مجسمه‌های شهری با تسهیل جذب مشارکت عمومی را به شیوه‌های خلاقانه و تعاملی دارند. این مجسمه‌ها بینندگان را به تعامل با آثار هنری دعوت می کنند. حس کنجکاوی را برمی‌انگیزانند و تمایل به کشف شهر را افزایش می‌دهند.

نتیجه‌گیری

توسعه مجسمه‌سازی شهری از اهمیت بسیاری برخوردار است و به پویایی هنری، فرهنگی و اجتماعی شهرها کمک می کند. مجسمه های شهری از طریق بیان هنری خود، منظرهای بصری را ارتقا می‌دهند و بستری برای خلاقیت و ابراز هنری به شمار می‌روند.

مأخذ:

https://nclurbandesign.org/urban-design-urban-sculpture-in-public-space-art-for-different-urban-/cultures

مجسمه های شهری در ایران

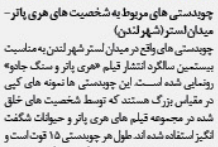
علیرغم تاریخ و فرهنگ غنی موجود در کهن سرزمین ایران، به سختی می توان در فضاهای شهری آن نمونه های در خور و شایسته از مجسمه های شهری پیدا کرد که به جاذبه های گردشگری و آثار هنری معروف و تحسین برانگیز تبدیل شده باشند.

افزون بر این، بخصوص در مجسمه های شهری یادمانی کمتر زنان این سـرزمین به عنوان سوژه ساخت مجسمه مـورد توجه قرار گرفته اند. با این حال هنوز هم می توان بـه نمونه های قابل تأملی همچـون «تندیس علی اکبر اصفهانی-شهر اصفهان»، «تندیس فاتح یزدی-پارک ایران کوچک کرج» و «تـرسیس آذر اندامی-سوژه میرات روستایی گیلان» اشاره کرد.

نمونه‌های تصویری:

مجسمه هری پاتر در حال بازی کوییدیچ-میدان لستر(شهرلندن)

چوبدستی های مربوط به شخصیت های هری پاتر- میدان لستر(شهر لندن)



مجسمه گنداف در شهر ولینگتون (نیوزلند):

مجسمه مستریین-لندن

مجسمه لورل و هاردی

مجسمه دانشگاه مک گیل-مونترال

مرکز فرماندهی مدیریت بحران شهرداری کرج احداث می‌شود

معاون شهرسازی و معماری شهرداری کرج گفت: علاوه بر مسئولان، لازم است مردم نیز در زمینه مقابله با شرایط بحرانی و مدیریت آن آموزش ببینند و در این زمینه باید برنامه‌های آموزشی عمومی برای متاطق بحران‌خیز تعریف و اجرایی کرد.

به گزارش پیام آشنا، عباس سعیدی کیا با اشاره به برنامه‌ریزی برای احداث مرکز فرماندهی مدیریت بحران شهرداری کرج گفت: مدیریت شهری کرج به دنبال ایجاد پایگاهی جهت مدیریت یکپارچه بحـران در زمان وقوع حوادثی مثل زلزله و سیل و ... است.

وی با اشاره به اینکه کرج با مخاطراتی از جمله وجود چهار گسل فعال، بافت فرسوده و تاکارآمد در مناطق مختلف مهاجرپذیری بالا، حاشیه نشینی و... مواجه است، توضیح داد: این مـوارد لزوم آمادگی در مواجهه با بحران‌ها را دو چندان می کند.

سـعیدی کیا اضافه کرد: پروژه احداث مرکز فرماندهی مدیریت بحران شهرداری کرج در مرحله مطالعه قرار دارد و بعد از آن تسبت به جانمایی و طراحی فضای آن اقدام خواهد شد.

وی تاکید کرد: برای کاهش خسارات جانی و مالی در زمان وقوع بحران لازم اسـت اقداماتی صورت بگیرد که پایش سـاختمان‌های تایمـن و ناپایدار، پایش گودبرداری‌های خطرناک در مناطق دهگانه و شناسایی بافت‌های ناکارآمد و فرسوده‌ای که در زمان وقوع بحران بیشترین خسارت را می‌بینند، جزئی از آن است.

عباس سـعیدی کیا تصریح کرد: مدیریت شهری کرج در کنار موارد مذکور بـه دنبال راه اندازی ترام‌قرار جامع مدیریت بحران شهر کرج است که در مرحله مطالعه اولیه قرار دارد به زودی تدوین آن با همکاری سازمان فاوا آغاز می‌شود.

