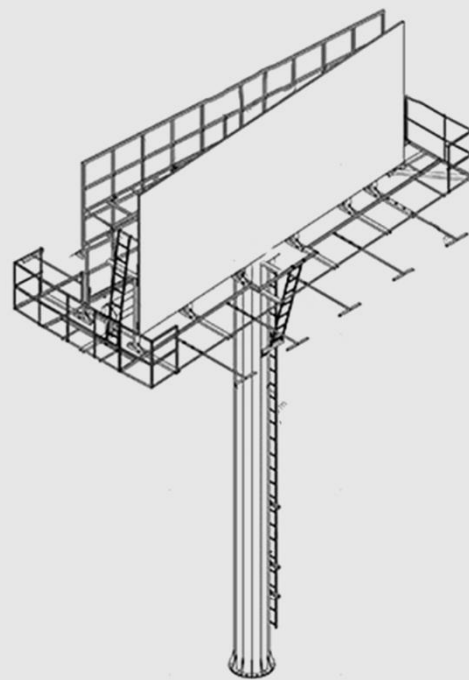
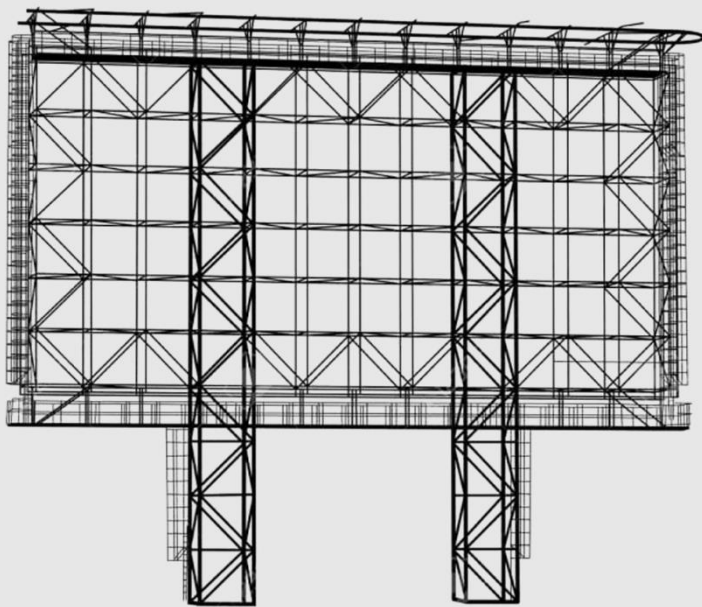


فرصت های سرمایه گذاری منطقه  
ویژه اقتصادی سرخس

## احداث تابلوهای تبلیغاتی در منطقه ویژه اقتصادی سرخس



### ۱- مقدمه

صنعت بیلبورد و تبلیغات در فضای باز در مرحله بلوغ چرخه حیات خود است و خوشبختانه برای این صنعت، ظهور رسانه های دیجیتال فرصتی را برای این صنعت فراهم کرده است تا به کشف و تجربه رشد پر جنب و جوش بپردازد. اگرچه برای آژانس های تبلیغاتی آسان تر است که از فناوری مدرن برای دستیابی به بازار هدف خود استفاده کنند، اما، با وجود تغییر رویکردهای تبلیغاتی و ظهور رسانه های جدید، نمی توان بیلبوردها و آژانس های تبلیغاتی در فضای باز را کنار گذاشت. در واقع، استفاده از پلتفرم های رسانه های اجتماعی صرفاً برای انجام برخی از کمپین های تبلیغاتی برای آن ها مقرون به صرفه و گسترده است.

گزارش ها حاکی از آن است که طی پنج سال منتهی به سال ۲۰۱۸، درآمد این صنعت در دنیا با نرخ سالانه ۰.۶ درصد افزایش اندکی داشته اما در طول دوره، درآمد صنعت با رشدی قوی در کل هزینه های تبلیغات، هزینه های مصرف کننده و سود شرکت حمایت شده است.

قرارگیری منطقه ویژه اقتصادی سرخس در شاهراه ترانزیتی متصل کننده آسیا به اروپا و کشورهای جنوبی به کشورهای شمالی محصور در خشکی، این منطقه را تبدیل به یکی از مراکز مهم خدمات لجستیک در جهان نموده است. بر اساس طرح جامع منطقه ویژه اقتصادی سرخس در سال ۱۴۱۴ کارآمدترین مرکز لجستیک مرزی با حمل و نقل چندوجهی، رقابت پذیرترین منطقه تولید محصولات و فعال ترین مرکز تجارت محصولات صادراتی در شرق کشور خواهد بود.

از آنجا که سرمایه گذاری و استفاده از بیلبوردها برای بسیاری از برندها و صاحبان کسب و کار حرف اول را برای تبلیغات و بازاریابی و همچنین برندینگ می زند، لذا ایجاد زیرساخت لازم در این حوزه در اولویت منطقه قرار دارد. در این طرح پیشنهاد احداث تابلوهای تبلیغاتی و بیلبورد به عنوان راهی موثر برای اطلاع رسانی به مشتریان در مورد کسب و کارهای منطقه سرخس مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۲- توصیف منطقه ویژه اقتصادی سرخس

سرخس نام یکی از شهرستان های شمال شرقی استان خراسان رضوی است و براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۸۵، جمعیت شهرستان سرخس ۸۷۴۴۲ نفر بوده است. جمعیت این شهرستان در سال ۱۳۹۰ به ۸۹۹۵۶ نفر رسیده است. سرخس در گوشه شمال شرقی ایران، در مجاورت مرز ترکمنستان، تقریباً میان دو نصف النهار ۳۰ تا ۶۰ و ۱۵ تا ۶۱ درجه شرقی و میان دو مدار ۳۶ و ۳۶ تا ۴۰ درجه شمالی قرار گرفته است. حد طبیعی منطقه را در جنوب، رودخانه کشف رود و حد شرقی را رودخانه سرخس یا سرخس رود (از پیوستن رودخانه هریرود و کشف رود) و حدود طبیعی غربی و جنوب غربی را آخرین امتدادهای ارتفاعات کپه داغ مشخص می نماید. بر اساس مصوبه هیئت وزیران در

تاریخ ۲۱ تیر ۱۳۶۸ شهرستان سرخس با جدا شدن از شهرستان مشهد، تأسیس شد. اکنون، این شهرستان دارای دو بخش، شش دهستان و دو شهر است.

