یادداشت

تاثیر بمباران‌های تبلیغاتی بر رفاه شهروندان

در دهه‌های اخیر، حجم تبلیغات به طور چشمگیری افزایش یافته است. تبلیغات در همه جا وجود دارد؛ تلویزیون، رادیو، نشریات، بیلبوردهای شهری، ایستگاه‌های مترو و اتوبوس و... بنابراین طبیعی است که بخواهیم اثر گذاری آن را در ابعاد مختلف بررسی کنیم.

اندرو اسوالد (Andrew Oswald) و تیمش از دانشگاه وارویک، داده‌های یک نظرسنجی در مورد رضایت از زندگی را که از ۹۰۰ هزار شهروند کشورهای اروپایی بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۱ جمع‌آوری شده یا داده‌های بودجه‌ای که سالانه صرف تبلیغات در این کشورها و در همین بازه زمانی شده، مقایسه کردند. این محققان متوجه رابطه معکوسی بین این دو شدند. هر چقدر هزینه‌های تبلیغات یک کشور در یک سال بیشتر بود، سطح رضایت شهروندان کمتر بود. آنها نتیجه‌گیری کردند که تبلیغات باعث نارضایتی و عدم رضایت مردم می‌شود. پروفسور اسوالد در دفاع از تحقیقات خود می‌گوید: «ما متوجه یک رابطه منفی پرمعنی شدیم وقتی تغییرات سالانه در میزان شادی ملی و تغییرات در هزینه‌های تبلیغات در همان سال یا چند سال قبل از آن را بررسی کنید و فاکتورهای دیگری مثل تولید ناخالص داخلی (GDP)، و روند بیکاری را هم در نظر بگیرید، متوجه یک ارتباط جالب می‌شوید. این یعنی وقتی آگهی دهندگان پولی را صرف تبلیغات خود در یک کشور می‌کنند، نتیجه آن کاهش شادی و رفاه مردم آن کشور است.

اسوالد در پاسخ به این سوال که چه چیزی باعث شد در مورد این موضوع تحقیق کنند، می‌گوید: «من و همکارانم ۳۰ سال است که در مورد شادی و عوامل شادی انسان مطالعه می‌کنیم و اخیراً تمرکز من به شادی ملی تغییر یافته است. ویژگی‌های یک کشور شاد چیست؟ نیروهایی که شادمانی را شکل می‌دهند کدامند؟ چه چیزی قرار و نشیب‌ها را توضیح می‌دهد؟ قبلاً توجهی به اثر تبلیغات نکرده بودم، اما وقتی با محققی آشنا شدم که به‌دلیل دیگری برای این موضوع داده جمع‌آوری می‌کرد، به نظرم رسید که باید یکسری عوامل را ترکیب کنیم. مثل خیلی از افراد دیگری که در جوامع غربی زندگی می‌کنند، نمی‌توانستم برای حجم انبوه تبلیغاتی که با آن بمباران می‌شویم، کاری کنم. از نظرم من، این طبیعی بود که فکر کنیم آیا ممکن است این موضوع باعث ایجاد نارضایتی در قرمنک مابالد یا نه؛ یعنی بررسی اینکه شادمانی ما چگونه با چیزهایی که می‌بینیم، می‌شنویم و می‌خوانیم شکل می‌گیرد. من فکر می‌کنم به صورت ناخودآگاه می‌فهمیم که تبلیغات زیاد باعث نارضایتی و نارضایتی ما می‌شود. البته تا حدی آنها این نارضایتی را همدا ایجاد می‌کنند؛ یعنی تمایلات شما را تحریک می‌کنند تا برای خرید کالا و خدمات هزینه کنید و احساسات تان قروکش کند.

اگر یک ساعت مچی ۱۰ هزار دلاری ببینم و بعد نگاهی به ساعت خودم ببندازم که فقط ۱۵۰ دلار بابت آن پرداختم، به فکر قرو می‌روم و با خودم می‌گویم زندگی من ابراری دارد. البته در تحقیقی که ما انجام دادیم، این را ثابت نمی‌کنیم که نارضایتی از زندگی ناشی از مقایسه‌های نسبی است. اما مستقدیم این اتفاقی است که در حال رخ دادن است.» اسوالد در توضیح اینکه در تحقیق خود جطور به این نتیجه رسیده که تبلیغات واقعاً باعث می‌شود افراد احساس نارضایتی داشته باشند، می‌گوید: «البته تاثیر بسیاری عوامل دیگر بر شادی را کنترل کردیم. دوم، میزان افزایش یا کاهش تبلیغات در یک سال مفروض را بررسی کردیم و نشان دادیم تبلیغات صورت گرفته چگونه بر افزایش یا کاهش شادی ملی در آن سال و سال‌های بعد اثر گذاشته. سوم، بررسی‌های آماری زیادی انجام دادیم تا از قوی بودن پیوندهای تجربی کشف شده، مطمئن شویم.»

