

### راه‌افزایش تولید خودرو



رضا فاطمی‌امین، وزیر صنعت، معدن و تجارت می‌گوید: مشوق‌هایی برای واردات خودروهای اقتصادی پیش‌بینی کرده‌ایم و از خودروساز بزرگ کشور هم خواستام تا محصولات جدید را به سمت خودروهای اقتصادی بسوق دهدند. او توضیح می‌دهد: اگر خودروسازان ۲ تا شیف‌ت کار کنند، برای امسال ظرفیت مونتاژ ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو را خواهیم داشت و اگر ۳ شیف‌ت کار کنند ظرفیت بیشتر هم می‌شود، اما مهم‌کنون تولید کمتر از ظرفیت است، به‌طوری‌که پارسل فقط ۹۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید شد.

بدیهی است‌که اگر شیفت‌کاری خودروسازان افزایش یابد، تولیدشان بیشتر خواهد شد.فقط مشکل اینجاست‌که راه‌افزایش تیراژ خودروسازان داخلی، تنها افزایش شیفت‌کاری‌شان نیست بلکه زیرساخت‌های مالی و فنی هم نیاز است.واقعیت این است‌که اگر بازار رقابتی باشد، به درخواست وزیر برای افزایش شیفت‌کاری نیازی نیست و خودروسازها بر اساس قاعده تقاضای بازار تصمیم می‌گیرند. ولی تا زمانی‌که قیمت واقعی و رقابت شفاف نباشد، انتظار تولید بیشتر به‌رات بیشتر و زیان انباشته منجر می‌شود.

## خبر

### راه‌های متنوع برای تأمین مالی

■ **خبر:** جواد اوجی، وزیر نفت گفت: بخشی از سهام ۲ تروپا یلا یلا بشگاه در بورس عرضه می‌شود.
■ **نقد:** طرح عرضه سهام شرکت‌های تازه تأسیس در بورس اقدامی قابل ستایش است؛ با این حال باید توجه داشت که به غیر از عرضه سهام در بورس، روش‌های متنوع دیگری نیز برای تأمین مالی طرح‌ها و پروژه‌ها در بورس وجود دارد که می‌تواند کمک بزرگی به توسعه صنایع در ایران کند. به عنوان مثال، صندوق‌های پروژه یکی از ابزارهای مهم مالی است که هم اکنون به دلیل ناآشنایی مدیران دولتی با این ابزار بلااستفاده باقی مانده است؛ درحالی‌که این ابزار راه‌حل مطمئنی برای تأمین مالی و توسعه صنایع است. در چنین شرایطی بهتر است، مسئولان بازار سرمایه نشست‌های ویژه‌ای را با سیاست‌گذاران بزرگوار و این ابزار را به این معرفی کنند؛ چرا که معرفی این ابزار می‌تواند بخش مهمی از نقدینگی موردنیاز صنایع مختلف را که با کمبود شدید نقدینگی مواجه هستند، تأمین کند و به توسعه اقتصاد منجر شود.

**ترجمیم**

**انالله و انا الیه راجعون**

**سبیه ولایت‌مدار و خدوم**

**دکتر مریم سهرابی**

فوق تخصص جراحی فک و صورت با گرایش آنکولوژی، استناد دانشگاه علوم پزشکی تهران، در راه شهادت بزرگ مولایش، با ایست قلبی به کینزی سرور و سالارش پذیرفته شد. مراسم تدفین مرحومه ساعت ۹:۰۰ صبح روز جمعه بیست و یکم مرداد در امامزاده صالح (ع) فرحزاد برگزار می‌گردد.