در راستای اهداف برنامه توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و نیز بسط و گسترش روابط اقتصادی و فرهنگی با کشورهای همسایه، کشورهای اسلامی و سازمانهای منطقه ای نظیر سازمان همکاریهای اقتصادی (اگو)، منطقه ویژه اقتصادی سرخس همزمان با واقعه مهم افتتاح راه آهن مشهد سرخس - تجن با حضور رهبران و نمایندگان بیش از صد کشور جهان آغاز به کار کرد.

منطقه ویژه اقتصادی سرخس طبق تصویب نامه شماره ۴۰۱۰۲ / ت ۱۶۴۶۶ ک مورخه ۲۶/۱/۱۳۷۵ شورای عالی مناطق آزاد به وسعت ۵۲۰۰ هکتار در نقطه صفر مرزی با کشور ترکمنستان و در ۱۷ کیلومتری شهر سرخس در کنار جاده ارتباطی مشهد - سرخس و همجوار با خط آهن ارتباط دهنده ترکمنستان تأسیس شد. همچنین بر اساس مصوبه هیأت وزیران، آستان قدس رضوی به عنوان سازمان مسئول منطقه تعیین گردید.

منطقه ویژه اقتصادی سرخس در ناحیه شمالی ۸۰ و در ناحیه شرقی ۸۴ کیلومتر با کشور ترکمنستان مرز مشترک دارد. تا قبل از فروپاشی نظام سوسیالیستی در دهه ۱۹۹۰ نقطه دور افتاده و منزوی تلقی می شد. ولی بعد از فروپاشی نظام سوسیالیستی و باز گشایی مرزها به دروازه توسعه کشور و نقطه ترانزیت بین کریدور شمال جنوب کشورهای آسیای میانه تبدیل شد. با بهره برداری از راه آهن سرخس مشهد در سال ۱۳۷۵ عملاً ترانزیت ریلی با آسیای میانه برقرار شد. راه آهن بین المللی سرخس، ۸۵ درصد ترانزیت ریلی ایران را تأمین می کند. پایانه مرزی سرخس از مزیت استقرار بر سر راه های کشورهای آسیا میانه برخوردار است. روزانه ۴۵۰ دستگاه تریلی از پایانه مرزی سرخس عبور می کنند. فرودگاه بین المللی سرخس، با امتیاز مرز هوایی قابلیت فرود و پرواز انواع هواپیماهای پهن پیکر را دارد و برای ورود و خروج ترافیک هوایی بین المللی مناسب است.

احداث آزادراه زمینی در کنار راه آهن از اقداماتی بود که سرخس را از یک منطقه مرزی منزوی به سمت گذرگاه توسعه به داخل تبدیل نمود. به طوری که جمعیت شهر از ۲۸۵۴۷ در سال ۱۳۷۵ به ۴۰۱۶۲ نفر در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است. در حال حاضر عمده ترین جریان حمل و نقل جاده ای کشورهای آسیای میانه به سوی آب های آزاد از طریق قلمرو ایران و مرزهای استان خراسان رضوی و به ویژه شهر سرخس انجام می شود.

از دیگر ویژگی های شهر سرخس وجود سد دوستی است که سدی مشترک با کشور ترکمنستان می باشد. پالایشگاه گاز خانگیران نیز از دیگر نقاط قوت و از جمله فرصت های موجود است که گاز مصرفی شش استان ایران را تأمین می نماید. سرخس بر اساس نظریات کلاسیک مکان یابی مورد غفلت دولت قرار گرفته و شهری محروم می باشد در صورتی که از پتانسیل های بسیار بالایی در هر زمینه ای برخوردار است. در شکل ۱ موقعیت شهر سرخس نشان داده شده است.



بطور کلی میتوان فعالیت‌های این منطقه را به شرح زیر بیان نمود:

- نگهداری امانی کالا
- تسریع و تسهیل در دستیابی به کالا برای نزدیک کردن صحنه فعالیت صاحبان کالا اعم از مواد اولیه، ماشین آلات و سایر کالاهای ساخته شده با مصرف کنندگان داخلی به منظور پشتیبانی از تولید داخلی کشور
- پردازش کالا یا ایجاد تغییرات در آن برای تحصیل ارزش افزوده با استفاده از امکانات بالقوه
- فراهم نمودن تسهیلات لازم جهت دستیابی خریداران عمده داخلی به کالاهای مورد نیاز خود در این مناطق، نزدیک کردن بازارهای تجاری منطقه ای و بسط و توسعه تجارت خارجی کشور
- ایجاد عرصه فعالیت‌های تجاری منطقه‌ای با توجه به بازارهای کشورهای آسیای میانه، قفقاز و ماوراء قفقاز
- ارتباط با کشورهای آسیایی و اروپایی و سایر نقاط و بهره برداری مفید از این بازارها با استفاده از تسهیلات ترانزیت داخلی و خارجی صادرات و صادرات مجدد
- جذب سرمایه و امکانات داخلی و خارجی برای موارد فوق‌الذکر به منظور نیل به اهداف مورد نظر با رعایت قوانین و مقررات مربوط