تبلیغات و شادمانی گروهی

این تفکر که تبلیغات تا این حد احساسات مردم را تحریک می‌کند شاید قطع منحصر به افراد مادی‌گرا باشد. اسوالد در پاسخ به اینکه خیلی‌ها معتقدند نمی‌توان شادی را با پول خرید، توضیح می‌دهد: «برخی افراد ممکن است تبلیغ ساعت مچی لوکس را ببینند و با خودشان بگویند چرا آدم باید ساعت ۱۰ هزار دلاری ببندد. در حالی که آلان همه روی گوشی‌های خود می‌توانند ساعت را چک کنند؟ یا در واکنش به تبلیغ خودرو لوکس، به خودشان بابت نداشتن خودرویی که مصرف سوخت بالایی دارد و خدماتش بسیار گران است و به محیط زیست آسیب می‌رساند، تبریک بگویند. تحقیقات ما نشان می‌دهد چیزهای بزرگی وجود دارد که واقعاً بر شادمانی بشر تاثیر گذارند، موارد مثل سلامتی، روابط عاطفی و دوستانه، شغل داشتن، امنیت اجتماعی، نبودن در میانسالی. این موضوع واقعاً برای بسیاری افراد یک بحران است.» و... هستند خریدن ساعت یا خودرو لوکس و گران ممکن است کمک کند کسی احساس شادمانی بیشتری داشته باشیم، اما پس چشم و همچشمی چه می‌شود؟! وقتی همه یک چیز را می‌خرند و آن را ارتقا دهند، آن چشم و همچشمی خنثی می‌شود به همین دلیل است که تبلیغات شادمانی گروهی را خراب می‌کند.»

معیارهای سنجش در تحقیق

اسوالد در ادامه توضیحاتش اشاره می‌کند تاکنون هیچ تحقیق دیگری به ارتباط بین تبلیغات و کاهش سطح رفاه نپرداخته است. چند مقاله جالب در مورد اینکه چگونه تبلیغات می‌تواند بر رژیم غذایی و سلامت کودکان اثر بگذارد، وجود دارد. اما موضوع ارتباط تبلیغات و شادی و رفاه صراحتاً مورد بررسی قرار نگرفته است. او در پاسخ به این سوال که چه معیارهایی تبلیغات و شادمانی در سطح ملی را اندازه گرفته می‌گوید: «تبلیغات را که به راحتی می‌توان بررسی کرد. داده‌ها در مورد هزینه‌های صرف شده در کشورهای مختلف برای انواع خدمات تبلیغاتی به راحتی در دسترس هستند: آگهی‌های روزنامه، رادیو، تلویزیون و... سنجش میزان شادی یا رضایت از زندگی کمی پیچیده‌تر است. اما حالا می‌خیم چطور به شکل معتبری این کار را انجام دهیم. در تحقیقی که ما انجام دادیم، یک جامعه آماری بزرگ –نزدیک به یک میلیون نفر– را مورد بررسی قرار دادیم و تصمیم گرفتیم یکی از سادەترین معیارهای قدیمی را برای سنجش رفاه انسان انتخاب کنیم؛ یعنی در پرسشنامه این سوال را مطرح کردیم که «چقدر از زندگی خود راضی هستید؟» افراد برای پاسخ به این سوال مقیاس‌هایی داشتند و سپس پاسخ‌ها را برای هر کشور جمع‌بندی کردیم.

