



## شیوه نامه واگذاری ظرفیت تبلیغاتی استان

با عنایت به نامه شماره ۳۰۴۰۱/۷۱ مورخ ۹۵/۴/۱ ریاست محترم سازمان در خصوص ابلاغ واگذاری ظرفیت تبلیغاتی بصورت استانی ، بدینوسیله شیوه نامه اجرای آن به شرح زیر ارائه می گردد :

در بخش اول این شیوه نامه ، اصول پایه این نوع واگذاری و در بخش دوم چگونگی اقدام و مراحل آن بصورت دقیق ذکر خواهد شد .

### اصول پایه :

- ۱- موضوع واگذاری ، کلیه تابلوهای تبلیغاتی محورهای برون شهری استان، اعم از تابلوهای حاشیه راه و تابلوهای عرشه پل است .
- ۲- طول دوره واگذاری مطابق آئین نامه سازمان ۳ سال است که با احراز شرایطی ، یک دوره تمدید قابل بررسی خواهد بود .
- ۳- تابلوهایی که هم اکنون دارای قرارداد می باشند تا پایان مدت قرارداد ، معتبر بوده و پس از اتمام ، این تابلوها نیز توسط طرف قرارداد استان قابل بهره برداری خواهد بود .
- ۴- واگذاری احداث پلهای عابر پیاده کماکان به شیوه معمول صورت خواهد گرفت ولیکن طرف قرارداد استانی در واگذاری احداث پل در اولویت می باشد . بدیهی است این قرارداد بصورت جداگانه و مستقل از قرارداد فوق خواهد بود.
- ۵- اداره کل استان می تواند با برآورد پتانسیل نصب تابلوهای جدید در محورهای استان درصدی از آن را بعنوان الزام در قرارداد لحاظ نماید .



۶- اداره کل استان می تواند درصد دیگری از پتانسیل برآورد شده را بعنوان تدابیر تشویقی برای طرف قرارداد در نظر بگیرد به این ترتیب که در صورت نصب تابلو بیش از آن ، مبلغ دیگری به قرارداد اضافه نخواهد شد .

۷- کلیه شرایط واگذاری ظرفیت تبلیغاتی بصورت استانی ( از جمله موارد فوق ) می بایست در کمیسیون نرخ گذاری بررسی و در صورت تأیید کمیسیون و با صدور دستورالعمل مربوطه ، امکان لحاظ در قرارداد میسر می گردد .

۸- به منظور تحقق منظرآرایی محور به عنوان یکی از اهداف مهم این طرح ، تیپ تابلو ( متراژ و معماری ) در هر محور می بایست یکسان بوده و می بایست جهت بازسازی تابلوهای موجود برای نزدیک شدن به تیپ یکنواخت نیز به تدریج اقدام شود. بدیهی است این الگو در مورد محورهایی که ما بین دو استان قرار گرفته، می بایست با هماهنگی هر دو استان رعایت گردد.



## شیوه اقدام و مراحل آن بصورت گام به گام :

۱- اطلاعات کل تابلوهای تبلیغاتی محورهای استان را گردآوری و مطالعه نمائید . به این منظور بهتر است از جدول پلاک گذاری تابلوها (EXCEL) استفاده نمائید .

۲- وضعیت قرارداد فعلی هر یک از تابلوها را در ستونهایی جدید به جدول فوق اضافه نمایید ( نمونه جدول به پیوست می باشد ) این ستونها :

الف : شماره قرارداد فعلی

ب : تاریخ قرارداد فعلی

ج : تاریخ اتمام قرارداد فعلی

د: نرخ فعلی

ه : طرف قرارداد

برای تابلوهایی که اکنون قرارداد معتبر ندارند در این ستونها عدد صفر را درج نمائید .

۳- کلیه محورهایی که امکان نصب تابلو وجود دارد ( دارای جداکننده وسط هستند ) را مشخص کنید .

۴- بعنوان یکی از مهمترین ارکان این شیوه واگذاری؛ کمیته مکانیابی را به محورهای یاد شده اعزام و

نقاطی که امکان نصب تابلو دارند را شناسایی کنید . شناسایی می‌بایست با حداقل تقریب اطمینان



قابل قبول باشد یعنی نصب تابلو از لحاظ ایمنی مورد تایید بوده لیکن احتمال جذابیت تبلیغاتی آن از نظر سرمایه گذار می تواند مبهم باشد.

