

خبرها

آخرین مهلت ژاین برای آزادگان

فارس : مدیرعامل شرکت مهندسی و توسعه نفت گفت : شرکت ژاینی اینپکس تنها یک ماه دیگر برای تصمیم گیری در خصوص توسعه میدان نفتی آزادگان مهلت دارد. مهدی بازارگان در خصوص واگذاری توسعه میدان آزادگان به یک کنسرسيوم ایرانی اظهار داشت : این مطلب بدین شکل صحیح نیست و هنوز یک ماه تا پایان مهلت شرکت اینپکس در خصوص تصمیم گیری برای توسعه میدان آزادگان وقت باقی است. وی افزود : ما نیز تا آخرین روز آن که ۲۴ شهریور است، صبر خواهیم کرد و به این شرکت ژاینی مهلت خواهیم داد. پس از آن قرارداد به خودی خود لغو خواهد شد. مدیرعامل شرکت متن یادآور شد : اگر تا آن زمان مذاکرات به نتیجه نرسید و تفاهم نهایی حاصل نشود، و اینپکس حاضر به انجام تعهدات نشود، قرارداد لغو و تصمیم گیری در خصوص توسعه میدان به شرکت متن ارجاع داده خواهد شد تا در این خصوص به اتخاذ تصمیم بپردازد. وی در ادامه افزود : پس از آن با توجه به مصلحت کشور و صنعت نفت برای برگزاری مناقصه و دعوت از شرکت های داخلی و خارجی با اتخاذ تدابیر دیگر تصمیم گیری خواهد شد. بازارگان گفت : البته اخیراً مذاکرات و تفاهماتی با ژاینی ها انجام شده که منتظر پاسخ آنها هستیم. به هر حال ژاینی ها تا ۲۴ شهریور که پایان زمان طبیعی قرارداد است، فرصت دارند در صورتی که مایل به توسعه میدان هستند، کار را آغاز کنند. مدیرعامل شرکت مهندسی و توسعه نفت در خصوص واگذاری توسعه این میدان به شرکت های داخلی خاطر نشان کرد : شرکت های داخلی کشور توان اجرای این پروژه را دارند که در صورت لزوم کار به آنان سپرده خواهد شد.

لایحه واردات بنزین در دولت

ایستنا : دانشیار گفت : آنچه مسلم است اینکه مقدمات لایحه واردات بنزین برای ارائه به مجلس در حال بررسی است، ولی روی زمان ارائه مجلس بحث است. رئیس کمیسیون انرژی با بیان مطلب فوق گفت : فکر می کردم که این لایحه تیرماه ارائه می شود، ولی به احتمال زیاد، تا پایان مرداد به مجلس تقدیم خواهد شد. دانشیار تصریح کرد : مبلغ لایحه مشخص نیست، ولی پیش بینی ما ۴ میلیارد دلار است. وی ابراز امیدواری کرد که این لایحه هر چه سریع تر به مجلس ارائه شود، چون دولت راهی جز این ندارد و همه راه‌ها به واردات ختم می شود. نماینده ماهشهر تصریح کرد : تاخیر در ارائه لایحه مشکلات دیگری ایجاد می کند، لذا دولت باید هر چه زودتر تصمیم روشنی بگیرد.

کشف ۲۰ معدن جدید

مهر : رئیس اداره اکتشافات معدنی سازمان صنایع و معادن خراسان گفت : در چهار ماهه اول اسمال ۲۰ معدن جدید با ۱۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تن ذخیره مواد معدنی در خراسان رضوی کشف شد. مصطفی قرایی در جمع خبر نگاران افزود : نوع ماده معدنی اکتشافی در معادن فوق شامل فربیت، بنتونیت، تالک، تراورتن، خاک صنعتی، سنگ آهن، سنگ گچ، سنگ لاشه، گرانیت، مرمریت، ملیزیت و نمک آبی است که در شهرستان های تایباد، تربت جام، تربت حیدریه، چناران، فردوس، کاشمر و گناباد کشف شده‌اند. رئیس اداره اکتشافات معدنی سازمان صنایع و معادن استان در ادامه از رشد ۴۳ درصدی تعداد و ۵۶ درصدی ذخیره معادن اکتشافی نسبت به مدت مشابه در سال ۸۴ خبر داد و گفت : این امر در حالی صورت گرفته است که هزینه عملیات اکتشافی از کاهش ۷۲ درصدی برخوردار است. قرایی گروه مواد معدنی مذکور را شامل ۱۰ مورد مصالح ساختمانی و ۱۰مورد مواد غیرفلزی اعلام کرد و گفت : طی همین مدت ۶۴ پروانه اکتشاف معدن نیز صادر شده است.