برای اینکه مطمئن شویم سطح رضایت و خوشحالی پایین یکسری افراد ناشی از عوامل دیگر (مثل سن و وضعیت تجرد) هست یا نه، معیارهایی مثل GDP و نرخ بیکاری را هم کنترل کردیم. همچنین سطوح اولیه شادمانی و تبلیغات را در کشورها کنترل کردیم. چون می‌خواستیم مقایسه عادلانه‌ای داشته باشیم. سال به سال موارد را که شوک‌های غیرمنتظره شناخته می‌شوند –مثل شوک قیمت نفت– و عواقبی یکسان در کل اروپا دارند، بررسی کردیم. تحلیل‌های ما نشان می‌دهد که وقتی هزینه تبلیغات دو برابر شد، سطح رضایت از زندگی ۳ درصد کاهش می‌یابد. این رقم، نصف میزان کاهش رضایتی است که یک فرد به‌دلیل مشکلات شخصی مثل طلاق در زندگی خود دارد. همچنین یک سوم کاهش احساس رضایتی است که یک فرد به‌دلیل بیکاری، دچار می‌شود. بررسی‌های ما در مورد تاثیرپذیری افراد از رویدادهای بد زندگی، تجربیات زیادی را در اختیارمان گذاشته و می‌توان گفت عواقب تبلیغات زیاد تا حدی قابل مقایسه با این رویدادها است.»

نویسندگان: نیکول تورس
مترجم: مریم رضایی

راه‌اندازی پویش مردمی "درخت دوستی بنشانیم" در کرج

رئیس سازمان سیما، محیط زیست و فضای سبز شهری شهرداری کرج گفت: راه اندازی پویش مردمی با شعار یکسان "درخت دوستی بنشانیم" قدام قابل ستایش و در انتقال فرهنگ درختکاری مؤثر است.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور با اشاره به راه‌اندازی پویش "درخت دوستی بنشانیم" گفت: برپایی پویش مردمی با شعار واحد "درخت دوستی بنشانیم" در انتقال فرهنگ درختکاری و دوستی بیشتر شهروندان با طبیعت موثر است. او در ادامه با تاکید بر ضرورت حذف آب شرب از چرخه آبیاری فضای سبز شهر کرج، گفت: شهرداری کرج در سال ۹۶ اولین تصفیه خانه محلی فاضلاب خود را با ظرفیت ۱۰۰۰ متر مکعب در شبانه روز با روش بیولوژیکی IFAS احداث و به بهره برداری رسانده و دومین تصفیه خانه محلی فاضلاب شهرداری کرج نیز تا پایان امسال آماده بهره برداری خواهند شد.

این مسئول با بیان اینکه قرارداد ساخت سومین تصفیه خانه نیز در حال انعقاد است افامه داد: آب مورد استفاده برای آبیاری فضای سبز شهر کرج از ۴ متبع آبی (چاه ها، قنوات، آب‌های سطحی و پساب فاضلاب) تامین می شود و در فضای سبز کرج ۴۲۴ لیتر بر ثانیه کمبود آب داریم که برای جبران حداقل آن به ۱۵ تصفیه خانه تیازمندیم.

رئیس سازمان سیما، محیط زیست و فضای سبز شهری شهرداری کرج با توضیح اینکه این سازمان در راستای حفاظت از متابع استان البرز تسبت به اجرای شبکه های انتقال آب خام به مقدار ۳۰۰ کیلومتر تحت فشار آبیاری قطره ای است که با هدف احداث رقدمان آبیاری و جدانسازی آب شرب از آب خام ۲۰۰ هکتار اقدام کـرده افزود: ۷۵۰ هکتار از این میزان وابستگی به آب شرب شهری صورت گرفته است.

بضاعتی پور با اشـاره به اقدامات انجام شده در راستای کاهش سرفه مصرف آب، تصریح کرد: از اواخر سال ۹۲ روند کاهشـی کاشت چمن در عرصه های فضای سبز کرج آغاز شده و به تدریج با جایگزینی آن با کاشت گونه های مقاوم به کم آبی و درختان بومی با توجه به شرایط محیطی و مقاوم به خشکی، که تیاز آبی کمتری دارند اجرایی شده است.

او با اشـاره به ایجاد کمربند فضای سبز و جنگلکاری پیرامونی شـهر، ادامه داد: در گام اول ۱۰۰۰ هکتار از اراضی درختکاری شده در محدود کمربند سبز تحویل داده شـده به شهرداری زیر کشـت درخت رفته و در خصوص تحویل مابقی عرصه ها تیازمند همکاری اداره کل راه و شهرسازی استان هسـتیم.