### ۲-۲- مشوق های قانونی سرمایه گذاری در منطقه ویژه اقتصادی سرخس

- صدور مجوزهای لازم از جمله جواز تاسیس ، پروانه ساخت ، پایان کار پروانه بهره برداری به واحدهای تولیدی توسط منطقه
- معافیت از حقوق گمرکی ، سود بازرگانی و کلیه عوارض ورود ماشین آلات ، تجهیزات ، مواد اولیه و کالا به منطقه
- معافیت گمرکی بر اساس محاسبه ارزش افزوده محصولات تولیدی جهت آن دسته از تولیداتی که منشاء مواد اولیه خارجی دارند.
- معافیت صد درصد سهم مجاز ورود محصولات تولیدی منطقه به داخل کشور با توجه به منشاء مواد اولیه داخلی
- معافیت مالیات بر ارزش افزوده در داخل منطقه
- معافیت مالیات مستقیم ۱۳ ساله از تاریخ صدور پروانه
- معافیت پرداخت مالیات بر ارزش افزوده در هنگام ورود ماشین آلات و تجهیزات از داخل کشور به منطقه
- عدم مطالبه کارت بازرگانی و اخذ مالیات بر درآمد توسط گمرک برای صادرکنندگان کالا در منطقه
- صدور پروانه اشتغال به کار اتباع خارجی از طریق منطقه توسط اداره اتباع خارجی
- حاکمیت قانون کار مناطق آزاد کشور
- آزادی کامل ورود و خروج سرمایه ، سود و منافع حاصل از فعالیتهای اقتصادی و تولیدی برای سرمایه گذاری خارجی و سرمایه های خارجی
- صدور و ترانزیت کالا از منطقه به بازارهای جهانی
- امکان فروش و واگذاری تمام یا بخشی از کالا به اشخاص دیگر در قرال قرض انرار تفکیکی و قابل معامله

### ۳-۲- امکانات زیربنایی منطقه ویژه در حوزه حمل و نقل و مرکز لجستیک

- اتصال جاده ای منطقه ویژه اقتصادی سرخس به گمرک سرخس که باعث حذف دوزبلاغ کامیونهای ورودی به منطقه از طریق ترکمنستان می گردد.
- منطقه از نظر ریلی نقطه صفر مرزی تعریف شده است.
- احداث بیش از ۵۰ کیلومتر ریل عریض و نرمال در مساحتی بالغ بر ۱۸۰ هکتار زمین
- تخصیص ۸۰ هکتار زمین جهت شرکتهای حمل و نقل بین المللی ریلی و جاده ای با مزیت دارا بودن ریل عریض و نرمال و همچنین توان ایجاد ریل اختصاصی در زمین سرمایه گذار
- مخازن نگهداری فرآورده های سوختی با حجم ۱۱۰۰۰ مترمکعب در مجاورت ریل عریض و نرمال منطقه
- وجود سردخانه ۴۰۰۰ تنی زیر صفر و بالای صفر در منطقه
- بیش از ۳۰ هزار مترمربع انبارهای اختصاصی و عمومی، هانگار، پلت فرم و بارانداز
- ایجاد سکوهایی تخلیه و بارگیری بارهای لیفتراکی
- قابلیت توقف ۵۵۰ دستگاه واگن بر روی خطوط منطقه

### ۳- معرفی پروژه

موضوع این پروژه، احداث تابلوهای تبلیغاتی به تعداد ۱۶ عدد در منطقه ویژه اقتصادی سرخس، در مسیر جاده مشهد-سرخس، و در فرودگاه سرخس است.

#### ۳-۱- تعاریف و اصطلاحات

سرمایه‌گذاری مالی و زمانی روی بیلبرد ها و تراکت‌ها یا همان تبلیغات محیطی، برای هر نوع کسب و کاری به طور یقین نتایج بلند مدت و درخشانی را به دنبال خواهد داشت و این خاصیت بازاریابی سنتی است هرچقدر هم که پیشرفت تکنولوژی و فضای مجازی رو به رشد و پرتقاضا باشد باز هم بسیاری از برندها هستند که تبلیغات و بازاریابی سنتی نسبت به بازاریابی دیجیتال، برایشان پرسودتر است و به نسبت بازدهی بیشتری دارد.

#### بررسی تاثیر تبلیغات محیطی و بیلبرد ها

در اصطلاح تبلیغات محیطی به هر گونه تبلیغی گفته می‌شود که خارج از نقطه نهایی خرید مشتری یعنی همان POP انجام می‌شود. در اصول بازاریابی و فروش محصولات معمولاً نقاط کوری وجود دارند که می‌توان از آن‌ها به عنوان یک نقطه خارج از محدوده برای انجام انواع تبلیغات استفاده کرد. با توجه به مزایایی که تبلیغات محیطی دارد، معمولاً شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف از این نوع تبلیغات استفاده می‌کنند. در بسیاری از متون به این نوع تبلیغات خارج از خانه نیز می‌گویند. عبارت تبلیغات خارج از خانه در واقع به وسایل و روش‌هایی اطلاق می‌شود که در محیط خارج از خانه (محیط اصلی و هدف برای فروش و ارائه خدمات و محصولات) مورد استفاده قرار می‌گیرند. البته بسیاری از محققان معتقدند، تبلیغات محیطی پیشینه بسیار طولانی و قدیمی دارند و در واقع منشا آن را قبل از انقلاب صنعتی و پیدا شدن مدرنیته می‌دانند.

هدف این نوع از تبلیغات مانند دیگر روش‌های بازاریابی، شناساندن محصول به مشتریان است. اما استفاده از تبلیغات محیطی یک تفاوت عمده با برخی از روش‌های دیگر دارد و آن تفاوت این است که در تبلیغات محیطی، قبل از اینکه مشتری به مرکز خرید و یا بازار مراجعه نماید، نام محصول خدمات در ذهن او حک شده است.

همین موضوع می‌تواند اهمیت این نوع از تبلیغات را بسیار بالا ببرد. در واقع زمانی که یک تبلیغات محیطی به نیاز مردم توجه کند و خلاقیت ویژه‌ای به همراه داشته باشد می‌تواند در کم‌ترین زمان ممکن ذهن مشتری را به تصرف خود در بیاورد. یک تبلیغ محیطی مناسب، مشتری را کنجکاو می‌کند که به دنبال استفاده از آن محصول و خدمات برود و این جا است که باید از افراد متخصص در این زمینه استفاده کرد تا علاوه بر به دست آوردن مشتریان، بتوان سهم مناسبی در میان بازار رقبا نیز داشت. روش‌های مختلف این نوع از تبلیغات در یک پیام ساده اما صریح و شفاف و البته پر قدرت، محصول خود را به مخاطب که در حال گذر از آن منطقه است، معرفی می‌کنند.