برنامه مجلس برای مهار تورم

مهر : عضو هیات رئیسه کمیسیون برنامه و بودجه مجلس گفت : نمایندگان مجلس برای جلوگیری از رشد نرخ تورم با لایحه انتشار اوراق مشارکت موافقت خواهند کرد و این لایحه ظرف این هفته به تصویب خواهد رسید. مرتضی تمدن افزود : انتشار اوراق مشارکت به عنوان ابزار کنترل نقدینگی و جلوگیری از افزایش پایه پولی یکی از معهود اهرم هایی است که بانک مرکزی و دولت می توانند به وسیله آن سیاست های پولی مورد نظر خود را اجرا کنند. وی با اشاره به انتشار ۱۵۰۰ میلیارد تومان اوراق مشارکت در سال گذشته، تصریح کرد : به زودی سررسید این اوراق فرا خواهد رسید و دولت باید اصل پول را به همراه سود آن به مردم بازپرداخت کند. وی ادامه داد : این امر موجب رشد فراینده نقدینگی و در نهایت افزایش نرخ تورم شده و بسیاری از سیاست های اقتصادی کشور را با مشکل مواجه می کند. تمدن افزود : لایحه انتشار اوراق مشارکت در کمیسیون برنامه و بودجه مجلس رای نیابورد و رد شد اما کمیسیون اقتصادی با اصلاحاتی در این زمینه این لایحه را تصویب کرد.

آیین نامه بازار غیرمشتکل پولی به معاون اول رئیس جمهوری ارجاع شد

فارس : معاون اقتصادی بانک مرکزی گفت : آیین نامه اجرایی قانون تنظیم بازار غیرمشتکل پولی اخیراً به دفتر معاون اول رئیس جمهوری ارائه شده است. اکبر کیمرچانی اظهار داشت : آیین نامه اجرایی تنظیم بازار غیرمشتکل پولی سال گذشته توسط بانک مرکزی برای شد و شخصاً در کمیسیون اقتصادی دولت شرکت کرده و نظرات خود را ارائه کرده‌ام. وی افزود : کمیسیون اقتصادی دولت بنا به مجوزورائی این آیین نامه را به دفتر آقای دکتر دادوی معاون اول رئیس جمهوری ارائه کرده است و قرار است به مسئولیت ایشان درباره آیین نامه بررسی و تصمیم گیری شود. کیمرچانی افزود : فعلاً ما منتظر تصویب آیین نامه در هیات دولت هستیم.

وقتی بحث از مطالعات آمایش صورت می گیرد اولین موضوعی که بی درنگ به ذهن خطور می کند منطقه بندی، توان های اکولوژیکی و تدوین برنامه ها در سطوح ملی – منطقه ای و محلی است. منطقه بندی از محوری ترین بحث های آمایش سرزمین است که در مطالعات اخیر آمایش سرزمین از مفهوم واقعی خود خارج شده و به جای منطقه بندی کشور براساس ویژگی های همگن جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی، ۸ منطقه نظارتی بر مطالعات آمایش استان ها تعریف شده که هیچ تطابقی با وظایف مناطق در آمایش ندارد و صرفاً جهت هماهنگی استان ها با کارشناسان دفتر آمایش و توسعه پایدار تعریف شده است. سؤال اینجاست واقعاً برداشت ما از مفهوم منطقه چیست؟ آیا منظور، منطقه عملکردی (Functional region) است، منطقه همگن (Homogenous region) است، منطقه برنامه ریزی (programming region) است یا به مفهوم جدید آن منطقه نظارتی !!
جداً از آن اصل هدف ما از منطقه بندی در مطالعات آمایش چیست؟ برای روشن شدن موضوع منطقه و مفهوم آن در مطالعات آمایش که سالیان سال بین اقتصاددانان و برنامه ریزان شهری با برداشتی متفاوت طرح شده ضروری است مفهوم منطقه به دقت مورد کنکاش قرار گیرد.