بضاعتی پور شناسایی گونه‌هایی با تیاز آبی کم و متفاوت با بافت قالب موجود در شهر وابسته سازگار با شرایط اقلیمی را از دیگر اقدامات صورت گرفته در شهر کرج بیان کرد و افزود: این سـازمان تسبت به تولید و تهیه گونه های متاسب با اقلیم شهر کرج اقدام و در معابر شهری از گونه های مقاوم (زیتون تلخ ـ تارون بیوندی ـ اقیاغ توت) و در کمربند سبز از گونه های سوزنی برگ (کاج تهران و سرو نقره ای) و پهن برگان مقاوم به شرایط کم آبی تظیر (توت، گردو، سنجد، عناب، بادام، بنه و گلابی وحشی) استفاده کرده است. او در بخشی دیگری با تشریح کنترل و بهره برداری صحیح از تروالت آسمانی و جلوگیری از ایجاد روان آبها و مهار سـیلاب های فصلی به ویژه در مسیل های متتهی به مرکز شـهر از اجرای طرحهای آبخیز داری در شـمال شهر کرج یاد کرد و خاطرنتان کرد: با هدف جلوگیری از جاری شدن سیل و روان آب ها در ارتفاعات ویه تبع آن در تقاط پایین دست، احداث بالتک و ایجاد آب بندهای گابیونی احداث حوضچه های ذخیره سازی و جوی زهکشی به منظور انتقال روان آب به داخل حوضچه و احیا آبراهه طبیعی در طول مسیل مرحال انجام است که از ذخیره آن می توان برای آبیاری فضای سبز بهره برد. رئیس سازمان سیما منتظر و فضای های مقاوم (زیتون تلخ ـ تارون بیوندی ـ اقیاغ توت) و در کمربند سبز از گونه های سوزنی برگ (کاج تهران و سرو نقره ای) و پهن برگان مقاوم به شرایط کم آبی تظیر (توت، گردو، سنجد، عناب، بادام، بنه و گلابی وحشی) استفاده کرده است. او در بخشی دیگری با تشریح کنترل و بهره برداری صحیح از تروالت آسمانی و جلوگیری از ایجاد روان آبها و مهار سـیلاب های فصلی به ویژه در مسیل های متتهی به مرکز شـهر از اجرای طرحهای آبخیز داری در شـمال شهر کرج یاد کرد و خاطرنتان کرد: با هدف جلوگیری از جاری شدن سیل و روان آب ها در ارتفاعات ویه تبع آن در تقاط پایین دست، احداث بالتک و ایجاد آب بندهای گابیونی احداث حوضچه های ذخیره سازی و جوی زهکشی به منظور انتقال روان آب

سعادت خبر داد:

صدور بیش از ۴۰ هزار فیش عوارض نوسازی

شهردار منطقه ۴ خبر داد: بیش از ۴۰ هزار فیش عوارض نوسازی و بهای خدمات پسماند در سطح منطقه چهار توزیع شد.

به گزارش پیام آشنا، سـعادت با بیان اینکه پرداخت به موقع عوارض از سـوی شهروندان به توسعه کمی و کیفی منطقه کمک می کند، گفت: یکی از راه های تحقق درآمد های پایدار و کمک به عمران و آبادانی، پرداخت عوارض نوسـازی و بهای خدمات پسماند توسط شهروندان است که امیدواریم این مهم توسط شهروندان مورد توجه وی افزود: واحد نوسازی منطقه، پس از محاسبه عوارض نوسازی شهروندان در سال جاری، بیش از ۴۰ هزار فیش بـرای پرداخت عوارض صادر و توزیع کرده است.

او با اشـاره به روش های پرداخت عوارض عنوان کرد: شـهروندان می توانند با حضـور در واحد نوسـازی منطقه یـا از طریق سـامانه اینترنتی my.karaj، دستگاه‌های خودپرداز و شعب بانک شهر نسبت به پرداخت عوارض خود اقدام کنند.

مدیر منطقه ۴ شـهرداری کرج گفت: شهروندان مـی توانند درصورت پرداخت بـه موقع عوارض نوسـازی از ۱۰ درصد تخفیف خوش حسـابی برخوردار شوند.

او گفت: شهروندان درصورت مشاهده هر گونه ایراد در فیش ها به واحدنوسازی منطقه مراجعه کنند. گفتنی است شهروندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند با شـماره تماس ۳۳۴۰۲۰۰۱ داخلی ۱۳۶ تماس بگیرند.