### انواع تبلیغات محیطی و بررسی مزایا و معایب آنها

تبلیغات محیطی نیز مانند بسیاری دیگر از روش‌های تبلیغاتی دارای انواع مختلف و همچنین مزایا و معایبی است که دانستن و آشنایی با آنها بهتر از ندانستنشان است. در این بخش ما ابتدا انواع تبلیغات محیطی را معرفی می‌کنیم و سپس به بررسی مزایا و معایب آن می‌پردازیم.

#### انواع تبلیغات محیطی

- بیلبوردهای تبلیغاتی
- تبلیغات محیطی دیجیتال
- تبلیغات محیطی ترانزیتی
- تبلیغات محیطی بر روی پل‌های هوایی
- تبلیغات محیطی متحرک

#### مزایای تبلیغات محیطی

از مهم‌ترین مزایای این روش از تبلیغات می‌توان به معرفی کالا و خدمات و همچنین افزایش فروش اشاره نمود. به طور طبیعی وقتی که شما بتوانید محصول و خدمات خود را به بهترین شکل ممکن به مشتری نشان دهید و مشتری را برای خرید آنها ترغیب کنید فروش و درصد سود شما نیز بالاتر می‌رود. از دیگر مزایای این نوع تبلیغات می‌توان به استفاده برای هدف‌گیری مشتری در مراکز تصمیم‌گیری، آگاهی‌رسانی نسبت به ورود یک محصول جدید به بازار، معرفی بهتر و بیشتر یک برند به مشتریان و ... اشاره نمود. البته تمامی این مزایای این نوع از تبلیغ در صورتی می‌تواند اجرایی شود که از اصول و قواعد مناسب برای یک تبلیغ تاثیرگذار پیروی شود.

#### معایب تبلیغات محیطی

- ✓ بالا بودن هزینه‌ها در بسیاری از موارد
- ✓ اخذ مجوزهای لازم برای تبلیغات و ارائه آگهی در سطح شهر که معمولاً با دردسرهای زیادی نیز همراه است.
- ✓ قدرت بالای رسانه‌های محیطی که ضمن محبوب ساختن یک برند، می‌تواند حالت عکس نیز داشته باشد.
- ✓ در صورت عدم استفاده از اصول تبلیغات به صورت صحیح، کاهش محبوبیت برند را به دنبال داشته باشد.
- ✓ در تبلیغ محیطی مانند نوع اینترنتی و استفاده از ابزارهای بازاریابی دیجیتال آن نمی‌توان درصد بازدید را مورد سنجش قرار داد.

یکی از مهم‌ترین و صد البته پرطرفدارترین تبلیغات محیطی، استفاده از بیلبرد ها هستند که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.



### بیلبورد چیست؟

بیلبورد یا آگهی نما، به تابلوی بزرگی گفته می‌شود که فضای مناسبی برای نصب آگهی را در اختیار دولت، صنعتگران و عرضه‌کنندگان کالا می‌گذارد؛ در اصل به هر فضای خارجی که امکان نصب آگهی بر آن باشد اطلاق می‌شود. اما امروزه، بیشتر به معنای تابلوهای بسیار بزرگ و نورپردازی شده‌است که بر پایه‌های بلندی قرار گرفته و از فواصل دور قابل دیده شدن هستند.



در واقع بیلبورد ها تابلوهای بزرگ تبلیغاتی هستند که نزدیک بزرگراه‌ها و خیابان‌ها نصب می‌شوند و در دید سرنشینان اتومبیل‌ها و عابران پیاده قرار می‌گیرند. یکی از ابزارها و رسانه‌های کمپین‌های بازاریابی استفاده از المان‌های تبلیغات محیطی است که بیلبورد یکی از مهمترین آن‌ها محسوب می‌شود. بیلبوردها در میدان‌ها، اماکن تجاری، روی بالن‌ها، روی هواپیماها یا اتوبوس‌های شهری وجود دارند و در منظر دیدگان ظاهر می‌شوند.

### آشنایی با انواع بیلبورد ها

به طور کلی بیلبوردهای تبلیغاتی به چند دسته زیر تقسیم می‌شوند:

۱- **بیلبورد های عادی:** همان بیلبوردهایی هستند که بیشتر از سایر انواع بیلبورد های تبلیغاتی در نقاط مختلف شهر مشاهده می‌کنیم. این بیلبوردها به شکل یک تابلو مستطیل شکل گول پیکر که روی یک پایه محکم سوار است، در مکان‌هایی مانند حاشیه خیابان‌ها و سایر نقاط پرتردد شهر نصب می‌شوند.

۲- **بیلبورد های دیجیتال:** بیلبوردهای دیجیتال، نسل جدید تلویزیون‌های شهری هستند که روز به روز بر محبوبیت آن‌ها افزوده می‌شود. در این نوع از انواع بیلبورد تبلیغاتی می‌توان تبلیغات را به طور لحظه‌ای تنظیم و برای زمان‌های معین اجرا کرد. در حالیکه بیلبوردهای تبلیغاتی هنوز هم پرطرفدار هستند اما به دلیل اینکه بیلبوردهای دیجیتال مزایای بیشتری نسبت به بیلبوردهای ساده دارند، از محبوبیت زیادی برخوردار شده‌اند.

۳- **عرشه پل های هوایی:** بیلبوردهای تبلیغاتی نصب شده روی عرشه پل ها، نوعی از بیلبورد هستند که تمامی ما دیده ایم. این نوع بیلبوردها تنها روی عرشه پل های هوایی نصب می شوند که محل عبور و مرور ماشین ها هستند و اگر یک بنر تبلیغاتی جذاب داشته باشید و آن را در یک منطقه پر رفت و آمد نصب کنید، شاهد بازدید شگفت انگیز این بیلبوردها خواهید بود.

۴- **استرا بورد:** استرابوردها نسل جدیدی از بیلبوردها هستند که بر پایه سازه های بادبانی ساخته می شوند. این نوع از انواع بیلبوردهای تبلیغاتی فک متحرک دارند و معمولا در تهران در ابعاد ۲ در ۴ دیده می شوند.

