آوند

فصلنامه تخصصی انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران

بهـار ۱۴۰۰ • شماره ۸۰ • قیمت ۳۰۰۰۰ تومان

انتظارات بخش صنعت از دولت آینده

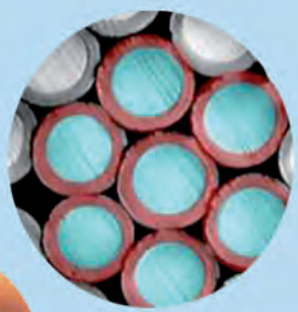
بافتینه

بافتسان

نسل جدید منسوج نبافته اسپان باند بایکو
BICOMPONENT

مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان بزرگترین تولید کننده منسوجات نبافته با بهره گیری از مدرنترین تکنولوژی روز دنیا (اروپا) ، با توجه به بهره برداری از طرح های توسعه ای خود با ظرفیت ۹۹۰۰۰ تن در سال ارائه کننده محصولاتی با کیفیت مطابق با استانداردهای جهانی با گرماژ حداقل ۷در خدمت صنایع بهداشتی- سلولزی جهت مصارف زیر می باشد:

- لایه رویی پوشک و نوار بهداشتی (Topsheet)
- لایه عمودی Leg-Cuff
- لایه Corewrap
- لایه اکوزیشن ADL
- نوار کناری Sidetape
- لایه مورد استفاده در Textile Backsheet



Sheath/Core

Side by Side

تهران ، خیابان دکتر شریعتی ، پایین تر از حسینیه ارشاد ، خیابان دشستان دوم ، پلاک ۱۰

تلفن : ۰۲۱-۲۲۸۷۱۰۰۰ | تلفن : ۰۲۱-۲۲۸۸۵۵۹۹

فکس : ۰۲۱-۲۲۸۷۱۱۰۰ | فکس : ۰۲۱-۲۲۸۸۵۶۰۰

WWW.BAFTINEH.COM | WWW.BAFTSAN.COM

INFO@BAFTINEH.COM | INFO@BAFTSAN.COM

محصولات شرکتهای بافتینه و بافتسان
دارای نشان استاندارد ملی ایران

I.F.D.A
سازمان غذا و دارو

بافتینه

بافتسان

جدیدترین تکنولوژی خط تولید منسوج نبافته
مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان (RF5)

در راستای تأمین نیازهای منسوجات نبافته صنایع کشور و ادامه توسعه مستمر، مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان اقدام به خرید جدیدترین فناوری روز دنیا، رایکفیل۵ (RF5) نموده است. همچنین درادامه تکمیل ظرفیت تولید منسوجات چند لایه این مجتمع صنعتی آماده بهره برداری از طرح توسعه خود می باشد. بدین ترتیب با اجرایی شدن طرح های در دست اقدام مجموع ظرفیت تولید انواع پارچه های اسپان باند و ملت بلون به ۹۹۰۰۰ تن در سال خواهد رسید.

بارزترین ویژگی های فناوری **RF5** شامل : ارتقاء بهره وری، تولید محصولات یکنواخت با استفاده از فناوری تحلیل داده و سیستمهای هوشمند، سیستم های اپتیک کنترل کیفیت **Online** و ... می باشد.

مزایای محصول تولید شده :

۱- تولید محصولات حجیم (bulky)
۲- بهبود خواص مکانیکی محصول از جمله استحکام طولی و عرضی
۳- ارتقاء کیفیت نرمی و لطافت منسوج
۴- تولید محصول با استفاده از فیلامنتهای بسیار ظریف
۵- محصول متشکل از فیلامنتهای دو جزئی

بهره برداری از خط تولید منسوج نبافته رایکفیل ۵ (RF5) بهمن ماه ۱۴۰۰

محصولات شرکتهای بافتینه و بافتسان
دارای نشان استاندارد ملی ایران

I.F.D.A
سازمان غذا و دارو

تهران ، خیابان دکتر شریعتی ، پایین تر از حسینیه ارشاد ، خیابان دشستان دوم ، پلاک ۱۰

تلفن : ۰۲۱-۲۲۸۷۱۰۰۰ | تلفن : ۰۲۱-۲۲۸۸۵۵۹۹

فکس : ۰۲۱-۲۲۸۷۱۱۰۰ | فکس : ۰۲۱-۲۲۸۸۵۶۰۰

WWW.BAFTINEH.COM | WWW.BAFTSAN.COM

INFO@BAFTINEH.COM | INFO@BAFTSAN.COM

مجتمع صنایع چسب استحکام

بزرگترین تولید کننده و صادرکننده چسب های تملت در ایران

SanaMelt®

Need Strongest ? Call the Best !

MADE IN IRAN

با افتخار، ساخت ایران

ESTEHKAM
Adhesive Co.

New Idea
Usual Choice

Global
93, Sana Building, Motahari Str.,
Before Sohrevardi Junction,
1576917714 Tehran, I.R.Iran
Phone : +98 21 84328 Ext. 149,150
Fax : +98 88743385
Mail : info@estehkam.com
Website : www.estehkam.com

از وبسایت ما
بازدید فرمایید

طوبی

شرکت گلخند بهداشت
تولید کننده انواع محصولات
سلولزی و بهداشتی

پوشک کامل
پریمیوم

دستمال حوله‌ای
پوشک معمولی
سایز بزرگ
پوشک معمولی
سایز کوچک

دستمال توالت
سبک و حجیم شده

نوارهای بهداشتی

دستمال اقتصادی ۵۰۰ برگ
دستمال اقتصادی ۳۰۰ برگ
دستمال اقتصادی ۲۰۰ برگ

دستمال خودرو ۲۰۰ برگ
۳۰۰ برگ
۲۰۰ برگ

آدرس کارخانه : بابل، جاده گنج افروز، شهرک صنعتی بابل کنار
تلفن کارخانه: ۲ - ۰۱۱۳۲۶۳۲۱۲۱ تلفن دفتر مرکزی : ۴-۸۸۹۷۴۸۴۳-۰۲۱

شرکت مامطیر سلولز
تولید کننده انواع محصولات سلولزی و بهداشتی

نارسیس

ابعاد دستمال
۲۰/۵ x ۲۰ سانتی متر

پوشک کامل پریمیوم
با لایه کتانی

دستمال چاپدار
دستمال توالت سبک و حجیم شده

ابعاد دستمال
۲۰/۵ x ۲۰ سانتی متر

اقتصادی ۲۰۰ برگ
اقتصادی ۳۰۰ برگ
اقتصادی ۵۰۰ برگ

دستمال ۳۰۰ برگ

دستمال ۲۰۰ برگ

دستمال خودرو

آدرس کارخانه : بابل، جاده گنج افروز،
شهرک صنعتی بابل کنار تلفن کارخانه: ۲ - ۰۱۱۳۲۶۳۲۱۲۱
تلفن دفتر مرکزی : ۴-۸۸۹۷۴۸۴۳-۰۲۱

سرو

Paper Products

سرو، لطافتی ماندگار...

QPIC

شرکت صنایع کاغذ سازی
قائمشهر (سهامی عام)

آوند

شماره ۸۰ / بهار ۱۴۰۰

به نام خداوند بخشنده مهربان

انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران

فهرست مطالب

* سخن اول
- انتظارات بخش صنعت از دولت آینده ۸
* اخبار و گزارش های انجمن
- جلسه با مسئولین محترم سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ۹
- جلسه انجمن با ستاد تنظیم بازار ۱۰
- تصمیمات کارگروه تنظیم بازار وزارت صنعت، معدن و تجارت ۱۱
- جلسه معاونت محترم قضایی با انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ۱۱
- گزارش افتتاح بیست‌وهشتمین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، پاک کننده، بهداشتی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته ۱۲
- مصاحبه با جناب آقای احسان هوشیار، مدیر عامل محترم شرکت پدیده صنعتی آویژه ۱۳
- رشد و توسعه شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر تا پایان سال ۱۴۰۰ ۱۶
* مقالات علمی
- فرآیند تولید خمیر کاغذ و انواع آن ۱۸
* دنیای تیشو
- بازگشت مجدد تیشوی بامبو به تجارت الکترونیک در ایالات متحده ۲۱
- سرمایه‌گذاری سوزانو به ارزش ۱۴,۷ میلیارد رئال برزیل در کارخانه جدید تولید خمیر کاغذ ۲۴
- رونمایی Toscotec از ریواندر جدید OPTIMA به منظور افزایش راندمان و کیفیت ۲۵
* رویدادها
- روز ملی کارآفرینی ۲۶
- روز جهانی بهداشت قاعدگی ۲۸
- روز جهانی محیط زیست ۳۰
* گزارش
- هدایت سرمایه‌ها به بخش تولید با طرح «اقتصاد مقاومتی با شرکت‌های برتر» ۳۳
- دستورالعمل صدور گواهی فعالیت تولید بدون کارخانه ابلاغ شد ۳۴
- هدف‌گذاری برای احیای ۲ هزار واحد صنعتی راکد در سال ۱۴۰۰ ۳۵
- تعیین مالیات مقطوع سال ۹۹ برخی از صاحبان مشاغل ۳۶
- درخواست اصناف برای تمدید مهلت ارسال اظهارنامه مالیات بر عملکرد ۹۹ ۳۹
- اقتصاد خوب در شرایط سخت ۴۰
- مهم ترین دلیل رکود واحدها، کمبود نقدینگی است ۴۳
- چرا نرخ ارز به سادگی پایین نمی‌آید؟ ۴۴
- ذخایر کالایی کشور در وضعیت مناسبی است ۴۵
* راهنمای مدیران
- چرا ترکیه در صادرات غیرنفتی وحضور در بازار منطقه موفق‌تر است؟ ۴۶
- تجارت جهان در فصل نخست ۲۰۲۱ ۴۹
- شرایط ابهام و نیاز به نوآوری با سرعت بالا ۵۳
- مزایا و معایب هوش مصنوعی در عرصه کسب و کار ۵۵
* بخش انگلیسی ۵۹

صاحب امتیاز:
انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران

مدیرمسئول:
نیما بصیری

شورای سیاست گذاری:
مهران ابول نژادیان، محمد مهاجر، هاشمعلی حسنی، محمدرضا هاشمیان، حسن آتش پوش، حسن زالی

سردبیر: الهام صنعتی

طراح و صفحه آرا: حمید رضا قائمی

نشانی نشریه: تهران- خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی- شماره ۱۹۲

تلفن انجمن: ۸۸۷۲۱۱۷۵ - ۸۸۷۲۱۸۴۸

تلفن نشریه آوند: ۸۸۷۱۱۹۵۱

نمابر: ۸۸۷۲۴۹۰۶

وبسایت: www.iahci.ir

پست الکترونیکی: info@iahci.ir

لیتوگرافی و چاپ: چاپ ایده آل

- نقل مندرجات این نشریه با ذکر مأخذ بلامانع است.
- نظرات نویسندگان و شرکت کنندگان در میزگردها و مصاحبه ها لزوما نظر نشریه نمی باشد.
- مسئولیت مطالب مندرج در این نشریه و معرفی شرکت ها به عهده نویسندگان و صاحبان کالا است.

- راه اندازی بزرگترین خط تولید خمیر کاغذ بهداشتی (فلاف پالپ) در خاورمیانه
- گرین پالپ آویژه- ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

شرکت پدیده صنعتی آویژه
P.S.A
Avizheh industrial Co

آوند از چاپ پژوهش ها و مقالات علمی متخصصان و کارشناسان با درج نام و عکس آنها استقبال می کند.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

انتظارات بخش صنعت از دولت آینده

با برگزاری سیزدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری در تاریخ ۲۸ خردادماه ۱۴۰۰، آقای سیدابراهیم رئیسی به عنوان رئیس‌جمهور منتخب برای دوره ۴ سال آینده انتخاب شدند که لازم است در ابتدای سخن به نمایندگی از انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران، این انتخاب را خدمت ایشان تبریک عرض نموده و برای ایشان در مسیر عمل به شعارها و وعده‌های انتخاباتی و حل مشکلات عدیده کشور، آرزوی توفیق نمایم.

بی‌تردید رئیس‌جمهور منتخب، بار مسئولیت بسیار سنگینی را پذیرفته چراکه کشورمان از نظر اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در یکی از حساس‌ترین و دشوارترین دوران خود به سر می‌برد و انبوهی از مشکلات ریز و درشت اقتصادی نیز گریبان‌گیر فعالان اقتصادی و عامه مردم شده است. کاهش درآمدهای ارزی و کسری بودجه شدید دولت در سال جاری، نرخ تورم بالای ۴۰ درصد، مشکلات عدیده بنگاه‌های تولیدی برای تامین مواد اولیه و افزایش هزینه‌های تولید، چالش صادرکنندگان جهت بازگرداندن ارز صادراتی، گسترش فساد و رانت در بخش‌های مختلف اقتصاد، کاهش شدید قدرت خرید مردم و گسترش فقر، کاهش سرمایه اجتماعی و افزایش نارضایتی عمومی از وضع موجود، تداوم همه‌گیری کووید۱۹ و کندی در روند واکسیناسیون، خشکسالی و تشدید بحران تامین آب و برق برای مصارف خانگی و صنعتی و ...، از جمله مهم‌ترین مسائل و چالش‌هایی هستند که رئیس جمهور جدید و کابینه وی باید با آنها مواجه شده و تدابیری غیر از آنچه تاکنون اتخاذ شده را برای رفع آنها بیاندیشد.

به طور خاص در بخش صنعت، طی سال‌های اخیر به دلیل افزایش تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی ناشی از آن، متاسفانه شرایط برای فعالیت بنگاه‌های تولیدی–صنعتی مخصوصا شرکت‌های کوچک و متوسط وابسته به بخش خصوصی سخت‌تر شده است. به طوری که بررسی آمار رشد اقتصادی دهه ۹۰ نشان می‌دهد که برآیند رشد اقتصادی کشور در ۱۰ سال گذشته رقمی نزدیک به صفر بوده است و بخش صنعت نیز در این مدت اگر کوچک‌تر نشده باشد، قطعا رشدی هم نداشته است.

از طرف دیگر، عمده توجهات وزارت صنعت در سنوات گذشته معطوف به صنایع بزرگ دولتی و شبه‌دولتی همچون خودروسازی، نفت و گاز و پتروشیمی، فولادسازی و ... بوده و صنایع کوچک و متوسط وابسته به بخش خصوصی بهره چندانی از برنامه‌ها و سیاست‌های حمایتی وزارت صنعت نبرده‌اند. این در حالی است که بنگاه‌های کوچک و متوسط از نظر تعداد و اشتغال بیش از ۸۰ درصد از بخش صنعت کشور را تشکیل می‌دهند و بدون برخورداری از حمایت‌های ویژه‌ای که صنایع بزرگ برخوردار هستند، ارزش افزوده و اشتغال بالاتری را هم ایجاد کرده‌اند. با این وجود و به رغم اینکه نامگذاری سال‌های اخیر نیز همگی با محوریت حمایت از تولید بوده، اما اقدامات عملی مسئولان و متولیان اقتصادی و صنعتی کشور هیچگاه در حدی نبوده که بتواند مشکلات تولیدکنندگان و صنعتگران بخش خصوصی را به صورت ریشه‌ای و دائمی حل کند و اگر هم اقدامی صورت گرفته بیشتر در حکم مُسکن و یا اقدامی از سر ناچاری بوده است.

معضل تامین مواد اولیه، تخصیص ارز؛ مشکل واردات نهاده‌های تولید، ماشین‌آلات و قطعات؛ مالیات بر ارزش افزوده؛ پیمان‌سپاری ارزی؛ نظام بانکی و نرخ بهره و جرایم دیرکرد تسهیلات؛ معضلات مربوط به تامین اجتماعی و قانون کار؛ دریافت مجوزها و ... سال‌هاست که در کشور وجود دارد و حتی به دلیل تحریم‌های سال‌های اخیر و کاهش درآمدهای دولت، فشار بر واحدهای تولیدی در بخش‌های ذکرشده افزایش پیدا کرده است. همچنین قوانین و مقرراتی که تحت عنوان حمایت از تولید تدوین و ابلاغ شده نیز به درستی و به صورت کامل اجرا نشده که از آن جمله می‌توان به ۶برنامه پنج ساله توسعه، چندین سند استراتژی توسعه صنعتی، قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار مصوب سال ۱۳۹۰ و ... اشاره کرد که هیچکدام نتوانسته‌اند کشور را در مسیر رشد و توسعه پایدار صنعتی قرار دهند.

با توجه به شرایطی که ذکر آن رفت، مهم‌ترین انتظار و خواسته فعالان اقتصادی از دولت جدید و مخصوصا وزیر آینده صنعت، رفع موانع تولید و حمایت از بنگاه‌های صنعتی بخش خصوصی است که در سال‌های اخیر به رغم تمام مشکلات و محدودیت‌ها همچنان خود را سرپار نگه داشته‌اند و نگذاشته‌اند چراغ تولید و اشتغال در کشور خاموش شود. از جمله این حمایت‌ها و مانع‌زدایی‌ها می‌توان به اعطای معافیت یا تنفس مالیاتی مخصوصا در حوزه مالیات بر ارزش افزوده؛ کاهش نرخ بهره و اعطای تنفس به بنگاه‌های دارای بدهی بانکی؛ بخشودگی جرایم دیرکرد و بهره مرکب؛ تسهیل در واردات مواد اولیه، نهاده‌های تولید و ماشین‌آلات از طریق کاهش تعرفه‌های گمرکی و یا پرداخت تسهیلات با دوره بازپرداخت بلندمدت؛ کوتاه کردن فرآیند صدور مجوزهای کسب‌وکار؛ تقبل بخشی از سهم حق بیمه کارفرمایان یا اعطای تنفس در این زمینه؛ تقبل بخشی از هزینه‌های بازاریابی شرکت‌های تولیدی برای حضور در بازارهای صادراتی؛ در نظر گرفتن مشوق‌ها و سیاست‌های حمایتی برای جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به بخش صنعت و ... اشاره کرد.

همچنین انتظار از وزیر آینده صنعت این است که نه صرفا وزیر صنایع بزرگ و دولتی بلکه وزیر کل صنایع کشور (از کوچک تا بزرگ) بوده و صنایع بالادستی و پایین‌دستی را به عنوان اجزای یک زنجیره ارزش که هرکدام از اهمیت و جایگاه مستقلی برخوردار هستند، در نظر بگیرد. در این زمینه توجه به صنایعی که بیشترین ظرفیت را در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده داشته و پتانسیل‌های مناسبی برای صادرات و ارزآوری دارند نظیر صنایع سلولزی–بهداشتی، کاغذسازی، نساجی و پوشاک و ... و تغییر نگاه بخش صنعت از خام فروشی نفت، گاز و مشتقات نفتی، به سمت خلق ارزش افزوده از منابع کشور می‌تواند بسیار گره‌گشا باشد.

اخبار و گزارش های انجمن

جلسه با مسئولین محترم سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان با حضور انجمن صنایع سلولزی بهداشتی و شرکت های تولیدکننده تیشو

در روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۸ به درخواست انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران جلسه ای با حضور آقایان موسوی؛ معاونت محترم نظارت بر کالاهای مصرفی و شبکه‌های توزیعی و اقتصادی، مهدی پور؛ مدیر کل محترم نظارت بر محصولات بهداشتی، دارویی و تجهیزات پزشکی، از سازمان حمایت و همچنین آقایان آتش پوش؛ رئیس هیئت مدیره انجمن، زالی؛ دبیر انجمن، خوشگرد و میزبان از مدیران و تولیدکنندگان تیشو، در محل سازمان حمایت منعقد گردید، گفتنی است این نشست که به منظور تعامل بیشتر تولیدکنندگان و رفع موانع تولید با مسئولان محترم این سازمان برگزار شد و قریب به ۳ ساعت به طول انجامید.

در این جلسه پیرامون رعایت ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمـایت، مسـائل مربـوط به فروشگاه‌های زنجیـره‌ای، قیمت مصرف کننده محصولات شرکت پارس حیـات و... بحث و گفتگو شد.

در ابتدا موسوی به دیدگاه سازمان حمایت در مورد ضوابط قیمت‌گذاری و مشکلات اقتصادی که گریبانگیر کشور است صحبت نمود و با تاکید بر اینکه سازمان حمایت مسئولیت خطیری در جهت حفظ توازن بین حقوق و منافع مصرف کنندگان و تولیدکنندگان عهده‌دار است بیان نمود؛ این سازمان هیچگونه تبعیضی میان صنوف و انجمن‌های مختلف قائل نیست.

پس از ارائه توضیحات حاضرین جلسه و بررسی آنالیز قیمت تمام شده تیشو و محصولات سلولزی بر اساس مستندات موجود، صورت گرفت.

پیرامون معقوله فروشگاه‌های زنجیره‌ای که تاکنون چالش‌ها و معضلات گوناگونـی را برای این صنعت بوجـود آورده است، نیز مذاکراتی صورت گرفت.

با توجه به اینکه در حال حاضر بسیاری از این فروشگاه‌ها، علی‌الخصوص فروشگاه شهروند بر خلاف ضوابط قیمت‌گذاری، با مطالبه حاشیه سود بالاتر از ۲۵درصد از واحدهای تولیدی اقدام به انعقاد قراردادهای یکطرفه با این واحدها و تحمیل هزینه‌های مضاعف به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان شده‌است، قرار بر آن شد که پیگیری‌های لازم از طریق مسئولین ذیربط و انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران در راستای رفع این معضلات بعمل آید.

در خصوص قیمت مصـرف کننده شرکت محتـرم پارس حیات و سایر شرکت‌های تولیدکننده تیشو که محتمل است در آینده نسبت به تولید محصولات سلولزی بهداشتی اقدام نمایند نیز مقرر گردید تا انجمن مکاتبات لازم جهت اصلاح ضوابط قیمت‌گذاری این گروه از شرکت‌ها را با جناب آقای رفیعی، مدیر کل محترم دفتر بررسی قیمت‌ها، انجام دهد.

متعاقبا ماحصل این اقدامات به اطلاع اعضاء محترم انجمن خواهد رسید.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

جلسه انجمن با ستاد تنظیم بازار پیرامون مشکلات تولید و توزیع تیشو و محصولات سلولزی بهداشتی

در روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۷ جلسه‌ای با حضور آقایان شیرقاضی؛ مدیر کل محترم برنامه‌ریزی، تامین، توزیع و تنظیم بازار، خاکی؛ مشاور محترم برنامه‌ریزی، تامین، توزیع و تنظیم بازار، ترحمی؛ سرپرست محترم اسبق دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی، مهدی پور؛ مدیر کل محترم نظارت بر محصولات بهداشتی، دارویی و تجهیزات پزشکی، از سازمان حمایت، ابوالقاسمی از تعزیرات حکومتی، کریمی، شفیعی، سرکار خانم حبیبی از کارشناسان محترم ستاد تنظیم بازار و همچنین آقایان زالی؛ دبیر انجمن، خوشگرد و میزبان از مدیران و تولیدکنندگان تیشو، در محل ستاد تنظیم بازار برگزار گردید.

در این نشست با توجه به بررسی آمار تولید سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹، ظرفیت اسمی تولید و نیاز مصرفی کشور ضوابط قیمت‌گذاری محصولات سلولزی بهداشتی و تیشو مورد مذاکره قرار گرفت.

در ابتدا شیرقاضی هدف از برگزاری این جلسه را بررسی راهکارهای حل مشکلات قیمت‌گذاری محصولات سلولزی بهداشتی و تیشو عنوان نمود و خواستار اعلام نظر حاضرین شد. یکی از تولیدکنندگان تیشو ضمن بیان معضلات تولید، از دخالت بیش از حد سازمان حمایت در پروسه قیمت‌گذاری گله‌مند بود.

ترحمی در تایید این موضوع افزود: این سختگیری‌های بیش از اندازه منجر به کاهش تولید و افزایش قیمت محصولات سلولزی بهداشتی خواهد شد که با منافع مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تعارض دارد. دبیر انجمن با تاکید بر اینکه افزایش قیمت تیشو از یک سمت و افزایش سایر هزینه‌ها نظیر جعبه، کارتن و چسب و... از سوی دیگر در قیمت گذاری نقش مستقیم دارد، خواستار تعامل سازمان حمایت با انجمن صنایع سلولزی بهداشتی جهت رعایت ضوابط قیمت گذاری شد.

مهدی پور با بیان اینکه تیشو و محصولات سلولزی بهداشتی باید ملزم به رعایت ضوابط قیمت گذاری باشند افزود: مشکل دیگری که وجود دارد مبحث عدم تفکیک محصولات درجه ۱و۲ است که سازمان حمایت در این زمینه آماده همکاری با واحدهای تولیدی است تا از این طریق ضوابط قیمت گذاری به نحو احسنت رعایت شود.

وی نیز از تخفیفات نامتعارف فروشگاه‌های زنجیره‌ای گله‌مند بود. خاکی در ادامه از افزایش قیمت جهانی و افزایش نرخ ارز ابراز نگرانی کرد و اعلام نمود: افزایش قیمت جهانی و نرخ ارز باعث کاهش سرمایه در گردش شرکت‌های تولید، کاهش تولید و در نتیجه گرانی خواهد شد.

نتیجه این جلسه در تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۱۳ به صورت مصوبه‌ای به انجمن ابلاغ شد که در ادامه به جزئیات آن پرداخته شده‌است.

تصمیمات کارگروه تنظیم بازار وزارت صنعت، معدن و تجارت پیرامون تولید و توزیع تیشو و محصولات سلولزی بهداشتی

یکصد و سی و ششمین جلسه کارگروه تنظیم بازار و با حضور مقامات ذیربط در روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۱۳برگزار گردید. جناب آقای قبادی دبیر محترم کارگروه تنظیم بازار، تصمیماتی را جهت بهبود مسائل مطرح شده از جانب انجمن اتخاذ نمودند.

با توجه به بررسی عملکرد و مباحث و موارد مربوط به تولید، توزیع تیشو و محصولات سلولزی بهداشتی و گزارش اتخاذ شده از سوی سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و تصمیمات متخذه کمیته رصد و پایش در خصوص طرح مجدد تقاضای انجمن سلولزی بهداشتی ایران پیرامون نحوه تعیین قیمت و عرضه تیشو و محصولات سلولزی بهداشتی مقرر گردید:

۱-قیمت تیشو و محصولات سلولزی بهداشتی بر اساس ضوابط قیمت‌گذاری مصوب هئیت تعیین و تثبیت قیمت‌ها سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان توسط واحدهای تولیدی طبق فرآیند مربوطه تعیین شود.

۲-هریک از واحدهای تولیدی مسئول و پاسخگوی قیمت‌های اعمالی فروش درب واحد تولیدی و یا مصرف کننده درج شده بر روی بسته‌بندی محصولات خود از حیث رعایت ضوابط نرخ‌گذاری مصوب هیئت تعیین و تثبیت قیمت‌ها خواهند بود و در صورت عدم رعایت ضوابط مذکور و همچنین دستورالعمل‌های صادره در این خصوص، برخورد قانونی لازم از سوی مراجع ذیربط معمول خواهد شد.

گفتنی است پیش از این، جلسات متعددی به درخواست انجمن برگزار شد و پیرامون درخواست صنعتگران سلولزی بهداشتی جهت عرضه تیشو و قیمت محصولات سلولزی بهداشتی و مشکلات مطروحه مذاکرات فراوانی صورت گرفت که گزارش مشروح آخرین نشست در تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۷ آورده شده‌است.

جلسه معاونت محترم قضایی با انجمن صنایع سلولزی بهداشتی پیرامون مشکلات صنفی

بنا به درخواست هیئت مدیره انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران جلسه‌ای در روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۰۸ با جناب آقای عمرانی، معاونت محترم قضایی دادستان کل کشور و رئیس دبیرخانه ستاد مرکزی پیگیری اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی قوه قضائیه و با حضور دبیر انجمن در محل ساختمان شماره ۲ قوه قضائیه جهت رسیدگی به مشکلات ساختاری صنف سلولزی بهداشتی برگزار گردید.

در این جلسه شرایط پرداخت، انعقاد قرارداد و حاشیه سود فروشگاه‌های زنجیره‌ای به عنوان یکی از مشکلات اساسی این صنعت محور گفتگو بود و پیرامون دیگر مشکلات اعضاء از قبیل ضوابط قیمت‌گذاری سازمان حمایت در مورد شرکت پارس حیات، صدور مجوزهای بی‌رویه تاسیس واحدهای تولیدی توسط وزارت صمت، تعرفه واردات تیشو، مشارکت انجمن‌های صنفی در تصمیم‌گیری‌های کلان با وزارتخانه‌های ذیربط، حمایت قضایی با تشکیل دادسرای ویژه تجاری جهت رسیدگی به اختلافات و مشکلات واحدهای تولیدی و همچنین چالش‌های قیمت‌گذاری (نظر به اینکه ۹۰ ٪ مواد اولیه صنعت از طریق واردات تامین می‌شود و تحت تاثیر قیمت جهانی و نرخ ارز می‌باشد) مذاکره شد.