۱۰۰ شرکت ساختمانی نظر دادند

وضع ۱۰ شاخص در بازار مسکن

نظرسنجی از مدیران ۱۰۰ شرکت فعال ساختمانی دربلاره «آینده بازار مسکن» از خلأ چشم‌انداز روشن برای سرمایه‌گذاری در این حوزه حکایت می‌کند. در این نظرسنجی وضعیت ۱۰ شاخص کلیدی بخش مسکن و ساختمان مورد پرسش قرار گرفته است و عوامل سمت عرضه اوضاع عمه شاخص‌ها از جمله «میل مالکان برای تخریب و مشارکت» هزینه ساخت، قیمت تمام‌شده و همچنین نبض فروش ملک» را نمایانسب و غیرقابل قبول اعلام کردهاند. با این حال روند بدترشـدن اوضاع در برخی پارامترها همچون میزان فروش و سرعت ساخت، تاحدودی نسبت به میله پاییز مهار شده است.

به گزارش پیام آشـنا به نقل از دنیای اقتصاد، سـنجش وضعیت روز ۱۰ شـاخص حیاتی بازار ساختوسـاز نشـان می‌دهد: انتظارات فعالان و سرمایه‌گذاران ساختمانی نسـبت به آینده بازار ساختوساز منفی شـده است. مطابق با اطلاعات به دسـت آمده از نمایشگر جدید مسکن-شاخ- اگرچه وضعیت فروش پروژه‌های ساختمانی تحت تاثیر دوبینگ معاملات در آذرماه نسـبت به نیمه فصل پاییز بصورت خفیف بهـبود پیدا کرده اما بیشترین فشار روی سازندهها از محل «تورم مصالح ساختمانی» و افزایش هزینه‌های ساختوساز وارد شده است. به گزارش «دنیای اقتصاد» اتاق تعاون ایران با تحقیق مکتوب از مدیران سـاختمانی در قالب تهیه پرسش‌نامه حاوی ۱۲ سوال درباره پخش مسکن و ساختمان، وضعیت بازار ساخت و سازهای مسکونی و پروژه‌های عمرانی را در ایستگاه پایانی فصل پاییز امسال مورد بررسی قرار داده است. گزارش، وضعیت متغیرهای بازار ملک و ساختمان در آذرماه امسال نسبت به آبان (تغییرات ماهانه) را مورد سوال قرار داده و در عین حال دیدگاه فعالان ساختمانی به ماه‌های آتی بازار را به‌عنوان علامتی از «جهت انتظارات» تشریح کرده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد: انتظارات فعالان ساختمانی نسبت به آینده بازار ساختوساز در وضعیت منفی قرار گرفته است.

نتایج این تحقیق که برای سومین بار درخصوص وضعیت شاخص‌های تاثیرگذار بر روند فعالیت‌های ساختمانی انجام شده و قرار است ماهانه یا عنوان شاخص مدیران خرید - شامخ - در بخش مسکن، سنجش و منتشر شود، حاکی است: از میان ۱۲ پرسش مطرح شـده، ۱۰ پارامتر شرایط و روند کلی بـازار را به‌صورت واضح به تصویر کشـیده اسـت. ۱۰ پارامتر اصلی مورد پرسش از فعالان ساختمانی «سـرعت اجرای پروژه‌ها»، «هزینه خرید مصالح سـاختمانی»، «فروش»، «قیمت تمام‌شده سـاخت»، «حجم فعالیت و سفارش کار»، «موجودی واحدهای آماده فروش»، «تاثمام ماندن پروژه‌هـا» و «پروژه‌های در نوبت عرضه و ناتمام» «تمایل به تخریب» و «انتظارات نسبت به آینده» است. شاخص «شامخ»- شاخص مدیران خرید- در هازه بدنی صفر تا ۱۰۰ براساس پاسخ مدیران ساختمانی به سـه گزینه «بهترشدن»، «عدم تغییر» و «بدترشـدن» وضعیت و درصد پاسخ‌ها در هر گزینه، محاسبه می‌شود. شاخص بیـش از ۵۰ به معنی افزایش متغیرها و کمتر از ۵۰ به معنی کاهش متغیرها در آذرماه نسبت به آبان ماه است.