نظریه پردازان توسعه منطقه ای، منطقه را محدوده ای مشخص با کارکردهای همسان و شرایط و ویژگی های جغرافیایی، انسانی و اجتماعی مشترک می دانند که همگنی ویژگی بارز آن است و اقسام مختلفی از قبیل منطقه عملکردی، منطقه همگن (متجانس) و منطقه برنامه ریزی را شامل می شود که هرکدام ویژگی خاص خود را دارند ولی وجه مشترک آنها همگنی و شباهت در ویژگی های اقتصادی و اجتماعی و طبیعی بدون توجه صرف به مرزهای سیاسی و اداری است.

بدین ترتیب منطقه عملکردی، محدوده ای جغرافیایی است که براساس سنجه هایی منتخب، دارای عملکرد یکسان است و معیار آن تحلیل جریان های اقتصادی و اجتماعی است. منطقه همگن آن، محدوده جغرافیایی است که از نظر ویژگی های خاص جغرافیایی و اقتصادی دارای شرایط همگن هستند و معیار آن بیشتر ویژگی های جغرافیایی است. ترکیبی از این دو نوع منطقه بندی چارچوب مفیدی برای تعیین مناطق برنامه ریزی را فراهم می آورد. لوئیس کیبیل منطقه برنامه ریزی را آن چنان محدوده ای تعریف کرده که به اندازه ای وسیع است که ارتباطات عملکردی و همگنی های درونی آن، توزیع جمعیت و فعالیت را در پهنه آن همگن می سازد، و در عین حال به اندازه ای محدود است که بتوان همه مسائل برنامه ریزی آن را یک جا دید و حل کرد. بر همین اساس کیلسون منطقه برنامه ریزی را واجد شرایط زیر می داند:

– ساختار اقتصادی – اجتماعی و فضایی همگن یا به هیو پستهای داشته باشد.

– دست کم واجد یک مرکز رشد باشد.

– در حل مشکلات اقتصادی و برنامه ریزی دارای وحدت رویه بوده و در اجرای تصمیمات و برنامه ها تمرکز داشته باشد.
– وسعت آن به حدی باشد که بتوان برنامه هایی برای سامان دادن توزیع انسان ها و فعالیت ها، و اجرای طرح هایی در مقیاس وسیع اقتصادی تدوین و اجرا کرد. اگرچه در این منطقه برنامه ریزی از مرزهای سیاسی نیز جهت منطقه بندی استفاده می شود ولی لزوماً استان های یک کشور هرکدام می منطقه محسوب نمی شوند بلکه ممکن است چند استان یک منطقه و یا یک استان مستقلاً یک منطقه برنامه ریزی تعریف شود.

پس همگنی در شرایط و ویژگی ها، معیار اصلی و پایه ای منطقه بندی است و ضروری است جهت اجرایی کردن مطالعات آمایش ملی، برش منطقه ای آن با تعریف و تعیین دقیق منطقه، تجزیه و تحلیل منطقه و تدوین استراتژی های توسعه منطقه پیگیری شود.

برنامه چهارم توسعه اقتصادی – اجتماعی و فرهنگی کشور محمل قانونی آن را نیز فراهم ساخته و لزوم منطقه بندی کشور از دیدگاه آمایش سرزمین را در ماده ۷۷ بیان کرده و به دولت اجازه داده است به منظور هماهنگی در امور عمرانی و توسعه ای بین استانی نسبت به منطقه بندی کشور از دیدگاه آمایش سرزمین و ایجاد نهادهای هماهنگ کننده و تعیین وظایف آنها در سطح فرا استانی اقدام کند.

حال مرکز ملی آمایش چگونه این وظیفه سنگین و اصل محوری آمایش را تنها در قالب یک کارگروه نظارتی تعریف کرده ستوائلی است که ذهن کارشناسان و متخصصین امر برنامه ریزی و توسعه را در استان ها به خود مشغول داشته است.