جناب آقای عمرانی به منظور رفع مشکلات مطرح شده با فروشگاه‌های زنجیره‌ای در جهت رفع این موارد نامه‌ای مبنی بر جلوگیری از تحمیل هزینه‌های اضافی و غیرقانونی بر تولیدکنندگان و عدم دریافت سود بیشتر از نرخ مصوب توسط این فروشگاه‌ها به سازمان حمایت و اتحادیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای، ابلاغ نمودند. ضمنا رسیدگی به سایر موارد مورد بحث، به جلسات بعدی موکول گردید.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

گزارش افتتاح بیست‌وهشتمین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، پاک‌کننده، بهداشتی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته (ایران بیوتی و کلین)

بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، پاک کننده، بهداشتی، سلولزی و ماشین آلات وابسته (ایران بیوتی و کلین) از تاریخ ۲۸ الی ۳۱ اردیبهشت ماه ۱۴۰۰، از ساعت ۱۰ لغایت ۱۸ در محل نمایشگاه دائمی بین‌المللی تهران، پذیرای شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان متخصص بود.

*** مراسم افتتاحیه نمایشگاه**

بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی مواد شوینده، پاک کننده، بهداشتی، سلولزی و ماشین آلات وابسته (ایران بیوتی و کلین) صبح روز ۲۸ اردیبهشت ماه ۱۴۰۰ با حضور دکتر زمانی مشاور وزیر صمت، رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین المللی ج.ا.ایران، مهندس صفدری؛ مدیرکل صنایع غیر فلزی وزارت صنعت، معدن و تجارت و روسای تشکل‌های بخش خصوصی با رعایت شیوه نامه‌های بهداشتی ستاد کرونا آغاز به کار کرد.

در این نمایشگاه تخصصی علاوه بر بازدیدکنندگان تخصصی، از رایزنان بازرگانی و سفرای کشورهایی که در ایران حضور دارند نیز دعوت شد تا دستاوردهای داخلی در این زمینه را مشاهده نمایند. البته این امکان نیز فراهم بود که عموم مردم از طریق پرتال نمایشگاه بین‌المللی ایران به صورت مجازی از این نمایشگاه دیدن کنند. تونل‌های ضدعفونی‌کننده جلوی درب‌های ورودی و خروجی سالن‌ها تعبیه و از ورود بازدیدکنندگان بدون ماسک اکیدا خودداری می شد و همچنین برچسب‌هایی برای رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی بر روی زمین الصاق شده بود.

*** کالاها و خدمات نمایشگاه ایران بیوتی و کلین سال ۱۴۰۰ در نمایشگاه بین‌المللی**

انواع مواد شوینده، پاک‌کننده، محصولات سلولزی بهداشتی، محصولات محافظتی پوست، مو، رنگ مو، عطر، ادکلن و اسپری، خوشبوکننده و محصولات بهداشتی منزل، مواد اولیه واسطه‌ای، خدمات بازرگانی و مشاوره، ماشین‌آلات و صنایع وابسته در این نمایشگاه در معرض دید مخاطبان قرار گرفت.

گفتنی است؛ در این دوره از نمایشگاه ایران بیوتی و کلین تنها بازدیدکنندگان تخصصی با دعوت قبلی مجاز به بازدید و حضور در نمایشگاه بوده و عموم نیز می توانند از طریق پرتال نمایشگاه بین‌المللی به صورت مجازی از نمایشگاه دیدن کنند. این نمایشگاه با مشارکت ۱۷۳ شرکت داخلی در فضایی به مساحت بیش از ۱۹ هزار متر مربع در سالن‌های ۵-۶-۷-۸-۹-۲۷ برگزار شد.

مصاحبه با جناب آقای احسان هوشیار، مدیر عامل محترم شرکت پدیده صنعتی آویژه

در حاشیه برگزاری بیست‌وهشتمین نمایشگاه بین‌المللی مواد شوینده، پاک‌کننده، بهداشتی، سلولزی و ماشین‌آلات وابسته

فعالیت‌های شرکت پدیده صنعتی آویژه

شرکت پدیده صنعتی آویژه، تولیدکننده خمیر کاغذ بهداشتی (فلاف پالپ) می‌باشد. این شرکت حدود چهار سال است که فعالیت خود را آغاز کرده و توانسته در این مدت با تلاش فراوان به نتایج مثبتی در تولیدات داخلی برسد. این شرکت تنها تولیدکننده خمیر کاغذ صددرصد بهداشتی (ویرجین) در کشور و خاورمیانه می‌باشد که توانسته با بالاترین کیفیت، مرغوبترین نوع خمیر مطابق با آنالیز استاندارد جهانی را تولید نماید و انواع مختلفی از خمیرهای بهداشتی از جمله آنتریتد و تریتد را به بازار عرضه کند.

منابع تهیه ماده اولیه لازم برای تولید فلاف پالپ با توجه به محدودیت منابع طبیعی در ایران

متاسفانه به دلیل شرایط اقلیمی در کشور، امکان تامین مواد اولیه از منابع طبیعی داخلی وجود ندارد. برای مثال خمیر سافت وود (خمیر الیاف بلند) نیاز به منابع جنگلی از نوع کاج، صنوبر و درختان برگ سوزنی که در مناطق سردسیر رشد می‌کنند، دارد و همچنین تهیه خمیر هارد وود (الیاف کوتاه) نیز به گیاهانی همچون بامبو و اکالیپتوس در مناطقی با رطوبت بسیار بالا احتیاج دارد. از این‌رو با توجه به شرایط اقلیمی ایران، مجبور به واردات تقریبا ۹۰ ٪ از مواد اولیه مورد نیاز از کشورهای اروپایی، آمریکایی و آسیای شرقی هستیم. با این حال، شرکت پدیده صنعتی آویژه در حال تحقیق و آزمایش برای جایگزین کردن مواد اولیه جدید و مناسب برای تولیدات خود می‌باشد تا بتواند حتی‌الامکان از منابع موجود در کشور، استفاده کرده تا هر چه بیشتر از خروج ارز از کشور جلوگیری و از دغدغه های واردات کاسته شود. این مجموعه، تولیدات خود را به شرکت‌های تولیدکننده محصولات سلولزی بهداشتی، تجهیزات پزشکی و حتی در مصارف غیربهداشتی (مثلا در مدارهای کامپوزیت و پوششی و...) عرضه می‌نماید.

معرفی محصولات جدید

در حال حاضر آویژه، تولیدکننده خمیر فلاف پالپ تریتد و آنتریتد و خمیرهای سفارشی می‌باشد. همچنین توانایی پذیرفتن هرگونه سفارش تولید با توجه به تغییر در ضخامت، گراماژ و رطوبت برای مشتریان خود را دارد تا با دستگاه مورد نظر تطبیق دهد.

خط تولید جدید آویژه

شرکت آویژه تا پایان سال ۱۳۹۹ با ظرفیت ۶۰۰۰ تن تولید سالیانه محصولات خود را عرضه می‌نمود که به لطف پروردگار توانست از ابتدای سال جاری، با بهره برداری خط تولید جدید

راه اندازی بزرگترین خط تولید خمیر کاغذ بهداشتی (فلاف پالپ) در خاورمیانه

خود به افزایش تولیـــد رسیده و ظرفیت ۱۸۰۰۰ تنی را اضـافه کند که جمعـــا این شرکت قادر است با ظرفیت ۲۴۰۰۰ تنی (اسمی) در سال، نیاز حداکثری کارخانجات کشور را تامیـن نماید.

طرح‌های توسعه آتی

این شرکت درصدد احداث کارخانه سوم خود به منظور تولید محصولی جدید و مورد نیاز کشور است، این محصول در حال حاضر وارداتی بوده و انشاالله با راه اندازی این کارخانه تغییر و تحول زیادی در تولید محصولات سلولزی انجام خواهد شد.

راندمان نمایشگاه ایران بیـــوتی ۱۴۰۰ در مقایســـه با سالیـــان گذشته باتـــوجه به محدودیت‌های شرایط کرونا

نمایشگاه ایـران بیوتـــی، باتوجه به بعد روانـــی شرکت‌کننـــدگان و پروتکل‌های بهداشتی نمایشگاه، پرشورتر از سال گذشته برگزار شد. شرکت پدیده صنعتی آویژه نیز برای پنجمین سال متوالی در این نمایشگاه حضور به هم رسانید، اما متاسفانه سایر همکاران در بخش سلولزی در نمایشگاه شرکت نداشتند که این خود می‌تواند باعث نگرانی باشد، چرا که در نهایت در سال‌های آینده بر تولید واحدهای سلولـــزی تاثیر سـو خواهد گذاشت. حضور شرکت‌های سلولزی هر چند اندک، باعث تداوم و استحکام ستون‌های این صنعت می‌شود. حتی اگر حضـــور در نمایشگاه با هدف نیاز به جذب مشتری نباشد، ولی از لحاظ تعامل با شرکت‌های داخلی و حتی بین‌المللی لازم و تاثیرگذار است.

شرکت آویژه به عنوان تنها شرکت‌کننده بخش سلولزی نمایشگاه امسال، توانست با شرکت‌های داخلی و خارجی جدیدی ارتباط برقرار کند و به دلیل افزایش حجم تولیدی که این شرکت از ابتدای سال داشته، توانست محصولات خود را به چند شرکت معتبر عرضه نماید.

وضعیت صنایع سلولزی

یکی از مهم‌ترین مسائلی که گریبان‌گیر صنایع سلولزی است، مسئله افزایش قیمت ارز و قیمت جهانی خمیر می‌باشد که باعث سردرگمی تولیدکنندگان در بالانس هزینه تمام شده محصول و تطبیق آن با هزینه مواد اولیه می‌گردد. از آنجایی که هزینه‌های

جانبی شرکت‌ها ماهیانه افزایش می‌یابد و قیمت تمام شده محصولات بالا می‌رود، این بی‌ثباتی قیمت‌ها، لطمات فراوانی به تولیدکنندگان داخلی وارد می‌کند.

در این حین محصولات غیربهداشتی و غیراستاندارد از جمله نوار بهداشتی، دستمال کاغذی و... که به صورت غیراستاندارد در بازار عرضه می‌گردند به مشکلات فروش کارخانجات اضافه می‌گردد و این اختلاف قیمت در محصولات ویرجین و غیرویرجین به شرکت‌های معتبر لطمه می زند، هر چند که سهم اعظم فروش متعلق به شرکت‌های بزرگ و معتبر می‌باشد اما اقتصاد نابسامان داخلی و شرایط سخت معیشتی مردم سبب می‌شود، تا گروهی از افراد برای تهیه مایحتاج خود فقط به قیمت محصول توجه کنند.

امید است در سال ۱۴۰۰ و انتخاباتی که پیش‌رو داریم تغییر و تحول مهمی در پیکر اقتصادی کشور به وجود آید و قیمت‌ها به ثبات کامل برسد، تا هم خریدار و هم فروشنده بتوانند با آسودگی معاملات خود را انجام داده و عرضه و تقاضا به صورت ثابت و دائم انجام گیرد.

سخن پایانی

به عنوان عضوی از صنایع سلولزی از همکاران عزیز و محترم تقاضامندم که با تولید محصولات با کیفیت‌تر از دیروز، به صنعت سلولزی کمک نموده و صنعت را به سمتی پیش ببرند که در آینده نه چندان دور در خاورمیانه و خاور دور صحبت‌های گفتنی داشته باشیم و بتوانیم پتانسیل بالایی که در کشور داریم را به خارج از مرز و بوم هدایت کنیم و رقابت حداکثری را به سمت بازارهای بین‌المللی ببریم.

شرکت پدیده صنعتی آویژه تمام تلاش خود را در راستای تامین مواد اولیه کارخانجات داخل کشور می‌کند و این اطمینان را می‌دهد که با شرایط ویژه برای مشتریان خوب و دائمی خود خدمت‌رسانی نماید. همکاران گرامی می‌توانند از طریق سایت شرکت به نشانی Avizhe.co با ما در ارتباط بوده و از فراخوان‌ها و اخبار مهم مجموعه مطلع شوند.

در پایان از همکاران گرامی و هیئت مدیره محترم انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران، که ما را در این راه یاری نموده و به ما قوت قلب می‌دهند تا بتوانیم هر روز بهتر از دیروز و با انرژی بیشتری به کار خود ادامه دهیم، تشکر و قدردانی می‌نمایم.

راه اندازی بزرگترین خط تولید خمیر کاغذ بهداشتی (فلاف پالپ) در خاورمیانه

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

رشد و توسعه شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر تا پایان سال ۱۴۰۰

مهندس مهدی کاملی، مدیر عامل شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر (سهامی عام) در گفتگویی اختصاصی با نشریه آوند؛ از رشد و توسعه این مجموعه تا پایان سال خبر داد و گفت: افق تازه‌ای در این صنعت با چشم اندازی روشن رقم خواهد خورد.

تاریخچه شرکت کاغذسازی قائمشهر

سابقه شرکت صنایع کاغذ سازی قائمشهر به بیش از چهار دهه و به سال ۱۳۵۵ برمی‌گردد. این شرکت در سال ۱۳۵۵ به نام "حریرشاهی" در شهرستان قائمشهر به ثبت رسید و در سال ۱۳۶۱ طی مصوبه مجمع عمومی فوق‌العاده شرکت به نام شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر تغییر نام یافت. کارخانه دستمال حریر در کنار کارخانجات قدیمی همچون نساجی، گونی بافی، کنسروسازی و... نیز برای مردم منطقه یادآور خاطرات تلخ و شیرین فراوانی بوده است.

این شرکت درگذر زمان شرایط مختلفی را تجربه نمود (طی مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۳۷۰/۵/۲۹ شخصیت حقوقی شرکت از سهامی خاص به سهامی عام تغییر و اساسنامه جدید شرکت متشکل بر ۷۰ ماده و یک تبصره به تصویب رسید، پیرو تحقق شرایط عمده پذیرش در بورس از تاریخ ۱۳۷۱/۳/۱۱ سهام شرکت با نماد چکاغذ در فهرست نرخ‌های بورس درج گردید و طی صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۷۹/۴/۱۴ اساسنامه جدید شرکت طبق اساسنامه سازمان بورس اوراق بهادار تهران متشکل بر ۸۷ ماده و ۱۴ تبصره به تصویب رسید). در حال حاضر سهامدار عمده شرکت سرمایه گذاری آتیه صبا با سهام ۹۵ درصد می‌باشد.

شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر (سهامی عام) حریر سابق زیر مجموعه صندوق بازنشستگی کشوری و هلدینگ آتیه صبا می‌باشد.

سابقه فعالیت کارخانه

این شرکت طی این مدت علاوه بر تولید محصولات سلولزی، به‌عنوان اولین شرکت تولیدکننده خمیر فلاف پالپ از لینتر پنبه در کشور نیز فعال بوده است، که در سال ۱۳۸۲ فعالیت تولیدی شرکت به دلیل کمبود نقدینگی، فرسودگی ماشین‌آلات، مشکلات عدیده زیست محیطی، ایجاد پساب و آلاینده‌های صنعتی متوقف گردید.

در سال ۱۳۹۰ بر اساس تایید شرکت سرمایه‌گذاری آتیه صبا و صندوق بازنشستگی مبنی بر تغییر کاربری زمین۶۰.۶۴۷ متر مربعی شرکت جهت ارزش افزوده آن مقرر گردید بر اساس ماده ۷ تنظیم بخشی از مقررات تسهیل نوسازی صنایع کشور اقدام به تغییر کاربری زمین کارخانه شود که شرط لازم و کافی جهت تحقق این موضوع انتقال و احداث مجموعه دیگر در شهرک صنعتی بود بر اساس توافق با فرمانداری و شهرداری شهرستان ابتدا مجوز انتقال از سازمان صنعت، معدن و تجارت صادر و نهایتا شرکت در سال ۱۳۹۲ مبادرت به خرید زمین در شهرک صنعتی سنگتاب جهت احداث کارخانه برای تولید محصولات سلولزی نمود که در نهایت چندین باب سوله به مساحت بالغ بر ۴۰۰۰متر مربع و ساختمان‌های اداری ساخته شد و در شهریور ماه ۱۳۹۶ و مصادف با هفته دولت رسما احیا و به بهره‌برداری رسید.

کل سرمایه‌گذاری این طرح بیش از ۲۱۵ میلیارد ریال بوده که در فاز اول با خرید و نصب ماشین‌آلات روز دنیا به ارزش ۷۰۰ هزار دلار و ساخت ابنیه و تزریق سرمایه در گردش به میزان ۱۰۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۶ به انجام رسید و حاصل آن اشتغال‌زایی برای بیش از ۱۵۰ نفر به صورت مستقیم و

غیرمستقیم بوده است. لازم است در اینجا از زحمات مهندس غفوری که در خرید و نصب ماشین‌آلات سلولزی به عنوان مشاور همکاری فراوانی با مجموعه داشتند نیز قدردانی شود.

محصولات سلولزی این شرکت با برندهای سرو، پرژن و ونوشه در سطح کشور توزیع می‌گردد. این شرکت در گذشته مالک معنوی ۹ برند در سطح کشور بوده که به دلیل بی‌تدبیری مدیران گذشته اعتبار تمامی برندها به اتمام رسید و هیچ مسئولی جهت تمدید آنها اقدام ننمود و تنها با رایزنی فراوان موفق به تمدید سه برند سرو، پرژن و ونوشه شده و این شرکت در سال گذشته موفق به ثبت رکورد در تولید و فروش گردیده است.

رشد فروش و توسعه کاغذسازی قائمشهر در سال ۱۳۹۹

مدیر عامل شرکت صنایع کاغذسازی قائم شهر با بیان اینکه این شرکت دهه‌های متمادی بعنوان قطب اقتصادی منطقه و پیشرو در صنعت سلولزی کشور مطرح بوده و اکنون می‌کوشد با نگاه به آینده از تمامی ظرفیت‌های خود استفاده نماید تا به کارخانه‌ای در آمدزا و پویا تبدیل شود، تاکید نمود: شرکت صنایع کاغذ سازی قائم شهر در سال ۹۹ نسبت به سالیان گذشته شاهد رشد معادل ۶۰ درصدی در تولید و ۱۰۰ درصدی در فروش بوده است.

سود عملیاتی حاصل از فروش محصولات به نسبت سال های گذشته ۳ برابر شده است و این امر سبب شد تا زیان انباشته‌ای که طی سال‌های ۸۲ الی ۹۶ به دلیل توقف فعالیت شرکت حادث شده بود، طی فعالیت‌هایی که در سال‌های ۹۷ الی ۹۹ انجام شده، به صفر برسد و شرکت به سود قابل ملاحظه‌ای دست یابد.

کاملی در ادامه با تصریح این مطلب که هدف ما کسب رکوردهای بیشتر است، افزود؛ بر همین اساس ۲ برنامه طرح توسعه پیش بینی شده است:

۱. برنامه کوتاه مدت افزودن دستگاه‌های برش و بسته بندی و همچنین اضافه کردن خط تولید محصولات نوار بهداشتی و تکمیل سبد محصولات که در بودجه سال ۱۴۰۰ نیز در نظر گرفت شده است.

۲. طرح توسعه اساسی شامل تولید خمیر کاغذ از ضایعات کشاورزی و همچنین تولید کاغذ تیشو از خمیر تولید شده، که این طرح جزء طرح‌های اولویت دار کشور و به ویژه استان مازندران است و با یاری خداوند این فعالیت‌ها طی سنوات آینده شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر را به عنوان قطب سلولزی کشور مطرح خواهد کرد.

وی با بیان اقدامات انجام شده در سال گذشته اظهار نمود: از جمله اهم فعالیت‌های انجام شده در شرکت ثبت افزایش سرمایه ۱۲۰ میلیارد ریالی و خروج شرکت از ماده ۱۴۱ می‌باشد. گفتنی است این شرکت در سال ۱۳۹۹ به عنوان واحد نمونه صنعتی استان مازندران معرفی شده است.

وی تاکید کرد: جهت افزایش فروش محصولات نیز قراردادهایی با فروشگاه‌های زنجیره‌ای داخلی و همچنین در بخش فروش اینترنتی نیز منعقد گردیده که امید است بتوانیم سهم بازار فروش بیشتری داشته باشیم. لازم به ذکر است که محصولات این شرکت در سال گذشته به کشورهای همسایه نیز صادر گردیده است.

کاملی در پایان ضمن تشکر و قدردانی از تلاش تمامی همکاران در شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر و همچنین اعضای محترم هیئت مدیره و اعتمادی که سهامداران محترم علی‌الخصوص شرکت سرمایه‌گذاری آتیه صبا و صندوق بازنشستگی کشوری نسبت به مجموعه داشته‌اند افزود: امید است در سال ۱۴۰۰ که توسط مقام معظم رهبری مزین به نام «تولید، پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها» می‌باشد با حمایت سهامداران محترم، شرکت سرمایه‌گذاری آتیه صبا و صندوق بازنشستگی کشوری نسبت به طرح های پیشرو اقدامات مناسب صورت پذیرد.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

فرآیند تولید خمیر کاغذ و انواع آن

گردآورنده: شرکت پدیده صنعتی آویژه

خمیر فلاف پالپ عمدتا برای تهیه پوشک بچه، نوار بهداشتی و زیراندازهای بیمارستانی، و... مورد استفاده قرار می‌گیرد. معمولا خمیر فلاف باتوجه به نوع تولید آن، به دو دسته آنتریتد و تریتد تقسیم می‌شود. خصوصیات خمیر که به پارامترهای مختلفی از جمله گراماژ، چگالی، pH، رطوبت درصد خاکستر، تحت UV (فرابنفش) بودن طول الیاف و ... مرتبط می‌شود، با توجه به نیاز مشتری تعیین می‌گردد. همه این پارامترها در حین تولید و پس از تولیـــد در آزمایشگاه هـای فیزیکی، شیمیایـــی و میکروبی مورد بررسی قرار می‌گیرند تا محدوده مجاز استاندارد هر کدام از این فاکتورها به حد مطلوب خود برسند. هم چنین آزمون‌های میکروبی تعیین شده در آزمایشگاه میکروبی انجام می‌شوند و پس از تایید، محصول آماده به بازار عرضه می‌شود. میزان نیاز داخلی کشور به این محصول در حال حاضر حدود ۱۲۰ هزار تن در سال می‌باشد.

خمیـــر فلاف به طـور معمول به صورت رول کاغذ به مشتـری عرضه می‌شود. برای تولید آسان فلاف، و مصرف کم انرژی، سطح رطوبت و ضخامت ورقه نمـدی باید به دقت کنتـرل شود. معمولا رطوبت آن بیـن ۸ تا ۱۰ درصـد (یعنی کمتر از خمیـــر کاغذ تجـاری) است. از سوی دیگر، آب گیری با پرس را باید به حداقل رساند تا ورقه بیش از حد متراکم نشود. در نتیجه، عمده تبخیر باید در بخش خشک کن انجام شود که نتیجه آن کاهش سرعت تولید و نیاز به تجهیزات ویژه برای تولید حلقه‌های بزرگ خمیر فلاف است که سبب شده کارخانه‌های تولید خمیر کمتر وارد این بازار شوند. از سوی دیگر، با توجه به روند رو به افزایش مصرف خمیر فلاف، انتظار می‌رود در آینـــده، بازار این فرآینـــد سودآورتـــر شـده و در نتیجه، تولید خمیر فلاف افزایش یابد.

روش‌های تهیه خمیر کاغذ

• خمیر سازی مکانیکی

قدیمی‌ترین و همچنین شاید متداول ترین روش خمیرسازی مکانیکی، فرآیند گرانوود است که در آن چوب به صورت قطعات بریده شده، به وسیله یک سنگ زبرچرخان[1] با سرعت ۱۰۰ تا ۱۲۰۰ دور در دقیقه، تحت فشار قرار گرفته و خرد می‌شود. در نتیجه این عمل، الیاف از چوب کنده شده، ساییده شده و با شستشو از سطح سنگ جدا می‌شوند.

خمیر رقیق الیاف و خرده الیاف که به این ترتیب به دست می‌آید، غربال می‌شوند تا ریزه چوب ها و سایر ذرات ناخالص جدا شوند. سپس با آبگیری از آن، خمیری به دست می‌آید که برای کاغذسازی مناسب است. اساس کار ساده است اما تهیه خمیری یکنواخت با بازده و کیفیت خوب، نیاز به کنترل دقیق زبری سطح سنگ، فشار وارد شده بر چوب در سطح سنگ، سرعت آبپاشی و دمای آب دارد.

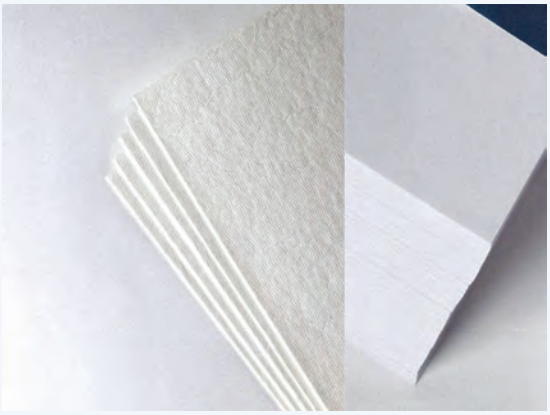
پیشرفت جدیدی که در خمیرسازی مکانیکی حاصل شده است، شامل ساییدن و خرد کردن خرده چوبها بین دو دیسک چرخان در وسیله ای به نام پالاینده است. در اینجا، خمیر حاصل را خمیر مکانیکی پالایشی[2] (RMP) می‌نامند. در مقایسه با خمیر گرانوود سنگی، RMP (مکانیکی_پالایشی) معمولا محتوای الیاف بلند بیشتر است و کاغذ حاصل از آن محکمتر خواهد بود. در طی چندسال گذشته، فرآیند RMP توسعه بیشتری یافته است. در کارخانه‌های جدید یک مرحله نرم ســازی مقدماتی گرمایـی یا شیمیایی (یا گرمایی–شیمیایی) نیز اضافه شده است. بااین عمل، انرژی مورد نیاز برای تولید و پالایش خمیر کاهش می‌یابد و خمیر حاصل کیفیت بهتری دارد. در این راستا، می‌توان از خمیر گرمایی–مکانیکی[3] (TMP) نام برد که محکمتر از خمیر RMP است.

مزیت بزرگ فرآیندهای خمیرسازی مکانیکی در این است که می‌توانند تا ۹۵ ٪ وزن خشک چـــوب را به خمیر تبدیل کنند، اما برای دستیابی به این هدف، نیاز به مقدار زیادی انرژی است. کاغذ حاصل بسیار مات است، چاپ پذیری مطلوبی دارد، اما ضعیف است و در برابر نور به زودی رنگین می‌شود. برای افزایش مقاومت این نوع کاغذها، معمولا لازم است مقداری خمیر شیمیایی بلند الیاف به خمیر مکانیکی اضافه شود. در گذشته، برای

[1] نوعی سنگ که در آن الیاف سلولزی به صورت قطعات بریده می‌شوند

[2] Refining mechanical pulp - [3] Thermo mechanical pulp

کاغذ روزنامه معمولا ۷۵ ٪ خمیر گرانوود را با ۲۵ ٪ خمیر شیمیایی مخلوط می‌کردند.



• خمیرسازی شیمیایی

هدف در فرآیندهای تولید خمیر شیمیایی، تجزیه و حل لیگنین[۴] و خارج ساختن آن ماده است به طوری که آنچه که برجای می‌ماند سلولز و همی‌سلولز[۵] به صورت الیاف سالم و نسبتا تغییر نیافته است. در عمل، با روش‌های تولید خمیر به طریق شیمیایی، می‌توانند قسمت عمده لیگنین را خارج کنند. این روش‌ها مقداری همی‌سلولز و سلولز را نیز تجزیه می‌کنند، در نتیجه در مقایسه با فرآیندهای مکانیکی، بازده خمیر شیمیایی کمتر و در حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد نسبت به مقدار چوب اولیه است.