در این میان بررسـی ۱۰ شـاخص حیاتـی بازار ساختـوساز تصویر دقیقـی از وضعیت کنونی و انتظارات فعالان بازار از آینده ساختـوساز را ارائه می‌دهد به‌طوری که ۱۰ پارامتر اصلی بازار ساختوساز در روند تغییرات ماهانه (آذر نسبت آبان ماه امسال) با افت سطح مواجه شده‌اند. به این معنی که وضعیت منفی بین ۱۰ پارامتر در آذرماه نسبت به آبان ماه بدتر شده است. از میان متغیرهای مورد بررسی، بدترین وضعیت و تنزل سطح به «هزینه خرید مواد اولیه» مربوط می‌شود. عرضه کنندگان مسکن در پاسخ به پرسش مطرح شده درخصوص هزینه خرید مصالح ساختمانی به‌عنوان مواد اولیه پروژه‌های ساختمانی با ثبت شاخص ۸۴/۶ معتقدند: هزینه‌های ساختوساز از محل خرید مواد اولیه در آذرماه نسبت به آبان با افزایش مواجه شـده است. به عبارت دیگر، سرعت رشد هزینه‌های ساختـوساز نسبت به میزان افزایش در آبان ماه بیشتر شده است. از همین رو، شاخص «قیمت تمام شده ساخت» نیز در این ماه با افزایش مواجه شده است. به این معناکه تحت تاثیر افزایش هزینه‌های ساختـوساز از محل قیمت مواد اولیه، قیمت نهایی پروژه ساختمانی نیز در وضعیت بیشتر شده است.

پایین‌ترین شاخص ثبت شده برای پارامترهای مورد بررسی درخصوص وضعیت بازار ساختـوساز نیز به شاخص «تقاضای تخریب» (میزان سفارشات جدید مشتریان) مربوط می‌شـود. به تعبیر دیگر، فعالان ساختمانی طی آذرماه امسال، با کاهش شدید تمایل مالـکان به تخریب مواجه شـدند. به‌طوری که این شاخص در آذرماه نسبت به آبان، با افت بیش از یک درصد روبه‌رو بوده است. در ایستگاه پایانی فصل پاییز، سرعت اجرای پروژه‌های ساختمانی نیز همچون میله پاییز در سطح پایینی قرار داشته است. ثبت عدد ۹/۴۳ برای متغیر «سرعت انجام و تحویل سفارش» نشان می‌دهد، اگرچه شرایط این شاخص در آذرماه نسـبت به آبان بدتر نشـده اما همچنان سرعت اجرای پروژه‌های سـاختمانی و تحویل به مشتری پایین است. «موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» نیز در آذرماه نسبت به آبان با کاهش مواجه شده اسـت. به نظر می‌رسد بخش زیادی از فعالان ساختمانی به دلیل وجود انتظارات منفی نسبت به آینده‌بازار ساختوساز، موجودی مواد اولیه پروژه‌های ساختمانی را کاهش دادهاند. در عین حال به دلیل کاهش حجم فعالیت‌های ساختمانی، میزان لوازم خریداری شده در این ماه، نسبت به میانه فصل پاییز با افت مواجه شده است.

مطابق با نتایج تحقیقات انجام شـده از سوی اتاق تعاون، در ماه پایانـی فصل پاییز، حجم پروژه‌های نیمه تمام و در نوبت فروش افزایش پیدا کرده است. این وضعیت نشان دهنده، ادامه وضعیت رکودی در بازار ساختوساز همچون ماه‌های گذشته است. هر چندکه تحت افزایش قیمت رخ داده در ماه آذر، رکود شـاخص فروش پروژه‌های ساختمـانی کمتر شده است. به‌طوریکه از عدد ۳۶ در آبان ماه به عدد ۴۱/۲ در آبان ارتقا پیدا کرده است. اما از آنجاکه همچنان عدد این شاخص کمتر از ۵۰ است نشان می‌دهد این پارامتر در وضعیت مناسبی قرار ندارد. یکی از مهم‌ترین پارامترهای مورد پرسش از فعالان ساختمانی نیز به «پیش‌بینی از وضعیت آینده و انتظارات از فعالیت‌های ساختمانی در ابتدای زمستان» باز می‌گردد. شاخص «انتظارات تولید در ارتباط با فعالیت‌های شرکت در آینده» در آذرماه همچنان نشان دهنده تداوم بدبینی و انتظارات منفی نسبت به فعالیت‌های ساختمانی در ابتدای فصل زمستان است. نتایج این تحقیق با ثبت عدد ۴۴/۵ برای شاخص «انتظارات از آینده» بیان می‌کند شرکت‌های ساختمانی تصویر روشن و مثبتی از آینده بازار ساختوساز ندارند.