۵- **لمپوست:** لمپوستها بیلبوردهای نسبتا کوچکی هستند که از میله های مستطیلی در ابعاد یک تا سه متر تشکیل می شوند و امکان نصب یک پارچه تبلیغاتی را فراهم می کنند. لمپوستها اصولا در مکان هایی مانند حاشیه خیابان های پر تردد، پیاده رو های پر تردد و سایر مکان ها نصب می شوند. یکی از معایب بزرگ لمپوستها این است که به دلیل نداشتن نور کافی، در شب به خوبی نمایش داده نمی شوند و به همین دلیل حتما باید در مکان های پر نور مانند حاشیه خیابان ها که چراغ های دائما روشن دارند قرار بگیرند.

۶- **تلوزیون شهری:** جدیدترین، پرکاربردترین و پیشرفته ترین رسانه تبلیغات محیطی که امروزه به کار گرفته می شود تلوزیون شهری است که هم در فضای باز و هم در فضای داخلی به ارتباط و تعامل بین برند و مخاطب کمک زیادی می کند. تلوزیون شهری به برند کمک می کند تا انواع کمپین تبلیغاتی را بصورت کاملا موثر و هدفمند برای مخاطبان یک منطقه جغرافیایی خاص اجرا کند. سطح و کیفیت بالای اجرای تبلیغات در تلوزیون شهری باعث شده است تا تعداد بسیار زیادی از برندها از این رسانه برای ارتباط بیشتر با مخاطب استفاده کنند و از مزایای بسیار زیاد آن بهره مند شوند.

### مزایای تبلیغات بیلبوردی

یکی از مزیت های بیلبوردهای تبلیغاتی خصوصا برای کمپین های بازاریابی ساده شناخت آن هاست. مردم به راحتی با بیلبوردها ارتباط برقرار می کنند و پیامی را به صورت دیداری با حداقل کلمات دریافت می کند. از طریق همین پیامها به صورت تصویری و در ابعاد بزرگ می توان به اهداف عبوری و کسانی که در منطقه اطراف بلیبورد زندگی می کنند دست یافت و این روبه به برندینگ بسیار کمک می کند. بیلبوردها برای افزایش شناخت نام برند و یادآوری آن بسیار مفید هستند چرا که در کمترین زمان ممکن پیام را به ذهن مخاطب منتقل می کنند و پیامی که از این طریق در ذهن ثبت شود به همین راحتی ها از بین نمی رود.

یکی از کمترین مزیت های بیلبورد برای یک کمپین تبلیغاتی همین تاثیرگذاری در کمترین زمان است. گفته شد پیامی که از این طریق در ذهن ثبت شود به همین راحتی ها از بین نمی رود. بازدید کنندگان هنگام توقف در ترافیکها یا پشت

چراغ قرمزها یا عابران هنگام عبور از خیابان‌ها به اطراف نگاه می‌کنند و اگر در همین مدت کوتاه نظرشان به تبلیغی جذب شود مانند تصویری از آنچه حس می‌کنند در ذهن خود قائل می‌شوند. این نوع بازدیدکنندگان به همین علت نرخ تبدیل بالاتری دارند و این همان هدف کمپین‌های تبلیغاتی است. کسانی که از طریق این نوع تبلیغات به سراغ محصولات و خدمات می‌روند با احتمال بیشتری به دنبال خرید یا سفارش هستند چرا که تاثیر بیشتری پذیرفته‌اند و خود پس از این تاثیرگذاری به سراغ شما می‌آیند.

به طور کلی:

- حضور دائمی و تکرار بیلبورد تبلیغاتی سبب ایجاد آگاهی سریع می‌شود.
- تبلیغات محیطی بیلبورد موجب افزایش آگاهی مردم نسبت به ورود یک محصول به بازار می‌شود.
- ایجاد امکان یاد آوری به مصرف کننده در مورد یک کالا یا خدمت قبل از هر تصمیم‌گیری در محل‌های خرید.
- امکان هدایت مستقیم مخاطبان به محل تبلیغ دهندگان و خرده فروشان، با حضور در کنار خیابان‌ها، جاده‌ها و محل‌های فروش.
- با گسترش و تکرار حضور تبلیغات محیطی بیلبورد می‌توان تبلیغات رادیو تلویزیونی و مطبوعاتی را به مقابل منازل و محل کار مخاطبین تغییر محل داد.
- پراکندگی حضور بیلبورد در سطح شهر امکان حضور یک پارچه محصول را با استفاده از انواع گوناگون تبلیغات محیطی فراهم می‌کند.
- بیلبورد کارآیی ارتباط موثر با حذف عناصر زائد در یک هدف‌گذاری دقیق دمو گرافیک را دارد.
- شهرت و تصویر محصول شرکت را ایجاد می‌کند.
- طبقه متوسط و بالا را هدف قرار می‌دهد.

### معایب تبلیغات از طریق بیلبورد

- هزینه‌های زیاد برای قرار گرفتن در معرض کوتاه مدت
- شرایط آب و هوایی
- مشکل دید
- حالت ثابت تبلیغات
- نسبت به زمان بی‌حس
- بازار خاصی را هدف قرار نمی‌دهد
- ابزار تبلیغات کوتاه مدت
- اطلاعات محدود

بر اساس ماده ۱ قانون تشکیل مناطق ویژه اقتصادی: پشتیبانی از فعالیتهای اقتصادی و برقراری ارتباط تجاری بین المللی و تحرک در اقتصاد منطقه ای و تولید و پردازش کالا، انتقال فناوری، صادرات مجدد، ترانزیت خارجی، ترانشیپمنت، ایجاد اشتغال مولد و جلب و تشویق سرمایه گذاری داخلی و خارجی می باشد. با توجه به اینکه منطقه ویژه اقتصادی سرخس از مناطق ویژه ای می باشد که چند منظوره است لذا در دو بخش سرمایه گذاری داخلی و خارجی و همچنین حمل و نقل و لجستیک فعالیت گسترده ای دارد.