در فرآیندهای شیمیایی، خرده چوب ها (چیپس) در دمای بالا و فشار بالا با مواد شیمیایی مناسب در محلول آبی پخته می‌شوند. دو فرآیند مهم از این نوع عبارت اند از فرآیند کرافت (قلیایی) و فرآیند سولفیت (اسیدی). فرآیند کرافت، به دلیل داشتن مزایایی در بازیابی مواد شیمیایی و استحکام مطلوب تر خمیر، موقعیت برتری را به دست آورده است. فرآیند سولفیت، که تا سال ۱۳۹۰ رایج تر بود، مجددا مورد توجه قرار گرفته است و ممکن است گسترش بیشتری پیدا کند.

• خمیر سازی سودای سرد

خمیرسازی به روش سودای سرد شامل تیمار ماده خام با هیدروکسید سدیم (قلیا) در شرایط بدون فشار و با دمای ۱۰۰ درجه سانتی گراد و بالاتر از آن می‌باشد، که با پالایش مکانیکی در مرحله بعد کامل می‌گردد. عملکرد قلیا در این فرآیند باعث اکسیده شدن دیواره سلولی می‌گردد و باعث تنش‌هایی در دیواره اولیه و ثانویه فیبرها می‌گردد که باعث از هم پاشیدن الیاف در مرحله پالایش مکانیکی می‌شود. تنها، مقداری لیگنین، در این فرآیند خمیر خارج می‌گردد و با توجه به حجم و پایین آمدن بازده به علت خارج شدن همی‌سلولز و ماده استخراجی است. در مورد چوب، خمیر فرآیند سودای سرد باتوجه به باقی مانده ماتی و قابلیت چاپ پذیری در خمیر حاصله، از خواص مقاومتی بهتری نسبت به خمیر آسیاب سنگی برخوردار است.

مصرف هیدروکسید سدیم (قلیا) به همراه پراکسید هیدروژن فرآیند مکانیکی شیمیایی پراکسید قلیایی خوانده می‌شود، که خمیری با کیفیت و روشنی بالا با مواد غیرچوبی تولید می‌نماید. منابع کمی در زمینه استفاده ساقه پنبه در فرآیندهای سودای سرد و مکانیکی شیمیایی وجود دارد. تمامی روش‌های خمیرسازی مکانیکی ماشینی به نوعی همگی در مقیاس آزمایشگاهی باقی مانده و به صنعت وارد نشده اند.

به منظور اجازه تولید گرفتن مقدار کمی از ساقه پنبه مورد نظر را که فاقد مواد اضافی باشد را انتخاب کرده و ۱۰۰ گرم ماده خشک از این ماده را در کیسه‌ای نایلونی با سایز ۵۰ مش قرار می‌دهیم. سپس این کیسه را در ظرفی ۱۰ لیتری حاوی محلول هیدروکسید سدیم با دمای کنترل شده و غلظت مناسب غوطه ور می‌نماییم. آب مصرفی، آب تقطیر شده یا دیونیزه شده می‌باشد که برای تهیه تمامی محلول ها مورد استفاده است. در پایان زمان تاثیرگذاری محلول، کیسه محتوای مواد را از داخل حمام در آورده و با آب مقطر شستشو می‌دهیم تا تمامی مواد شیمیایی از سطح مواد زدوده شود. بعد از این مرحله کیسه مورد نظر را در آورده و با حرارت ۱۰۵ درجه سانتی گراد به مدت ۱۲ ساعت قرار می‌دهیم.

وزن خالص مواد باقی مانده، پس از این مراحل به دست می‌آید. با این روش، بازده کلی این تصفیه شیمیایی را می‌توان محاسبه نمود. پالایشگرهای ابتدایی در اصل بلندرهای تجاری هستند که با یک ظرف ۴ لیتری تجهیز شده بودند. روتور (بخش گرداننده موتور) بلندر نیروی لازم برای تولید محصول را فراهم می‌نمود. فرآیند آغشته سازی دوباره تکرار می‌گردد. در پایان دومین آغشته سازی، مواد داخل به طور مختص آبکشی شده و سپس به مخزن بلندر منتقل گردید. باتوجه به اعداد به دست آمده از آزمایش اول، به میزان لازم آب مقطر ۲۵ درجه سانتی گراد به مخلوط اضافه می‌گردد تا درصد خشکی آن به ۲.۵ برسد.

---

[۴] هرگونه ناهمگنی که به همراه سلولز در دیواره یاخته گیاهان حضور دارد [۵] - رایج ترین ترکیب در ساختار گیاهان چوبی بعد از سلولز

• خمیرسازی مکانیکی با پراکسید قلیایی

خمیرسازی مکانیکی با پراکسید قلیایی به همان تجهیزاتی که در مرحله سودای سرد احتیاج بود و توضیح داده شد، نیاز دارد. برای هر آزمایش، ساقه‌های پنبه ابتدا به مدت سی دقیقه در دمای ۷۰ درجه سانتی گراد در غلظت ثابت DTPA (اسید پنتا استیک دی اتیلن تری آمین)[۶] آغشته سازی می‌شود که مواد مصرفی آن هیدروکسید سدیم به همراه سولفات منیزیم می‌باشد.

در پایان زمان آغشته سازی، پراکسید هیدروژن نیز اضافه می‌گردد و مرحله آغشته سازی برای ۹۰ دقیقه دیگر ادامه می‌یابد. آب دیونیزه شده و تقطیر شده برای تهیه تمامی محلول ها می‌بایست مورد استفاده قرار گیرد.

متغیرهای این آزمایش، غلظت هیدروکسید سدیم و پراکسید هیدروژن و هم چنین نسبت این دو ماده به یکدیگر می‌باشد.

نتیجه گیری

باتوجه به روند روبه رشد نیاز اساسی به خمیر کاغذ بهداشتی (فلاف پالپ) و اهمیت آن به عنوان یک ماده اولیه پرمصرف و ضروری در صنایع سلولزی و بهداشتی و هم چنین جلوگیری از خروج ارز برای واردات این محصول مهم و کاربردی، شایسته است که نسبت به سال‌های گذشته به مراتب توجه بیشتری به تولید این محصول داشت و در نهایت به سمت خودکفایی در این زمینه حرکت کرد.

جدول ۱- مقایسه کلی روش‌های تهیه خمیر کاغذ

مکانیکی	مکانیکی-شیمیایی	شیمیایی
تولید خمیر با انرژی مکانیکی (بدون مواد شیمیایی یا گرما)	تولید خمیر با تلفیقی از عملیات شیمیایی و مکانیکی	تولید خمیر با استفاده از مواد شیمیایی و گرما
پربازده (۹۰-۹۵ درصد)	بازده متوسط (۵۵-۹۰ درصد)	کم بازده (۴۰-۵۵ درصد)

منابع:

۱- سرابیان، احمدرضا. ۱۳۸۲ . بررسی امکان تولید خمیرکاغذ پربازده سفید با روس مکانیکی پراکسید قلیایی (APMP) از کاه گندم خراسان. رساله دکترا، دانشکده منابع طبیعی دانشگاه تهران. ص ۲۲۸.

۲- حمصی، امیر هومن. پیروز، محسن. میرشکرایی، سیداحمد. ۱۳۸۵ . بررسی ویژگی‌های خمیرکاغذ نیمه شیمیایی سولفیت خنثی از ساقه کلزا. مجله علمی پژوهشی علوم کشاورزی. جلد ۱۲. شماره ۴: ص ۹۲۵-۹۳۸.

3- Hosseinpour, R.; Jahan- Latibari,A.; Farnood,R.; Fatehi,P. and Sepidehdam, S.M.2010. Fiber Morphology And Chemical Composition Of Rapeseed (Brassica Napus) Stem. IAWA journal, Vol.31(4): 457-464.

[۶] Diethylenetriamine pentaacetic acid

مقـــالات علمی

دنیای تیشو

بازگشت مجدد تیشوی بامبو به تجارت الکترونیک در ایالات متحده

ترجمه: کیومرث خمیس آبادی
مدیر بازرگانی خارجی شرکت طلیعه صنعت

امروزه فروش آنلاین محصولات سلولزی تهیه شده از گیاه بامبو به ویژه دستمال توالت رو به افزایش است، به‌نحوی که بسیاری از شرکت‌ها برای جذب مصرف کنندگان مقتصد، طرفداران محیط زیست و علاقمندان به هوای پاک اقدام به عرضه تیشوی بامبو در فضای مجازی نموده‌اند. گریشچنکو، تحلیلگر صنعت؛ در این مقاله نگاهی کوتاه به آینده این نوع محصول در آمریکا و تولید فزاینده آن در چین انداخته‌است.

پس از شیوع غیرمنتظره بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ و افزایش تولید دستمال کاغذی در سراسر ایالات متحده تمامی فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سوپرمارکت‌های این کشور قفسه‌های خود را از انواع برندهای گوناگون پر نمودند. در آن زمان حتی تقاضای شدید تیشوی بامبو که رشد انفجاری اما انحصاری تجارت آنلاین را تجربه کرده‌است، در مغازه‌های خرده فروشی آمریکایی مشهود نبود. با این حال، امسال دستمال توالت با نام تجاری Babo تهیه شده از دستمال بامبو سفید نشده در چندین داروخانه CVS در فلوریدا مشاهده شد. این داروخانه بزرگترین داروخانه زنجیره‌ای در ایالات متحده است که تقریبا ۱۰ هزار شعبه دارد. تامین‌کننده نشان Babo گروه Vanov از استان سیچوان در جنوب غربی چین است، منطقه‌ای که به دلیل پوشش گیاهی غنی از بامبو شناخته می‌شود و زیستگاه پانداهای غول پیکر است. در حال حاضر، استان سیچوان منبع اصلی تولید خمیر بامبو با ظرفیت تولید سالانه تقریبا سه چهارم میلیون تن است. وانو، از خمیر بامبو به عنوان ماده اولیه برای تولید محصولات دستمال سفید از جمله دستمال توالت و دستمال کاغذی استفاده می‌کند. این شرکت دفتر فروش خود در ایالات متحده را در نیوجرسی تاسیس کرده و ادعا می‌کند ظرفیت سالانه ۲۰۰,۰۰۰ تن از تفاله بامبو را دارد و (طبق وب سایت آن) بیش از ۳۰۰۰ کارگر در سه کارخانه دارد. با این پایه استوار تولید، محصولات آن در ایالات متحده به دلیل هزینه حمل و نقل می‌تواند حاشیه سود اسمی خوبی

داشته باشد. از طرف دیگر نشان‌های تجاری دیگر دستمال بامبو نیز در زنجیره‌های اصلی ایالات متحده ظاهر شدند. با این حال، با کاهش بحران تولید تیشو، تامین‌کنندگان برندهای بزرگ و برچسب‌های خصوصی فعالیت خود را از سر گرفتند. ظاهرا، کاغذ توالت بامبو در اولین ماه‌های اپیدمی از آزمون هزینه/ارزش مصرف کنندگان عبور نمی‌کند و تنها کالای باقی مانده در قفسه‌های دستمال کاغذی پس از تمام شدن کالاهای مرسوم سلولزی می‌باشد و به این صورت دستمال توالت بامبو دوباره به وب سایت‌ها بازگشت.

چالش‌های پیش روی تیشوی بامبو

بطور کلی دو دسته مواد اولیه برای تولید تیشو وجود دارد که عمدتا به الیاف حاصل از چوب (ویرژین) و غیر چوبی طبقه‌بندی می‌شوند. شاید سازگارترین نوع کاغذ تیشو با طبیعت همان کاغذهای باطله دور ریختنی هستند که در صورت استفاده مجدد از آنها نیازی به منابع طبیعی جدید نباشد. با این حال، استفاده از کاغذ باطله به دلیل دارا بودن مواد سفید کننده و شیمیایی نمی‌تواند نظر همه مصرف‌کنندگان تیشو را به خود جلب نماید.

از طرفی بامبو به عنوان یک ماده اولیه چالش‌هایی خاص خود در بخش آماده‌سازی مواد و فرایند پالایش را ایجاد می‌کند. بعنوان مثال الیاف خمیر بامبو کوتاه‌تر از الیاف ویرژین می‌باشد و از این رو دارای ساختاری ضعیف‌تر است، بنابراین به منظور حفظ انعطاف پذیری الیاف از فناوری پالایش در فرایند خمیرسازی استفاده می‌شود. به طور کلی به منظور برآورده سازی مشخصات مواد اولیه تهیه تیشو، جریان کمتر، قدرت موتور بالاتر و دستگاه‌های اضافی لازم است. برای بسیاری از تازه واردان در تولید تیشوی بامبو، خمیر بامبو بدون سفید شدن یا فقط با سفید شدن ملایم، رنگ نسبتا اصلی خود را حفظ می‌کند و برای دستیابی به "سفیدی" رقابتی، به مزایای استفاده از فرآیند سفید کننده ملایم TCF (کاملا بدون کلر) با استفاده از مواد سفید کننده سازگار با محیط زیست مانند اکسیژن، ازن، پراکسید هیدروژن و آنزیم‌های بیولوژیکی نیاز است. با این حال، برند Silk'n Soft برای سفید کردن دستمال توالت ۳ لایه پا را فراتر نهاده و از مواد سفیدکننده بیشتری استفاده می‌نماید. کارخانه تولیدی با استفاده از سفیدکاری چند مرحله‌ای با مقدار کلر اندک و جایگزینی کلر با گاز دی اکسید کلر، خمیر بامبو سولفات سفید شده Elemental Chlorine Free (ECF) را پردازش می‌کند. در واقع، ترکیبات دی‌اکسیدکلر از طبیعت سمی کلر بسیار دور است، اما در طولانی مدت می‌تواند به انسان آسیب برساند.

تشویق برای خرید محصولات سبز (دوستدار طبیعت)

در سال‌های اخیر خریداران آمریکایی نسبت به مسائل زیست محیطی آگاهی بیشتری پیدا کرده‌اند که در نتیجه تعداد بیشماری از شرکت‌های آنلاین اقدام به فروش دستمال کاغذی بامبو نموده و طیف چشمگیری از انواع تیشو را ارائه می‌دهند. با این کار از مصرف‌کنندگان مقتصد گرفته تا وفاداران "سبز" و دوستدار نرم "ابر سفید" به سوی خود جذب می‌نمایند. محصولات بامبو، به ویژه دستمال توالت، قطعا در ایالات متحده در حال افزایش است.

افزایش تولید بامبو در چین

کاغذ بامبو ابتدا در کارخانه‌های کوچکی که در مجاورت منابع فراوانی از گیاه بامبو قرار داشت بوجود آمدند و وسیله‌ای برای امرار معاش صدها هزار نفر از ساکنان محلی بود. در ابتدا دولت چین مالک اصلی واحدهای صنعتی کاغذ بامبو بود اما بعدها به بخش خصوصی واگذار شد و آنها نیز با اعطای مجوزهای ویژه به کارخانه‌های کوچک، تولید تیشوی بامبو را در چین در دست گرفتند. با اتخاذ تولید تیشوی بامبو به عنوان بخشی مهم از استراتژی تجارت، گروه‌های بزرگ کاغذسازی Yibin، Hengan، C & S، Vanov، Lee & Man، Taison در حال جایگزینی ماشین‌های تیشو باریک و کم سرعت منسوخ شده با دستگاه‌های کرسنت فرمر هستند. سازندگان عمده تامین‌کنندگان غربی Andri (اتریش)، A.Celli (ایتالیا)، Voith (آلمان) و Valmet (فنلاند) با کارخانه‌های آماده سازی مواد تهیه می‌شوند. در پاسخ به این چالش، مشاغل کوچکتر باید از بین به روزرسانی با هزینه کمتر تیشو داخلی و به روزرسانی تجهیزات یکی را انتخاب کنند و یا اینکه ورشکست شوند.

گروه Taison یکی از بزرگترین تولیدکنندگان کاغذ، تخته و دستمال کاغذی در چین است که در سال ۲۰۱۸ بیش از پنج میلیون تن ظرفیت تیشو (شامل بامبو) را داشته‌است. این گروه قصد دارد این حجم را سالانه به نیم میلیون تن افزایش دهد و تا سال ۲۰۲۰ آن را به یکی از اصلی‌ترین فراورکنندگان تیشوی بامبو در کشور چین تبدیل نماید. این گروه برای تولید تیشوی بامبو مدرن‌ترین ماشین‌آلات نساجی را از شرکت اندریتز به کارخانه‌های کاغذسازی در سوژو (استان جیانگ سو) و چیشوی (استان گوئیژو) اختصاص داده‌است. کاغذسازی Yibin سال‌ها به ساخت لیوان‌های کاغذی یکبار مصرف از جنس بامبو در استان سیچوان معروف بوده‌است.

در حال حاضر، این شرکت ۷۰ ساله دارای یک کارخانه تولید خمیر بامبو است و هدف خود را تبدیل شدن به بزرگترین تولیدکننده کاغذ دستمال بامبو در چین قرار داده و به طور انحصاری از تفاله بامبو استفاده می‌کند (برخی از تولیدکنندگان تیشوی بامبو برای بهبود مقاومت و نرمی، خمیر فیبر چوب اضافه می‌کنند). طرح آسیاب برای استفاده منحصر به فرد از خمیر بامبو، از آماده‌سازی مواد گرفته تا دستگاه دستمال کاغذی طراحی شده‌است. کاغذسازی Yibin پنج دستگاه یکپارچه iDEAL پرسرعت از A.Celli Group (ایتالیا) با سرعت ۱۸۰۰ متر در دقیقه، عرض کاغذ ۲,۸۵ متر و ظرفیت تولید ۲۵۰۰۰ تن در سال (به ازای هر دستگاه) سفارش داده‌است. در حال حاضر چهار دستگاه کرسنت فرمر مدرن با استفاده از خشک‌کن‌های استیل یانکی با قطر ۱۶ فوت و ۱۸ فوت و هودهای بخار جدیدترین نسل در حال کار هستند.

پرورش بامبو در آمریکا

از نظر پایداری، مقرون به صرفه بودن و سهولت دسترسی جهانی، منبعی وجود ندارد که بتواند با بامبو از نظر رشد (۳ فوت در روز) و سودمندی نامحدود آن رقابت نماید.

طبیعتا بامبو بعنوان یک مواد اولیه و سازگار با طبیعت در حال

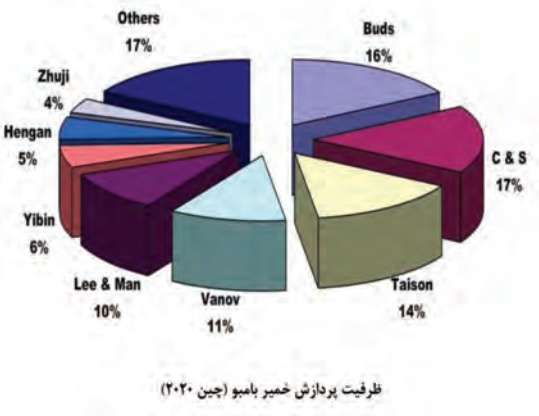
محبوب شدن برای کسانی می‌باشد که دغدغه مسائل زیست محیطی را دارند و این گیاه جای درختان را خواهد گرفت. هرچند تولید کربن حاصل از کشت این گیاه به‌ویژه در نزدیکی محل زندگی انسان، خود جای نگرانی دارد.

در حال حاضر بیشتر محصولات بامبو از چین و خاور دور به آمریکا وارد می‌شوند و اطراف خلیج مکزیک کشاورزی بامبو تجاری انجام می‌شود. فقط در این نوع محیط گرم و مرطوب است که گیاه بامبو به اندازه کامل خود می‌رسد اما بامبو بومی خاک آمریکا نیست و به طور کلی فقط هر ۶۰ تا ۱۲۰ سال گل می‌دهد و سپس می‌میرد. رشد بامبو از دانه سخت است و رشد آن با تقسیم گیاهان موجود نیز بسیار مشکل است.

ظرفیت پردازش خمیر بامبو (چین ۲۰۲۰)

هر فرد تیزبیـن و با دقت می‌تواند گیاه بامبو را در سراسر فلوریدا از جمله در زمین های بکر گرفته تا مناطق جنگلی کوچک در اطراف زمین‌های گلف و حتی کنار یک هتل پنج ستاره به راحتی مشاهده نماید. گیاه بامبو در نظر اکثر افراد این مناطق بیشتر نقش تزئینی و تامین علوفه را دارد تا یک منبع تهیه کاغذ!

مناطقی در جنوب آمریکا به‌ویژه در فلوریدا که برداشت محدوی از بامبو دارند قادر به تامین مواد اولیه کافی از این محصول نیستند لذا اجبارا مابقی بامبو مورد نیاز خود را از چین تامین می‌نمایند. علیرغم آزمایش موفقیت‌آمیز رشد بامبو در لوله‌های آزمایش، هنوز هم ریسک برداشت بامبو آسیایی در آمریکای شمالی وجود دارد، زیرا برخی از این گونه‌های بامبو بسیار سازگار، ممکن است سیستم‌های زیست محیطی بومی را به نابودی بکشاند.



ظرفیت پردازش خمیر بامبو (چین ۲۰۲۰)

چشم‌انداز آینده

تقریبا از یک دهه پیش، روند استفاده از منابع الیاف غیرچوبی مانند کاه گندم، بامبو، نیشکر، نی، ساقه ذرت و کنف به‌جای محصولات تیشو در چین آغاز شد. پس از قطع واردات ثانویه کاغذ، چین همچنان بزرگترین بازار جهانی خمیر چوب وارداتی است که ۴۱ درصد واردات جهانی را شامل می‌شود. بنابراین توسعه صادرات محصولات تیشوی غیرچوبی اقدامی منطقی و مورد انتظار است.

گذر از جنگ قیمت ها در عرصه خمیر چوب و نیز ورشکستگی بی‌شمار شرکت‌های تولید الیاف غیرچوبی منجر به آن شد که صنعت بامبو خود را به عنوان تنها جایگزین پیش رو در کانال‌های تامین معرفی نماید. براساس تحقیقات پیر باخ از مرکز تحقیقات‌ها وکینز رایت انگلستان، محصولات تیشوی الیاف غیر چـــوب مانند بامبو در دهه گذشته با نوسان حـــدود ۲,۷ میلیون تن در سراسر جهـــان جایگاه مناسب خـــود را حفظ کرده است.

در حالی که چین با بیش از ۴۰ درصد رشد تولید جهانی در دهه گذشته خود را به عنوان صادرکننده عمده تیشو الیاف وریژین معرفی کرده است، با این وجود ظاهرا انتظار می‌رود که مصرف تیشوی غیر چوبی به تدریج با گذشت زمان از بین برود. در وضعیت فعلی روابط تجاری میان چین و آمریکا و درک مصرف‌کنندگان داخلی در ایالات متحده ممکن است نقشی اساسی در توسعه فروش تیشوی بامبو داشته باشد. از طرفی دیگر انتخاب میان احساس زبری و رنگ قهوه‌ای در مقابل سفیدی و نرمی محصول می‌تواند آینده دستمال توالت بامبو را تیره جلوه دهد. در حال حاضر تیشوی بامبو هر ساله ۱۰درصد از کالاهای وارداتی به ایالات متحده را به خود اختصاص می‌دهد.

منبع: tissueworldmagazine

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

سرمایه‌گذاری سوزانو به ارزش ۱۴,۷ میلیارد رئال برزیل در کارخانه جدید تولید خمیر کاغذ

ترجمه: الهام صنعتی

سوزانو که یک مرجع جهانی در تولید محصولات زیستی تولید شده از کشت اکالیپتوس است، از ساخت کارخانه جدید با ظرفیت تولید سالانه ۲/۳ میلیون تن خمیر کاغذ اکالیپتوس خبر می دهد.

این واحد تولیدی واقع در شهر of Ribas do Rio Pardo ، در ایالت Mato Grosso do Sul ساخته خواهد شد و قرار است، تولیـد آن باید تا پایان سه ماهه اول سال ۲۰۲۴ آغـاز گردد. مبلـغ سرمایـه گذاری های صنعتـی این پروژه حـدود ۱۴,۷ میلیارد $R تخمین زده شده و هم اکنون آن را به عنوان یکی از بزرگترین سرمایه گذاری‌های در دست توسعه بخش خصوصی در برزیل تبدیل کرده است.

این طرح با نام "پروژه Cerrado " ظرفیت تولید خمیر کاغذ سوزانو که ۱۰/۹ میلیون تن است، را تقریبا به میزان ۲۰٪ گسترش می‌دهد. همچنیـن پیش بینـی می‌شود؛ این واحد صنعتـی قابل رقابت‌ترین شرکت در Ribas do Rio Pardo نیز خواهد شد.

مدیـر عامل شرکت سـوزانو در این باره می‌گوید: "کارخانه جدیـد نشان دهنده پیشرفت مهمی در استراتژی بلند مدت ماست. سوزانو در حال حاضر بخشی از زندگی بیش از ۲ میلیارد نفر را از طریق محصولات خود عهده دار است و به عنوان یک لیدر جهانی، متعهد به تامین تقاضای روزافزون جهان برای محصولات حاصل از مـواد تجدید پذیـر فعـال است. این پروژه همچنین به لطف توسعه پایگاه جنگلی ما، ضمن افزایش ظرفیت جذب کربن، سهم مهمـی در تولید درآمد و ایجاد شغل در منطقه خواهد داشت. "

نقش مهم دیگر این واحد، بهبود اثرات ناشی از تغییرات اقلیم و گسترش ذخائر تامین انرژی تجدیدپذیر در برزیل است. این نیروگاه توانایی فروش تقریبا۱۸۰ مگاوات انرژی مازاد به شبکه برق برزیل را خواهد داشت و این واحد تولیدی باید به اولین کارخانه تولید خمیر کاغذ و

کاغذ بدون سوخت فسیلی برزیل تبدیل شود، که نشان دهنده یک نقطه عطف جدید در بهره وری بهتر و کارایی سازگار با محیط زیست است.

اتمام این پروژه، که منجر به بزرگترین کارخانه جهان با یک خط تولید خمیر کاغـذ اکالیپتوس می شود، همچنان تحت شرایط پیشین مانند انطباق با پارامترهای تعیین شده در سیاست مالی شرکت و مذاکره با تامین کنندگان است. منبع اصلی تامین اعتبار پروژه، تولید وجه نقد توسط سوزانو خواهد بود که در صورت بررسی هزینه‌ها و شرایط دوره می‌تواند با تامین اعتبار تکمیل شود.

این پروژه باید در اوج ساخت حدود ۱۰۰۰۰ شغل مستقیم ایجاد کند و انتظار می‌رود واحد جدید پس از پایان کار ۳۰۰۰ نفر دیگر را نیز به کار گیرد و از توسعه زنجیره اقتصادی منطقه پشتیبانی نماید.

*سوزانو بزرگترین تولید کننده خمیر الیاف کوتاه در جهان است.

منبع: papertoexport

رونمایی Toscotec از ریواندر جدید OPTIMA به منظور افزایش راندمان و کیفیت

ترجمه: الهام صنعتی

شرکت تاسکوتک به‌دنبال طراحی کامل و پیشرفته خط ریواندر، ریواندر جدید OPTIMA را عرضه نمود. این خط جدید در کنار هشت خط دیگر که قبلا در اروپا، آمریکای شمالی و آسیا فروخته شده‌اند مورد استقبال خریداران قرار گرفته‌است. این خطوط در عرض‌های تک و دابل عرضه شده‌اند. سفارش شش خط OPTIMA توسط C.A.S. Paper Mill در تایلند، Paloma در اسلونی، Cartiera Confalone در ایتالیا و Essel در ترکیه بخشی از پروژه‌های اصطلاحا کلید در دست می‌باشند که موقعیت Toscotec را به عنوان تامین کننده فناوری‌های پیشرفته از خطوط کامل دستگاه‌های سلولزی تا دستگاه‌های رول بازکن تقویت می کند. دو خط دیگر نیز به تولیدکنندگان پیشرو در این صنعت فروخته شده‌اند که کماکان به صورت محرمانه باقی مانده‌اند. خط OPTIMA جدید نه تنها پف و نرمی جامبو رول را حفظ می نماید بلکه عملکرد رول جمع کن را افزایش می‌دهد؛ در نتیجه بهره‌وری کلی در تولید را در پی خواهد داشت.

نیاز از شما، راه حل از ما. برتری فنی در صنعت تیشو و کاغذ اطمینان از نرمی و کیفیت

خط OPTIMA با استفاده از ترکیب خلاقانه مرکز کنترل کمکی جمع کن در جامبو رول، سیستم کششی رول بازکنی و سیستم کنترلی دوار گیره‌ای، کیفیت تیشو را حفظ می کند و ریل‌های بهینه و یکنواختی را ارائه می‌دهد.