این مسئول در پایان با تاکید بر ضرورت آموزش‌های مقابله با بحران به مردم، گفت: علاوه بر مسئولان، لازم است مردم نیز در زمینه مقابله با شرایط بحرانی و مدیریت آن آموزش ببینند و در این زمینه باید برنامه‌های آموزشی عمومی برای متاطق بحران‌خیز تعریف و اجرایی کرد.

در دهمین جشنواره لاله هایِ کرج انجام شد؛

ساخت سردیس شهید مدافع مردم فلسطین

رئیس سازمان سـیما منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج گفت: در دهمین جشنواره لاله های کرج کارگاه ساخت سردیس شهید مهدی فلاحت پور هنرمند برجسـته البرزی و فیلمبردار مجموعه روایت فتح آغاز شده است.

به گزارش پیام آشنا، علیرضا عاقلی با اشاره به آغاز ساخت سردیس شهید مهدی فلاحت پور هنرمند برجسـته البرزی و فیلمبردار مجموعه روایت فتح گفت: شهید فلاحت پور در اردیبهشت سال ۱۳۷۱، به همراه اکیپ روایت فتح، برای فیلمبرداری مجموعه «صه تسل آوار» به لبنان رفت که هنگام فیلمبرداری در منطقـه بقـاع غربی و در تزدیکـی خط تماس زرمندگان لبنانی و سربازان رژیم غاصب صهیونیستی، با اصابت راکت هوا به زمین یکی از هلی کوپترهای ارتش رژیم غاصب صهیونیستی به شهادت رسید.

وی افزود: این شهید مدافع مردم فلسـطین در تاریخ ۲۹ اردیبهشـت سـال ۱۳۷۱ در روسـتای چتندار ساوجبلاغ، کنار مزار مادرش به خاک سپرده شد.

رئیس سـازمان سـیما منظر و فضای سبز شهری شـهرداری کرج گفت: همزمان بـا برپایی دهمین جشنواره لاله‌های کرج ساخت سردیس این شهید والامقام به هنرمندی استاد متصور آذری از استادان برجسته مجسمه‌سـازی ایران آغاز شده و جذابیت سـاخت آن در حضور بازدیدکنندگان باعث توقف آن‌ها در کنار این کارگاه و آشنایی با این شـهید شده است.

دیدگاه

مردم عنصر پویای معماری هستند؛ اثر معماری یک‌سره وابسته به این است که آدم‌ها در کجای آن قرار دارند

چنیل تورسن

فکر می کنم وقتی که موفق شـویم مالکیت عمومی ایجاد کنیم، {نتیجه} بهترین کار خواهد بود. {علاوه بر کتابخانه اسـکندریه} بنای ایرانی مالی نروژ و خانه باله در اسلو نیز مثال‌های درخوری هستند. {مالکیت عمومی} آستانه برای حرکت مردم به درون یک چیز یا بین می‌آورد و آن چیز را متعلق به آنها می کنـد. {در بنای خانه اپرا} موضوع فقط اپرا نیسـت؛ موضوع این بنا خلق انتخاب‌هایی برای تجربه‌های فردی و جمعی است. هرچه بیشتر به یک چیز نزدیک شوی، بیشتر می‌توانی آن را متعلق به خود کنی. از طریق گشودگی و سخاوتمندی در معماری، می‌توانی چیزی را پس بگیری. موضوع معماری همین است. هنر حروف اضافه: زیر، درون، از میان، در برابر، اثر {معماری} یک‌سره وابسـته به این است که آدم‌های مختلف در کجا {یی آن} قرار دارند. در بیشتر موارد، مردم عنصر پویای معماری هسـتند. در حالی که معماری بی‌حرکت یافتی مقدمه ما از میان یک قضا حرکت می کنیم. پس هنگامی که حرکـت می کنید از طریق جنبش خود معماری را خلق می کنید. (در گفت‌وگو با Katia Pase منتشر شده در وبسـایت Australian Design Review، سـال ۲۰۱۵)

منبع: گفتار

محیط زیست

تداوم اجرای طرح «صندوق سبز» در میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران

مدیرکل محیط زیست شهرداری تهران از تداوم اجرای طرح «صندوق سـبز» در میادین میوه و ترەبار شهرداری تهران و پیگیری اجرای مصوبه کاهش استفاده از کیسه‌های پلاستیکی در مراکز درمانی شرکت شهر سالم خبر داد.

به گزارش پیام آشـنا، حلیا حسـینی افزود: با توجه به مصوبه شورای اسلامی شهر تهران مبنی بر کاهش استفاده از کیسه‌ها و ظروف پلاستیکی در شهرداری تهران، این موضوع در دستور کار قرارداد. بحطور قطع مثل سال گذشته کمیته کاهش مصرف پلاستیک به‌صورت قصلی تشکیل می‌شود و موضوعات سال گذشته که در دست اقدام است، پیگیری می‌شود.