جهت تحقق سرمایه گذاری داخلی و خارجی منطقه ویژه اقتصادی سرخس حدود ۱۲۰۰ هکتار زمین جهت ایجاد صنایع مختلف برای سرمایه گذاران داخلی و خارجی اختصاص داده شده است. گروه واحدهای تولیدی و خدماتی در منطقه ویژه شامل واحدهای خدمات لجستیکی شامل شرکتهای حمل و نقل بین المللی ریلی و جاده ای، داخلی و انبارهای خصوصی، گروه صنایع ساختمانی، گروه صنایع شیمیایی و پتروشیمی، گروه برق و الکترونیک، گروه صنایع غذایی، گروه کشاورزی، گلخانه، گیاهان دارویی و خوراک دام، واحدهای ارایه دهنده خدمات فنی، مهندسی و ساخت کوچک مقیاس، واحد تجاری و فروش و عرضه مستقیم محصول و خدمات می باشد. در این میان گروه تجارت الکترونیک، بازاریابی و فروش نیز تعریف شده است که می تواند از بیلبوردهای محیطی برای راه اندازی کسب و کارهای خود بهره گیرند.

با توجه به موقعیت جغرافیایی منطقه ویژه سرخس، و راه های ارتباطی با دیگر شهرهای اطراف، بستر مناسب و مهمی برای تبلیغات محیطی در حوزه بیلبورد محسوب می شود. وجود جمعیت متنوع از لحاظ سلیقه و نوع تفکر سبب می شود تا پذیرای تبلیغ های محیطی متنوع بیلبوردی باشد. همچنین وجود اتوبان های پر تردد و قرار گرفتن بیلبورد های سرخس در بزرگراه ها، بلوارها و پل های هوایی، محل های بسیار مناسبی برای ارائه محصولات و تبلیغ محیطی شما به نحو احسن می باشد. با توجه به گستردگی علوم روز از جمله تبلیغات محیطی سرخس و یا تبلیغات دیجیتال، و همچنین علاقه عموم مردم به این نوع تبلیغات محیطی، می توان این نتیجه را گرفت که تبلیغ محیطی بیلبوردی در بیلبورد سرخس بدون باز خورد نخواهد بود.

بر اساس مطالعات انجام شده در خصوص بیلبوردهای تجاری، عوامل مؤثر در استقبال شرکت های تبلیغاتی از بیلبورد بدین قرار است: نوع فعالیت شرکت تجاری، میزان اندازه شرکت، ادراک شرکت ها نسبت به تبلیغات و اثربخشی آنها، فعالیت رقبا و صنعت، توان مالی شرکت، ادراک شرکتهای نسبت به رسانه بیلبورد و منافع آن، نوع فعالیت بازاریابی شرکت تبلیغاتی و میزان ریسک پذیری آن و پاسخ محسوس نسبت به بیلبورد، قیمت رسانه، نوشته ها و جذابیت بصری، حضور محلی، کارآیی رسانه، قوانین محدودکننده، پراکندگی جغرافیایی، قابلیت مشاهده، هزینه و نوع بیلبورد.

در این حوزه، متغیرها شامل سه دسته عوامل کلی مربوط به شرکت های تجاری، شرکت تبلیغاتی، و بیلبورد می شود. متغیرهای نوع فعالیت شرکت، میزان اندازه شرکت، ادراک شرکت ها نسبت به تبلیغات و اثربخشی آنها، فعالیت رقبا و

## احداث تابلوهای تبلیغاتی در منطقه ویژه اقتصادی سرخس

صنعت، توان مالی شرکت، ادراک شرکت ها نسبت به رسانه بیلبورد و منافع آن در دسته عوامل مربوط به شرکتهای تجاری، متغیرهای نوع فعالیت بازاریابی شرکت، میزان ریسک‌پذیری شرکت در دسته عوامل مربوط به شرکت های تبلیغاتی، و متغیرهای پاسخ محسوس، قیمت رسانه، نوشته های بیلبورد، جذابیت طرح بصری، حضور محلی، کارآیی رسانه، قوانین محدودکننده، پراکندگی جغرافیایی، قابلیت مشاهده، هزینه بیلبورد و نوع بیلبورد در دسته عوامل مربوط به بیلبورد قرار می‌گیرند. در این میان بر اساس مشاهدات و مصاحبه ای که در مناطق آزاد با صاحب نظران این حوزه صورت گرفته است، عوامل مرتبط با بیلبورد بیشترین اهمیت را داشته است.

از آنجا که در حال حاضر بیلبورد و تابلوهای تبلیغاتی در منطقه مورد نظر وجود ندارد لذا پیش بینی می‌شود نیاز منطقه در این حوزه بسیار بالا باشد.

### ۳-۳- موقعیت مکانی پروژه

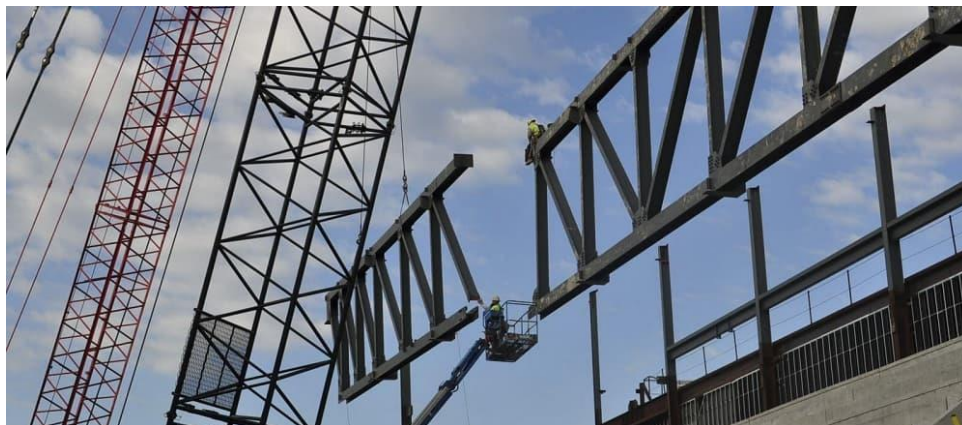
این پروژه داخل منطقه ویژه اقتصادی سرخس و جاده اصلی جانمایی شده است.