۵- با تعیین وضعیت قراردادهای فعلی تابلوها ، همچنین پیش بینی زمان مورد نیاز جهت مکان یابی تابلوهای جدید و سایر اقدامات نزدیکترین تاریخ اجرای واگذاری استانی را تعیین کنید .

۶- می توانید قرارداد تابلوهایی که با فاصله زیادی قبل از این تاریخ به اتمام می‌رسند را با صلاحدید کمیسیون نرخگذاری تا رسیدن به تاریخ بند ۵ تمدید کنید یا به اشخاص حقیقی و حقوقی واگذار کنید .

۷- میانگین نرخ فعلی اجاره تابلوها را محاسبه کنید .

۸- در صورتیکه احداث تابلو با درصد مشخصی را در قرارداد پیش بینی می‌کنید، اقدامات زیر را انجام دهید:

۸-۱- هزینه احداث تابلوهای مورد نظر را محاسبه کنید.

۸-۲- نرخ اجاره را با در نظر گرفتن بازگشت سرمایه در ۳ سال محاسبه کنید( این رقم حتی می‌تواند

منفی باشد)

۸-۳- اجاره ماهیانه ظرفیت محور را با در نظر گرفتن رقم بند ۷ و رقم بند ۸-۲ محاسبه کنید.

**تبصره: در صورتیکه کمیسیون نرخ گذاری، مزایده را پیش بینی نماید، این نرخ بعنوان نرخ پایه خواهد بود.**

۹- رقم اجاره ، تعداد تابلوهای قابل واگذاری و تعداد تابلوهایی که باید احداث شوند را به کمیسیون نرخگذاری

ارجاع کنید. پس از صدور دستورالعمل ، نسبت به تنظیم قرارداد اقدام نمایید.



سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای



جمهوری اسلامی ایران

وزارت راه و شهرسازی

\* شماره نامه واگذاری ظرفیت استانی ۸-۴-۹۵

۱۰- در صورتیکه احداث پل عابر پیاده نیاز باشد( اعلام نیاز از سوی متقاضیان حقیقی و حقوقی یا تشخیص به

لحاظ ایمنی)، ابتدا موضوع از لحاظ مکانیابی بررسی شده، سپس برآورد هزینه انجام شود که در اینصورت

دوره بهره‌برداری برای بازگشت سرمایه از طریق بهره‌برداری تبلیغاتی تعیین خواهد شد.

۱۱- به دلیل واگذاری ظرفیت تبلیغاتی استان، طرف قرارداد استانی در اولویت برای واگذاری احداث پل عابر پیاده

خواهد بود و در صورت اعلام عدم تمایل ایشان بصورت کتبی، امکان واگذاری به سایر اشخاص میسر می

باشد.



### تعیین الزامات قرارداد و همچنین برنامه های تشویقی :

در انواع قراردادهای فعلی تابلوهای تبلیغاتی ، تعدادی موارد بعنوان الزام یا تعهدات پیش بینی شده است . لیکن از آنجایی که وسعت شیوه واگذاری جدید از حدود یک یا چند دستگاه تابلو فراتر رفته و به یک منطقه جغرافیایی میرسد ، لذا امکان واگذاری جدید وجود نخواهد داشت بنابراین چنانچه بنظر برسد امکان نصب تابلو جدید در استان وجود دارد ، می بایست در همین قرارداد انجام شود . در این مورد نکات زیر را می بایست در نظر گرفت :

۱- آیا هر یک از محورهای استان ظرفیت نصب تابلو جدید را دارند ؟

۲- آیا نصب تابلو جدید در هر یک از محورهای استان ، دارای جذابیت برای بخش خصوصی هست ؟

۳- افزایش چه تعداد تابلو در طول یک دوره قرارداد ، از نظر استان مطلوب است ؟

۴- درآمد تبلیغات روی تابلوهای حاشیه راه چه مقدار است ؟

### با پاسخ به این سؤالات می توان موارد زیر را مشخص نمود :

الف : آیا نصب تابلو جدید در قرارداد را باید بعنوان یک مورد الزامی تعیین نمود ؟

ب : آیا برای ترغیب طرف قرارداد به نصب تابلو جدید باید اقدامی انجام داد ؟

ج : نصب تابلو جدید تا چه اندازه برای طرف قرارداد سود آوری دارد که به این اقدام ادامه دهد ؟