وی درباره تداوم طرح «صندوق سـبز» گفـت: این اقدام در نیمه اول سال گذشـته آغاز شد در نیمه دوم سال پیرو آسـیب‌شناسی انجام شده در میادین میوه و ترەبار قرار شد که کلیه غرفه‌های عرضه کننده خشکبار به هیچ عنوان خشکبار را در پلاستیک عرضه نکنند و در پاکت عرضه شود. همکاران ما به صورت سـرزده از این غرفه‌ها بازدید و عملکرد آن‌ها را رصدمی کنند.

مدیرکل محیط زیسـت شـهرداری تهران اضافه کرد: در بخش سـیوری میادین میوه و ترەبار اجناس حداکثر در دو کیسه بزرگ به مشتریان تحویل داده می‌شود. در بخش مواد پروتئینی کیسه‌مجزایی عرضه نمی‌شود. مشتریان این اجناس را در محوطه میادین یا سبد حمل می کنند و در نهایت پای صندوق مواد پروتئینی داخل همان یک کیسه یکجا تحویل مشتری داده‌می‌شود.

به گفته حسـینی این طرح همچنان در میادین حال انجام است وی درباره اجرای طرح «صندوق سبز» در فروشگاه‌های شـهروندبه گفت: این طرح تا پایان پاییز- که آخرین جلسه کمیته کاهش مصرف پلاستیک در سال گذشته برگزار شد- اجرا شد ولی مسئولان «شهروند» برای فصل زمستان بااجرای «صندوق سبز» موافقت نکردند به گفته آنان اجرای صندوق سبز در فروشـگاه‌های شهروند به علت حجم بالای فروش، موجب معطلی بیشتر مردم در صف «صندوق می‌شد.

مدیرکل محیط زیست شهرداری تهران در ادامه با اشاره به ابلاغ شیوه‌نامه اجرایی قانون کاهش کیسه‌های پلاستیکی در سال گذشته گفت: بر اساس این شیوه‌نامه مقرر شد کیسه پلاسـتیکی زیر ۲۵ میکرون در فروشـگاه‌های زنجیره‌ای و میادین عرضه نشود. فروشگاه «شهروند» این موضوع را رعایت کرد و استفاده از کیسه‌های بالای ۲۵ میکرون در این فروشگاه به محض ابلاغ در اواخر سال گذشته اجرایی شد و در میادین شهرداری تهران امسال اجرایی می‌شود.

وی ادامه داد: با توجه به اینکه استفاده از کیسه‌های پلاستیکی زیست‌تخریب‌پذیر از سوی سازمان ملی استاندارد زمستان سال گذشته ابلاغ شد، قرار است طی سال جاری در این زمینه هم اقدام کنیم. هرچند طبق قانون میادین و فروشگاه‌های زنجیره‌ای مکلف به استفاده از این کیسه‌ها نیسـتند. قانون صرفا آن‌ها را مکلف به خودداری از اسـتفاده از کیسه‌های زیر ۲۵ میکرون کرده اسـت. در شیوه‌نامه قانون آمده است که ترجیحا از توزیع رایگان کیسه‌های پلاستیکی اجتناب شود.

حسینی با بیان اینکه به دنبال راهکاری برای کاهش مصرف کیسه‌های پلاستیکی هسـتیم، گفت: قصد داریم شیوه نامه اجرایی سـازمان ملی استاندارد را در دستور کار قرار دهیم و از ظرفیت شـرکت‌هایی که موفق به کسب این استانداردها شـدند، استفاده کنیم تا اسـیب کمتری ناشی از مصرف کیسه‌های پلاستیکی به محیط زیست وارد شود.

وی اضافـه کـرد: به‌طور قطع در کمیتـه کاهش مصرف پلاسـتیک نسبت به خودداری از استفاده از ظروف یکبار مصرف در شهرداری تهران پیروز خواهیم کرد و تلاش می کنیم ابلاغ‌هایی از سوی معاونت مالی مبنی بر کاهش خرید مصرف ظروف یکبار مصرف داشته باشیم.

حسینی در پایان گفت: بر اساس تصمیم این کمیته قرار شد در کلیه نمایشگاه‌های برگزار شده در شهر آفتاب، آموزشگران حضور داشته باشند و با آموزش چهره به چهره غرفه‌داران و بازدیدکنندگان را به اسـتفاده کمتر از کیسه‌های پلاستیکی دعـوت کنند. از سـوی دیگر در مصوبـه کاهش مصرف کیسه‌های پلاسـتیکی بندی درباره کاهش استفاده از این کیسـه‌ها در مراکز درمانی شرکت شهر سالم وجود دارد که اجرایی شدن آن را در دستور کار قرار دادهایم.