نقشه (۶) موقعیت منطقه ویژه اقتصادی سرخس در منطقه

### ۳-۴- مشخصات فنی پروژه

سازه بیلبورد های تبلیغاتی یکی از استراکچر های فلزی محسوب شده که عموماً از فولاد و به شکل خرپا طراحی و ساخته میشوند. علاوه بر کیفیت در طراحی این نوع از سازه های فلزی ، در ساخت آنها نیز باید دقت لازم صورت پذیرد. برخی تابلو ها بر روی پل های عابر نیز نصب میشوند. در صورت طراحی ، ساخت و نصب صحیح این سازه ها طول عمر مفید آن ها میتواند تا ۵۰ سال باشد.



### سازه و پایه بیلبورد

در بخش طراحی بارهای عمده وارد بر این سازه ها بار مرده و بار باد می باشد. اصلی ترین نیروی مخرب در بیلبوردها نیروی باد در نظر گرفته میشود. معمولاً بیلبورد ها در مقابل بادهایی با سرعت ۱۱۰ کیلومتر میبایست مقاومت داشته باشند. هرچند استاندارد این عدد در مناطق مختلف میتواند متفاوت باشد. به دلیل وزن کم، نیازی به طرح لرزه ای آن نمی باشد. بارگذاری اسکلت این سازه ها ساده بوده و مطابق ضوابط ارائه شده در مبحث ششم مقررات ملی ساختمان انجام می پذیرد.

### اجزا سازه بیلبورد ها و تابلو ها

این سازه ها عموماً از دو بخش ستون و دکل و قسمت مسطح بالایی تشکیل شده اند. پایه نگهدارنده تابلوها می تواند به صورت خرپایی و یا منوبیل باشد. عموماً بهتر است نوع اتصالات از نوع پیچ و مهره ساخته شود تا عملیات جوشکاری در کارگاه مطابق استاندارد لازم و با کیفیت انجام پذیرد. سازه بیلبورد ها و یا همان استرابورد به دلیل داشتن سطح وسیع بویژه در برابر نیروی باد از مقاومت و استحکام کافی برخوردار باشد.

به همین دلیل یک سازنده بیلبورد میبایست از نظر آنالیز طراحی سازه ایی چه در بخش اسکلت و چه در بخش فنداسیون دستوالعمل ها و آیین نامه های مربوطه را تماماً رعایت نماید.

## احداث تابلوهای تبلیغاتی در منطقه ویژه اقتصادی سرخس

همچنین به دلیل قرار گیری آنها زیر تابش مستقیم نور خورشید و شرایط مختلف جوی از جمله باران و رطوبت، رنگ آمیزی آنها نیز میبایست به صورت ویژه مطابق استاندارد انجام پذیرد. که این مهم موجب افزایش عمر مفید آنها می شود. برای مثال انجام سندبلاست سازه قبل از رنگ آمیزی شدیداً توصیه میگردد. میتوان از رنگ زینک کرومات یا اپوکسی جهت لایه اولیه و ضد زنگ و رنگ پلی اورتان جهت رنگ نهایی استفاده کرد.

### سایز بیلبورد

اندازه بیلبورد که معمولاً در اندازه های استاندارد ۳ \* ۵ - ۲ \* ۷ - ۳ \* ۹ - ۷ متر می باشد که قطع بیلبورد های جاده ای معمولاً ۱۲ \* ۵ است. در این طرح ما پیشنهاد نصب بیلبوردهایی با ابعاد ۱۲ \* ۵ را برای منطقه سرخس در نظر داریم .

جدول ۱- بیلبوردهای پیشنهادی پروژه

ردیف	شرح	شرح تابلو	متراژ (متر)	تعداد کل	مساحت کل زمین مورد نیاز	متراژ هر تابلو (مترمربع)	متراژ کل تابلوها
۱	مسیر جاده اصلی	بیلبورد	۵*۱۲	۶	۶۰	۶۰	۳۶۰
۲	ورودی منطقه ویژه	بیلبورد	۵*۱۲	۲	۲۰	۶۰	۱۲۰
۳	داخل منطقه ویژه	بیلبورد	۵*۱۲	۶	۴۸	۶۰	۳۶۰
۵	فرودگاه	بیلبورد	۵*۱۲	۲	۱۲	۶۰	۱۲۰
	جمع :			۱۶	۱۴۰	۲۴۰	۹۶۰

### ۳-۵- برآوردهای مالی و اقتصادی

#### ۳-۵-۱- مفروضات آنالیز

- ✓ نرخ تورم سالانه وارد بر هزینه‌ها و درآمدهای پروژه: ۲۰٪ (میانگین نرخ تورم بر هزینه براساس تورم شاخص بهای مصرف کننده، و میانگین نرخ تورم بر هزینه براساس تورم شاخص بهای تولیدکننده، در طی ۲۰ سال (۹۹-۱۳۸۰) براساس آمار بانک مرکزی ایران تعیین شده است)
- ✓ نرخ تنزیل سالانه معادل ۲۳٪ در نظر گرفته می شود.
- ✓ دوران ساخت و راه اندازی یک سال و دوران بهره برداری ۵ سال در نظر گرفته شده است.
- ✓ کلیه ارقام ریالی به میلیون ریال می باشد.
- ✓ برآورد هزینه‌ها و قیمت‌ها، بر اساس استعلام از فروشندگان، نمونه‌های مشابه و ضوابط استاندارد صورت گرفته است.

#### ۳-۵-۲- سرمایه گذاری ثابت

هزینه ساخت سازه در قسمت سرمایه گذاری ثابت قرار می‌گیرد که بر اساس بررسی نمونه‌های مشابه و نظر کارشناسان برآورد گردیده اند. کل سرمایه گذاری ثابت در سال اول اتفاق خواهد افتاد.