■ **منطقه بندی به چه منظور؟**

واقعیت این است ساز و کارهای اجرایی و اداری آمایش ملی مطابق با ساز و کارهای اجرایی و اداری کشور نیست از یک طرف ظاهراً مطالعات آمایش مبتنی بر منطقه بندی طراحی شده و سطح کشور به ۸ منطقه نظارتی تقسیم شده ولی بدون توجه به این مناطق نظارتی، نظریه پایه توسعه به تفکیک برای ۳۰ استان تهیه و ابلاغ شده است بدون آنکه سطح منطقه ای نظریه پایه توسعه ملی لحاظ شود. آیا واقعاً استان های واقع در یک منطقه – به زعم طرح آمایش ملی – دارای اهداف مشترک و هماهنگی در نظریه پایه توسعه هستند یا موقعیت هرکدام از استان ها صرفاً در ارتباط با مرکز کشور تعریف و تعیین شده و تعاملات منطقه ای آنها نادیده گرفته شده است. سؤال اینجاست آیا در آمایش ملی منطقه بندی صورت گرفته است؟ اگر منطقه بندی صورت گرفته است برای چه منظوری منطقه بندی کرده ایم؟ در کجا از این منطقه بندی استفاده کرده ایم؟ نظریه پایه توسعه منطقه ای کجا ارائه شده است؟ آیا بهتر نبود به جای نظریه پایه توسعه استان ها نظریه پایه توسعه منطقه ای تدوین کنیم

اقتصاد ایران

نقدی بر رویکرد جدید مطالعات آمایش ملی

آمایش ملی با سازوکار اجرایی کشور منطبق نیست

نادر زالی*

Zalinader1@yahoo.com



و تدوین نظریه پایه توسعه استان را به خود مناطق واگذار کنیم یا حداکثر چارچوب های کلی استان را مشخص کنیم. اگر استان های اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی و زنجان یک منطقه همگن اقتصادی، و چشم انداز مشترک این منطقه چیست؟ این استان ها دارای چه پیوندهای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی هستند؟ اصولاً چه قربانی بین نظریه پایه توسعه این چهار استان وجود دارد؟ آیا استان قم با آن محدوده کوچک به عنوان یک شهر – استان قابلیت برنامه ریزی در سطح منطقه ای را دارد؟ یا اصلاً این استان می تواند یک منطقه برنامه ریزی باشد؟ و تاثیرات متروپل تهران در آن لحاظ شده است؟ و آیا اصلاً و منطقاً برنامه آمایش تهران باید بدون قم – قزوین و استان های شمالی تدوین شود؟ آیا اینها یک مجموعه عملکردی و متاثر از هم نیستند؟

در شرایط فعلی نظام برنامه ریزی کشور، پرداختن به سطح استانی بلافاصله بعد از سطح ملی صورت می پذیرد. نظام موجود تقسیمات کشوری، متشکل از استان، شهرستان و بخش با الزامات توسعه منطقه ای سازگاری کامل ندارد. در حالی که تقسیمات کوچک تر، دسترسی مستقیم تری به بودجه دولت و درجه بیشتری از مشارکت محلی را در تصمیم گیری های اقتصادی تضمین می کند، تمایل به افزایش تقسیمات کشوری در تمامی مناطق کشور مشاهده می شود، اما نیازهای برنامه ای و آمایش کشور مستلزم پهنه بندی های وسیع تر و تعیین مناطق همگون و دارای عملکرد متقابل و به هم پیوسته ای است که استان ها و شهرستان های مجاور را به هم پیوند می زند. حال چگونه مرکز ملی آمایش تقسیمات سیاسی کشور را که صرفاً پراشی یکسری مصلحت های سیاسی ترسیم شده اند عین منطقه بندی دانسته و آن را مبنای برنامه ریزی منطقه ای قرار داده است ستوائلی است که ذهن کارشناسان را به خود مشغول داشته است. یکی از اساسی ترین و مهمترین بخش های مطالعات آمایش تهیه شرح خدمات مطالعات است که باید مبتنی بر تبیین هدف مطالعه، مقیاس آن و الزامات اجرایی منطبق بر واقعیات جامعه باشد. تجربه دو بار تهیه مطالعات آمایش در کشور می تواند چارچوب کلی این مطالعات را مشخص کند و دور اخیر این مطالعات نیز با تغییرات محسوس در بنیان های فکری و انتظام اجرایی آنها شروع شده که حقیقتاً حاکی از تحولی جدید در نظام برنامه ریزی کشور مبتنی بر یک روش کاملاً جدید و ابتکاری و بدون سابقه جهانی است.