نتیجه تعیین موارد فوق در قرارداد بصورت یک مثال نشان داده می شود :

### الف : تشویق به نصب تابلو

۱- طرف قرارداد می بایست بطور مثال در حداقل ۱۰٪ از کل ظرفیت تبلیغاتی استان ( نقاط مکانیابی شده )

( که معادل .... دستگاه تابلو است ) اقدام به نصب تابلو جدید نماید . بدیهی است مبلغ اجاره ماهیانه این

تابلوها در قرارداد لحاظ شده است و عدم نصب آن بهر ترتیب موجب عدم پرداخت اجاره نخواهد شد و در

پایان قرارداد ، طرف قرارداد ملزم به تحویل سازه این تعداد تابلو به اداره کل استان خواهد بود .



۲- چنانچه طرف قرارداد بطور مثال در بیش از ۲۵٪ نقاط مکانیابی شده ، تابلو نصب نماید ( که معادل .... دستگاہ تابلو است ) برای بهره برداری از این تابلوهای اضافی ( بیش از ۲۵٪ ) به اجاره ماهیانه اضافه نخواهد شد .

لازم به ذکر است هر تعداد تابلوی جدید مزاد بر تعداد مندرج در قرارداد ( ۱۰٪ ) و کمتر از میزان مذکور در بند ۲ ( ۲۵٪ ) مشمول پرداخت اجاره بوده و می بایست با لحاظ یک ماه زمان ساخت ، به قرارداد اضافه شود .

### مثال ب : عدم نیاز به تشویق نصب تابلو

در استانهایی که ( محورهایی که ) نصب تابلو جذابیت دارد و نیازی به اعمال سیاست تشویقی برای احداث تابلو جدید نیست ، طرف قرارداد می تواند در صورت تمایل به نصب تابلو جدید ، موضوع را به اداره کل استان اعلام نموده و در صورت تأیید کمیته مکانیابی ، اقدام به نصب و بهره برداری از تابلو نماید . بدیهی است برای نصب تابلو دوره ساخت منظور شده و پس از این دوره ، مطابق نرخ مندرج در قرارداد، اجاره محاسبه و به اجاره ماهیانه اضافه خواهد شد .

### مثال ج : واگذاری ظرفیت کلی تبلیغات استان بدون لحاظ تعداد تابلوها

در استانهایی که جذابیت برای سرمایه گذاری تبلیغاتی تاکنون مشاهده نشده یا بسیار محدود است می توان با محاسبه ارزش ظرفیت ( کارشناسی شده )، نسبت به واگذاری کل ظرفیت تبلیغاتی استان اقدام و در این صورت نصب هر تابلو جدید توسط طرف قرارداد بلامانع بوده و صرفاً بعنوان سرمایه سازمان محسوب خواهد شد .



لازم به ذکر است درصدهای مندرج در بخش الف مثال بوده و تعیین آن بعهده اداره کل استان است که بطور کامل وابسته به فاصله تعداد تابلوهای موجود با تعداد تابلوهای قابل نصب و البته جذابیت فعالیت تبلیغاتی در استان است.

برای این منظور می‌توان از الگوی پیشنهادی زیر بهره جست :

- ۱- تعیین تعداد تابلوهای موجود .
- ۲- تعیین تعداد نقاط مکانیابی شده.
- ۳- تعیین تعداد متقاضیان نصب تابلو جدید .
- ۴- تعیین تعداد متقاضیان بهره برداری از تابلوهای موجود .
- ۵- تعیین نسبت تابلوهای موجود به نقاط مکانیابی شده .
- ۶- تعیین نسبت متقاضیان نصب به متقاضیان بهره برداری .
- ۷- چنانچه نسبت حاصل از بند ۶ کمتر از  $\frac{1}{4}$  است به نظر می‌رسد می‌بایست الزام برای نصب تابلو جدید در نظر گرفته شود .
- ۸- چنانچه نسبت حاصل از بند ۵ کمتر از  $\frac{1}{2}$  است به نظر می‌رسد می‌بایست برنامه تشویقی برای نصب تابلو جدید در نظر گرفته شود .
- ۹- چنانچه نسبت حاصل از بند ۶ بزرگتر از  $\frac{3}{4}$  است هیچگونه برنامه الزام یا تشویقی برای نصب تابلو جدید مناسب نیست .