**پدر و مادر دغدغارش:**

**سر تیب چنانز دکتر محمد سهرابی، سرپاز فدائی مقام شاخغ ولایت و همسرش حاجیه مهری جانری (فرهنگی باز نشسته)**

**همسر و یگانه فرزند دغدغارش:**

**دکتر ادمهی مقدم، استاد دانشگاه و دکتر پرنیان خواهر دغدغار و همسرش:**

**دکتر مرجان ، استاد دانشگاه علوم پزشکی تهران و دکتر احمدزاده خواهر دغدغار و همسرش ؛ دکتر مهسا و دکتر سهرابی**

## آگهی مناقصه عمومی

**نمایندگی بنیاد تعاون فراجا در امور راهور (موسسه راهگشا)**
در نظر دارد جهت تهیه و اجرای دیوار نما به مترابژ ۱۷۰ متر طول و اجرای سیم‌خاردار به مترابژ ۵۵۰ متر طول در مرکز تعویض پلاک البرز (کرخ) با برابرد تقریبی **پیشنهادی کارفرما ۱۶/۷۲۵/۶۸۰/۰۰۰ ریال** بر مبنای استعلام بهاء از طریق مناقصه با شرایط ذیل واگذار نماید. بدین وسیله از شرکت‌های حقوقی واجد شرایط دعوت به عمل می‌آید.

- محل دریافت اسناد :** ● در استان البرز : شهر کرخ - جاده قزل حصار
- شرایط مناقصه :** ● در صورت شرکت ثبت شده در امور ابنیه یا حداقل ۱۴۰۵/۰۵/۲۶ مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۶ تا پایان وقت اداری روز شنبه (ساعت ۱۶:۰۰)
- محل دریافت اسناد :** ● در استان البرز : شهر کرخ - جاده قزل حصار
- نظارت راهبردی :** ریاست جمهوری
- میزان تضمین :** چک (سند) تضمین بانکی در وجه بنیاد تعاون فراجا به مبلغ ۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
- مهلت دریافت اسناد :** متقاضیان می‌توانند جهت خرید اسناد شرکت در مناقصه، حداکثر تا ۵ روز متوالی پس از درج آگهی در روزنامه با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۵۰۱۴۴۴۵۰۱۴۴۴۵۰۱۴۴۴۵۰ بانک سپه (قواوین سابق) موسسه راهگشا و اصل یا رونوشت آگهی مناقصه مذکور مندرج در روزنامه (که مههور به مهر و امضاء رسمی شرکت باشد)، به آدرس بند فوق الذکر مراجعه نمایند.
- مهلت ارایه پیشنهادات :** حداکثر تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰)؛ «تاریزهمین روز متوالی بعد از درج آگهی در روزنامه» می‌باشد.
- تاریخ تهیه اسناد از روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۲ تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه (ساعت ۱۶:۰۰) مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۶ تا پایان وقت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۷ تا پایان وقت اداری روز شنبه (ساعت ۱۶:۰۰) مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۰۵ می‌باشد).**
- کارفرما در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است.
- زمان انجام و تکمیل پروژه : حداکثر به مدت ۹۰ (نود) روز متوالی می‌باشد.
- در صورت برنده شدن تا مبلغ ۲۵ درصد مبلغ پیشنهادی، به عنوان پیش پرداخت، برابر شرایط قرارداد و در قبال اخذ تضمین بانکی به پیمانکار پرداخت می‌گردد.
- هزینته برد آگهی مناقصه در روزنامه کثیرالانتشار به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
- محل انجام پروژه :** شهر کرخ - جاده قزل حصار جنب پادگان آموزشی چمران - روبروی شرکت آذین‌خودرو - مرکز تعویض پلاک و نقل و انتقال خودرو کرخ