مروری کلی بر سرفصل های شرح خدمات حاکی از گسست ساختاری مبانی نظری از سایر بخش های این طرح است گویانکه مبانی نظری این مطالعه که مبتنی بر منطقه بندی کشور – آن هم از نوع نظارتی – است. صرفاً جهت انجام تشریفات صورت گرفته و در عمل هیچ محلی از اعراب ندارد. از طرف دیگر به نظر می رسد محتوای شرح خدمات ترکیبی از ویژگی های ملی، منطقه ای و محلی را در خود دارد که مقرر شده تمام ابعاد این قضیه در استان ها تهیه و تدوین شود. در این خصوص ذکر چند نکته مهم ضروری است: اولاً بخش عمده ای از این شرح خدمات مبتنی بر ملاحظات سیاسی، دفاعی و امنیتی تهیه شده است به عبارت دیگر وزن ملاحظات دفاعی و امنیتی نسبت به ماهیت مطالعات آمایش در مقیاس استانی بسیار زیاد است و اصولاً پرداختن به ریز مباحث امنیتی و دفاعی نه تنها در حیطه امکان قابل طرح نیست بلکه مستلزم اطلاع از سیاست های ملی در خصوص کشورهای همسایه و افق روابط بین المللی است و این بخش از مطالعات با توجه به اینکه سیاست های کلی نظام در روابط بین الملل آن هم در افق بلندمدت برای استان ها تعریف نشده به هیچ وجه در مقیاس استانی قابل انجام نخواهد بود. ثانیاً تعاملات منطقه ای در این شرح خدمات دیده نشده و اصلاً مشخص نیست در طراحی و تدوین برخی فعالیت های با عملکرد منطقه ای مثل شبکه های

و چه بسا دیگر جهان توسعه یافته آن روزی رویای دست نیافتنی ما باشد.

جامعه ما از نظام برنامه ریزی و برنامه ریزان کشور انتظار دارد بعد از تجربه نیم قرن برنامه ریزی و تهیه و تدوین انواع برنامه های توسعه در مقیاس های ملی – منطقه ای و محلی، برنامه ای اصولی، منطقی، علمی، واقع بین و البته قابل اجرا ارائه نماید. کشورهایی که برنامه ریزی را با ما یا بعد از ما شروع کرده اند فرآیند توسعه را بسیار سریع تر از ما طی کرده اند و هنوز کشور ما در پیچ و خم تمرین برنامه ریزی و آزمون و خطای روش های برنامه ریزی گرفتار آمده و هنوز نتوانسته به نظام برنامه ریزی مشخصی تکیه دهد.
۲۰ آیا سال دیگر موانع اداری، عدم امکان تلفیق آمایش استان ها، مشکلات اقتصادی و نبود برنامه ریزی صحیح را مانع اجرای طرح آمایش کشور عنوان خواهیم کرد؟

آیا کشور ما اینقدر توانایی مالی دارد که سرمایه های مادی و معنوی مردم را صرف تمرین برنامه ریزی در کشور کند؟ آیا منطقی است در نظام برنامه ریزی کشور مبتنی بر آمایش سرزمین، تصمیم گیری های لازم در خصوص فرآیند مطالعات آمایش اتخاذ شود و بعد جهت توجیه این فرآیند همایش آمایش سرزمین را برگزار کنیم؟ این فرآیند تعریف شده در کدام مرجع علمی به چالش کشیده شده است؟ و اصولاً نتایج این همایش – اگر تنها توجیه نباشد – در کجای این مطالعات مورد استفاده قرار خواهد گرفت؟ «توفان فکر» مطرح شده توسط مرکز ملی آمایش در خصوص طرح آمایش ملی چگونه جمع بندی شده است؟ آیا در این «توفان اندیشه» نظرات کارشناسی استان ها در خصوص شرح خدمات و فرآیند مطالعات جهت انجام تشریفات بوده است؟ چرا نظرات هیچ کدام از استان ها در شرح خدمات اعمال نشده است؟ آیا نظرات کارشناسی استان ها جزء این توفان اندیشه نیستند؟ یا بهتر نبود به جای طرح «توفان فکر» در طراحی مطالعهات آمایش که برگرفته از نظرات جمیع صاحب نظران و کارشناسان یک حوزه تخصصی است معمولاً با برگزاری همایش ها و هم اندیشی ها صورت می گیرد از اصطلاح «گردباد فکر» که در محدوده کوچکی و میان چند عده محدود صورت می گیرد استفاده می کردیم؟ چرا با اینکه همه به دنبال تمرکززدایی هستیم هنوز فکر تمرکزگرایی رهایمان نمی کند؟ مرکز ملی آمایش چگونه انتظار دارد با این همه انتقاد به مانی، فرآیند و شرح خدمات مطالعات و این طرح در استان ها براساس یک برنامه زمانبندی شده اجرا شود؟ در نهایت اینکه اتکا به قانون و قانونمدار بودن و داشتن کمی وجدان کاری و احساس مسئولیت نسبت به مسئولیت خیلی از مشکلات را حل خواهد کرد. قانون برنامه چهارم توسعه الزامات قانونی را در خصوص توسعه مطالعات بلندمدت را مشخص کرده است. ولی کشور ما جهت تحول در ساختار نظام برنامه ریزی و اصلاح آن با خلاء قانونی مواجه نیست بلکه با خلاء دانش مدیریتی و همچنین ابزار مدیریت منطقه ای و فرااستانی مواجه است.