جدول ۲- اقلام هزینه ثابت سرمایه گذاری

ردیف	شرح	هزینه کل سالانه (میلیون ریال)	هزینه کل سه ماهه (میلیون ریال)	درصد از کل
۱	هزینه ساخت و اجرای سازه	۱۲۴,۸۰۰	۳۱,۲۰۰	۹۴٪
۲	هزینه های قبل از بهره برداری	۱,۲۴۸	۳۱۲	۱٪
۳	هزینه های پیش بینی نشده	۶,۲۴۰	۱,۵۶۰	۵٪
	جمع سرمایه گذاری ثابت و ه ق ب	۱۳۲,۲۸۸	۳۳,۰۷۲	

#### ۳-۵-۳- هزینه‌های بهره برداری

هزینه بهره برداری که بر اساس بررسی نمونه‌های مشابه و نظر کارشناسان برآورد گردیده اند، از سال اول بطور فصلی بر مبنای میزان بهره‌گیری از ظرفیت بالقوه در فصل های مختلف اتفاق خواهد افتاد.



## احداث تابلوهای تبلیغاتی در منطقه ویژه اقتصادی سرخس

جدول ۳- اقلام هزینه بهره برداری

هزینه کل سه ماهه (میلیون ریال)	هزینه کل سالانه (میلیون ریال)	شرح	ردیف
۲,۷۲۴	۱۰,۸۹۴	حقوق و دستمزد	۱
۱,۲۴۸	۴,۹۹۲	هزینه نگهداری و تعمیرات	۲
۱,۲۶۰	۵,۰۴۰	هزینه چاپ و نصب	۳
۲,۶۴۶	۱۰,۵۸۳	هزینه استهلاک	۴
۱۱,۰۸۰	۴۴,۳۲۰	جمع:	

### ۳-۵-۴- پیش بینی درآمدهای طرح

در سال اول پروژه، منطقه متعهد می گردد بیلبوردها را از سرمایه گذار اجاره نماید و از سال دوم به بعد نیز سرمایه گذار با ایجاد برندسازی برای شرکت های منطقه مزیت رقابتی ایجاد کند. لذا درآمدهای بهره برداری که بر اساس مناطق مشابه کشور برآورد گردیده است، به قرار جدول زیر است.

جدول ۴- برآورد درآمدهای پروژه به تفکیک نوع تابلو

درآمد کل سه ماهه (میلیون ریال)	درآمد کل سالانه (میلیون ریال)	نرخ اجاره متوسط ماهانه (میلیون ریال)	تعداد	نوع تابلو تبلیغاتی	ردیف
۳,۶۰۰	۱۴,۴۰۰	۲۰۰	۶	مسیر جاده اصلی	۱
۱,۵۰۰	۶,۰۰۰	۲۵۰	۲	ورودی منطقه ویژه	۲
۶,۳۰۰	۲۵,۲۰۰	۳۵۰	۶	داخل منطقه ویژه	۳
۱,۲۰۰	۴,۸۰۰	۲۰۰	۲	فرودگاه	۴
۱۲,۶۰۰	۵۰,۴۰۰		۱۶	جمع	

احداث تابلوهای تبلیغاتی در منطقه ویژه اقتصادی سرخس

۳-۵-۵- جریان نقدی طرح

جدول ۵- جریان نقدی پروژه (بدون تورم)

جریان نقدی تجمعی	خالص جریان نقدی	اضافه: استهلاک	سود مشمول مالیات (BBT)	بهره برداری هزینه های	سرمایه گذاری ثابت	درآمد	سال																												
							سال ۰			سال ۱			سال ۲			سال ۳			سال ۴			سال ۵													
							۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	سه ماهه				
۲۶۸,۳۲۱	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۲۵۳,۰۱۵	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۲۳۷,۷۰۹	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۲۲۲,۴۰۴	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۲۰۷,۰۹۸	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۱۹۱,۷۹۲	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۱۷۶,۴۸۶	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۱۶۱,۱۸۰	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۱۴۵,۸۷۵	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۱۳۰,۵۶۹	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۱۱۵,۲۶۳	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۹۹,۹۵۷	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۸۴,۶۵۲	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۶۹,۳۴۶	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۵۴,۰۴۰	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۳۸,۷۳۴	۱۵,۳۰۶	۱۰,۵۸۳	۴,۷۲۳	-۷,۸۷۷		۱۳,۶۰۰																													
۲۳,۴۲۸	۱۴,۸۳۴	۱۰,۵۸۳	۴,۲۵۰	-۷,۰۹۰		۱۱,۳۴۰																													
۸,۵۹۵	۱۴,۳۶۱	۱۰,۵۸۳	۳,۷۷۸	-۶,۳۰۲		۱۰,۰۸۰																													
-۵,۷۶۶	۱۳,۸۸۹	۱۰,۵۸۳	۳,۳۰۶	-۵,۵۱۴		۸,۸۲۰																													
-۱۹,۶۵۵	۱۳,۴۱۷	۱۰,۵۸۳	۲,۸۳۴	-۴,۷۲۶		۷,۵۶۰																													
-۳۳,۰۷۲	-۳,۳۰۷	۰	-۳,۳۰۷	۰	-۳,۳۰۷	۰																													
-۲۹,۷۶۵	-۶,۶۱۴	۰	-۶,۶۱۴	۰	-۶,۶۱۴	۰																													
-۲۳,۱۵۰	-۱۳,۳۲۹	۰	-۱۳,۳۲۹	۰	-۱۳,۳۲۹	۰																													
-۹,۹۲۲	-۹,۹۲۲	۰	-۹,۹۲۲	۰	-۹,۹۲۲	۰																													

جدول ۷- فاکتورهای اقتصادی پروژه

بدون تورم	با احتساب تورم (%۲۰)	با احتساب تورم (%۳۰)	با احتساب تورم (%۴۰)	
۶	۷	۷	۷	دوره بازگشت سرمایه (فصل)
%۲۷	%۳۸	%۴۶	%۵۶	نرخ بازده داخلی
۱۰,۹۹۸	۸۷,۳۰۴	۳۵۹,۳۶۲	۱,۶۳۶,۹۹۱	ارزش فعلی خالص (میلیون ریال)

پروژه با عمر مفید ۵ سال (به علاوه یک سال ساخت و راه اندازی و دریافت مجوز) دارای نرخ بازده ۲۷ درصد و ارزش فعلی خالص مثبت می باشد و دارای توجیه اقتصادی است. اگرچه با در نظر گرفتن نرخ تورم در محاسبات نیز پروژه با بازدهی بالاتری دارای توجیه اقتصادی می باشد.