## اقتصاد

# برندگان و بازندگان بازارها در ۲ سال گذشته

در دوره رکود بورس، کدام سرمایه‌گذاران سود به خانه بردند؟



عکس همشهری از امیر شاهپور

تهران ۳۱،۳ درصد افت کرده سرمایه‌گذاران در بورس بزرگ‌ترین زیان دیده‌های همه بازارها در ۲سال گذشته هستند. نکته مهم‌تر اما این است که طبق اصول علم اقتصاد برای محاسبه میزان زیان سرمایه‌گذاران، باید نرخ تورم را نیز از میزان بازده سرمایه‌گذاری کسر کرد تا بازده واقعی یک سرمایه‌گذار قابل سنجش باشد. چنانچه نرخ تورم ۱۵ درصدی این دوره را با زیان ۳۰ درصدی سرمایه‌گذاران جمع کنیم متوجه می‌شویم که میزان زیان سهامداران در ۲سال گذشته رقمی بیش از ۱۴۵ درصد بوده است. همچنین باید توجه کرد این میزان زیسان با اعداد میانگین محاسبه می‌شود؛ در نتیجه به‌زعم تحلیلگران میزان زیان بسیاری از سهامداران حتی بیش از این میزان بوده است.

#### زیان سنگین سهامداران

آماره‌نشان می‌دهد با وجود آنکه در ۲سال گذشته هیچ بازاری نتوانسته متناسب با تورم رشد کند، اما تقریباً همه بازارها بین ۳۰ تا ۱۰۰ درصد رشد داشته‌اند، اما نکته عجیب‌تر این است که با وجود رشد همه بازارها، شاخص بورس که پیانگر میانگین سرمایه‌گذاران توانسته‌اند از دارایی‌هایشان در برابر تورم محافظت کنند. این اطلاعات نشان می‌دهد میانگین قیمت هر مترمربع مسکن در شهر تهران که همیشه معیاری مهم برای سرمایه‌گذاری در این بازار است در دوره ۲ساله گذشته نزدیک به ۰۰ درصد رشد داشته است که این میزان بیش از همه بازارهاست. با این حال، این میزان رشد نیز کمتر از افزایش ۱۵ درصدی نرخ تورم است.

بعد از بازار مسکن، بازار خودرو در رتبه دوم قرار گرفته است. آماره‌نشان می‌دهد قیمت یک سبد از خودروهای پر فروش داخلی از ۱۹ مردادماه پارسل تاکنون به‌طور میانگین ۸۷،۶ درصد افزایش یافته که این بیشترین میزان رشد بعد از بازار مسکن است. همچنین در همین دوره هر دلار آمریکا با

این جهت اهمیت دارد که طبق ادبیات مالی، سرمایه‌گذاری در بازارها، عمدتاً برای جلوگیری از کاهش ارزش پول در مقابل تورم انجام می‌شود به این معنا که سرمایه‌گذاران از طریق سرمایه‌گذاری در بازارها، تلاش می‌کنند مانع از کاهش ارزش پس‌اندازهایشان شوند. در چنین شرایطی داده‌های آماری نشان می‌دهد که به تریق ۱۲۰ هزار میلیاردی خود را بزرگوار کرده و به بورس منجر شد از جمله دلایل رشد انفجاری شاخص‌های بورس بود. بعد از آن چون قیمت‌ها در بازار سهام به میزان زیادی رشد کرده بود، بازار سهام وارد یک دوره اصلاح شد تا قیمت‌ها به تعادل برسد. در چنین شرایطی اکنون این پرسش وجود دارد که در ۲سال گذشته که بازار سهام با نزول مواجه و ده‌ها هزار میلیارد تومان نقدینگی از بورس خارج شده کدام بازارها بیشترین رشد را داشته‌اند و منابع مالی خارج شده از بازار سهام به سمت کدام بازارها رفته است؟

#### بیشترین رشد

آماره‌نشان می‌دهد در دوره نزول بازار سهام تقریباً هیچ بازاری نتوانسته متناسب با میزان تورم رشد کند و میزان رشد شاخص قیمت مصرف‌کننده که تغییرات آن با نرخ تورم بیشترین رشد را داشته‌اند ۱۵ درصد افزایش بیش از همه بازارها رشد کرده است.