هر کیلووات ساعت برق هم اکنون حدود ۱۰ تومان عرضه می شود که کمتر از ۲۰ درصد بهای تمام شده را می پوشاند. این نرخ مربوط به نقاط مرکزی و شمالی کشور بوده و در شهرهای جنوبی برق با بهایی ارزان تر از این و با تعرفه ترجیحی به فروش می رسد. قیمت انرژی در مورد برق هم به مانند سایر کالاها به مثابه مشوق مصرف عمل کرده و نرخ رشد مصرف را در سال جاری به بیش از دو برابر رقم رشد اقتصادی کشور یعنی ۱۳ درصد رسانده است.
ارزانی برق الگوی مصرف را در ده شهر و روستاها تغییر داده و میزان واردات برق به ۵۰۰۰ مگاوات رسیده است. علاوه بر کولرگازی استفاده سیستم های گرمایشی و روشنایی پرمصرف در دستور کار مشترکان خانگی و صنعتی قرار گرفته است. کولرگازی به عنوان پرمصرف ترین انتخاب برای تأمین سرما در تابستان هر روز با استقبال بیشتری مواجه می شود. حتی بدون دسترسی به آمار دقیق واردات و استفاده سیستم های سرمایشی این اقبال شهروندان به آن را از سیمای ساختمان ها محاسبه کرد. شتاب مصرف این دستگاه برودتی پرمصرف شاید بهترین مثال برای عبی برق فهم رابطه قیمت کالای مکمل با تقاضای کالا در اقتصاد خرد باشد. مصرف کننده هوشیار یقیناً وقتی با استراتژی «ارزان سازی» کالا را به صنعتی وارداتی و برق مواجه است لحظه ای در به خدمت گرفتن این فناوری پرمصرف برای رفاه خود غفلت نمی کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

سال سوم ■ شماره ۸۳۴
شرق

خبر

مشکلات صنایع با راه اندازی دادگاه های تخصصی رفع می شود

ایرنا : رئیس سازمان صنایع و معادن استان تهران گفت : با راه اندازی دادگاه های تخصصی بسیاری از مشکلات صنایع کشور برطرف خواهد شد. «عزت الله اکبری» افزود : ما در حال حاضر فاقد این نوع دادگاه ها هستیم اما به تدریج در حال برنامه ریزی و آموزش پرسنل برای راه اندازی این دادگاه ها به ویژه در صنایع کلیدی مانند صنایع غذایی هستیم. وی در استان تهران و شرکت نوسازی صنایع ایران با اشاره به موانع موجود بر سر راه سرمایه گذاری خارجی اظهار داشت : هم اکنون اراده قوی برای کار و تولید و اشتغال در کشور به وجود آمده است. اکبری اضافه کرد : واحدهای صنعتی استان تهران باید با شناخت قابلیت ها و مشکلات موجود راه خود را ادامه دهند و با توانمندی بیشتر و رفع موانع ساختاری، برای ورود به بازار جهانی آماده شوند. مدیرعامل سازمان توسعه و نوسازی صنایع ایران نیز در این جلسه گفت : در سال جاری برای نوسازی صنایع ایران حداقل ۴۰۰ میلیارد ریال تسهیلات پرداخت می شود.