(ISIC)، بخش ساختمان به سه گروه اصلی ساخت بنا، مهندسـی عمران و فعالیت‌های ساخت و ساز تخصصی ساختمان تقسـیم می‌شود. از دیدگاهی دیگر بخش ساختمان شامل دوبخش کلی مسکونی و غیرمسـکونی (تجاری و عمرانی) است. در بخش مسکونی طبق آمار منتشره ازسوی بانک مرکزی در آذر ۹۸، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی تهران (به‌عنوان نمونه آماری بزرگ از کل کشور) به ۹۵۰۰ واحد رسید که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۱۳۴/۷ درصد و ۴۰ درصد افزایش نشان می‌دهد. متوسط قیمت هر مترمربع زیربنای واحد مسـکونی معامله شـده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران نیز با ۸/۵ درصد افزایش نسبت به ماه قبل و ۴۱/۶ درصد افزایش نسبت به ماه مشابه سال گذشته به رقم ۱۳/۵ میلیون تومان رسیده است.

یا اسـتناد به توضیحات ارائه شده در رابطه با نحوه ارزیابی عدد شامخ کل، این عدد برای آذر ماه معادل ۵۶/ ۳۹ است که نسبت به آبان تغییر محسـوسی نداشته اما سرعت بدتر شدن وضعیت رویه کاهش اسـت. بنابر اعلام فعالان اقتصـادی این صنعت، مقـدار تولید یا ارائه خدمات با رقم شـاخص ۵۶/ ۳۹ نسبت به ماه گذشـته ثبات نسبی یا رویکرد افزایشی داشته و شاخص میزان فروش نیز با مقدار ۲۱/ ۴۱ تا حدودی نسـبت به مـاه قبل افزایش یافت. سفارش‌های جدید با رقم شاخص ۳۴/۶۲ و موجودی اولیه یا تجهیزات خریداری شده با رقم ۳۶/۲ نسبت به ماه گذشته تغییر محسـوسی نداشته و البته اندکی به سمت کاهش سوق یافتهاند. قیمت خرید مواد اولیه نیز (۸۴/۶۲) نسبت به آبان اندکی افزایش یافت اما قیمت محصولات و خدمات بخش ساختمان با رقم شامخ ۵۶/۵ نسبت به ماه گذشته به‌طور کلی تغییری نداشـته که این امر به دلیل کمبود تقاضای موثـر و رقابت‌پذیری در بازار بوده اسـت. میزان به‌کارگیری نیروی انسانی نیز با رقم شـامخ ۴۱/۷۶ به دلیل نزدیکی به پایان سال و به منظور افزایش سرعت تحویل سفارش‌ها، نسبت به آبان افزایش یافته است. همچنین مصرف حامل‌های انرژی به دلیل کاهش فعالیت بخشی از کارگاه‌های تولیدی نظیر سـاخت و اجرای سـازه‌های فلزی، همزمان با افزایش قیمـت آهن و میلگرد کاهش یافته است.

در نتیجه عوامل مذکور، تحریم‌ها و کاهش مبادلات ارزی، میزان صادرات مانند ماه‌های گذشـته روند نزولی خود را حفظ کرده اسـت. با توجه به عموق ماندن بخشی از فعالیت‌ها به دلیل عدم واردات و نیز عدم ترخیص به موقع مواد اولیه مورد نیاز از گمرک، میزان کارهای معوق و ناتمام افزایش یافته و همچنین به دلیل کاهش تقاضا و فروش در برخی فعالیت‌های تولیدی ساختمان، میزان موجودی محصول نهایی در انبار افزایش یافته است. با توجه به تمام شرایط ذکر شده، فعالان اقتصادی همچنان نسبت به فعالیت‌های این بخش در دی‌ماه خوشبین نبوده و رقم شاخص ۴۴/۵ موید این مطلب است.

اثر طرح اقدام ملی بر قیمت مسکن

به گزارش «دنیای اقتصاد»، بر اسـاس اسـتاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی تمام فعالیت‌های اقتصادی

تلنگر

هنرمند فوق لیسانسی که پاکبان شد

پاکیان یاسوجی با داشـتن مدرک کارشناسی ارشد در رشته مدیریت، هنر خود را در سطح شهر یاسوج به نمایش گذاشته است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، آرش اسلامی، مجرد و دارای ۳۰ سـال سن با داشتن مدرک کارشناسی ارشد مدیریت به عنوان پاکیان در شهر یاسوج خدمت می‌کند، علاوه بر پاکیانی، هنری دارد که توجه خیلی‌ها را به خود جلب کرده و با وجود هنر خود از کار پارک بانی دل نکنده است.

اسلامی بدون هیچ آموزشـی در زمینه نقاشی، کارهای حجمی و مجسمه سـازی فعالیت می‌کند و هنر خود را در سطح شهر یاسوج به نمایش گذاشته است. وی تاکنون در چند جشنواره هنری استانی و کشوری رتبه برتر کسب کرده است.