خطونشان‌های وزیر راه برای شرکت‌های هواپیمایی

## گرافروشی بلیت اربعین و پرواز چارتر ممنوع است



## حمله و نقل

روزنامه‌نگار

رستم قاسمی می‌گوید که بلیت هواپیما برای زائران اربعین همان ۷میلیون تومان خواهد بود و اجازه برگزاری یک پرواز چارتر هم در این مسیر داده نخواهد شد

وزیر راه و شهرسازی شخصاً برای اصلاح نابسامانی‌های فروش بلیت و انجام پروازهای اربعین وارد عمل شده و عهد کرده حتی اگر لازم باشد شخصاً در فرودگاه حاضر شود تا اجازه پرواز چارتر و فروش بلیت هواپیما در بازار سیاه را ندهد.

به گزارش همشهری، قیمت‌گذاری بلیت هواپیما در ایران، سفرهای هوایی را جذاب کرده و به‌خصوص در شلوغی‌های پیک سفر مانند نوروز و اربعین، تقاضای انبوهی از سبوی طبقه مرفه و حتی طبقات متوسط رو به بالا برای خرید بلیت هواپیما روانه بازار می‌شود؛ این وضعیت، دلایلی بلیت هواپیما و شکل‌گیری بازار سیاه را تشدید می‌کند و پروازهای چارتری سهم پررنگی در این آشفتنگی بازار دارند.

حالا اما، وزیر راه و شهرسازی وعده داده که اجازه افزایش قیمت بلیت هواپیما را باوجود مقاومت‌ها ندهد و جلوی فروش چارتری بلیت‌ها را هم بگیرد؛ حتی اگر لازم باشد شخصاً در فرودگاه حاضر شود!

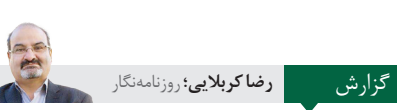
#### قیمت بلیت پروازهای اربعین: ۷میلیون تومان

بر اساس برآوردهایی که امسال در جلسات مرتبط با سفر اربعین انجام شده، احتمالاً حدود ۷میلیون نفر مسافر در این ایام جابه‌جا می‌شوند و سهمیه هر یک از ناوگان هوایی، ریلی و جاده‌ای نیز مشخص شده است. طبق اظهارات رستم قاسمی، وزیر راه و شهرسازی، از مجموع این ۷میلیون سفر، حدود نوزده درصد این سهمیه برای مسافران اربعین است. اما سهم راه‌ان در جابه‌جایی زوار اربعین حدود ۲۰۰ هزار نفر و سهم حمل‌ونقل هوایی ۰۶هزار نفر است و مابقی زائران از طریق حمل‌ونقل جاده‌ای جابه‌جا می‌شوند. او همچنین با اشاره به اینکه شهروپ، ماه اوج گرفتن سفرهای داخلی است، از مردم تقاضا کرده در این ایام از وسایل حمل‌ونقل شخصی خود نیز استفاده کنند.قاسمی، دیروز در حاشیه جلسه کمیته حمل‌ونقل اسناد اربعین، درباره هزینه سفرهای این ایام گفت: قیمت بلیت هواپیما بدون افزایش، ۷میلیون تومان خواهد بود، قیمت بلیت قطار هم فعلاً ۲۵۰ هزار تومان تعیین شده؛ اما قیمت نهایی آن به همراه قیمت نهایی بلیت اتوبوس در آینده نزدیک به مردم اطلاع‌رسانی خواهد شد.

#### پرواز چارتر و افزایش قیمت بلیت ممنوع!

همه در تلاش هستند که سفر زیارتی اربعین «آسان»، «آرزان» و «دلنشین» شود. رئیس جمهوری نیز بر استفاده از همه ظرفیت‌های داخلی و دیپلماتیک کشور برای تسهیل سفر زائران اربعین تأکید کرده است. در این میان، وضعیت حمل‌ونقل هوایی و شرکت‌های هواپیمایی به‌گونه‌ای است که ضرب‌تخلف و ساختار شکنی در سازوکار فروش بلیت و پاسخگویی به تقاضای سفر هوایی را افزایش می‌دهد.