این رول بازکن‌ها از یک سیستم کمکی برای جامبو رول‌های غیرکروی و یک مرکز پیچش کمکی (Center Wind Assist) تشکیل شده که شامل سیستم تسمه‌ای و درایو مرکزی است که فشار وارد بر کاغذ با کمربندهای روی رول بازکن را کاهش می‌دهد. در مقایسه با سیستم‌های موجود در بازار، این سیستم باعث کاهش تولید گرد و غبار می‌شود. نیروی مورد نیاز برای نصب بین گشتاور موتور و کمربندها تقسیم می شود که این امر باعث کاهش نیروی نصب می‌شود. کارامدی سیستم کششی OPTIMA ، در جلوگیری از کاهش کشیدگی (elongation loss) در طول رول بازکن است و با کنترل مداوم و دقیق سرعت موتورهای محرک، همچنین در زمان افزایش و کاهش سرعت، به منظور هدایت دقیق کاغذ به سمت ایستگاه‌های رول باز کن که از کشش آن جلو گیری می‌شود، حاصل می‌گردد.

ویژگی بخش رول بازکن در سیستم کنترل خودکار نیپ است که از طریق لودسل‌های نصب شده روی رول گرداننده و هسته اصلی کار می‌کند. این سیستم بازخورد را به صورت مداوم به سیستم کنترلی می‌فرستد تا ضخامت واقعی کاغذ تنظیم شود و پاره شدن آن را به موقع گزارش دهد. درنتیجه مقدار هدر رفت در حالت کشیدگی کمتر از ۲ واحد است.

Toscotec فناوری پیشرفته و راه‌حل‌های تخصصی برای تولیدکنندگان کاغذ در سراسر جهان ارائه می دهد.

راندمان بالا در تولید

سیستم کنترلی OPTIMA با اطمینان از طول و چگالی یکنواخت در طی تولید، بالاترین دقت عملکردی را ارائه می‌دهد. چگالی یکنواخت کلاف در کل زمان کار، منجر به افزایش بازده جمع کننده و در نتیجه افزایش راندمان کانورت کاغذ می‌شود. تراکم یکنواخت جامبو رول در سراسر شیفت کاری آسیاب منجر به افزایش بازده پیچش و در نهایت بازده کانورت تیشو می‌شود.

قسمت گیره در سیستم کنترلی OPTIMA باعث حفظ عمده خواص جامبو رول‌های اصلی دستگاه و کاهش میزان چروک در دستگاه تیشو می‌شود. به این صورت از کند شدن دستگاه تیشو و کاهش تولید روزانه به دلیل کشیدگی بیش از حد رول بازکن جلوگیری می‌شود که در نتیجه باعث افزایش راندمان کلی خط می‌شود. رول باز کن خط OPTIMA می تواند به یک شفت کشنده کاملا خودکار تجهیز باشد که دارای طراحی مناسب و جمع و جور برای حمل و نقل و نصب آسان در فضای محدود و همچنین تنظیم آسان در بین کشنده و wound reel باشد.

منبع: papnews

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

سوم اردیبهشت؛ روز ملی کارآفرینی

کارآفرین کیست؟

سوم اردیبهشت ماه، روز ملی کارآفرینی است، مفهومی دیرینه در جهان هستی که رابطه‌ای مستقیم با نوآوری دارد و نقش چشمگیری در رشد و بهبود کیفیت اقتصادی و اجتماعی جوامع ایفا می‌کند.

از تمبرهای پستی گرفته تا موتورهای جت، ریزتراشه‌ها و حتی خوردنی‌هایی هم‌چون چیزبرگر؛ جهان مملو از محصولات بی‌نظیری است که هرچند وجودشان بسیار عادی به نظر می‌رسد و بخشی از زندگی روزمره انسان‌ها شده‌اند، اما زمانی وجود نداشتند. محصولاتی که همگی آفریده‌های ذهن‌های درخشانی هستند که شیوه زندگی را دستخوش تغییرات کرده و آینده را شکل دادند. محصولاتی که به نوعی توسط یک فرد تازه‌کار، یک کارآفرین پا به عرصه وجود گذاشتند؛ زنان و مردانی که چیزی را از هیچ چیز ساختند، مدل‌های تجاری خود را راه‌اندازی کرده و با اختراعات خود طوفانی در جهان بر پا کردند.

کارآفرینی چیست؟

کارآفرینی دارای قدمتی دیرینه در جهان بوده و حتی می‌توان گفت از بدو خلقت بشر همواره وجود داشته است. کارآفرینی رابطه نزدیکی با نوآوری دارد و یک فعالیت خلاقانه و پویای اقتصادی به حساب می‌آید که به طور مداوم در حال جستجوی فرصت‌ها و ایده‌های جدید در راستای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید و ایجاد بازارهای تجاری نوین و استفاده بهینه از آن‌ها برای دستیابی به سود مالی و رفاه بیشتر است.

از سوی دیگر کارآفرینی با به‌کارگیری تکنیک‌های استانداردسازی و مدیریتی نوین و بهره‌گیری از راهکارهای لازم برای استفاده بهینه از امکانات موجود، به دنبال بهبود کسب‌وکارها است و سعی دارد با قبول مخاطرات اقتصادی، پتانسیل‌های نهفته در دل کسب‌وکارها را برای افزایش سودآوری و یا بازگشت سرمایه افزایش دهد.

در کارآفرینی تفکرات کلیشه‌ای و آموزش‌های سنتی جایگاهی ندارد، تمامی اقدامات عملی و نوآورانه است و در مسیر ایجاد چیزی از هیچ‌چیز قرار دارد. چنین اقدامی نیازمند ذهنی کنجکاو و ریسک‌پذیر و نیز روحیه‌ای خستگی‌ناپذیر و عمل‌گرا است که در کنار تلاش‌های هوشمندانه به ایجاد جهانی کمک می‌کند که با وجود مشاغل و خدمات بهبودیافته، رفاه بیشتری را برای بشر و حتی سایر جانداران فراهم می‌کند.

در فرآیند کارآفرینی لازم است پس از شناسایی اهداف، با اتخاذ افقی برای آینده و به کارگیری خلاقیت ذهنی، در کنار مدنظر قرار دادن جوامع و تاثیرپذیری آن‌ها و همچنین واقع‌نگری و پذیرش جسورانه خطر، دست به عمل زد و با استفاده بهینه از موقعیت‌های موجود به اشتغال‌زایی، توسعه اقتصادی، گسترش فن‌آوری و توسعه سیستم‌های حاضر پرداخت؛ به نحوی که بتوان بیشترین سود را چه از لحاظ مادی و چه معنوی برای مردم فراهم آورد.

کارآفرین کیست؟

واژه کارآفرین entrepreneur از واژه فرانسوی entreprendre به معنی "متعهد شدن" گرفته شده. این واژه برای اولین بار در سال ۱۷۲۳ در فرهنگ لغت فرانسوی "Dictionnaire Universel de Commerce" آمده و عبارت است از شخصی که با قبول تمامی مخاطرات احتمالی، با تکیه بر سرمایه خود، یک فعالیت تجاری یا اقتصادی را راه‌اندازی، سازماندهی و اداره می‌کند، شغل ایجاد کرده و بیشترین ریسک مربوط به آن را متحمل می‌شود.

در اصل کارآفرین فردی است که تمایل و توان لازم را برای تبدیل یک ایده یا اختراع جدید به یک نوآوری موفق دارد و باعث ایجاد صنایع یا خدمات جدید و یا ترکیبی از انواع موجود می‌شود. بدین‌ترتیب شرایط لازم را برای رشد اقتصادی و بهبود جوامع انسانی فراهم می‌آورد. در واقع جهان دائما نیازمند کارآفرینان است، چرا که این افراد همواره در حال افزایش سطح کیفیت زندگی و گسترش رفاه بشر هستند.

کارآفرینان موفق باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند؟

کارآفرینان موفق همگی پیشرو، سخت‌کوش، متعهد، هدفمند، خلاق، جسور، ریسک‌پذیر، انعطاف‌پذیر، انتقادپذیر، آینده‌نگر، فعال، مبتکر و دارای شور و شوق و انگیزه هستند، درک کاملی از بازار موجود دارند، بازارهای هدف و فرصت‌های جدید را بسیار سریع می‌شناسند، قابلیت مذاکره و برقراری ارتباط در آن‌ها بسیار قوی است، اعتمادبه‌نفس و مهارت بالایی در برنامه‌ریزی دارند، افرادی توانمند در مدیریت پول به حساب می‌آیند، محیط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی حاضر، سیستم‌های قانونی جوامع و امنیت آن‌ها را کاملا می‌شناسند و می‌توانند فراتر از امکانات فعلی قدم برداشته، مسیرهای نوینی را در راستای بهبود تجارت و اقتصاد ایجاد کنند. این افراد نقش‌هایی حیاتی در اقتصاد ایفا می‌کنند و در عین حال با چالش‌های به‌خصوصی مواجه هستند که نیازمند مدیریت موثر است.

اهمیت کارآفرینی چیست؟

رشد اقتصادی رابطه تنگاتنگی با اقدامات کارآفرینانه دارد، به عبارت دیگر بهبود شرایط اقتصادی یک جامعه دارای رابطه‌ای مستقیم با سطح فعالیت‌های کارآفرینی است که البته تاثیرات آن نه تنها بعد اقتصادی، بلکه ابعاد اجتماعی و سیاسی را نیز در بر می‌گیرد. کارآفرینی، محرکی اصلی در ایجاد و معرفی مشاغل جدید، وارد کردن خلاقیت و نوآوری در تجارت‌های موجود، تشویق سرمایه‌گذاران برای قبول خطر و ورود به عرصه‌های نوین کسب‌وکار، تشخیص و ایجاد بازارهای هدف جدید و پیشگیری از اتلاف منابع و سرمایه‌های موجود است. همچنین کارآفرینی نقش بسزایی در بهبود شرایط عمومی جوامع و ساکنان آن ایفا می‌کند، منجر به کشف، رشد و پرورش استعدادهای نهفته افراد در امور مختلف می‌شود و بدین‌ترتیب راه را برای دستیابی به موفقیت‌های شغلی، مالی، اجتماعی و شخصی هموار می‌کند.

موانع کارآفرینی در ایران چیست؟

با وجود مزایای فراوان، کارآفرینی هنوز هم جایگاه واقعی خود را به دست نیاورده و نتوانسته است تمامی مزایای خود در اختیار جوامع قرار دهد. از ضعف‌های آموزشی گرفته تا نبود اطمینان و انگیزه برای آغاز، فقدان الگوها و پشتیبانان کافی، داشتن نگرشی نادرست نسبت به پول، ترس از شکست، تورم، سرکوب شدن استعدادها و خلاقیت‌ها، نبود آگاهی و دانش لازم، وجود قوانین و مقررات دولتی، فقدان زیرساخت‌های لازم، مشکلات بیمه و مالیات و مواردی از این قبیل، مهم‌ترین موانع موجود برای پرداختن به کارآفرینی است.

هرچند کارآفرینی تمامی جنبه‌های اقتصادی، تجاری، تحصیلی، صنعتی و فناوری را در بر گرفته است، جامعه امروز ایران چشم‌انداز صحیح و کاملی از آن و همچنین فراهم کردن شرایط بهبود و رونق در اختیار ندارد. از سوی دیگر مفهوم درست و عملکرد صحیح این

اصطلاح هنوز در ایران جا نیفتاده و گویی برای هر فرد یا کارشناس دارای مفهومی متفاوت است. علاوه‌براین فقدان شدید ایده و خلاقیت در بسیاری از مشاغل، سازمان‌ها و شرکت‌های ایران و تسلط عمده دولت روی بخش عمده‌ای از سازمان‌ها و تمایل شدید مردم ایران برای پیوستن به مشاغل دولتی به دنبال ثبات و تضمین آینده و نیز ساختار آموزشی کشور که بیشتر جنبه‌های تئوریکی دارد تا عملی، باعث می‌شود که مبحث کارآفرینی هنوز راهی پر پیچ و خم برای هموار شدن داشته باشد.

روز ملی کارآفرینی

در سراسر جهان به‌منظور آگاهی‌رسانی درباره کارآفرینی، نوآوری و رهبری، ایده دادن، حمایت و کمک به تمامی افراد اعم از بنیانگذاران، مدیران، تولیدکنندگان، پیمانکاران، صنعتگران، مبتکران، مدیران و طراحانی که در مسیر کسب‌وکار قدم گذاشته‌اند، همچنین برای جلب مشارکت تمامی بخش‌هایی که پتانسیل لازم برای گسترش فرهنگ کارآفرینی را در اختیار دارند و بزرگداشت کسانی که به تنهایی مشاغل خود را شروع کرده‌اند، روزی به‌عنوان روز کارآفرینی مشخص شده است. در ایران نیز سوم اردیبهشت به‌عنوان روز کارآفرینی تعیین شده که فرصتی عالی برای پیشبرد کارآفرینی و اهداف آن کشور به حساب می‌آید.

این روز با روز جهانی کارآفرینی یعنی ۱۷ نوامبر متفاوت و مناسبتی مختص به تقویم ملی ایران است که در ۱۱ آبان سال ۱۳۸۶ با مصوبه ۶۱۱ جلسه شورای عالی انقلاب فرهنگی تعیین شد. سوم اردیبهشت روز بزرگداشت شیخ‌بهایی، حکیم و همه‌چیزدان، عارف، منجم، ادیب، ریاضی‌دان، مورخ، دانشمند و مهندس خلاق قرن ۱۰ و ۱۱ هجری در دانش‌های فلسفه، منطق، هیئت و ریاضیات بوده و بیش از ۹۵ رساله و کتاب در زمینه‌های مختلف علوم از خود برجای گذاشته است.

منبع: ایمنا

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

روز جهانی بهداشت قاعدگی

به گزارش آوند، هفتم خردادماه، ۲۸ ماه می، روز جهانی بهداشت قاعدگی نامگذاری شده‌است. این روز در دنیا برای افزایش آگاهی درباره بهـــداشت دوران قاعـــدگی (Menarche) و جلوگیری از مخاطرات عدم آگاهی بر روی سلامت، استفاده صحیح از وسایل بهداشتی بانوان و شکستن تابوی قاعدگی و... اختصاص یافته‌است.

دوران قاعدگی شاید همان چیزی که بسیاری از بانوان بر حسب فرهنگ و آموزه‌های اشتباه از نسل‌های پیشین به نشانه شرم و حیا پنهانش می‌کنند اما اکثر کشورهای دنیا در چنین روزی همایش‌ها و سمینارهای مهمی درباره آن برگزار نموده و در مورد موضوع مهم بهداشت قاعدگی با یکدیگر آزادانه تبادل نظر می‌کنند.

از سال ۲۰۱۴، انجمن NGO WASH در برلین آلمان روز بیست و هشتم ماه می، را به عنوان روز جهانی بهداشت قاعدگی نامگذاری نموده و سازمان‌ها و رسانه‌های زیادی از جمله صندوق کودکان سازمان ملل متحد، یونیسف در آگاهی رسانی درباره بهداشت قاعدگی با این سازمان همکاری می‌کنند.

انتخاب بیست و هشتمین روز از پنجمین ماه سال میلادی، نیز نمادی از این دوره زندگی زنان است که اشاره به دوره پنج روزه خونریزی(به طور میانگین) در هر ماه و چرخه قاعدگی ۲۸ روزه دارد و این انتخاب تامل برانگیز و هوشمندانه با اندیشیدن به تمام زنان دنیا صورت گرفته است، تا پیرامون این دوره که شامل تغییرات فیزیولوژیکی در بدن زنان بارور است، عالمانه و بدون محدودیت‌های متعصبانه صحبت شود و در زمینه موضوع مهم بهداشت قاعدگی به دختران نوجوان آموزش و به زنان بزرگسال آگاهی داده شود.

دوران قاعدگی بخش مهمی از زندگی زنان است. بروز اولین تجربه قاعدگی که معمولا بین ۸ تا ۱۶ سالگی در دختران نوجوان رخ می‌دهد نباید به دلیل ناآگاهی موجب ترس و نگرانی آنها شود. عوامل مختلفی از جمله ژنتیک، نژاد، شرایط زندگی، تغذیه، منطقه جغرافیایی محل رشد، عوامل روحی و روانی و ... در زمان شروع آن موثر هستند.

تقریبا نیمی از جمعیت زنان یا به عبارتی یک چهارم جمعیت جهان در سن باروری هستند و هر ماه قاعدگی را تجربه می‌کنند. رعایت بهداشت قاعدگی نه تنها برای حفظ سلامت جسمانی و روانی دختران و زنان بلکه برای رشد و نمو فرزندان آینده نیز حائز اهمیت است.

قاعدگی گرچه یک مسئله طبیعی و متضمن حفظ بقاء بشر است اما در اغلب کشورهای جهان یک تابو محسوب می‌شود. دختران و زنان سعی دارند آن را پنهان کنند و در اکثر جوامع به صورت عادی در مورد آن صحبت نمی‌شود. از اینرو معضلات فراوانی در زمینه قاعدگی وجود دارد که شاید نه تنها در ایران بلکه در بسیاری از کشورهای دنیا چالش برانگیز است.

در این میان انتظار می‌رود دولت‌ها و مخصوصا آموزش و پرورش نقش پررنگ‌تری را جهت فرهنگ سازی در این زمینه ایفا کنند تا با آموزش صحیح به

افراد جامعه، مخصوصا دختران در سن بلوغ میزان آگاهی در مورد قاعدگی را افزایش دهند. در دنیای پیشرفته امروز، پنهان کردن قاعدگی، ایجاد حس شرمساری، اجتناب از فعالیت حرفه‌ای هنگام قاعدگی، به کار بردن لغات منفی برای قاعدگی، ارتباط دادن مسائل جانبی به آن، عدم درک صحیح از یک فرآیند کاملا معمولی و هر آنچه که اندکی از طبیعی بودن این چرخه طبیعی بکاهد، باید اصلاح شود.

توجه و رعایت نکاتی از قبیل؛ استفاده صحیح و مناسب از وسایل بهداشتی، استحمام و تعویض به موقع پد، رعایت رژیم غذایی مناسب، استفاده درست از مسکن‌ها و ویتامین‌ها، ورزش سبک و فعالیت بدنی، آشنایی با نوسانات خلقی دوران قاعدگی "سندرم پیش از قاعدگی" (Pre-menstrual Syndrome – PMS)، مراجعه به پزشک متخصص در صورت مشاهده روند غیرمعمول در این دوره و... برای سلامت بیشتر در دوران قاعدگی ضروری است و بدیهی است رعایت این موارد نیازمند آموزش، آگاهی و دسترسی به امکانات بهداشتی و پزشکی مناسب است.

دسترسی به لوازم بهداشتی قاعدگی برای افرادی که قاعدگی را تجربه می‌کنند نباید یک امتیاز محسوب شود. طبیعتا زنان برای گذر از این دوران به وسایلی از قبیل نوار بهداشتی، تامپون و کاپ قاعدگی به عنوان سه وسیله رایج برای حفظ بهداشت نیاز دارند.

هیچ کس، نباید از برابری و حق دسترسی به محصولات بهداشت قاعدگی محروم شود. براساس بررسی‌های سازمان جهانی بهداشت حدود یک سوم مردم دنیا به سرویس‌های بهداشتی و حمام ایمن و

سالم دسترسی ندارند. طبیعتا این امر بر بهداشت قاعدگی نیز اثرات سوء دارد؛ زیرا عدم دسترسی به سرویس‌های بهداشتی خطر عفونت‌ها و بیماری‌های زنان در زمان قاعدگی را به شدت افزایش می‌دهد. از نگاهی دیگر، این محرومیت حتی بر تحصیل دختران و زنان نیز اثر منفی دارد.

براساس آمارهای موجود به طور متوسط از هر ده دختر یکی به دلیل نبودن امکانات بهداشتی در زمان پریود از رفتن به مدرسه و ادامه تحصیل باز می‌ماند و متاسفانه زنان کم‌سواد و بی‌سواد نمی‌توانند شغل مناسبی بیابند و در فقر زندگی می‌کنند و به دلیل عدم دسترسی به امکانات بهداشتی میزان ابتلا به بیماری‌های زنان و مرگ و میر در این گروه بسیار بیشتر از زنان تحصیلکرده است.

از سویی دیگر امروزه با توجه به اهمیت بهداشت فردی و اجتماعی، در تمام سرویس‌های بهداشتی عمومی در مدارس، رستوران‌ها و تمام اماکن عمومی وجود مواد شوینده برای حفظ بهداشت الزامی است و همچنین در اکثر سرویس‌های بهداشتی عمومی نیز دستمال توالت کاغذی یا دستگاه‌های خشک کن به چشم می‌خورد، اما تنها در تعداد محدودی از کشورها نوار بهداشتی به عنوان وسیله بهداشتی ضروری در این اماکن، به صورت رایگان در دسترس عموم است. قطعا توجه به این معقوله تا حدی گره‌گشا خواهد بود.

بهداشت قاعدگی به عنوان یکی از حقوق اولیه بانوان شناخته شده و فعالان حقوق بشر در پی آن هستند که با آگاهی رسانی مناسب به دولت‌ها این مسئله را برای زنان راحت‌تر کنند اما واقعیت تلخ این است که در حال حاضر به دلیل عدم آگاهی مناسب به واسطه باورهای غلط، نابرابری دسترسی به محصولات بهداشت قاعدگی تحت تاثیر فقر یا شرایط اجتماعی و تشخیص دیرهنگام بیماری‌های زنان به دلیل عدم آگاهی و امکانات و... درصد بالایی از بانوان سراسر دنیا با معضلات فراوانی در این زمینه دست به گریبان هستند.

امیدواریم "روز جهانی بهداشت قاعدگی" فرصتی مغتنم برای آگاهی و سلامت بانوان باشد.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

روز جهانی محیط زیست
زمانی برای طبیعت

در تقویم جهانی روز ۵ ژوئن هر سال روز جهانی محیط زیست است، روز محیط زیست در تقویم ایران برابر با پانزدهم خرداد است و ۱۶ تا ۲۲ خرداد هفته محیط زیست می‌باشد. این روز برای افزایش آگاهی مردم در جهت نگهداری محیط زیست و تحریک سیاستمداران به گرفتن تصمیماتی برای رویارویی با تخریب محیط زیست و گونه‌های زیستی‌جانوری نامگذاری شده است. شعار روز جهانی محیط زیست ۲۰۲۱ نیز در همین راستا تعیین شد. با توجه به اهمیت زیادی که محیط زیست روی زندگی انسان‌ها دارد، در جهت آگاه سازی افراد در زمینه نگهداری و مراقبت از محیط زیست، در تقویم جهانی روزی به نام محیط زیست نامگذاری شد.

روز جهانی محیط زیست (world environment day) روزی است که از سوی سازمان ملل برای افزایش آگاهی مردم برای نگهداری محیط زیست و تحریک سیاستمداران به گرفتن تصمیماتی برای رویارویی با تخریب محیط زیست و انواع گونه‌های زیستی انتخاب شده است.

تاریخچه روز جهانی محیط زیست

قرن ۲۰ میلادی (سال‌های ۱۹۰۰ تا ۲۰۰۰)، اوج فعالیت‌های سازمان ملل متحد در جهت فرهنگ سازی برای حفظ محیط زیست، منابع

طبیعی و حیوانات بود. نتایج این فعالیت‌ها علاوه بر نام گذاری روز جهانی محیط زیست، به ثبت روزهایی چون روز زمین پاک و روز آب در تقویم‌های بین‌المللی انجامید.

در روز ۵ ژوئن ۱۹۷۲ سازمان ملل برای اولین بار کنفرانسی را با موضوع انسان و محیط زیست در شهر استکهلم سوئد برگزار کرد. همزمان با این کنفرانس، مجمع عمومی سازمان ملل نیز قطعنامه‌ای را تصویب کرد که منجر به تشکیل برنامه محیط زیست سازمان ملل (UNEP) شد. در این نشست که به کنوانسیون استکهلم معروف است، حق برخورداری از محیط زیست همرده با حقوق بشر قرار گرفت. همچنین حق بهره‌مندی از محیط زیست سالم، به‌عنوان یکی از حقوق اصلی تمام مردم جهان شناخته شد. به دلیل برگزاری کنفرانس سازمان ملل در روز ۵ ژوئن، این روز به عنوان روز جهانی محیط زیست نامگذاری شد.

هدف روز جهانی محیط زیست

برخلاف روز زمین که بیشتر برای جلوگیری دولت‌ها و سازمان‌ها از ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی است، روز جهانی محیط زیست به مردم مربوط است. این روز بهانه‌ای برای آغاز تغییر در رفتارهای زیان‌آور همه مردم در محیط زیست است. هدف این روز آگاه کردن مردم در زمینه نگهداری و مراقبت از محیط زیست است.

برنامه روز جهانی محیط زیست

هر سال UNEP برنامه‌های خاصی مثل راهپیمایی، دوچرخه‌سواری، نقاشی، درخت‌کاری و مقاله‌نویسی را با هدف جلب توجه مردم به محیط زیست و تشویق مسئولان برای تلاش بیشتر در زمینه حفاظت از محیط زیست در سراسر جهان برگزار می‌کند.

روز جهانی محیط زیست به‌عنوانی نمادی برای آگاهی بخشی در مورد اهمیت حفظ محیط زیست جهانی نامگذاری شد. اهداف UNEP از برگزاری برنامه‌های روز جهانی محیط زیست، بخشیدن چهره انسانی به مسائل زیست محیطی، توانمندسازی مردم برای تبدیل شدن به فعالان محیط زیستی، ارتقا بینش جامعه در کنار تغییر دیدگاه‌های عمومی در خصوص نقش محوری و اساسی محیط زیست و ترویج مشارکت مردم برای حفظ محیط زیست زمین است. هر ساله نیز یکی از مسائلی که شدیدا محیط زیست را تهدید می‌کند، به‌عنوان موضوع این روز انتخاب می‌شود.

شعار روز جهانی محیط زیست ۲۰۲۱

همانند اغلب روزهایی که در تقویم بین‌المللی ثبت شده‌اند، هرساله برای روز جهانی محیط زیست نیز شعار و موضوعی از طرف سازمان ملل در نظر گرفته می‌شود. این شعار اهمیت یک موضوع خاص در حفظ محیط زیست را

برای مردم و سازمان‌ها را پررنگ‌تر می‌کند. شعار و موضوع روز جهانی محیط زیست در سال ۲۰۲۱ «بازنگری. بازآفرینی. ترمیم» است. با این مضمون افراد باید تصمیم بگیرند تغییرات اندکی در سبک زندگی خود ایجاد کند تا بتوانند نظم طبیعت را بازگردانند.

شعار روز جهانی محیط زیست ۲۰۲۰

مراسم روز محیط زیست سال ۲۰۱۹ به میزبانی چین و با موضوع آلودگی هوا برگزار شد. روز جهانی محیط زیست ۲۰۲۰ به میزبانی کشور کلمبیا و با مشارکت آلمان برگزار و شعار آن «تنوع زیستی؛ فراخوان اقدام به مقابله با انقراض فزاینده گونه‌ها و تخریب طبیعت» بود.

تعریف محیط زیست

محیط زیست به همه محیط‌هایی که در آن‌ها زندگی جریان دارد گفته می‌شود. مجموعه‌ای از عوامل فیزیکی خارجی و موجودات زنده که با هم در کنش هستند محیط زیست را تشکیل می‌دهند و بر رشد، بقا و رفتار موجودات تأثیر می‌گذارند. می‌توان محیط زیست را در مجموعه‌ای از عوامل طبیعی کره زمین همچون هوا، آب، اتمسفر، صخره، گیاهان و غیره، که انسان را احاطه می‌کنند خلاصه کرد.

تفاوت محیط زیست و طبیعت

طبیعت شامل مجموعه عوامل طبیعی، زیستی و غیر زیستی است و اغلب به زمین شناسی و حیات وحش اشاره دارد در حالی که عبارت محیط زیست با توجه به عادت و رفتارهای میان انسان و طبیعت تعریف شده است یا به عبارتی با بررسی علمی تعامل ارگانیسم‌ها با یکدیگر و ارتباط بین ارگانیسم‌های دیگر و اکوسیستم‌های آنها مواجه است.

انواع محیط زیست

محیط طبیعی: محیط طبیعی به آن قسمت از محیط زیست اطلاق می‌شود که در برگیرنده بخشی از فضای سطح کره زمین است و به دست انسان ساخته نشده است، مانند کوه‌ها، دشت‌ها، جنگل‌ها، حیات وحش، دریاها و...

محیط مصنوعی یا انسان ساخت: محیط زیست مصنوعی به محیطی گفته می‌شود که توسط انسان ساخته شده است؛ به عقیده پاره‌ای از متخصصان، محیط زیست مصنوعی، محیط زاییده تفکر و محیط فرهنگ ساخت است، بنابراین شهرها با تمام اجزا آن، محیط زیست مصنوعی را تشکیل می‌دهند، مانند خانه‌ها، مدرسه‌ها، کارخانه‌ها، فرودگاه‌ها، راه‌ها؛ زباله‌های کنار خیابان، آلودگی آب و هوا، تمیز یا کثیف بودن جویبارهای روان نیز عناصر تشکیل دهنده این قسمت از محیط زیست هستند.