این پاکیان و هنرمند کهگیلویه و بویراحمدی در گفت و گو با خبرنگار ایسنا گفت: لهل شهر دهدشت هسـتم و حدود ۱۵ سـال است که به عنوان پاکیان در شهرداری یاسوج بصورت نیروی شرکتی مشغول بکار هستم.

اسـلامی افزود: ماهانه یک میلیون و ۷۵۰ هزار تومان از شهرداری حقوق می گیرم.

وی اظهارکرد: پس از اینکه به حوزه فضای سبز شهرداری مراجعه کردم که چنین کارهای هنری را انجام می دهم، چند نمونه کار برایشان در سطح شهر انجام دادم و وقتی کارهایم را دیدند تایید کردند و بعدش مشغول بکار شدم.

این پاکیان و هنرمند کهگیلویه و بویراحمد خاطرنشان کرد: در حال حاضر با این وضعیت شغلی، امنیت شغلی ندارم و انتظار دارم در صورت امکان تبدیل وضعیت شوم.

اسلامی تصریح کرد: کارهای هنری شامل حجمی بومی از زباله های دور ریختنی شهرداری اجرا می کنم و نقاشی با حداقل هزینه در سطح شهر می کشم. تا کنون حدود ۲۰ کار حجمی انجـام دادم و جعبه های یرق، مخابرات، دیوارهای پارک‌ها و ایسـتگاه‌های اتوبوس را رنگ آمیزی کردهام.

او با بیان اینکه در جشنواره استانی شرکت و رتبه کسب کردم، ادامه داد: همچنین در جشـنواره کشوری طراحی میلمان شـهر رتبه دوم را کـسب کردم و در جشنواره دیوارنگاری کشوری در یاسـوج طرحی که ارائه کرده ام جزء ۳۰ طرح برتر انتخاب شد.

ایـن پاکیان و هنرمند کهگیلویه و بویراحمد عنوان کرد: بعلت بیکاری و شـرایط اقتصادی ام در این کار مشغول شـدم اما هم اکنون آنچه من را در شهرداری یاسوج نگه داشته، عشق و علاقه به کارهای هنری که انجام می دهم، بوده است.

اسـلامی تاکید کرد: بزرگترین نقاشی سه بعدی دیواری کشور را در یک کارخانه شهرستان بویراحمد در حال انجام دارم.

وی گفت: نیاز به اعتماد و حمایت مسئولان دارم و انتظار دارم به کارهای نقاشی و کارهای حجمی بهاء دهند تا بهتر و باانگیزه تر کار خود را ادامه دهم و به مردم، گردشگران و هم استانی هایم عرضه کنم.

این پاکیان و هنرمند کهگیلویه و بویراحمد اظهار کرد: اینکه مردم و گردشگران در کنار نقاشی‌ها و کارهای حجمی ام در سطح شهر عکس می گیرند و در فضای مجازی منتشر می کنند، برایم لذت بخش است.

اسلامی افزود: کارهای که انجام دادم ام بر روح و فکرم تاثیر داشته بطوریکه اگر هم مشکلی داشته باشم در این فضا فراموش می شود.

او با بیان اینکه متاسفانه مشکلی که دارم کمبود ابزارهای لازم اسـت، تصریح کرد: در واقع می توانم کارهای بهتر و قوی تر انجام دهیم اما چون ابزارهای لازم را ندارم تاکنون نتوانسته ام اجرایی کنم.

او با اشاره به اینکه هزینه کارهایی را که تاکنون در سطح شهر یـاسوج انجام داده ام از سوی شهرداری بوده است، ادامه داد: تاکنون تنها شـهردار، یک عضو شورای شهر و مدیرعامل فضای سبز شهرداری یاسوج پیش آمدند و بابت کارهایم تشکر کردند اما غیر از این هیچ مسئولی سراغی از من نگرفت.

اسلامی به جوانان توصیه کرد: یک فرد نباید حتما منتظر بماند تا با تجربه به درسی که خوانده کار پشت میز نشینی گیرش بیاید چرا که افراد تحصیل کرده زیاد هستند و برای همه کار پشت میز نشینی گیر نمی آید بنابراین باید با توجه به توانایی‌ها و استعدادهای خود دنبال کار بروند.

او بیـان کرد: از مردم خواسـت در حفـظ نگهداری و زیباسـازی المان‌ها و کاری حجمی در سطح پارک ها و شهر همکاری کنند.