## هم‌شهری



رضا کربلایی؛ روزنامه‌نگار

مرکز پژوهش‌ها نسخه صیانت

از حقوق مصرف‌کنندگان کالاها را معرفی کرد

### شاخ‌های مجازی زیر تیغ قانون

مرکز پژوهش‌های مجلس پیش‌نویس طرحی بسا عنوان مسئولیت تأییدکنندگان در تبلیغات بازرگانی فضای مجازی را ارائه کرده که به نظر، هدف از آن تدوین قانون جدید تبلیغات افراد مشهور و همچنین شاخ‌های مجازی و البته صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات در برابر آگهی‌های فریبنده و گمراه‌کننده است. این ویرایش نخست طرح پیشنهادی برای صیانت از حقوق کاربران و مخاطبان تبلیغات در فضای مجازی است که ممکن است در آینده تغییر کند.

به گزارش همشهری، براساس این پیش‌نویس تأییدکنندگان در تبلیغات بازرگانی شامل هر شخص به غیراز سفارش‌دهنده آگهی نظیر روزشکاران، بازیگران، پزشکان، کاربران فعال و تأثیرگذار فضای مجازی است که به معرفی کالاها و یا خدمات دیگران اقدام می‌کنند و بر ویژگی‌ها، کیفیت یا اثربخشی کالاها و خدمات تبلیغ شده به استفاده از جایگاه و شهرت خود مهر تأیید و تصدیق می‌زنند.

بازوی تحقیقاتی مجلس می‌گوید: با این حساب همه تأییدکنندگان تبلیغات تجاری در فضای مجازی مکلف هستند هنگام تأیید یا تصدیق کالاها یا خدمات به واقعیت‌ها اشاره‌واز هر گونه اظهارنظر خلاف واقع یا گمراه‌کننده در تأیید و معرفی کالاها و خدمات خودداری کنند.

پیش‌نویس جدید تأکید دارد: تأییدکنندگان تبلیغات مجازی باید ضمن رعایت قوانین و مقررات تبلیغاتی، به‌طور مشخص و شفاف، تبلیغاتی بودن محتوا را با سه‌کارگیزی علامت یا نشان مشخص به مخاطبان و کاربران اطلاع دهند و ماهیت تبلیغات اطلاعات مطرح شده را افشا سازند. این افراد همچنین مکلف خواهند شد تا مخاطبان یا کاربران را از وجود هر گونه قرار داد مالی یا تولیدکننده یا طرفی که به نمایندگی از او کالا یا خدمتی را تأیید می‌کنند، مطلع سازند؛ در غیراین صورت مطابق ضوابط برخورد با تبلیغات گمراه‌کننده و خلاف واقع رفتار می‌شود.

طرح پیشنهادی کارشناسان مرکز پژوهش‌های مجلس تصریح دارد، به‌رگه تأییدکننده اقدام به تأیید و معرفی آن دسته از کالاها و خدماتی کند که مشتمل بر ادعاهایی درخصوص ویژگی، کیفیت، خاصیت، آثار جانبی، اثربخشی، گواهینامه استاندارد و… باشد، باید مجوزها و گواهی‌های مربوطه را بررسی و از صحت آنها اطمینان حاصل کند. همچنین برای تأیید و معرفی آن دسته از کالاها و خدماتی که تبلیغ آنها نیازمنداذن مجوز تبلیغ از مراجع ذیصلاح قانونی است، باید مجوز قانونی گرفته شود.

این گزارش می‌افزاید: درصورت تصویب این پیش‌نویس، چنانچه کالا یا خدمت مورد تأیید یا معرفی شده توسط افراد یادشده در شبکه‌های مجازی، منجر به ایراد خسارت یا آسیب به مصرف‌کننده شود، افراد تأییدکننده درصورتی مسئول جریان خسارت خواهند بود که با علم به سه‌خلاف واقع بودن ادعاهای مطرح شده، اقدام به تأیید و معرفی کنند و یا نسبت به ملاحظه و بررسی مجوزها و گواهی‌های کالا یا خدمت مرتکب تقصیر شوند.