محیط اجتماعی: مقصود از محیط اجتماعی جامعه‌ای است که بشر در آن زندگی می‌کند، این قسمت از محیط زیست از انسان‌هایی که در کنار و اطراف ما وجود دارند و با ما سروکار دارند و با آنها روابط متقابل داریم تشکیل می‌شود، این محیط اجتماعی از خانواده آغاز می‌شود و همسایگان، همکاران، رهگذران، فروشندگان و مانند آنها را در جامعه شهری و روستایی در بر می‌گیرد و گستره آن تا ملت و دولت ادامه می‌یابد.

در این میان صنایع مختلف و بخش خصوصی در جلوگیری از نابودی محیط زیست و حفظ منابع طبیعی نقش کلیدی دارند. کسب و کارها به میزبانان محیط زیست به عنوان ورودی های تولید و روش‌های صنعتی تکیه می‌کنند.

ریسک‌های جهانی سرمایه‌گذاری سبز

درحالی‌که اقتصاد جهان در حال احیا است،

کمبودها و افزایش قیمت کالا برهمه‌چیز، از تهیه یک چیپس تایوانی گرفته تا هزینه یک صبحانه فرانسوی، اثر گذاشته است؛ در نتیجه به‌نظر می‌رسد که مشکلات مربوط به عرضه از فلزات کمیاب تا محدودیت‌ها برای مزارع کشاورزی بسیار قابل توجه است، چراکه رونق را از انرژی‌های سبز و پاک می‌گیرد. اکونومیست در یکی از سر مقالات خود تاکید می‌کند که گرچه سرمایه‌گذاری سبز در حال رشد و رونق است، اما مشکلات عرضه روی این رونق سایه انداخته است. این مشکلات گرچه موقتی هستند، اما بیم آن می‌رود که با تکرار آنها طی سال‌های متمادی، حرکت نوپای استفاده از انرژی‌های پاک و سبز به خطر بیفتد. در این میان دولت‌ها باید به سیگنال‌های بازار پاسخ دهند و بستر رونق عظیم سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی را در دهه آینده تسهیل کنند و ظرفیت‌ها را افزایش دهند. اگر این اتفاق رقم نخورد، دولت‌ها شانس کمی برای عملیاتی کردن وعده‌های خود برای رسیدن به جهانی عاری از کربن دارند.

دهه‌هاست که دانشمندان و فعالان در باب مسائل اقلیمی نگران هستند و به تازگی نشانه‌هایی از تعهد بیشتر از سوی سیاستمداران نیز به چشم می‌خورد. کشورهایی که بیش از ۷۰درصد از تولید ناخالص جهان و گازهای گلخانه‌ای را تولید می‌کنند، هدف خود را برای رسیدن به جهان عاری از کربن تا سال ۲۰۵۰ بنا کرده‌اند که این امر، تغییری عظیم در نگرش به کسب‌وکارها و تجارت است. سرمایه‌گذاران خواستار آنند که شرکت‌ها روند خود را تغییر دهند و این امر از این واقعیت نشات می‌گیرد که

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

فناوری‌های پاک از منظر هزینه، رقابت‌پذیری بیشتری دارند. غول‌های عصر سوخت‌های فسیلی همچون فولکس‌واگن و اکسون‌موبیل چاره‌ای جز تغییر برنامه سرمایه‌گذاری‌های خود ندارند. این در حالی است که پیشگامان انرژی‌های پاک به سرعت در حال تامین هزینه‌های خود هستند. کمپانی انرژی بادی اورستد بنا دارد که سرمایه‌های خود را ۳۰درصد افزایش دهد.

کمپانی تسلا که سازنده ماشین‌های الکترونیکی است سرمایه خود را ۶۲درصد بالا برده است. در همین راستا، در سه ماه اول سال ۲۰۲۱ مبلغ ۱۷۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری سبز انجام شده است. تغییر ناگهانی در نحوه تخصیص منابع سبب اعمال فشار برای تقاضای مواد اولیه می‌شود. بنا بر محاسبات اکونومیست، قیمت یک سبد ۵ قلمی از مواد اولیه برای اتومبیل‌های الکترونیکی و توربین‌های برقی در سال گذشته، افزایشی ۱۳۹ درصدی داشته است. مافیای الوار چوب در جنگل‌های اکوادور پرسه می‌زنند تا چوب‌های به‌کار رفته در پره توربین‌های بادی را پیدا و سرقت کنند. این کمبودها شامل امور مالی نیز می‌شود. انبوهی از ثروت در اختیار تعداد محدودی از شرکت‌های انرژی‌های تجدیدپذیر است که این امر می‌تواند به ایجاد حباب در بازار دامن زند. اگرچه همچنان وزن صنعت انرژی‌های تجدیدپذیر در شاخص‌های قیمتی مصرف‌کننده ناچیز است، اما برخی از سرمایه‌گذاران نگرانند که این کمبود عرضه طی چند سال به تورم دامن بزند.

آنچه به این نگرانی دامن می‌زند آن است که این کشش بیش از حد عرضه حتی در صورتی که انتقال انرژی به سوی انرژی پاک کمتر از ۱۰درصد باشد نیز رخ می‌دهد. گرچه برخی از فناوری‌های لازم برای استفاده از انرژی‌های پاک همچنان به‌طور وسیع در دسترس نیستند، اما دهه ۲۰۲۰ دهه نزاع برای تاسیس و استفاده از این فناوری‌ها و در نتیجه افزایش سرمایه‌گذاری برای آن خواهد بود. برای ثابت قدم ماندن در جهت آینده عاری از کربن، باید تا سال ۲۰۳۰ تولید سالانه وسایل نقلیه الکترونیک ۱۰برابر بیشتر از سال گذشته میلادی باشد و تعداد ایستگاه‌های شارژ کنار جاده ۳۱برابر بیشتر شود. همچنین تعداد پایه‌های نصب شده برای تولید انرژی‌های تجدیدپذیر باید افزایش سه‌برابری پیدا کند. شرکت‌های معدنی جهانی ممکن است که تولید سالانه مواد معدنی حیاتی را به میزان ۵۰۰ درصد افزایش دهند و به احتمال زیاد بالغ بر ۲درصد از خاک ایالات‌متحده پوشیده از توربین‌ها و صفحات خورشیدی شود.

همه این تحولات به سرمایه‌گذاری گسترده نیازمند است؛ سرمایه‌ای در حدود ۳۵تریلیون دلار برای یک دهه آینده که معادل یک سوم از دارایی‌های کنونی صنعت مدیریت سرمایه‌گذاری است. سیستمی که بهترین امکانات را برای تحقق این هدف دارد، شبکه‌ای از زنجیره‌های تامین فرامرزی و بازارهای سرمایه‌ای است که از دهه ۹۰میلادی انقلابی در جهان به پا کرد. گرچه این سیستم نیز کمترین میزان هزینه را دارد اما تنها قادر است نیمی از سرمایه‌گذاری مورد نیاز در انرژی را تامین کند و این سیستم به سوی تعداد کمی از کشورهای ثروتمند و چین متمایل است. به عنوان مثال، به‌رغم افزایش قیمت فلزات، شرکت‌های معدنی نسبت به افزایش عرضه احتیاط می‌کنند.

دلیل اصلی سرازیر نشدن سرمایه به این سو، زمان زیاد مورد نیاز برای تایید پروژه‌ها، ریسک بالا و ابهام در بازدهی این دست سرمایه‌گذاری‌هاست. دولت‌ها نیز با تبدیل سیاست‌های اقلیمی به ابزاری برای رسیدن به سایر اهداف سیاسی خود، شرایط را دشوارتر ساختند. اتحادیه اروپا مایل است که استقلالی استراتژیک در تامین باتری‌ها داشته باشد و برنامه‌های سبز، بخشی از بودجه‌های این اتحادیه را به سوی مناطق محروم روانه کرده است. چین نیز در برنامه پنج ساله بعدی خود، محدودیت‌های داخلی را برای قیمت کالاها در نظر گرفته است.

به همین ترتیب طرح سبز جو بایدن، رئیس‌جمهور ایالات‌متحده نیز سبب به خطر انداختن مشاغل صنفی و تولیدکنندگان محلی شده است. چنین ترکیبی از اهداف تار و مبهم، سرمایه‌گذاری را با مشکل روبه‌رو کرده است.

دولت‌ها در این مسیر باید سرسخت‌تر باشند، چراکه نقشی حیاتی برای حمایت از ساخت زیرساخت‌های کلیدی مانند خطوط انتقال و تحقیق و توسعه دارند. اما اولویت اصلی کاتالیز کردن افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی از دو طریق است. نخستین راه حل در این راستا، تسهیل قوانین برنامه‌ریزی است. به طور معمول، حدود ۱۶ سال زمان لازم است تا پروژه‌های معدنکاری جهانی تایید شوند و بیش از یک دهه نیاز است که پروژه‌های بادی در ایالات‌متحده مجوز بگیرند؛ این یکی از دلایلی است که ظرفیت بادی ایالات‌متحده آمریکا، کمتر از یک درصد اروپاست. تصمیم‌گیری متمرکز، به سرعت نیاز دارد، چراکه کندی آن سبب ناامیدی متخصصان محلی و محافظه‌کاران می‌شود. دوم آنکه دولت‌ها می‌توانند به شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران کمک کنند تا از پس خطرات احتمالی پیش رو برآیند.

دولت‌ها می‌توانند در برخی از بخش‌ها برای شرکت‌ها اطمینان ایجاد کنند همچون تضمین حداقل قیمت برای تولید برق. دولت‌های غربی نیز موظفند که از تامین مالی برای سرمایه‌گذاری در کشورهای فقیر حمایت کنند. نکته اصلی اما معرفی قیمت‌های کربن است که سیگنال‌های بازار را برای میلیون‌ها تصمیم تجاری روشن می‌کند و دیدی بلندمدت به کارآفرینان و سرمایه‌گذاران می‌دهد. امروزه تنها ۲۲درصد از گازهای گلخانه‌ای منتشر شده در جهان تحت پوشش طرح‌های قیمت‌گذاری است که این طرح‌ها نیز به هم پیوسته نیستند. نشانه‌ها خبر از آن می‌دهند که در نهایت کربن‌زدایی از یک ایده نظری به یک واقعیت بدل می‌شود و یک فشار قوی نیاز است تا این انقلاب رخ دهد.

منابع:

۱-دنیای اقتصاد
۲-ایمنا
۳-سازمان محیط زیست

ایزی پیک

نسل نوین پاکیزگی

EASYPICK

01 جذب بالای آب و رطوبت

02 استفاده از مواد اولیه درجه یک

03 نرمی و لطافت بالا

04 مقرون به صرفه و اقتصادی

05 آسان باز شو بودن بسته (پرفراژ اختصاصی)

06 آویز جهت سهولت در مصرف (هنگردار)

07 بدون تماس با دست آلوده

08 جداسازی آسان هر برگ (تا خورده بودن)

09 بسته بندی کاملا بهداشتی و خلاقانه

10 بسته بندی پلاستیکی(جلوگیری از نفوذ آب)

نسل نوین دستمال توالت

ایزی پیک

نسل نوین پاکیزگی

EASYPICK

300 (100 x 3Ply) Soft Facial Tissue

ایزی پیک

هر سفیدی بهداشتی نیست

www.easypick-ktl.com

easypick_ir

گزارش

هدایت سرمایه‌ها به بخش تولید با طرح «اقتصاد مقاومتی با شرکت‌های برتر»

محمد حسن ترابی، رئیس مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت صمت

طرح «اقتصاد مقاومتی با شرکت‌های برتر» از طرح‌های ابتکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت در راستای تقویت رفتارهای کارآفرینانه است که به منظور حمایت از تولید و هدایت سرمایه‌ها به این بخش مولد به اجرا درآمده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که فرآیند کارآفرینی سازمانی نقش موثری در رشد اقتصادی و سودآوری شرکت‌ها دارد که از ابعاد مهم آن توسعه نوآوری و ورود شرکت‌ها به کسب‌وکارهای جدید (ونچرینگ یا ایجاد شرکت‌های زایشی) است.

در این طرح که با سرمایه‌گذاری، حمایت و پشتیبانی از کسب‌وکارهای موجود که به‌طور عمده با هدف توسعه نوآوری در حوزه کارآفرینی سازمانی شکل می‌گیرد، می‌توان شاهد طرح‌های توسعه‌ای با هدف افزایش و رونق تولید در شرکت‌های بزرگ بود که اثرات مثبتی بر شاخص‌های اقتصادی و اشتغال کشور خواهد داشت.

خوشبختانه ظرفیت‌های لازم نیز برای توسعه این استراتژی در راستای «جهش تولید» در داخل کشور با توجه به وجود شرکت‌های بزرگ که امکان جذب سرمایه با هدف توسعه در بخش‌های مختلفی را داشته باشند، به راحتی یافت می‌شود. ورود شرکت‌های بزرگ به کسب و کارهای جدید و تشکیل هلدینگ که با هدف تکمیل زنجیره ارزش، حفظ مزیت رقابتی (داخلی و خارجی)، تامین مواد اولیه، پر کردن خلاء نهادی و محیطی موجود، داشتن سهم بیشتری از بازار، توسعه و به روز کردن فناوری انجام می‌شود به بالا رفتن نرخ رفتار کارآفرینی در بخش تولیدی کشور کمک قابل توجهی خواهد کرد.

اجرای طرح «اقتصاد مقاومتی با شرکت‌های برتر» علاوه بر توسعه نوآوری و ایجاد کارآفرینی سازمانی و تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی با هدف تاب‌آوری اقتصادی و افزایش کیفیت و تنوع در محصول، موجب جایگزینی واردات و بهبود تراز تجاری کشور، تکمیل زنجیره ارزشی و جلوگیری از خام فروشی و رشد اقتصادی، بهبود وضعیت معیشتی و امیدآفرینی در جامعه خواهد بود.

استفاده از ظرفیت بنگاه‌های اقتصادی بزرگ، یکی از روش‌های عمده سرمایه‌گذاری در جهان است و بررسی‌ها و مطالعات تطبیقی نشان می‌دهد سایر کشورها نیز از طریق سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ و مهم به رشد اقتصادی چشم‌گیری دست یافته‌اند.

وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در راستای سیاست توسعه متوازن تولید و صنایع و معادن در کشور و ایجاد فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری، اقدام به شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و معرفی آن‌ها به ۱۰۰ شرکت تولیدی برتر کرد که در مرحله نخست اجرای این طرح (سال گذشته)، تفاهم همکاری با حضور پنج شرکت در قالب ۶۲ پروژه و با سرمایه‌گذاری افزون بر ۱۵۲ هزار میلیارد تومانی مبادله شد تا نقطه آغازی برای ایجاد یک تحول بزرگ در جهت توسعه سرمایه‌گذاری و حمایت از کالای ایرانی باشد.

این تفاهم‌نامه‌ها شامل پروژه‌های مختلفی در زمینه معدن و صنایع معدنی، صنایع غذایی، ماشین‌سازی و صنایع پالایشگاهی است و هدف از تنظیم و امضای آنها، ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری و تشویق بنگاه‌ها برای توسعه و تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی با تکیه بر توانمندی‌های داخلی است.

این اقدام وزارت صنعت، معدن و تجارت که در راستای حمایت از نوآوری و کارآفرینی سازمانی، حمایت از سرمایه‌گذاران برتر و ارتقای امنیت

سرمایه‌گذاری در کشور انجام شده و موجب ایجاد هزاران فرصت شغلی، افزایش ارزش افزوده و توسعه صادرات در کشور خواهد شد، امسال و در سالی که به تدبیر رهبر معظم انقلاب به سال «تولید، پشتیبانی‌ها و مانع زدایی‌ها» نامگذاری شده است با جدیت و عزم راسخ مسوولان وزارت صنعت تداوم خواهد داشت.

تامین منابع مالی اجرای این طرح از آورده بنگاه‌ها، منابع صندوق توسعه ملی و شبکه بانکی اعم از ریالی و ارزی، جلب مشارکت سایر بنگاه‌های برتر و استفاده از ظرفیت‌های بازار سرمایه در قالب صندوق پروژه، تشکیل شرکت سهامی عام پروژه و انتشار اوراق بدهی تامین خواهد شد.

جهش و رونق همه جانبه تولید نیازمند تقویت رفتارهای نوآورانه و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی و اتخاذ سازوکارهای حمایتی و هدایت سرمایه‌ها به سمت بخش مولد تولید است. این موضوع با توجه به ضرورت برون‌رفت از وضعیت تحریمی و ایجاد تحول اقتصادی برای دستیابی به رشد اقتصادی پایدار بسیار مهم و حیاتی است.

منبع: شاتا

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

دستورالعمل صدور گواهی فعالیت تولید بدون کارخانه ابلاغ شد

سعید زرندی، معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت از ابلاغ دستورالعمل صدور گواهی فعالیت تولید بدون کارخانه خبر داد و گفت: به منظور بهره برداری بهینه از ظرفیت خالی واحدهای تولیدی موجود در کشور و افزایش بهره وری سرمایه، دستورالعمل صدور گواهی فعالیت تولید بدون کارخانه توسط وزیر صنعت، معدن و تجارت ابلاغ شد.

به گزارش آوند، سعید زرندی بیان نمود: پس از تدوین پیش نویس اولیه، با همفکری و هم‌اندیشی با صاحبنظران، انجمن‌ها و تشکل‌های بخش خصوصی این دستورالعمل نهایی شد.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: این دستورالعمل به‌منظور ایجاد وحدت رویه در صدور گواهی فعالیت تولید بدون کارخانه برای اشخاص حقوقی با تاکید بر الکترونیکی بودن فرآیندها، به‌کارگیری شناسه کسب و کار و یکپارچه‌سازی اطلاعات مجوزها تدوین شده است.

معاون وزیر صمت در ادامه صحبت‌های خود هدف از تهیه این دستورالعمل را ایجاد وحدت رویه در نحوه صدور گواهی فعالیت واحدهای تولید بدون کارخانه و زمینه سازی برای بهبود فضای کسب و کار، تسهیل، تسریع و شفاف‌سازی کلیه امور مرتبط با صدور گواهی فعالیت تولید بدون کارخانه دانست.

زرندی تصریح کرد: تولید بدون کارخانه، توانمندی مهندسی بازرگانی برای تولید برون‌سپاری شده با استفاده از ظرفیت واحدهای تولیدی موجود کشور توسط اشخاص حقوقی که نسبت به طراحی محصول، بازاریابی و عرضه محصولات با نشان تجاری (برند) خاص اقدام می‌نماید تعریف شده است.

بنا بر این گزارش، تمام فرایند صدور این مجوز در سامانه بهین‌یاب www.behinyab.ir انجام می‌گیرد.

هدف‌گذاری برای احیای ۲ هزار واحد صنعتی راکد در سال ۱۴۰۰

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت با تاکید بر استفاده از ظرفیت‌های موجود در بخش تولید، گفت: در برنامه‌های تدوین شده برای سال ۱۴۰۰ احیای۲ هزار واحد تولیدی در سراسر کشور هدف‌گذاری شده است.

سعید زرندی در جلسه با مدیرعامل و مدیران سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، افزود: قرار شده یک‌هزار و ۶۰۰ واحد راکد در داخل شهرک‌های صنعتی و ۴۰۰ واحد تعطیل خارج از شهرک‌ها راه‌اندازی شود.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت اظهار داشت: پارسال بیش از یک‌هزار و ۵۰۰ واحد راکد به چرخه تولید برگشت و هدف‌گذاری که از ابتدای سال ۹۹ تدوین شده بود محقق شد، این مسوولیت در سال جاری نیز به سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی محول شد.

زرندی در توضیح پروژه‌های تعریف شده برای این سازمان در سال ۱۴۰۰، تصریح‌کرد: توسعه زیرساخت شهرک‌ها، توسعه خوشه‌های کسب‌وکار صنعتی و صنفی با هدف ۴۰ خوشه و توسعه صنایع کوچک و مستعد پیمانکاری فرعی در راستای تکمیل زنجیره تامین صنایع بزرگ برای ۲۵۰ واحد، از جمله پروژه‌هایی است که در سال ۱۴۰۰ برای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌ها تعریف شده است.

ضرورت استفاده از ظرفیت‌های موجود در بخش تولید

وی با تاکید بر لزوم استفاده از ظرفیت‌های موجود در بخش تولید، اظهار داشت: تمرکز وزارتخانه بر استفاده از ظرفیت‌های موجود است که شامل سه موضوع احیاء واحدهای راکد، افزایش ظرفیت واحدهای موجود و واگذاری واحدهای راکد نیمه‌تمام می‌شود.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت از تمرکز این وزارتخانه خود بر واحدهای راکد نیمه تمام خبر داد و گفت: از موضوعاتی که امسال برای آن برنامه‌ریزی شده واحدهای راکد نیمه‌تمام است که باید برای آن تعیین تکلیف کرد، زیرا تعدادی واحد نیمه تمام سال‌هاست به‌صورت راکد مانده و باید از سرمایه‌گذاران جدید برای تکمیل آن کمک گرفت.

تامین انرژی، مساله مهم بخش تولید

وی همچنین انرژی را یکی از موضوع‌های مهم برای آینده این سازمان عنوان و تاکید کرد: اگر به دنبال توسعه سرمایه‌گذاری در بخش تولید و خواستار جهش بزرگ در بخش صنعت هستیم، نیاز است برای تامین برق، آب و گاز شهرک‌ها یک تحرک جدی شکل بگیرد.

زرندی با بیان اینکه سازمان صنایع کوچک و شهرک‌ها هم باید به مدل جدیدی از سرمایه گذاری و تامین مالی برای این موضوع اقدام کند، گفت: گرچه در قوانین و مقررات به‌صورت شفاف وظایفی برای وزارت نیرو و نفت تعریف شده، اما به‌دلیل کمبود اعتبارات این وزارتخانه‌ها مشکلاتی در این زمینه وجود دارد که امیدواریم با مساعدت سازمان برنامه و بودجه و وزارت نیرو و نفت، موضوع انرژی مورد نیاز شهرک‌ها تامین شود.

پیش‌تر وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام‌کرد: سال گذشته یک‌هزار و۵۵۷ واحد راکد و تعطیل شده به چرخه تولید بازگشتند و برنامه امسال نیز بر احیای واحدهای راکد و نیمه فعال متمرکز است.

منبع: ایرنا

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

تعیین مالیات مقطوع سال ۹۹ برخی از صاحبان مشاغل

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور به منظور تکریم مؤدیان و تسهیل وصول مالیات، برای برخی صاحبان مشاغل بابت عملکرد سال ۱۳۹۹، مالیات مقطوع تعیین کرد.

امید علی پارسا، با صدور دستورالعمل شماره ۲۰۰/۱۴۰۰/۵۱۱ مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۱۷ و همچنین دستورالعمل شماره ۲۰۰/۱۵۱۶۱/د مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۱۸، ضمن اعلام مشمولین تبصره ماده (۱۰۰) قانون مالیات‌های مستقیم جهت برخورداری از تسهیلات مالیات مقطوع عملکرد سال ۱۳۹۹، نحوه تعیین مالیات مقطوع و پرداخت آن را نیز تشریح کرد.

در متن دستورالعمل‌های صادره رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور آمده است:

بنا به اختیار حاصل از تبصره ماده (۱۰۰) اصلاحی مصوب ۱۳۹۴/۰۴/۳۱ قانون مالیات‌های مستقیم و با رعایت مفاد بند (ع) تبصره (۶) قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور و همچنین با عنایت به مفاد جزء (۲) بند (الف) مصوبه شماره (۲) هفتاد و یکمین جلسه ستاد ملی مدیریت کرونا، به منظور تکریم مؤدیان، تسهیل وصول مالیات و ایجاد هماهنگی و وحدت رویه در تعیین مالیات عملکرد سال ۱۳۹۹ برخی از صاحبان مشاغل (به استثنای صاحبان مشاغل گروه اول ماده (۲) آیین نامه اجرایی موضوع ماده (۹۵) قانون فوق)، مقرر می‌دارد:

الف – مشمولان تبصره ماده (۱۰۰) قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحیه مصوب ۱۳۹٤/۰٤/۳۱:

۱– صاحبان مشاغل گروه‌های دوم و سوم موضوع ماده (۲) اصلاحی آیین‌نامه اجرایی موضوع ماده (۹۵) قانون فوق که مجموع فروش کالا و ارائه خدمات آنها در سال ۱۳۹۹ حداکثر چهل و پنج برابر معافیت موضوع ماده (۸۴) قانون مالیات های مستقیم، مبلغ شانزده میلیارد و دویست میلیون (۱۶/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال) ریال بوده، مشمول این دستورالعمل می‌باشند و در صورت تکمیل و ارسال فرم موضوع این دستورالعمل حداکثر تا پایان خرداد ماه سال ۱۴۰۰ (فرم مذکور در سامانه سازمان امور مالیاتی کشور قرار داده خواهد شد) از نگهداری اسناد و مدارک موضوع قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحیه مصوب ۱۳۹۴/۰۴/۳۱ و ارائه اظهارنامه مالیاتی معاف می‌شوند.

۱–۱–صاحبان مشاغلی که واجد شرایط حکم تبصره ماده (۱۰۰) قانون مذکور بوده و بر مبنای موضوع فعالیت و یا استقرار محل فعالیت با دارا بودن مجوز فعالیت از مراجع ذیصلاح در عملکرد سال ۱۳۹۸ مشمول برخورداری از معافیت مالیاتی یا نرخ صفر مالیاتی شده اند، مشروط به حفظ ضوابط معافیت یا نرخ صفر مالیاتی در طی سال ۱۳۹۹، می توانند از مزایای این دستورالعمل استفاده نموده و عدم ارائه اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر، موجب لغو معافیت آنها نخواهد شد.

بدیهی است مفاد بندهای (۵) و (۶) این دستورالعمل برای اینگونه مؤدیان نیز جاری بوده و در صورت خروج مؤدی از شمول مفاد تبصره ماده (۱۰۰) قانون مالیات‌های مستقیم، علاوه بر موارد مذکور در بندهای (۵) و (۶) این دستورالعمل، از هر گونه معافیت مالیاتی یا نرخ صفر مالیاتی محروم خواهند شد.

ب– نحوه تعیین مالیات مقطوع و پرداخت آن:

۲–مالیات صاحبان مشاغل بر مبنای مالیات قطعی عملکرد سال ۱۳۹۸ (اعم از اصلی و متمم) به شرح زیر به صورت مقطوع تعیین می شود:

۱–۲–صاحبان مشاغل با میزان مالیات قطعی تا ۳۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال، بدون افزایش نسبت به عملکرد سال ۱۳۹۸؛

۲–۲–صاحبان مشاغل با میزان مالیات قطعی از ۳۰/۰۰۰/۰۰۱ تا

۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال با ۴٪ (چهار درصد) افزایش نسبت به عملکرد سال ۱۳۹۸؛

۳-۲-صاحبان مشاغل با میزان مالیات قطعی از ۶۰/۰۰۰/۰۰۱ ریال تا ۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال با ۸٪ (هشت درصد) افزایش نسبت به عملکرد سال ۱۳۹۸؛

۴-۲- صاحبان مشاغل با میزان مالیات قطعی بیشتر از ۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال با ۱۲ ٪ (دوازده درصد) افزایش نسبت به عملکرد سال ۱۳۹۸؛

تذکر: بندهای فوق مربوط به مؤدیانی می باشد که مجموع فروش کالا و ارائه خدمات آنها در سال ۱۳۹۹ از مبلغ ۱۶/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال بیشتر نباشد. مؤدیانی که میزان فروش کالا و ارائه خدمات آنها در سال ۱۳۹۹ بیش از مبلغ مذکور می باشد، مکلف به تسلیم اظهارنامه و پرداخت مالیات متعلق با رعایت مقررات مربوط می باشند.