ادامه از صفحه ۱۱

اقتصاد کولرگازی

مقایسه این انتخاب با گزینه کولر آبی با قیمت دو میلیون ریال که علاوه بر نیاز طراحی کانال هوا در سازه اولیه ساختمان هوای مرطوب و نم داری تولید کرده و تنها برای تولید سرما کاربری دارد تردیدی در بهینگی مصرف کولرگازی باقی نمی گذارد.

تعرفه پایین و واردات نامحدود این کالا بازار سایر تجهیزات برودتی را با رکود روبه رو کرده و دولت با تثبیت نرخ ارز به واردکنندگان و مصرف کنندگان این محصول خاور دور «جایزه وارداتی» می دهد. علاوه بر این دولت برای تبدیل به ریال کردن حدود ۴۰میلیارد دلار ارز نفتی برای تأمین احتیاجات بودجه ای، ناچار به اتخاذ سیاست های تشویقی تعرفه ای برای واردات است.

جایزه ای که منابع آن در حقیقت از محل فروش هرچه بیشتر درآمد فروش نفت و ورشکستگی رقبای داخلی به نفع کارخانجات کهرای تأمین می شود.

برق : تولید و توزیع برق ایران در انحصار کامل شرکت توابیر است. تراز تجاری این کالا منفی است و نهاده اصلی غالب نیروگاه های کشور صنایع های هیدروکربوری است. برق از جمله محصولات یارانه ای است که قیمت فروش آن به مصرف کننده در سه سال اخیر توسط مجلس هفتم و دولت نهم ثابت نگه داشته شده است.

هر کیلووات ساعت برق هم اکنون حدود ۱۰ تومان عرضه می شود که کمتر از ۲۰ درصد بهای تمام شده را می پوشاند. این نرخ مربوط به نقاط مرکزی و شمالی کشور بوده و در شهرهای جنوبی برق با بهایی ارزان تر از این و با تعرفه ترجیحی به فروش می رسد. قیمت انرژی در مورد برق هم به مانند سایر کالاها به مثابه مشوق مصرف عمل کرده و نرخ رشد مصرف را در سال جاری به بیش از دو برابر رقم رشد اقتصادی کشور یعنی ۱۳ درصد رسانده است.
ارزانی برق الگوی مصرف را در ده شهر و روستاها تغییر داده و میزان واردات برق به ۵۰۰۰ مگاوات رسیده است. علاوه بر کولرگازی استفاده سیستم های گرمایشی و روشنایی پرمصرف در دستور کار مشترکان خانگی و صنعتی قرار گرفته است. کولرگازی به عنوان پرمصرف ترین انتخاب برای تأمین سرما در تابستان هر روز با استقبال بیشتری مواجه می شود. حتی بدون دسترسی به آمار دقیق واردات و استفاده سیستم های سرمایشی این اقبال شهروندان به آن را از سیمای ساختمان ها محاسبه کرد. شتاب مصرف این دستگاه برودتی پرمصرف شاید بهترین مثال برای عبی برق فهم رابطه قیمت کالای مکمل با تقاضای کالا در اقتصاد خرد باشد. مصرف کننده هوشیار یقیناً وقتی با استراتژی «ارزان سازی» کالا را به صنعتی وارداتی و برق مواجه است لحظه ای در به خدمت گرفتن این فناوری پرمصرف برای رفاه خود غفلت نمی کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.

تلبیغات : بارزترین نمود گروگنی چهره تهران بعد از جنگ نصب تبلیغات محیطی کالاهای داخلی و خارجی در سطح شهر بود. سیمای تهران امروز در تسخیر کولر گازی و دیگر لوازم خانگی و الکترونیکی درجه دو کره جنوبی و بازارهای مشترک آسیای جنوب شرقی است. برخلاف کشورهای اطراف در پایتخت ایران نسبت حضور برندهای درجه یک کمتر و ژمونی با کره جنوبی است. از نظر حجم و وسعت تبلیغات خارجی تهران هر روز به دبی و شارجه نزدیک تر می شود. دستاورد مردم تهران از اجاره شهر به کارخانجات کهرای عجیب اما واقعی است. تنها صد میلیارد ریال معادل یازده میلیون دلار درآمد سالانه تهران از این آگهی ها است. شهرداری تهران با اجاره دیوار و پل و بزرگراه تنها ۸/۰ درصد از بودجه خود را از این محل تأمین می کند.