افزون بر اینکه ارائه هرگونه اطلاعات نادرست و تأیید و معرفی خلاف واقع در حوزه محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت که موجب گمراهی و فریب مخاطب یا کاربر شود، مشمول قانون ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و بین‌المللی و فضاهای مجازی مصوب سال ۱۳۹۷ است. این پیش‌نویس جدید تأکید دارد: استفاده از اشخاص کمتر از ۱۸سال در تبلیغات فضای مجازی و همچنین تأیید کالاهای مورد مصرف کودکان ممنوع است و هر گونه تأیید دارو، فرآورده‌های شیر نوزاد، نوشیدنی‌ها و سایر مواد غذایی که به‌عنوان جایگزین کامل‌کننده یا مکمل شیر مادرند ممنوع می‌شود.

مرکز پژوهش‌های مجلس پیشنهاد داده که پوشش افراد مشهور مشغول فعالیت در فضای مجازی نباید خارج از عرف و اصول فرهنگ اسلامی و ایرانی باشد و رعایت قوانین و مقررات مختص پوشش و آرایش ضروری است و درصورتی که افراد فعال در عرصه تبلیغات تجاری فضای مجازی موارد تعیین شده را رعایت نکنند، به ممنوعیت از هر گونه فعالیت به‌عنوان تأییدکننده تا ۲سال محکوم می‌شوند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هم مکلف خواهد بود ۶ماه پس از تصویب قانون، آیین‌نامه اجرایی را تهیه و به تصویب دولت برساند.

#### تجربه جهانی و چالش ایرانی

این گزارش با بررسی مقررات ناظر بر مسئولیت چهره‌های مشهور و معروف در شبکه‌های اجتماعی در کشورهای مختلف ازجمله چین، ایالات متحده آمریکا، انگلیس، هند و اتحادیه اروپا تأکید دارد: تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد که یکی از اقدامات مهم قانونگذاران و تنظیم‌گران تبلیغات بازرگانی، به‌منظور حل معضلات ناشی از تأیید کالاها و خدمات توسط چهره‌ها در تبلیغات، افشای روابط مالی تأییدکننده و سفارش‌دهنده است، چراکه ممکن است مصرف‌کننده با مشاهده چنین تأییدی و با تکیه بر اعتبار چهره مشهور اقدام به خرید و خدمت و کالایی کند که در صورت عدم‌ارائه چنین تأیید، این اقدام انجام نمی‌داد.

این گزارش می‌افزاید: در برخی نظام‌های حقوقی، مقام‌های نظارتی به جای تکیه بر مسئولیت تأییدکننده در برابر خسارت و آسیب که در اثر استفاده محصول یا سفارش خدمت به مصرف‌کننده وارد شده، بیشتر بر پاسخگویی بازاریابان در قبال محتوای یک پست رسانه اجتماعی متمرکز شده‌اند.

به گزارش همشهری، رواج شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات تجاری بر بستر این شبکه‌ها باعث شده تا افراد مشهور به درآمد‌های هنگفتی دست پیدا کنند. مرکز پژوهش‌های مجلس ویروس همانند یک سونامی شده و به‌ویژه در شبکه اینستاگرام بسیاری از افراد به این کسب‌کارها مشغول شده‌اند که شائبه آسیب به سلامت شهروندان با تبلیغات گمراه‌کننده و غیروفاکننده را تقویت می‌کند. مرکز پژوهش‌های مجلس می‌گوید اگر چارچوب و ضوابط خاصی وجود نداشته باشد، به هنگام وقوع خسارت یا نشت نامتوجه، جریان خسارت وارده به مصرف‌کننده‌نهایی است که درحالی‌که هدف مسئولیت مدنی در قوانین این امکان که خسارت مجبران و وضعیت افراد به قبل از ایراد خسارت برگردانده شود.