۳-صاحبان مشاغلی که تمایل به استفاده از شرایط این دستورالعمل را دارند، می‌بایست از طریق سیستم الکترونیکی (طبق فرم مربوط) از طریق پایگاه اینترنتی https://ntr.tax.gov.ir مراتب را به سازمان امور مالیاتی کشور اعلام نمایند. تسلیم فرم مذکور به عنوان آخرین اقدام در مهلت مقرر قانونی توسط مؤدی به منزله پذیرش کلیه شروط دستورالعمل از جانب مؤدی خواهد بود. بدیهی است مالیات عملکرد سال ۱۳۹۹ مؤدیان موضوع این دستورالعمل در صورتی که اظهارنامه مالیاتی عملکرد سال ۱۳۹۹ خود را در موعد مقرر قانونی تسلیم نمایند و پس از تسلیم اظهارنامه مالیاتی، فرم موضوع بند (۱) این دستورالعمل را قبل از پایان خرداد ماه سال ۱۴۰۰، به عنوان آخرین اقدام تسلیم ننمایند و یا در مهلت مقرر، فرم مربوطه را به سازمان امور مالیاتی کشور تسلیم نکنند از شمول این دستورالعمل خارج بوده و با رعایت مقررات مربوطه تعیین خواهد شد.

۴-درخصوص صاحبان مشاغلی که امکان پرداخت مالیات مقطوع موضوع این دستورالعمل را به صورت یک جا تا پایان خرداد ماه سال ۱۴۰۰ نداشته باشند، مالیات مقطوع فوق حداکثر تا پنج ماه به صورت مساوی تقسیط می شود. عدم پرداخت مالیات در موعد مقرر، مشمول جریمه موضوع ماده (۱۹۰) قانون مالیات‌های مستقیم خواهد بود.

۵- هرگاه اسناد و مدارک مثبته‌ای به دست آید که مشخص شود مجموع فروش کالا و ارائه خدمات مؤدی در سال ۱۳۹۹ بیش از مبلغ ابرازی به عنوان فروش کالا و خدمات و سایر درآمدهای فرم موضوع بند (۱) این دستورالعمل بوده، مشروط به این که مجموع درآمد مؤدی از حدنصاب مقرر(۱۶/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال) تجاوز ننماید، با رعایت مقررات بند (۱-۴) ماده (۴۱) آیین نامه اجرایی موضوع ماده (۲۱۹) قانون مالیات‌های مستقیم، نسبت به محاسبه و حسب مورد مطالبه مابه التفاوت مالیات متعلقه (مالیات قابل مطالبه عبارت خواهد بود از مالیات متعلقه پس از کسر مالیات ابرازی مؤدی در فرم موضوع بند (۱) این دستورالعمل) با رعایت مقررات اقدام خواهد شد. مابه‌التفاوت مالیات مطالبه شده در اجرای این بند از دستورالعمل، مشمول جریمه موضوع ماده (۱۹۲) قانون مالیات‌های مستقیم نخواهد بود.

۶- هرگاه اسناد و مدارک مثبته‌ای به دست آید که مشخص شود مجموع فروش کالا و ارائه خدمات مؤدی در سال ۱۳۹۹ بیش از مبلغ ۱۶/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال بوده، مؤدی مذکور مشمول مفاد تبصره ماده (۱۰۰) قانون مالیات های مستقیم نبوده و علاوه بر محاسبه و مطالبه مالیات وفق مقررات ماده (۹۷) قانون مالیات های مستقیم، مشمول جرایم متعلقه از جمله جریمه عدم تسلیم اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر قانونی و همچنین عدم امکان استفاده از کلیه معافیت ها و نرخ صفر از جمله معافیت موضوع ماده (۱۰۱) قانون مالیات‌های مستقیم خواهد شد.

تبصره: با عنایت به اینکه به موجب مفاد بند (۱) این دستورالعمل، مؤدیان مشمول دستورالعمل، از نگهداری اسناد و مدارک موضوع قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحیه مصوب ۱۳۹۴/۰۴/۳۱ معاف

می‌باشند، لذا مفاد حکم بندهای (۵) و (۶) این دستورالعمل در ارتباط با اسناد و مدارک مثبته به دست آمده خرید، بهای تمام شده کالای فروش رفته و بهای تمام شده خدمات ارائه شده که با رعایت مفاد آیین نامه اجرایی یاد شده در بند (۵) این دستورالعمل از جمله تعیین ارزش منصفانه، منتج به تعیین فروش/ درآمد ارائه خدمات بیش از مبلغ ابرازی مؤدی در فرم موضوع بند (۱) این دستورالعمل باشد نیز جاری خواهد بود.

بدیهی است در صورت ارائه اسناد و مدارک مستند توسط مؤدی مبنی بر درج بخشی از اقلام خرید در موجودی کالای پایان دوره، رعایت موازین قانونی در عدم محاسبه فروش این بخش از کالا در سال ۱۳۹۹ و احتساب آن به فروش سنوات بعد مؤدی حسب مستندات ارائه شده ضروری می باشد.

ج- سایر موارد:

۷-صاحبان مشاغلی که سال ۱۳۹۹ اولین سال فعالیت آنها بوده است، مشمول برخورداری از مفاد این دستورالعمل نخواهند بود و لذا مکلف به انجام تکالیف قانونی از جمله تسلیم اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر می باشند.

۸-هرگونه تغییر محل فعالیت در سال ۱۳۹۹ نسبت به محل فعالیت در سال ۱۳۹۸ با عنایت به مفاد ماده (۳) آیین نامه اجرایی موضوع تبصره (۳) ماده (۱۶۹) قانون مالیات‌های مستقیم مشمول ثبت نام جدید بوده و مؤدی در محل فعالیت جدید مشمول این دستورالعمل نخواهد بود. (به استثنای مشاغل موضوع آیین نامه مذکور که براساس مجوز صادره از طرف مراجع ذی صلاح بیش از یک محل فعالیت برای همان مجوز داشته باشند.)

۹- آن دسته از صاحبان مشاغلی که مالیات عملکرد سال ۱۳۹۸ آنها حسب مورد با اعمال مقررات موضوع مواد (۱۳۷)، (۱۶۵) و (۱۷۲) قانون مالیات‌های مستقیم محاسبه شده و یا در طی سال ۱۳۹۸ به طور کامل فعالیت نداشته اند، ابتدا باید مالیات سال ۱۳۹۸ آنها بدون رعایت موارد مذکور محاسبه و سپس مبنای رشد مورد نظر قرار گیرد.

۱۰-مالیات عملکرد سال ۱۳۹۹ مؤدیان موضوع این دستورالعمل درصورتی که متقاضی اعمال مقررات قانونی از جمله مفاد مواد (۱۳۷)، (۱۶۵) و (۱۷۲) قانون مالیات های مستقیم درخصوص درآمد عملکرد سال ۱۳۹۹ خود هستند، از شمول این دستورالعمل خارج بوده و با رعایت مقررات مربوطه تعیین خواهد شد.

۱۱-کلیه صاحبان مشاغلی که علاوه بر فعالیت اصلی خود نسبت به خرید سکه از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اقدام نموده و سکه های خریداری شده را در طول سال ۱۳۹۹ دریافت کرده اند، برای پرداخت مالیات سکه می بایست به صورت مجزا و بر اساس دستورالعمل صادره در ارتباط با تعیین میزان مالیات سکه اقدام نمایند.

۱۲-آن دسته از صاحبان مشاغل موضوع بند (الف) این دستورالعمل که مالیات تشخیصی عملکرد سال ۱۳۹۸ آنان به قطعیت نرسیده‌است، درصورت تکمیل و ارسال فرم مربوط با اعمال درصدهای تعیین شده مطابق بند (ب) این دستورالعمل به نسبت مالیات تشخیصی عملکرد سال ۱۳۹۸، مشمول این دستورالعمل خواهند بود. بدیهی است چنانچه مالیات عملکرد سال ۱۳۹۸ مؤدیان موضوع این بند در فرآیند رسیدگی و دادرسی مالیاتی، کاهش یابد، این امر تاثیری در میزان مالیات مقطوع پذیرفته شده عملکرد سال ۱۳۹۹ آنها نخواهد داشت.

۱۳-صاحبان مشاغلی که با توجه به میزان سود دهی فعالیت خود درخواست پرداخت مالیات بیش از مبالغ مندرج در بند (ب) این دستورالعمل را دارند، می توانند نسبت به پرداخت اقدام نمایند و مبالغ مذکور در بند (ب) مانع از پرداخت مالیات بیشتر از مبالغ اعلام شده نمی باشد و اینگونه مؤدیان نیز مشمول برخورداری از مفاد این دستورالعمل با رعایت مقررات مربوطه خواهند بود.

۱۴-میزان مالیات مقطوع پزشکانی که در عملکرد سال ۱۳۹۹ مشمول حکم بند (ح) تبصره (۶) قانون بودجه سال ۱۳۹۹ بوده‌اند، معادل مالیات تعیین شده به شرح بند (۲) این دستورالعمل یا مالیات مکسوره آنها، هرکدام که بیشتر باشد تعیین می شود.

منبع: خبرگزاری صدا و سیما

درخواست اصناف برای تمدید مهلت ارسال اظهارنامه مالیات بر عملکرد۹۹

نایب رئیس اتاق اصناف ایران گفت: اگرچه اصناف مکررا خواستار تمدید مهلت ارسال اظهارنامه عملکرد ۹۹ تا پایان شهریور و بازنگری دستورالعمل تبصره ماده ۱۰۰ قانون مالیات های مستقیم هستند اما احتمالا دولت برای پرکردن خزانه در سال آخر کار خود موافق تمدید این مهلت نیست.

ابراهیم درستی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس با اشاره به اینکه اصناف خواستار تمدید مهلت ارسال اظهارنامه مالیات عملکرد ۱۳۹۹ شدند، گفت: چندین بار درخواست تمدید مهلت ارسال اظهار نامه عملکرد ۱۳۹۹ تا پایان شهریور به سازمان امور مالیاتی ارسال شده است، اما تاکنون با این درخواست موافقت نشده و علت مخالفت سازمان امور مالیاتی نیز مشخص نیست.

عضو هیات رئیسه اتاق اصناف ایران افزود: شرایط کنونی اصناف با توجه به رکود و تعطیلی های مکرر دو ساله بسیار سخت است، لذا لازم است سازمان امور مالیاتی کشور به عنوان یکی از بخش های دولت در راستای حمایت از اصناف آسیب دیده اقدام کند.

وی با اشاره به اینکه به علت فشار اقتصادی ناشی از کرونا سال گذشته مهلت ارسال اظهارنامه مالیاتی اصناف تا پایان مرداد تمدید شد، گفت: امسال هم سازمان امور مالیاتی در جلسه‌ای با حضور نمایندگان اصناف و نمایندگان سازمان های ذیربط و همچنین نمایندگان ستاد ملی مقابله با کرونا قول مساعد داده بود که این مهلت را تا پایان شهریور ۱۴۰۰ تعیین کند اما معلوم نیست که در شرایط کرونا، رکود اقتصادی و حتی فشار اقتصادی شدیدتر از سال گذشته به چه دلیل با تمدید ارسال اظهارنامه موافقت نمی‌کند.

نماینده اصناف در سازمان امور مالیاتی با اشاره به انتخابات

ریاست جمهوری و پایان کار دولت فعلی گفت: به نظر می‌رسد، سازمان امور مالیاتی به دنبال پرکردن خزانه با اخذ مالیات از نادرآمدی اصناف است، در حالی که این موضوع به دلیل وارد کردن فشار مضاعف به اصناف نارضایتی اصناف را به دنبال خواهد داشت.

درستی با اشاره به دستورالعمل ابلاغی تبصره ماده ۱۰۰ قانون مالیات‌های مستقیم گفت: ابلاغ این دستورالعمل در نیمه دوم خرداد ماه با زمانی کمتر از ۱۵ روز اصناف را در فشار قرار داده است.

نایب رئیس اتاق اصناف ایران اظهار داشت: با توجه به فشار اقتصادی و افزایش بی سابقه تورم اصناف کشور خواستار تمدید مهلت ارسال اظهارنامه عملکرد ۹۹ تا پایان شهریور و بازنگری دستورالعمل تبصره ماده ۱۰۰ قانون مالیات‌های مستقیم هستند.

منبع: خبرگزاری فارس

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

اقتصاد خوب در شرایط سخت

نویسنده: علاءالدین ازوجی

در کتاب امثال و حکم دهخدا (ج۱ ص ۱۹۵) آمده است: «یکی از جراحان معاصر در جمعی می‌گفت امروز یک جراحی سنگ کلیه داشتم که به بزرگی تخم‌مرغ از شکم بیمار درآوردم و بدان مباهات می‌کرد. یکی از حاضران گفت که بیمار اکنون چگونه هست؟ گفت در حین عمل جراحی مرد. ظریفی در جمع گفت که اگر بنا به مردن بود من جگرش را درمی‌آوردم.»

با شروع تبلیغات سیزدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری، بحث داغ «اقتصاد و معیشت مردم» بیش از دوره‌های قبل ادامه دارد و هر روز نیز پررنگ‌تر خواهد شد. برای بحث «اقتصاد و معیشت» در سطح جهانی این ادعا وجود دارد که از بعد اقتصاد سیاسی، برای قضاوت درمورد توفیق دولت‌ها سه شاخص کلیدی اقتصادی (رشد اقتصادی، نرخ بیکاری و نرخ تورم) کفایت لازم را دارد؛ چراکه همواره بسیاری از سیاست‌ها، کارکردها و تلاش‌های دولت‌ها در این سه شاخص، نمایان می‌شود و تاثیر مستقیمی بر وضعیت رفاهی خانوارها و شهروندان دارد. با ایده گرفتن از برندگان جایزه نوبل اقتصاد و نویسندگان کتاب «اقتصاد خوب برای روزگار سخت» (بنرجی و دوفلو-۲۰۱۹)، شاید بتوان گفت که این سه شاخص به‌صورت توامان برای شهروندان ایرانی (شهری و روستایی) «شاخص خوب/ یا بد برای شرایط سخت» محسوب می‌شوند.

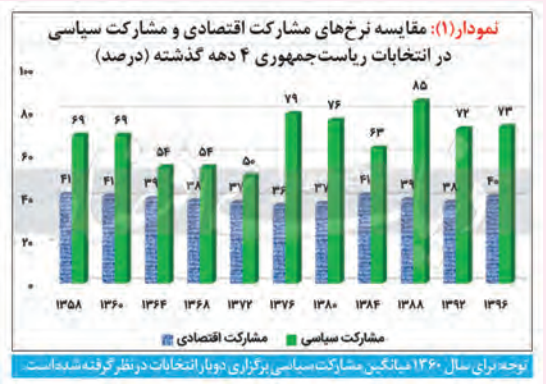
تحقق اهداف مناسب این شاخص‌ها حتی در شرایط سخت برای مردم ایران، نیازمند بازمهندسی سیاست‌گذاری اقتصادی و اجتماعی است که باید به ظرافت در وعده و وعیدهای کاندیدای ریاست‌جمهوری لحاظ شود تا از یک طرف، مردم با مشارکت قوی‌تر و بهتر بتوانند قضاوت کنند و تصمیم بگیرند که فرد مورد نظر خود را انتخاب کنند و از جانب دیگر، دستاورد تیم فکری و اقتصادی رئیس‌جمهور منتخب، منجر به این نشود که بیماری بیمار(شهروندان) تشدید شود یا در بستری بیماری از بین برود.

شواهد گذشته اقتصاد ایران، تصویری را برای کاندیدای ریاست‌جمهوری دوره سیزدهم ارائه می‌دهد که از ابعاد مختلف قابل توجه است و حاکی از آن است شعارهای بدون پشتوانه علمی و کارشناسی می‌تواند مشارکت سیاستی را به سمت خود تغییر دهند؛ ولی عایدی زیادی برای مردم به همراه ندارد و «شاخص خوب» تبدیل به «شاخص بد» می‌شود. به‌عبارتی، شعارهای آرمان‌گرایانه و نادیده گرفتن واقعیت‌ها باعث خواهد شد در عمل شاخص خوب از جریان فکری و کارکردی اقتصاد بیفتد و شاخص بد جایگزین شود.

نگارنده دو واقعیت گذشته اقتصادی ایران را اشاره می‌کند:
الف- مطابق نمودار(۱) نرخ‌های مشارکت اقتصادی و مشارکت سیاسی در انتخابات ریاست‌جمهوری ۴ دهه گذشته مقایسه شده است. نرخ مشارکت سیاسی مردم در انتخابات ریاست‌جمهوری با لحاظ نوسانات دوره‌ها به‌طور متوسط ۶۸ درصد بوده است. حال آنکه در همان سال‌های انتخابات، نرخ مشارکت اقتصادی در انجام فعالیت‌های اقتصادی (بالقوه) ۳۹درصد بوده است.

به‌عبارتی، همواره در هر دوره از انتخابات ریاست‌جمهوری به‌طور متوسط نرخ مشارکت سیاسی ۷۰ درصد بیش از نرخ مشارکت اقتصادی بود. این یک معیار نسبی برای قضاوت و ارزیابی است. حال اینکه اگر بخواهد این وضعیت در سال ۱۴۰۰ رخ دهد، نیازمند بازنگری در وعده و وعیدها و تغییر پارادایم‌های فکری آنهاست تا تهییج مشارکت‌ها صورت گیرد.

بدیهی است که مشارکت پایین‌تر سیاسی، دستاورد مناسبی برای جامعه نخواهد بود و «شاخص بد» مبنا می‌شود.



ب- تصویر شاخص کلیدی اقتصادی(رشد اقتصادی، نرخ بیکاری و نرخ تورم) در ۴ دهه گذشته در جدول(۱) این واقعیت را نشان می‌دهد که دستیابی به «شاخص خوب» کمی دشوار است؛ اما تجربه جهانی نشان می‌دهد با عقلانیت و خرد جمعی، دور از واقعیت نیست و این موضوع چارچوب و قاعده خاص خود را دارد.

ضمن اینکه نمودار (۲) نشان می‌دهد نزدیک شدن این سه شاخص به هم، به‌طور نسبی زمینه را برای حرکت در مسیر باثبات اقتصادی فراهم می‌کند. برخی سال‌ها این نظر را تایید می‌کنند، هرچند اولویت‌بندی آنها به‌خصوص کنترل جسورانه تورم، در نظام فکری سیاست‌گذاری (نه برنامه‌ریزی) دولت‌ها مهم و کلیدی است.

جدول(۱)، متوسط رشد اقتصادی، نرخ بیکاری و نرخ تورم در ۴ دهه گذشته(درصد)

دوره	رشد اقتصادی	نرخ بیکاری	نرخ تورم
متوسط دوره ۹۹-۱۳۵۸	۱/۸	۱۲/۱	۲۰/۲
متوسط دوره ۸۴-۱۳۷۰	۴/۲	۱۲/۱	۲۰/۸
متوسط دوره ۹۹-۱۳۸۵	۱/۴	۱۲/۳	۲۱/۳

با توجه به یافته‌های فوق، می‌توان گفت چند شرط و الزام برای یک کاندیدای ریاست‌جمهوری وجود دارد و توفیق وی را در گرفتن مسوولیت قوه مجریه و حتی دستاوردهای بعدی آن افزایش خواهد داد.

اول اینکه، مشارکت سیاستی بیشتر در انتخابات در بطن خود همراه با مشارکت اقتصادی و اجتماعی بیشتر جامعه در پیاده‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌ها در دوره ریاست‌جمهوری‌خواهد بود که همواره این موضوع در کشور ما کمرنگ بوده است؛ ولی از بعد داخلی و خارجی برای منافع ملی حیاتی است.

بنابراین هر کاندیدایی که این نظر را داشته باشد که شهروندان (خانوار و فعالان اقتصادی) نقش کلیدی در بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی دارند، بدیهی است تناسب قدرت، درآمد و ثروت، به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم، بهتر و موثرتر توزیع خواهد شد. این دیدگاه نیازمند تغییر در پارادیم‌های فکری سازمان یا تیم‌های خط‌دهنده به کاندیداها است.

دوم اینکه طی ۴ دهه گذشته، شاخص‌های کلیدی خوب یادشده در عمل به «شاخص بد» تبدیل شدند و تصویر داده‌های جدول(۱) گویا بود؛ اما کارکردها در درون جامعه نیز آن را تایید می‌کند؛ چون سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات دولتمردان و نظام اجرایی و قانونی کشور برای مردم دستاوردهای اقتصادی و معیشتی چندانی نداشته است و این نگاه در یک چارچوبی به نام چرخه سیاست‌گذاری ملی مبتنی بر شناخت علمی و واقع‌بینانه به مسائل اساسی کشور قابل ترسیم و پیاده‌سازی است که متاسفانه این دانش ضمنی در نظام کارشناسی، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری وجود ندارد یا ضعیف است.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

این بدنه همواره در «تله برنامه» و حتی «نظام روزمرگی» گیر افتاده است؛ درحالی‌که حل مسائل، فراتر از برنامه است و نیازمند ورود به سطح بالاتر است که جدای از تفکر سیاسی کاندیدا، حرکت به این سمت گامی بزرگ در شناخت به مسائل و ارائه حل مساله است. بدیهی است مردم می‌توانند قضاوت بهتری در مورد کاندیدا و ظرفیت‌های قانونی در اختیار وی را داشته باشند.

سوم اینکه در دوره‌های گذشته، شعارهای کاندیدای ریاست‌جمهوری به چارچوب‌ها و ظرفیت‌های اقتصادی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (بدون قضاوت در مورد محدودیت‌ها) اشاره‌ای شده است و آن خواسته اصلی مردم و نقش اصلی دولت در انجام رسالت بنیادین خود است. اصل چهل‌وسوم این قانون به صراحت به تامین نیازهای اساسی (مسکن، خوراک، پوشاک، بهداشت، درمان، آموزش و پرورش و امکانات لازم برای تشکیل خانواده برای همه) تاکید دارد.

حال آنکه در حال حاضر، شهروندان (مناطق شهری و روستایی) مجبور هستند سالانه بخش عمده‌ای از بودجه خانوار خود را برای پوشش هزینه دریافت خدمات و نیازهای یادشده پرداخت کنند. بدیهی است که این کارکرد باعث شده است تا مردم در طول شبانه روز از بعد معیشت اولیه خود دچار آسیب‌های زیادی شوند یا منتظر دریافت یارانه‌های حداقلی باشند.

چهارم اینکه اقتصاد ایران در ۴ دهه گذشته نتوانسته است به خوبی از ظرفیت‌های داخلی و منطقه‌ای و بین‌المللی برای آسایش و آرامش شهروندان ایرانی استفاده کند. رسیدن به این اهداف، نیازمند تولید ثروت از طریق این ظرفیت‌ها است. درآمد سرانه اقتصاد ایران چند دهه است که تحول اساسی نداشته است و باید واقع‌بینانه‌تر مباحث را دنبال کرد و تصمیم گرفت. برای تحقق افزایش درآمد سرانه به میزان ۵۰ درصد وضعیت امروزی ظرف دوره‌ای ۴ تا ۸ ساله، اتکا به ظرفیت منطقه‌ای و بین‌المللی نمی‌تواند کشور را در این مسیر قرار دهد و اتکا به ظرفیت‌های داخلی هم کفایت لازم را ندارد، بلکه ظرفیت‌های توامان، مکمل تسریع رشد خواهد بود. قریب به اتفاق نگاه فکری جهان در حال توسعه و توسعه‌یافته به این اجماع رسیدند. دور شدن از این نگاه یعنی جا باز کردن برای «شاخص بد در شرایط سخت».

پنجم اینکه سیاست کنترلی برای تورم در اقتصاد ایران مسیر اشتباهی را دنبال کرده است که عمدتا با اتکا به ابزارهای حداقلی سیاست‌های مالی و پولی(آن هم با اثرگذاری ضعیف آنها) همراه بوده است. اجرای آنها فشارهای زیادی به رفاه و معیشت مردم وارد کرده است. دو نهاد خانوار و بنگاه‌های اقتصادی، همواره درآمدهای غیرکاری (رسمی، پنهان و غیررسمی) دارند که عمدتا در رصد دولت قرار ندارد و بسیار از سیاست‌های دولت را دچار اختلال می‌کند و حتی تغییر مسیر می‌دهند. این موضوعات بنیادین کنترل تورم است که مغفول مانده است. دولتمردان سعی کردند راحت‌ترین و سهل‌الوصول‌ترین مسیر را برای مدیریت اداری انتخاب کنند.

اختلاف زیاد سهم این درآمدها از درآمد برخی خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی در اقتصاد ایران و کشورهای در حال گذار گواه این ادعاست و نه تنها این منابع نقش اساسی در مشارکت و بهبود وضعیت اقتصادی نداشته است، بلکه در دامن زدن به نابرابری‌ها و تورم بیشتر(همانند تجربه دو سه سال اخیر) در رده‌های بالا قرار دارد. به نوعی برخی پدیده‌های ساختاری و بنیادین در الگوی رفتاری و کارکردی اقتصاد ایران به بی‌ثباتی بیشتر دامن زده است. اظهارنظرهای مردم در کسب ثروت‌های غیرمعمول از سوی برخی افراد و بنگاه‌ها در همین چارچوب است.

با این توصیف، بنا نیست با هزینه اجتماعی بالا، تاریخ تکرار شود، بلکه اصلاح نظام فکری و دانشی کشور در تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و شفاف کردن برای مردم و همراه شدن آنها (با مشارکت بیشتر سیاسی و اقتصادی) ضرورت برگشت‌ناپذیر شده است تا با قرار گرفتن در این مسیر، دستاوردهایی در قالب «اقتصاد خوب، مطمئن و فراگیر» حتی در روزگار سخت برای جامعه انتظار داشت.

منبع: دنیای اقتصاد

جدیدترین وضعیت شهرک‌های صنعتی

مهم‌ترین دلیل رکود واحدها، کمبود نقدینگی است

بر اساس آمارها تا پایان سال ۱۳۹۹ بیش از ۹۵۵ هزار نفر در واحدهایی که در شهرک‌ها و نواحی صنعتی به بهره‌برداری رسیدند مشغول به کار بودند، نزدیک به ۵۰ درصد کل واحدها در صنایع فلزی و شیمیایی فعال هستند ۸۵۲۱ واحد نیز در شهرک‌ها غیرفعال است که ۵۶.۹ درصد آن‌ها به دلیل کمبود نقدینگی دچار این وضعیت شده‌اند.

بررسی گزارش عملکرد وزارت صنعت، معدن و تجارت نشان می‌دهد که تعداد شهرک‌ها و نواحی صنعتی مصوب تا پایان سال ۱۳۹۹ به ۱۰۱۱ شهرک و ناحیه رسید که نسبت به تعداد ۹۹۵ شهرک و ناحیه صنعتی مصوب در سال ۱۳۹۸، افزایش ۱.۶ درصدی داشته است.

همچنین تعداد شهرک‌ها و نواحی صنعتی در حال بهره‌برداری در مدت یاد شده با ۰.۹ درصد افزایش نسبت به سال ۱۳۹۸ به ۸۲۸ شهرک و ناحیه رسیده است. تعداد شهرک‌ها و نواحی صنعتی در حال بهره‌برداری تا پایان سال ۱۳۹۸ معادل ۸۲۱ مورد بوده است. تعداد واحدهای صنعتی به بهره‌برداری رسیده در شهرک‌ها و نواحی صنعتی در سال گذشته ۲۵۴۴ واحد بوده که در مقایسه با ۲۵۷۸ واحد به بهره‌برداری رسیده در مدت مشابه سال ۱۳۹۸، حدود ۱.۳ درصد کاهش داشته است. طبق این آمار در مجموع تا پایان سال ۱۳۹۹ معادل ۴۷ هزار و ۵۰۹ واحد در شهرک‌ها و نواحی صنعتی به بهره‌برداری رسیده که نسبت به تعداد ۴۵ هزار و ۶۶۲ واحد که تا پایان سال ۱۳۹۸ به بهره‌برداری رسیده بودند، حدود چهار درصد افزایش داشته است.

اشتغال بیش از ۹۵۵ هزار نفر در شهرک‌های صنعتی

همچنین آمارها نشان می‌دهد میزان اشتغال ایجاد شده در واحدهای صنعتی به بهره‌برداری رسیده در سال گذشته حدود ۳.۵ درصد افزایش داشته، به طوری که در سال ۱۳۹۹ معادل ۴۲ هزار و ۳۸۵ شغل در واحدهای صنعتی به بهره‌برداری رسیده ایجاد شده اما در مدت مشابه سال قبلش ۴۰ هزار و ۹۴۴ نفر در واحدهای صنعتی تازه به بهره‌برداری رسیده شاغل شدند.

در مجموع تا پایان سال گذشته ۹۵۵ هزار ۱۲ نفر در واحدهایی که در شهرک‌ها و نواحی صنعتی به بهره‌برداری رسیدند مشغول به کار بودند که نسبت به اشتغال ۹۲۱ هزار و ۵۱۱ نفر تا پایان سال ۱۳۹۸ در این واحدها، حدود ۳.۶ درصد افزایش داشته است.

نصف واحدها کوچک هستند

همچنین بر اساس این آمار از کل ۴۷ هزار و ۵۰۹ واحد مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی، ۴۱ درصد خرد، ۵۲ درصد کوچک، شش درصد متوسط و یک درصد واحدها بزرگ هستند. از نظر اشتغال نیز ۱۱ درصد اشتغال در واحدهای خرد، ۴۹ درصد در واحدهای کوچک، ۲۱ درصد در واحدهای متوسط و ۱۹ درصد در واحدهای بزرگ ایجاد شده است.در زمینه سرمایه‌گذاری نیز واحدهای کوچک پیشتاز هستند به طوری که ۴۲ درصد سرمایه گذاری شهرک‌های صنعتی در واحدهای کوچک، ۲۴ درصد در واحدهای متوسط، ۲۱ درصد در واحدهای بزرگ و ۱۳ درصد در واحدهای خرد انجام شده است.

فعالیت نصف واحدهای شهرک‌های صنعتی در صنایع فلزی و شیمیایی

همچنین بر اساس این گزارش از کل ۴۷ هزار و ۵۰۹ واحد مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی، ۲۶.۱ درصد در صنایع فلزی، ۲۲ درصد در صنایع شیمیایی، ۱۷ درصد غذایی و آشامیدنی، ۱۱.۸ درصد در کانی غیرفلزی، ۷.۲ درصد در صنایع سلولزی، ۷.۱ درصد در حوزه خدمات، ۵.۴ درصد در صنایع نساجی و ۳.۴ درصد در صنعت برق و الکترونیک فعال هستند.

وضعیت راندمان شهرک‌ها

تا پایان سال گذشته ۱۵ هزار و ۲۲۲ واحد فعال، یعنی ۳۹ درصد از کل واحدهای فعال، در شهرک‌های صنعتی با ظرفیت کمتر از ۵۰ درصد، بیش از ۱۳ هزار و ۲۹۸ واحد معادل ۳۴.۱ درصد واحدها با ظرفیت ۵۰ تا ۷۰ درصد و ۱۰ هزار و ۴۶۸ واحد معادل ۲۶.۸ درصد واحدها با ظرفیت بیش از ۷۰ درصد فعالیت می‌کنند.

چه تعداد واحد راکد داریم؟

گفتنی است که بر اساس آمارها ۸۵۲۱ واحد غیرفعال در شهرک‌های صنعتی کشور وجود دارد که ۵۶.۹ درصد آن‌ها به دلیل کمبود نقدینگی، ۱۶.۱ درصد به دلیل فقدان بازار، ۳.۷ درصد به دلیل اختلاف شرکا، ۲.۶ درصد به دلیل تامین مواد اولیه، ۱.۵ درصد به دلیل نقصان ماشین آلات، ۰.۵ درصد به دلیل مشکلات قضایی و ۰.۴ درصد به دلیل مشکلات زیرساختی تولیدشان متوقف شده است. در این میان تولید ۱۸.۳ درصد واحدها نیز به دلایل نامشخص متوقف شده است.

منبع:ایسنا

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

چرا نرخ ارز به‌سادگی پایین نمی‌آید؟

علی‌اصغر سمیعی، تحلیلگر بازار ارز معتقد است: کاهش نرخ ارز نیاز به جراحی دردناک در اقتصاد دارد؛ فرآیندی که هم جرئت می‌خواهد و هم اراده.

«کاهش نرخ ارز» تبدیل به یکی از شعارهای جدی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۴۰۰ شده است. برای سنجش پذیری این وعده، نخست باید ببینیم قیمت ارز چگونه بالا رفته است؟

وقتی حجم نقدینگی به‌شدت بالا می‌رود، و البته این خودش علت اصلی نرخ بالای تورم است، باعث می‌شود ارزش پول ملی هم پایین بیاید، مثل این می‌ماند که به یک شربت غلیظ به‌طور منظم آب اضافه کنیم خوب هرچقدر حجم شربت در اثر اضافه کردن آب بالا برود، از طعم و مزه و خاصیت آن کم می‌شود و درواقع ارزش واقعی آن کاهش پیدا می‌کند. حالا شربتی را در نظر بگیریم که سال‌ها حجم آن در اثر افزایش آب اضافه‌شده و کیفیت شربت کاهش‌یافته، آیا در یک مدت کم می‌شود ارزش ازدست‌رفته رو به این شربت بازگردانیم؟

ارزش پول ملی ما سال‌هاست که در اثر ایجاد تورم‌های بالا و بدون مطالعه که حاصل خیانت‌های مسئولین اقتصادی در قبل از انقلاب، و حوادث و مشکلات ناشی از انقلاب و جنگ تحمیلی و البته بی‌تدبیری‌های برخی از مسئولین اقتصادی در بعد از انقلاب، دائم در حال کاهش بوده است. آیا این زخم کهنه را می‌شود در زمان اندک معالجه کرد؟

مسلما پاسخ به این سوال «خیر» است. قدم اول در این راه، یعنی تقویت پول ملی، جلوگیری از سقوط بیشتر ارزش آن است. این به این معناست که با کاهش جدی نرخ تورم و به دنبال آن نرخ بهره و به نزدیک صفر رساندن آن‌ها، (تازه اگر موفق شویم نرخ تورم و بهره را به نزدیک صفر برسانیم)، یعنی توانستیم از کاهش بیشتر ارزش پول ملی جلوگیری کنیم. در ادامه این روند وارد مرحله بعد یعنی مرحله افزایش ارزش پول ملی می‌شویم. اگر نرخ تورم و روند افزایش حجم نقدینگی منفی شود و نرخ توسعه به بالا برود در زمان‌هایی ممکن است، به‌آرامی نرخ ارز کاهش یابد.

البته دو راه دیگر هم برای کاهش نرخ ارز وجود دارد که چندان مورد تأیید نیست. راه اول تزریق بیشتر از تقاضای ارز به بازار که مستلزم داشتن درآمدهای ارزی فراوان است. البته این راه درهرصورت بیراه است چراکه حتی با داشتن درآمد، درنهایت به نتیجه پایدار نمی‌رسد.

چون هرچقدر قیمت ارز به‌طور مصنوعی و دستوری و غیرواقعی ارزان نگه‌داشته شود، به‌صورت تصاعدی مشتری برای آن بیشتر می‌شود و درنهایت دوباره افزایشی خواهد شد. یکی دیگر از ابعاد در پیش گرفتن این راه، بی‌فایده بودن آن است. تزریق ارز باعث خسارت‌های جبران‌ناپذیر به تولید و باعث بالا رفتن نرخ بیکاری و درنهایت به زیان اقتصاد کشور خواهد بود.

راه دیگری برای تقویت پول ملی به‌طوری‌که برخی از آقایان عنوان کرده‌اند، برداشتن صفرها از جلوی اعداد روی اسکناس است، یعنی ده هزار را با برداشتن چهار صفر به یک تبدیل کنیم، و این هم به نظر من یک کار عبث خواهد بود مثل‌اینکه کسی اسم اشکنه را بگذارد کباب دنده، مطمئنا طعم و مزه و خاصیت آن با تغییر اسم هیچ تغییری نمی‌کند یا اگر کسی یک باغچه ۴۰۰ متری داشته باشد و اسم آن را بگذارد باغ چهل هکتاری، مطمئنا محصول باغ افزایش نمی‌یابد، و قیمت باغ هم بالا نمی‌رود، فقط ممکن است صاحب باغ را گمراه کند و امر را بر او مشتبه سازد.

مجموع همه این‌ها یعنی تنها راه صحیح برای تقویت پول ملی همانا کار سخت است، یعنی کنترل شدید تورم، کاهش حجم نقدینگی، شروع به اعتمادسازی و جذب سرمایه برای ایجاد شغل و بالا رفتن تولید که در نهایت به مثبت شدن تراز تجارت به نفع صادرات است. انجام یک جراحی واقعی در اقتصاد که به دو پیش نیاز بستگی دارد، اول اراده و دوم جرئت.

منبع: اتاق ایران

ذخایر کالایی کشور در وضعیت مناسبی است

علیرضا رزم‌حسینی؛ وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: با وجود همه مشکلات و محدودیت‌ها، شرایط تامین کالا و ذخایر کشور مناسب است.

به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، علیرضا رزم‌حسینی در جلسه ستاد تنظیم بازار افزود: با وجود مشکلات و محدودیت‌های شدیدی که در این مدت بر کشور تحمیل شد، اما توانستیم با همکاری و همت بخش‌خصوصی و اتخاذ سیاست‌های مناسب در دولت، با واردات کالاهای اساسی و مواد اولیه، شرایط قابل قبولی را در بخش تولید و صادرات ایجاد کنیم.

وی، بر تکمیل انسجام بخشی در حوزه محصولات کشاورزی تاکید کرد و گفت: همه بخش‌های تامین، نظارت، توزیع و قیمت‌گذاری و حتی تجارت خارجی محصولات کشاورزی باید به وزارت جهاد کشاورزی منتقل شود و وزارت صنعت و سازمان حمایت از مصرف‌کننده در این حوزه همکاری لازم را با این وزارتخانه داشته باشند.

این عضو کابینه دولت گفت: انسجام نسبی که در این حوزه با انتقال مسئولیت‌های بخش کشاورزی به وزارت جهاد کشاورزی اتفاق افتاد، موجب ایجاد یک آرامش نسبی در بازار شد و این موضوع مورد تایید وزارت جهاد کشاورزی و همچنین کمیسیون کشاورزی در مجلس شورای اسلامی است.

رزم‌حسینی به افزایش ۶۵ درصدی قیمت جهانی مواد غذایی اشاره کرد و افزود: در کنار افزایش قیمت جهانی مواد غذایی، موضوع خشکسالی نیز در بحث تامین و واردات کالا باید مورد توجه قرار گیرد و وزارت جهاد کشاورزی در این خصوص اقدامات لازم را انجام دهد.

تدوین گزارش توصیفی اقدامات تنظیم بازار برای کمک به سیاستگذاری‌های آتی

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به روزهای پایانی خدمتگذاری دولت دوازدهم، تدوین و تهیه یک گزارش توصیفی از اقدامات و تصمیمات این ستاد را برای ارائه به سیاستمداران دولت آینده به‌منظور کمک به دولت سیزدهم در بخش تنظیم بازار موثر دانست.

وی گفت: لازم است در این زمینه یک گزارش متقن و کامل درباره آثار و نتایج مستقیم و غیرمستقیم تصمیمات و اقدامات انجام شده با توجه به شرایط حاکم در آن مقطع زمانی، تدوین شود تا دولت آینده بتواند با اشراف بیشتر بر موضوعات در این حوزه تصمیم‌گیری کند و از نقطه صفر شروع نکند.

رزم‌حسینی با اشاره به نزدیک شدن به روز انتخابات، با دعوت از مردم برای حضور در پای صندوق‌های رای و شرکت در انتخابات و ابراز امیدواری از برگزاری یک انتخابات پرشور و با مشارکت حداکثری مردم، بر استمرار دولت در راستای کنترل بازار و قیمت‌ها و تامین کافی کالاهای مورد نیاز کشور تاکید کرد.

وی افزود: در این زمینه همه دستگاه‌ها و بخش‌ها چه در بخش خصوصی و چه دولتی باید همکاری لازم را داشته باشند.

منبع: همشهری

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

راهنمای مدیران

چرا ترکیه در صادرات غیرنفتی و حضور در بازار منطقه موفق‌تر است؟

پژوهش و نوشتار: محمدحسن قنبری‌نژاد

کارشناس ارشد بازرگانی / گروه صنعتی پلاس‌وی

تافلر در کتاب Revolutionary Wealth می‌گوید: "تصویری بکشید، یک جفت دمپایی بدوزید، خریدار پیدا کنید و بعد می‌توانید به اقتصاد ورود پیدا کنید"، ظاهر موضوع ساده و روان است اما واضح است که این تصویرسازی عمق دارد.

بگذارید کمی وارد موضوع شویم و ابعاد آن را ببینیم، در مورد ترکیه، کشوری در همسایگی سرزمینمان صحبت می‌کنیم، جمعیت تقریبا یکسان با ایران و اکثریت گرایش به دین اسلام، فرهنگ و آداب اجتماعی تفاوت‌های فاحشی ندارد، بدون منابع انرژی مناسب! و اکنون به چند سال قبل سفر می‌کنیم، کشوری را با دموکراسی نیمه‌جان و دولت‌های ضعیف ائتلافی در نظر بگیرید که هر دولت عمر کوتاهی داشته و نظامیان نیز همواره مترصد به راه انداختن کودتا و به دست گرفتن قدرت هستند. اقتصاد این کشور کاملا فلج شده و با اتخاذ سیاست‌های نادرست در مسیر خطا حرکت می‌کند و در فقر و بی‌چیزی دست و پا می‌زند. این کشور هر زمان که گرفتار بحران شدید اقتصادی می‌شود دست گدایی به سوی صندوق بین‌المللی پول دراز می‌کند (به طوری که مجبور به اجرای ۱۸ برنامه پیشنهادی صندوق شد که تقریبا یک رکورد جهانی به حساب می‌آید). بانک‌هایش تقریبا ورشکسته شده و نرخ تورم بسیار بالایی دارد. این تصویری است که در آغاز هزاره جدید از ترکیه در اذهان جهانیان نقش بسته بود.

معمولا ده‌ها سال زمان می‌برد تا بتوان ذهنیت‌ها را نسبت به یک کشور تغییر داد. اما ترکیه در کمتر از یک دهه موفق به اصلاح اذهان سایرین شد. ترکیه پس از پشت سر گذاشتن دهه ویرانگر ۱۹۹۰ وارد

بحران شدید اقتصادی در ابتدای سده حاضر شد. تولید ناخالص داخلی ۶ درصد کاهش یافت، ارزش لیر پایین آمد، بیشتر بانک‌ها باید نجات داده می‌شدند و صندوق بین‌المللی پول به کمک فراخوانده شد و اصلاحات مالی و بودجه‌ای را به عنوان بخشی از برنامه صندوق بین‌المللی پول پذیرفت. ترکیه مسیر اصلاحات ساختاری حساب‌شده‌ای را شروع کرد. هدف از انجام این اصلاحات گسترده، بهبود مدیریت مالی و بودجه عمومی، تقویت نظارت بانکی، اصلاحات جامع تامین اجتماعی، و تهیه چارچوبی برای مدیریت کلان اقتصادی بود به طوری که یک بانک مرکزی مستقل مسئول هدف‌گذاری تورم شود. از آنجا که هزینه نجات بانک‌ها به یک‌سوم تولید ناخالص داخلی رسید، بدهی عمومی از حدود ۳۸ درصد به ۷۴ درصد درآمد ملی جهش کرد.

هم اکنون با توجه به وجود فرصت‌های صادرات غیرنفتی، از قبیل لوازم بهداشتی و آرایشی، درب و پنجره تا میوه و بیسکوئیت و شکلات در بازار منطقه و کشورهای خاورمیانه، همچنان رقابت تولیدکنندگان و شرکت‌های ایرانی با شرکت‌های ترک سخت و نیازمند تحلیل، تجربه و اتخاذ راهکارهای هنرمندانه در تجارت است، و به اصطلاح رایج، برخی در همان ابتدا عطایش را به لقایش می‌بخشند، با توجه به آنچه گفته شد و نیز بررسی وضع موجود، این کشور چگونه توانست علی‌رغم وجود مشکلات بسیار بزرگ که هنوز با آن دست در گریبان است این استعداد خود را شکوفا کند؟

در سفری به ترکیه و بازدید از یک روستا مشاهده شد در خانه روستایی که کاملا از نظر قیمتی بی ارزش بود، دستگاه بافنده زیمنس توسط یک کارفرما گذارده شده و اهل خانه در قبال دریافت مبلغی ناچیز اقدام به تولید می‌کنند، گذشته از این تمثیلات، مشکلات دولت ترکیه که اهم آن بدهی خارجی ۴۵۰ میلیارد دلاری این کشور است که با توجه به مقدار درامد ناخالص ملی آن تا دهه‌های آینده ملت ترکیه ملزم به پرداخت دیون این کشور هستند و به عبارت ساده‌تر باید مردم ترکیه کار کنند تا بدهی دولت را بپردازند ویا سرمایه‌گذاری در ترکیه یعنی خرید بدهی ترکیه، که اغلب عوام از آن بی اطلاع‌اند و مسحور تبلیغات منفعل و هیجانی می‌شوند، با تمام این مشاهدات و تفاسیر چه دلیل منطقی وجود دارد که گستره تجارت خارجی ترکیه بسیار بالا و کسب فرصت‌های صادراتی آن بسیار حرفه‌ای بنظر می‌رسد؟ حجم صادرات غیرنفتی ایران در سال ۲۰۲۰ حدود ۴۲ میلیارد دلار بود و به گزارش وزیر تجارت ترکیه خانم رخسار پکجان میزان صادرات غیرنفتی ترکیه در سال ۲۰۲۰ به رقم ۱۷۰ میلیارد دلار رسید.

در این فرصت بر آن نیستیم که به واکاوی چالش‌هایی از قبیل تحریم‌های ظالمانه علیه ایران بپردازیم که این خود زمانی دیگر می‌طلبد که اثبات کنیم تحریم‌ها می‌تواند تا چه مقدار در تجارت ایران موثر باشد، بصورت اجمال در پژوهش "تاثیر تحریم بر صادرات غیرنفتی، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان" بررسی نتایج برآورد مدل در بازه زمانی ۱۳۵۸ – ۱۳۹۲ پرداخته شد اثبات گردید که نتایج برآورد مدل ساختاری در لگاریتم شدت تحریم‌ها تأثیر منفی و معنی‌داری (در سطح معنای ۱۰ درصد) بر صادرات غیرنفتی داشته است که موضوعی قابل‌انتظار است. افزایش شدت تحریم‌ها از طریق تحریم‌های مبادلات پولی و بانکی، تحریم‌های بیمه کشتیرانی، تحریم‌های کالاها و خدمات گوناگون و غیره هریک موجب اختلال در امر صادرات می‌شوند. مثلا تحریم‌های مبادلات پولی و بانکی موجب اختلال در جریان تبادل مالی صادرکنندگان می‌شود و صادرکنندگان در ازای صادرات کالا نمی‌توانند از طریق سیستم بانکی پول را وارد کشور کنند، بنابراین، ممکن است ناچار شوند در کشورهای دیگر حساب بانکی داشته باشند که این نیز به‌راحتی میسر نیست و تابع ضوابط و قوانین خاص هر کشور برای افتتاح حساب اتباع خارجی است.

تحریم بیمه کشتیرانی نیز یکی دیگر از موانع بزرگ برای صادرات کالاها از کشور محسوب می‌شود و مخاطراتی جدی برای صادرکنندگان ایجاد می‌کند، بنابراین، مطابق نتایج به‌دست‌آمده با شدت‌گرفتن درجه تحریم‌ها، صادرات غیرنفتی نیز به میزان درخور توجهی کاهش می‌یابد، به طوری که هر یک درصد افزایش شدت شاخص تحریم‌ها موجب کاهش ۱۱ درصدی در صادرات غیرنفتی می‌شود. با این حال لگاریتم درجه بازبودن تاثیری مثبت و معنی‌دار بر صادرات غیرنفتی کشور داشته است؛ به طوری که هر یک درصد افزایش در شاخص درجه بازبودن (مجموع صادرات و واردات تقسیم بر تولید ناخالص داخلی) موجب افزایش ۹۰ درصدی در صادرات غیرنفتی شده است که منعکس‌کننده تاثیر مثبت فضای باز تجارت بر عملکرد صادرات غیرنفتی است. می‌توان گفت هر چقدر دسترسی باز برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم باشد و بازارها فضای رقابتی بازتری داشته باشند، آن‌گاه صادرات غیرنفتی که منعکس‌کننده مزیت نسبی کشور است، می‌تواند رشد بیشتری پیدا کند.

اما چرا تفاوت حجم صادرات غیرنفتی ترکیه در مقایسه با ایران در ۱۰٪ و حتی ۲۰٪ نیست و بلکه تفاوت شگفت‌انگیزی مشاهده می‌شود؟ همچنین بدیهی است که میزان تاثیرگذاری تحریم‌ها در کشورهای مختلف متفاوت است. ویژگی‌های اقتصادی کشور تحریم‌شده، میزان تولید کالاهای استراتژیک، پیوستگی عمیق اقتصادی میان کشور تحریم‌شده با سایر کشورها و بنگاه‌های اقتصادی دنیا، وجود امکانات و ابزارهای ارتباطی پیشرفته برای کنترل مبادلات تجاری، مالی، پولی

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

و امکان استفاده از ابزارهای مختلف برای اعمال فشار بر بنگاه‌های اقتصادی سایر کشورها ازجمله عواملی است که در کارآمدی یا عدم کارآیی تحریم اقتصادی علیه یک کشور موثر است. با درنظر گرفتن شرایط تحریم و محدودیت‌های جدید در جابه‌جایی کالا با کشتی و از سوی دیگر باوجود ۱۶ استان مرزی در کشور می‌توان افزایش صادرات به ۱۵ کشور همسایه با صدها میلیون نفر جمعیت و مشترکات سیاسی و فرهنگی را نیز یکی دیگر از راهکارهای توسعه صادرات محصولات غیرنفتی و به‌تبع آن توسعه اقتصاد بنیادی کشور و کاهش آثار زیان‌بار تحریم‌ها در شرایط فعلی خواند، ضمن آنکه با این نرخ ارز، ایران بصورت خودکار وارد عرصه عرضه کالا با قیمت رقابتی در بازار ۳۰۰ میلیون نفری منطقه شد و عبارت دیگر تولیدکننده حرفه‌ای و هوشمند به خوبی می‌داند که محصول خود را نه فقط برای بازار ۸۰ میلیون نفری ایران بلکه برای بازاری به وسعت ۳۰۰ میلیون نفر طراحی و تولید کند.

با توجه به آنچه گفته شد، تفاوت مقادیر صادرات غیرنفتی ایران با ترکیه در قالب هیچ توجیه صرفا "تحریم محور" نمی‌گنجد، بلکه یکی از مهم‌ترین شاخصه این تفاوت در نبود دغدغه تولیدکنندگان و تجار ایرانی در تدوین برنامه توسعه کسب و کار خود بر معیار "تولید و تجارت صادرات محور" بودن است. خالی از لطف نیست که به گفته استاد دکتر بابک افقهی توجه کنیم که در گزارش خود اینگونه بیان کردند که: "چند سال پیش مطالعه‌ای را انجام دادم و طبق آن به این نتیجه رسیدم که بیش از هفتاد درصد مشکلات صادرات غیرنفتی ایران مربوط به مشکلات داخلی است و به‌هیچ‌وجه ارتباطی به بیرون از مرزهای کشور ندارد. من خیلی وقت‌ها به اعتبار اینکه برای نظارت بر سفرهای خارجی هیئت‌های تجاری ایران مسئولیت داشته‌ام، همین توضیحات را می‌دادم که ما باید مسائل بخش صادرات غیرنفتی خودمان را ابتدا در داخل کشور حل کنیم. مشکلات ما در خارج از مرزها، بسیار کمتر از مشکلات داخل کشور است. در واقع بخش عمده‌ای از مسائل ما در داخل کشور و به‌واسطه‌ی عدم تولید کالا در کلاس جهانی است."

راقم این سطور نیز، با توجه به حضور در چند هیئت تجاری و جلسات متعدد در کشورهای بلاروس، ترکیه و عراق، شخصا به این موضوع رسیده است که تولید محصول صادرات محور در کلاس جهانی و با قابلیت رقابت بصری و کیفی مناسب راه را برای حضور محصولات ایرانی هموار می‌کند، آنچه بدیهی‌ست این است که برخی برندهای ایرانی که هم اکنون در بازار اروپا از جمله هلند و نروژ، و حتی کانادا حضور دارند با همین شرایط و همین تحریم‌ها حضور یافته‌اند اما دلیل و چرایی عدم موفقیت سایر تولیدکنندگان ایرانی باید مورد بررسی و حمایت قرار گیرد و این حمایت در ابعاد فرهنگسازی، آموزش فرزندان و جامعه، پرورش خلاقیت، رشد و شکوفایی استعدادها و ترویج روحیه کار گروهی و بخصوص تفکرات "راه حل محور" به جای "مسئله محور" است. روحیه قالب فعلی را می‌توان به روحیه قهرمان پروری تمثیل داد که خود همواره در سایه آرامش بیارمیم و یک آرش کمانگیر باشد و مسائل را حل کند که این بیشتر به سبک زندگی اساطیری می‌خورد تا خودباوری و حرکت، در حرکت است که آفت‌ها مشهود و رشدها اتفاق می‌افتد، که آب مایه حیات، طراوت و زندگیست اگر راکد شد می‌گندد، قهرمانان در محدوده خاص خود می‌توانند الگوی مناسب و حتی شوق آفرین برای حرکت باشند نه دلیل حرکت، که الگو و قهرمان به دلیل رسیدن به هدف، حرکت می‌کند و دلیل حرکت نیست و حرکت، انتزاع مسیر تا رسیدن به هدف است، البته خصوصیت اغلب افراد این است که کاستی‌ها را به دیگران نسبت دهد چون نفس انسان سرزنش کردن را بیشتر دوست می‌دارد و دیدن نقص‌ها را متعصبانه انکار می‌کند از این روی، به هر کجا که رویم ناکجاآباد است.

تغییر شرایط تجاری یک عزم راسخ از بخش خصوصی راه‌حل محور را می‌طلبد و نه مسئله باز و دلال محور، که به دور از نگاه فردگرایانه، سفته‌باز و صرفا تجاری و سودآوری محض، به توسعه تجارت ملی، اشتغال‌زایی، تولید فناوری، خدمات و محصول در قالب نیازهای سایر جوامع حداقل در منطقه روی آورد، و براستی چند درصد از بخش خصوصی ما حتی فقط در محدوده فرهنگ فکری، در ابتدای هرسال حداقل ۲۰٪ از فروش و درآمد تولیدات خود را بر مبنای بازار صادراتی متمرکز می‌کند؟ چگونه یک تولیدکننده بدون داشتن حتی صفحه‌ای برنامه‌ریزی صرفا روی کاغذ، می‌تواند به افق‌های صادراتی نگاه منتقدانه داشته باشد؟ جالب است که اشخاصی هستند که هم اکنون تمام تولیدات خود در زمینه محصولات غذایی را به شرق آسیا صادر می‌کنند و حتی یک بسته را در بازار داخلی ایران بفروش نمی‌رسانند، پس باید متوجه شد که این امر با خودباوری و داشتن باور به حرکت و برنامه‌ریزی صحیح شکل می‌گیرد نه با تفکر اساطیری و نقدهای کاذب و نگاه مسئله خوان.

منابع:

۱. هفته نامه تجارت فردا ۱۳۹۱

۲. وب‌سایت رسمی سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه 2021.01.05

۳. اندیشکده برهان، افقهی بابک

۴. وب‌سایت اتاق بازرگانی تهران

راهنمای مدیران

تجارت جهان در فصل نخست ۲۰۲۱

تهیه کننده: مهسا رجبی نژاد

جهش‌های تجارت جهانی در فصل اول ۲۰۲۱ به بالاترین رکورد رسید

• تجارت جهانی در فصل نخست سال ۲۰۲۱ جهش پیدا کرده و نسبت به فصل مشابه سال قبل و نسبت به فصل قبل به ترتیب با افزایش ۱۰درصدی و ۴درصدی همراه بوده‌است.

• محرک اصلی رشد تجارت، صادرات اقتصادی شرق آسیا و در سایر مناطق در حال توسعه، تجارت با سرعت کمتری در حال بهبود می‌باشد. تجارت کشورهای پیشرفته تقویت می‌شود.

• تجارت کالاها از سطح قبلی از دوران همه‌گیری فراتر رفته و تجارت در بخش‌های مربوط به کووید-۱۹ قوی است. این در حالی است که تجارت خدمات همچنان عقب است.

• پیش بینی می‌شود تجارت جهانی در فصل دوم سال ۲۰۲۱ مجددا رشد کند. همچنین انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۱ تجارت جهانی ۱۶درصد افزایش یابد، این در حالی است که چشم‌انداز رشد همچنان نامشخص است.

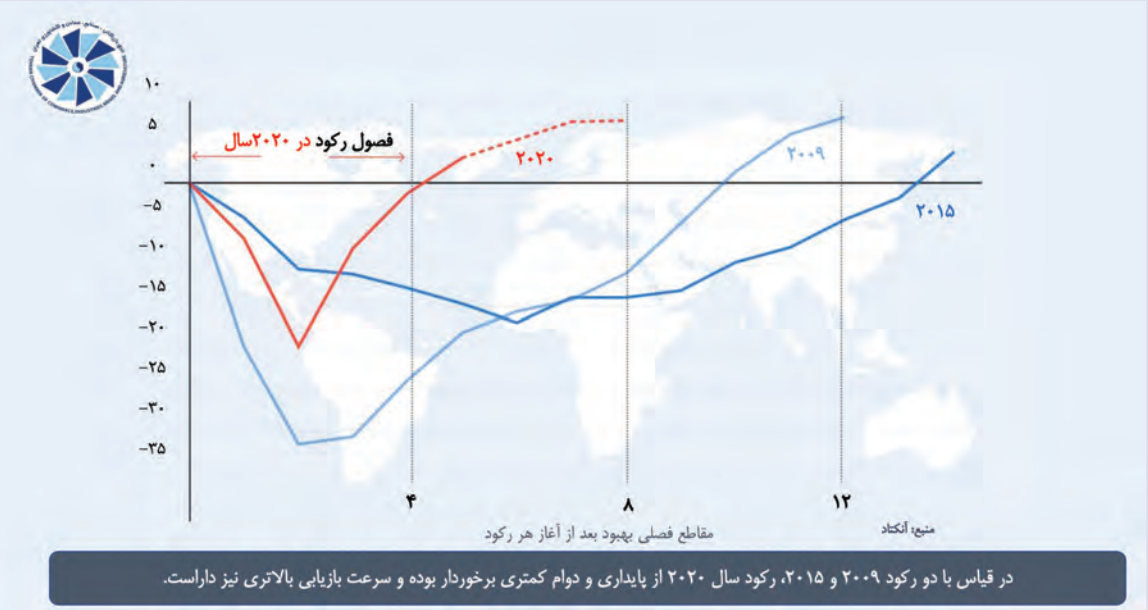
روندها و پیش بینی‌های تجارت جهانی

• در میان اختلالات اقتصادی ناشی از کووید-۱۹، نسبتا تجارت جهانی، در سال ۲۰۲۰ روند خوبی داشت. علت اصلی مقاومت تجارت، فعالیت اقتصادهای شرق آسیا بود که موفقیت اولیه آنها در کاهش همه‌گیری این اجازه را به آنها داد تا سریعتر احیا شوند و از تقاضای جهانی برای محصولات مرتبط با کووید-۱۹ در راستای بهبود تجارت خود استفاده کنند.

• روندهای مثبت ماه‌های پایانی سال ۲۰۲۰، در اوایل سال ۲۰۲۱ همانان ادامه یافت و حتی قویتر شد. در فصل نخست سال ۲۰۲۱، ارزش تجارت جهانی کالاها و خدمات حدود ۴ درصد نسبت به فصل بهار ۲۰۲۰ و حدود ۱۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد کرد.

• مهم‌تر از همه، تجارت جهانی در فصل نخست ۲۰۲۱، با افزایش ۳ درصدی نسبت به فصل نخست ۲۰۱۹، بالاتر از سطح قبل از بحران همه گیری کووید-۱۹ قرار گرفت.

نمودار ۱. روند فصلی تغییرات تجمعی تجارت جهانی بعد از آغاز هر رکورد (درصد)



در قیاس با دو رکود ۲۰۰۹ و ۲۰۱۵، رکود سال ۲۰۲۰ از پایداری و دوام کمتری برخوردار بوده و سرعت بازیابی بالاتری نیز داراست.

• احیای تجارت در فصل نخست سال ۲۰۲۱، همچنان تحت تاثیرعملکرد قوی صادرات اقتصادهای کشورهای شرق آسیا، ادامه دارد.

• در مدت مزبور، ارزش تجارت کالاها بالاتر از سطح قبل از همه‌گیری بود، اما تجارت خدمات به طور قابل ملاحظه‌ای کمتر از حد متوسط است. طی فصل نخست سال ۲۰۲۱، تجارت جهانی محصولات مرتبط با کووید-۱۹ همچنان قوی و پابرجا بود.

انتظار می‌رود رشد تجارت در سال ۲۰۲۱ نیز همچنان ادامه یابد. رشد روند تجارت برای کشورهای آسیای شرقی و کشورهای توسعه یافته، قویتر باقی خواهد ماند، در حالی که هنوز برای بسیاری از کشورهای دیگر عقب است.

پیش‌بینی می‌شود ارزش تجارت جهانی کالاها و خدمات در فصل دوم ۲۰۲۱ به ۶٫۶ هزارمیلیارد دلار برسد که معادل افزایش سالانه ۳۱ درصدی نسبت به پایین‌ترین سطح سال ۲۰۲۰ و افزایش حدود ۳ درصدی نسبت به سطح قبل از همه‌گیری کووید-۱۹ در سال ۲۰۱۹ خواهد بود.

چشم انداز تجارت جهانی برای سال ۲۰۲۱

چشم‌انداز مثبت برای سال ۲۰۲۱ تا حد زیادی به کاهش محدودیت‌های همه‌گیری کووید-۱۹ بستگی دارد. با این وجود، انتظار می‌رود بسته‌های محرک مالی، به ویژه در کشورهای پیشرفته، به طور جدی از بهبود تجارت جهانی در طول سال ۲۰۲۱ حمایت کنند. ارزش تجارت جهانی نیز، به دلیل روندهای مثبت قیمت کالاها، باید افزایش یابد. هنوز در مورد چگونگی شکل‌گیری الگوهای تجارت در این دوره، عدم اطمینان وجود دارد. موارد زیر مهم‌ترین عواملی است که تجارت جهانی را طی سال ۲۰۲۱ مشخص می‌کند:

بهبود اقتصادی نابرابر: برخی از اقتصادها قدرتمندتر و سریعتر از سایر کشورها احیا می‌شوند. به ویژه، انتظار می‌رود اقتصادهای چین و آمریکا عامل اصلی رشد جهانی طی سال ۲۰۲۱ باشند. این امر تاثیرات مثبتی در کشورهایی که تجارت آنها نسبتا با این دو کشور تلفیق شده‌است، خواهد گذاشت (به عنوان مثال کشورهای آسیای شرقی، کانادا و مکزیک). از طرف دیگر، انتظار می‌رود کووید-۱۹ حداقل طی سال ۲۰۲۱ اقتصاد و تجارت بسیاری از کشورهای در حال توسعه را مختل کند.

انتقال عملیات تجاری به خارج از کشور: بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ عدم اطمینان قابل توجهی را در عملکرد بسیاری از زنجیره‌های ارزش جهانی ایجاد کرده است و انگیزه‌هایی را برای کاهش تقسیم بندی و تغییر محل تولید به مبادی نزدیک به مصرف کنندگان فراهم می‌کند. ادامه توسعه و اجرای توافق نامه‌های تجاری منطقه‌ای و تنش‌های تجاری مداوم بین اقتصادهای بزرگ نیز می‌تواند به تغییر الگوی تولید زنجیره‌های ارزش جهانی کمک کند. علاوه بر این، مسئله

نمودار۲. تغییرات تجارت جهانی از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۱ (درصد، میلیارد دلار)

کمبود کانتینر و افزایش کرایه حمل و نقل می‌تواند انگیزه بیشتری برای بازگرداندن تولید به محل اصلی باشد.

مداخلات دولت و سیاست‌های موثر بر تجارت

بین‌الملل: انتظار می‌رود دولت‌ها از طیف گسترده‌ای از سیاست‌ها به عنوان بخشی از برنامه‌های بهبود خود پس از همه‌گیری استفاده کنند. با توجه به اختلافات مداوم دیپلماتیک در میان برخی از اقتصادهای بزرگ و مشکلات موجود در سیستم تجارت چند جانبه، این خطر وجود دارد که برخی از این سیاست‌ها باعث محدود شدن تجارت شود. علاوه بر این، تلاش برای دستیابی به روند بهبود اجتماعی و زیست‌محیطی پایدارتر، می‌تواند بر الگوهای مستقر در تجارت جهانی تاثیر بگذارد. به عنوان مثال، سیاست‌هایی که با هدف مقابله با انتشار کربن از طریق تعدیل قیمت برای واردات انجام می‌شود، تاثیرات خود را در جریانات تجارت بین‌الملل خواهد گذاشت.

بی‌ثباتی اقتصاد کلان همراه با سطح بالاتری از بدهی: استقراض مازاد دولت‌ها برای حفظ اقتصاد خود در طول بحران کووید-۱۹ می‌تواند منجر به بی‌ثباتی مالی شود. حتی بدون بروز بحران بدهی جهانی، افزایش بدهی و تعهدات مربوط به خدمات‌دهی، می‌تواند منجر به بی‌ثباتی شود. هرگونه افزایش نرخ بهره، موجب تشدید فشار هم بر وام گیرندگان چه در سطح ملی و چه در بخش خصوصی خواهد شد که به نوبه خود اثرات منفی بر جریانات تجارت بین‌المللی و سرمایه‌گذاری نیز خواهد گذاشت. این امر برای کشورهای در حال توسعه که فضای سیاست مالی محدودتری دارند، شدیدتر خواهد بود.

تغییرات پایدار در هزینه‌های مصرف‌کنندگان: رفتار مصرف‌کنندگان در طول بروز کووید- ۱۹ تغییر اساسی کرده‌است. تقاضا در برخی از بخش‌ها (به عنوان مثال محصولات مراقبت های سلامت، خدمات دیجیتالی، ارتباطات و تجهیزات خانگی) افزایش یافته و در برخی بخش‌های دیگر کاهش یافته‌است (به عنوان مثال تجهیزات حمل و نقل، خدمات مسافرتی بین‌المللی و خدمات هتل و موارد مشابه). برخی از این تغییرات ممکن است پایدار باشند، در این صورت بر تقاضای کالاها و خدمات خارجی تاثیر می‌گذارند.

روند تجارت برای اقتصادهای بزرگ در فصل نخست سال ۲۰۲۱

روند واردات و صادرات برای برخی از اقتصادهای عمده تجاری جهان، الگوهای بهبود در فصل نخست سال ۲۰۲۱ را نشان می‌دهد. به استثنای چند مورد، تجارت در اقتصادهای بزرگ، از پاییز سال ۲۰۲۰ رونق یافته است. با این حال، دلیل اصلی رشد بالا، پایین بودن سطح پایه تجارت برای سال ۲۰۲۰ بوده و ارتقا تجارت در بسیاری از اقتصادهای بزرگ هنوز کمتر از میانگین سال ۲۰۱۹ است. شایان ذکر است روند بهبود قوی تجارت کالایی نسبت به خدمات در همه اقتصادهای بزرگ مشترک است. کشورهای چین، هند و آفریقای جنوبی در مقایسه با سایر اقتصادهای بزرگ طی فصل نخست سال ۲۰۲۱، نسبتا بهتر ظاهر شده‌اند، به طور خاص صادرات چین، که نه تنها در مقایسه با میانگین سال ۲۰۲۰، بلکه در ارتباط با سطح پیش از همه‌گیری کووید-۱۹ نیز افزایش چشمگیری داشته‌است. در مقابل، رقم صادرات روسیه، همچنان بسیار کمتر از میانگین سال ۲۰۱۹ است.

روند تجارت منطقه‌ای در فصل نخست ۲۰۲۱

به طور کلی، احیای تجارت برای کشورهای در حال توسعه نسبت به کشورهای پیشرفته با شدت بیشتری ادامه دارد. در فصل نخست ۲۰۲۱ ارزش واردات کالا و صادرات کشورهای در حال توسعه در مقایسه با فصل نخست ۲۰۲۰ و همچنین فصل نخست ۲۰۱۹ (با حدود ۱۶ درصد افزایش) به طور قابل توجهی بالاتر است. با این حال، میزان بهبود تجارت در کشورهای در حال توسعه بدون احتساب اقتصادهای شرق آسیا و زمانیکه فقط صادرات در نظر گرفته می‌شود، بسیار کم رنگتر می‌شود. اهمیت اقتصادهای شرق آسیا در توضیح بهبود تجارت کشورهای در حال توسعه حتی زمانی که تجارت بین کشورهای در حال توسعه (تجارت جنوب - جنوب)[1] مورد بررسی قرار گیرد، حتی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. در صورت عدم درنظرگرفتن تجارت کشورهای در حال توسعه آسیای شرقی، تجارت جنوب – جنوب در فصل نخست ۲۰۲۱ اندکی نیز کاهش یافته‌است.

جدول ۱. واردات و صادرات اقتصادهای عمده تجاری در فصل نخست ۲۰۲۱

		فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به میانگین ۲۰۲۰		فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به میانگین ۲۰۱۹	
		واردات	صادرات	واردات	صادرات
برزیل	کالاها	٪۲۲ ↑	٪۱۷ ↑	٪۴ ↑	٪۸ ↑
	خدمات	٪۲ ↓	٪۲ ↑	٪۳۱ ↓	٪۱۵ ↓
چین	کالاها	٪۲۲ ↑	٪۲۰ ↑	٪۲۰ ↑	٪۲۵ ↑
	خدمات	٪۳ ↑	٪۲۷ ↑	٪۲۳ ↓	٪۲۲ ↑
هند	کالاها	٪۴۵ ↑	٪۲۶ ↑	٪۱۰ ↑	٪۷ ↑
	خدمات	٪۱۴ ↑	٪۲ ↑	٪۲ ↑	٪۳ ↓
ژاپن	کالاها	٪۱۱ ↑	٪۱۶ ↑	٪۲ ↑	٪۵ ↑
	خدمات	٪۵ ↑	٪۲ ↓	٪۲ ↓	٪۲۴ ↓
کره جنوبی	کالاها	٪۱۸ ↑	٪۱۹ ↑	٪۹ ↑	٪۱۲ ↑
	خدمات	٪۲ ↓	٪۱۳ ↑	٪۲۰ ↓	٪۲ ↓

		فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به میانگین ۲۰۲۰		فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به میانگین ۲۰۱۹	
		واردات	صادرات	واردات	صادرات
روسیه	کالاها	٪۱۵ ↑	٪۱۴ ↑	٪۹ ↑	٪۱۰ ↓
	خدمات	٪۷ ↑	٪۵ ↓	٪۳۰ ↓	٪۲۸ ↓
آفریقای جنوبی	کالاها	٪۲۵ ↑	٪۳۶ ↑	٪۴ ↓	٪۳۱ ↑
	خدمات	٪۱ ↓	٪۲۶ ↓	٪۳۷ ↓	٪۶۲ ↓
آمریکا	کالاها	٪۱۴ ↑	٪۱۶ ↑	٪۷ ↑	۰
	خدمات	٪۱۰ ↑	٪۳ ↑	٪۱۴ ↓	٪۱۸ ↓
اتحادیه اروپا	کالاها	٪۱۳ ↑	٪۱۴ ↑	٪۱ ↑	٪۶ ↑
	خدمات	٪۱ ↓	٪۷ ↑	٪۱۳ ↓	٪۶ ↓

[1] تجارت جنوب و جنوب، به عنوان تجارت بین اقتصادهای در حال توسعه، از جمله اقتصادهای اروپای شرقی و آسیایی تعریف شده‌است.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

جدول۲.تغییرات تجارت منطقه‌ای در فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به فصل نخست ۲۰۲۰ و فصل نخست ۲۰۱۹

	فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به فصل نخست ۲۰۲۰		فصل نخست ۲۰۲۱ نسبت به فصل نخست ۲۰۱۹	
	واردات	صادرات	واردات	صادرات
کشورهای توسعه یافته	٪۱۲↑	٪۷↑	٪۵↑	٪۳↑
کشورهای در حال توسعه	٪۱۸↑	٪۲۲↑	٪۱۶↑	٪۱۶↑
تجارت جنوب-جنوب	٪۲۰↑		٪۱۷↑	
	٪۹↑	٪۱↑	٪۶↑	٪۲↓
	٪۱↓		٪۱↓	

الگوهای تجارت در فصل نخست ۲۰۲۱، در مناطق جغرافیایی متنوع است. در حالی که واردات برای همه مناطق رشد داشته، بهبود صادرات تا حد زیادی محدود به اقتصادهای آسیای شرقی و اقیانوس آرام است. ارزش صادرات برای اقتصادهای در حال گذار، خاورمیانه، آسیای جنوبی و آفریقا پایین‌تر از میانگین سال ۲۰۱۹ باقی مانده است. اگر چه صادرات آمریکای جنوبی نسبت به فصل نخست ۲۰۲۱ افزایش یافته، اما همچنان پایین‌تر از میانگین سال ماقبل (۲۰۱۹) است.

روند تجارت جهانی به تفکیک فعالیت‌ها در فصل نخست ۲۰۲۱

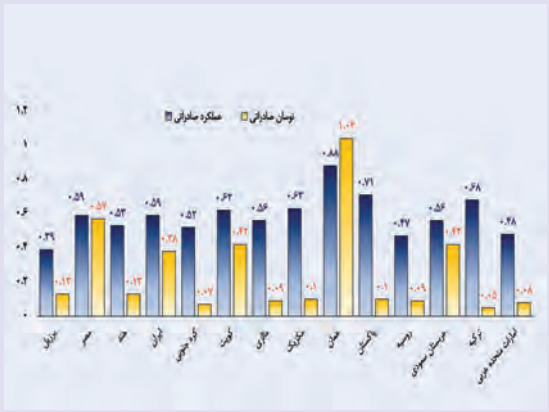
بهبود تجارت بیشتر بخش‌ها را در بر می‌گیرد. طی فصل نخست ۲۰۲۱ ، تجارت نه تنها در بخش‌های مربوط به کووید-۱۹ (به عنوان مثال داروسازی، تجهیزات ارتباطی و اداری) بلکه در بسیاری از بخش‌های دیگر مانند مواد معدنی و مواد غذایی نیز افزایش یافت. در مقابل، بخش انرژی همچنان عقب مانده و تجارت بین‌المللی تجهیزات حمل و نقل بسیار کمتر از حد متوسط است.

عملکرد و نوسان صادراتی

آنکتاد برای مقایسه وضعیت صادرات در کشورهای جهان، دو شاخص با عنوان «عملکرد نوسان صادرات» و «نوسان صادرات» معرفی

کرده است. «عملکرد صادرات» یک شاخص ترکیبی است که شامل نرخ رشد، عملکرد در مقایسه با رقبا و رقابت پذیری در بازارهای بزرگ و پویا است. امتیاز بالاتر نشان‌دهنده عملکرد صادراتی بهتر است. درعین حال «نوسان صادرات»، عملکرد صادراتی طی ۶ ماه را مورد بررسی قرار می‌دهد و امتیاز بالاتر آن نشان‌دهنده نوسانات و آسیب پذیری بالاتر است. مطابق با آخرین آمارهای منتشر شده توسط آنکتاد، شاخص عملکرد صادراتی ایران در فصل نخست سال۲۰۲۱، معادل ۰٫۵۹ است. درمیان کشورهای مورد بررسی در نمودار ۳، طی فصل نخست سال ۲۰۲۱، شاخص عملکرد صادراتی کشورهای عمان (۰٫۸۸)، پاکستان (۰٫۷۱)، ترکیه (۰٫۶۸) و مکزیک (۰٫۶۳) به نسبت بالاتر از سایر کشورها است. نوسان صادراتی کشورهای عمان (۱٫۰۴)، مصر (۰٫۵۷)، کویت (۰٫۴۲) و عربستان سعودی (۰٫۴۲) نیز بالاتر از سایر کشورها بوده‌است. شایان ذکر است، نوسان صادراتی ایران نیز در فصل نخست سال ۲۰۲۱ معادل ۰٫۳۸ بوده است.

نمودار۳. وضعیت برخی از کشورهای در حال توسعه در شاخص عملکرد و نوسان صادراتی در فصل نخست ۲۰۲۱



منبع: معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

شرایط ابهام و نیاز به نوآوری با سرعت بالا

نویسنده: David Schatsky / مترجم: مریم رضایی

پاندمی کرونا باعث شده خیلی از سازمان‌ها برای بقای خود به نوآوری روی آورند. درحالی‌که ابهامات شدید ناشی از پاندمی بالاخره فروکش می‌کنند، اما به‌طور کلی یکسری فاکتورها هستند که عامل ابهامات دیگری در آینده هستند- از ابهام اقتصادی گرفته تا اختلالات ناشی از تحول دیجیتال و نیاز هر چه سریع‌تر به مقابله با تغییرات اقلیمی. در واقع محققان صندوق بین‌المللی پول و دانشگاه استنفورد، روشی را برای سنجش ابهام پیدا کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که ابهام در دهه‌های گذشته همواره روند افزایشی داشته است.

سازمان‌ها نه فقط الان، بلکه بعد از فروکش کردن بحران کرونا هم باید بتوانند نوآوری مداوم داشته باشند. وقتی ابهام بالا است، برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تصویرسازی کنند و برای هر احتمالی در آینده، آماده باشند. با این حال، فقط حدود نیمی از شرکت‌ها از برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو استفاده می‌کنند تا استراتژی‌های خود را در برابر آینده ضد ضربه کنند. و وقتی آینده می‌آید، با آنچه در ابتدا تصور شده بود، تفاوت دارد. سازمان‌ها برای رویارویی با وقایع غیرمنتظره، باید نوآوری کنند.

واکنش به بحران کرونا، نیازمند تحول سریع

شروع پاندمی کرونا، توجه‌ها و تمرکزها را از نوآوری کردن، به سمت بالا بردن سرعت سازگاری با شرایط و نیازهای متغیر تغییر داد. ما شاهد نمونه‌های زیادی از نوآوری سریع بودیم که بیشتر آنها تنها چند هفته بعد از آن رخ داد که سازمان بهداشت جهانی بحران کووید-۱۹ را یک پاندمی اعلام کرد. به‌عنوان مثال:

* یک ایرلاین مسافری، به دلیل افت شدید تقاضا برای پروازها، پروازهای خود را باری کرد.

* یک هتل زنجیره‌ای، فضاهای کاری مخصوصی درست کرد

تا متخصصانی که امکان کار در دفاتر کاری خود را نداشتند، از آن استفاده کنند.

* به‌دلیل بسته شدن سینماها، یک استودیو، فیلم جدیدی را تولید کرد که مستقیما از سرویس استریم استفاده می‌کرد.

* یک خرده‌فروش، برخی مراکز خود را به «دارک استور» تغییر داد. دارک استورها مراکز توزیعی هستند که مشتری پس از انجام خرید خود به‌صورت آنلاین، فقط برای بردن آن مراجعه می‌کند.

* یک داروخانه زنجیره‌ای و ارائه‌دهنده خدمات لجستیک، اعلام کرد نسخه‌های پزشکی از قبل تجویز شده افراد سالخورده و آسیب‌پذیر را با پهپاد برای آنها می‌فرستد.

وضعیت اضطراری پاندمی فعلی بالاخره تمام می‌شود، اما نشانه‌ها می‌گویند آینده دیگر قابل پیش‌بینی و باثبات نخواهد بود. از آنجا که ابهام همچنان افزایش می‌یابد و اتفاق‌های غیرمنتظره رایج‌تر می‌شوند، سازمان‌ها همیشه از نعمت انجام تحلیل‌های گسترده قبل از اقدام کردن، برخوردار نخواهند بود. در واقع، ابهام زیاد و تغییرات سریع، اثربخشی داده‌هایی را که شرکت‌ها از قبل برای برنامه‌ریزی استفاده می‌کردند، کم می‌کند. آنها باید روی چند اتفاق ممکن در آینده، شرط‌بندی کنند. مهم‌تر از همه آنها برای نوآوری سریع به ظرفیتی هر روزه نیاز دارند؛ نه فقط در یک بحران.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

چگونه نوآوری سریع‌تری داشته باشیم

شرکت‌هایی که در بالا گفته شد از نوآوری‌های سریع استفاده کرده‌اند، کاربری دانش موجود، منابع و تکنولوژی را تغییر داده‌اند. استفاده موثر از تکنولوژی‌هایی مثل رایانش ابری، تجزیه و تحلیل داده و هوش مصنوعی، جزو اصول کلیدی تغییر کاربرد هستند که می‌توانند از نوآوری فوق سریع پشتیبانی کنند. همچنین یک شرکت باید تغییر محور دیجیتال را در دستور کار خود قرار دهد تا به یک بنگاه دیجیتال تبدیل شود. هر کدام از این تغییر محورهای دیجیتال که در زیر توصیف شده‌اند، می‌توانند در شتاب بخشیدن به نوآوری نقش داشته باشند:

* زیرساخت‌های منعطف و امن، عبارتند از: استفاده از رایانش ابری برای مقیاس‌پذیری، چابکی و امنیت سایبری تا از داده‌ها، برنامه‌های کاربردی و زیرساخت‌ها محافظت شود و ریسک نوآوری به حداقل برسد.

* سلطه داده‌ها، یعنی استفاده از داده و تجزیه و تحلیل آن، برای تولید دیدگاه‌هایی که کارآیی و اثربخشی را افزایش می‌دهند، راهنمای توسعه محصول هستند و از مدل‌های کسب‌وکار جدید پشتیبانی می‌کنند.

* شبکه‌های باز استعدادهای دیجیتال، یعنی ایجاد دسترسی منعطف به استعدادها و مهارت‌های لازم برای رشد و تکامل یک کسب‌وکار دیجیتال

* مشارکت اکوسیستم، شامل همکاری با شرکای کسب‌وکار برای دسترسی به منابعی مثل دارایی‌های فکری، تکنولوژی و استعدادهایی است که می‌توانند شتاب نوآوری را بیشتر کنند.

* جریانات کاری هوشمند، یعنی استفاده از اتوماسیون برای افزایش کارآیی و اثربخشی و آزادسازی منابع به‌منظور تمرکز بر وظایفی که ارزش بیشتری دارند؛ مثل ابداع محصولات جدید.

* تجربه مشتری یکپارچه، یعنی ارائه یک تجربه مشتری برتر براساس شناخت عمیق مشتری با داده‌های موجود.

* سازگارپذیری با مدل کسب‌وکار، یعنی توسعه مدل‌های کسب‌وکار و جریانات درآمدی که می‌توانند به یک شرکت کمک کنند خود را با شرایط متغیر سازگار کند و به رشد برسد.

هر چقدر شرکت‌ها بیشتر و عمیق‌تر تغییر محورهای دیجیتال را به‌کار بگیرند، بیشتر به بلوغ دیجیتال می‌رسند. و هر چقدر بلوغ دیجیتال بیشتری داشته باشند، در پیشبرد نوآوری موفق‌تر خواهند بود.

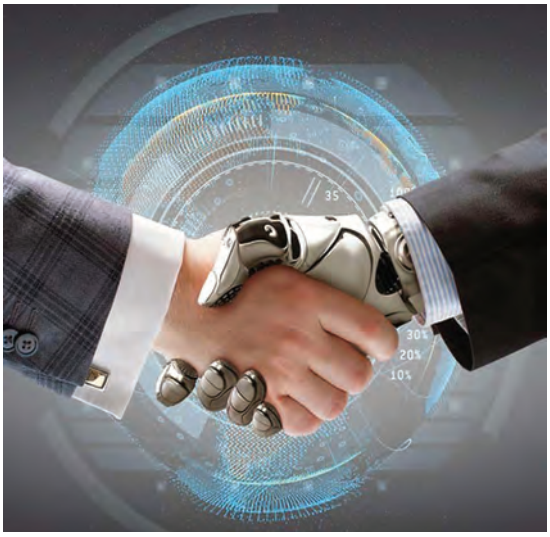
پاندمی کرونا مشخص کرد که نوآوری سریع و چابکی، تا چه حد حیاتی هستند. شاید یک دلیل زیاد بودن سرمایه‌گذاری شرکتی در تحولات دیجیتال همین باشد. شرکت‌هایی که می‌خواهند ظرفیت خود را برای نوآوری سریع‌تر افزایش دهند، همچنان در تحولات دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کنند.

در دوره‌ای که ابهام رو به افزایش است، توانایی نوآوری سریع هیچ‌گاه تا این اندازه مهم نبوده است. نوآوری پیچیده است و خیلی از فاکتورها بر توانایی نوآوری سازمان اثر می‌گذارند. بلوغ دیجیتال یکی از این فاکتورها است که خیلی هم مهم و کلیدی است. برخی از نوآورترین شرکت‌های دنیا، در عصر دیجیتال زاده شده‌اند. برای بقیه هم، یک تلاش دسته‌جمعی برای دیجیتالی شدن، می‌تواند نیاز روزافزون به نوآوری با سرعت بالا را مرتفع کند.

منبع: دنیای اقتصاد

مزایا و معایب هوش مصنوعی در عرصه کسب و کار

نویسنده : ایوان ویدجایا ، کارشناس کسب و کار
مترجم : علی آل علی



فناوری هوش مصنوعی در طول سال های اخیر هرچه بیشتر در بخش های مختلف زندگی ما نفوذ پیدا کرده است. امروزه حضور دستیارهای هوشمند بدل به امری رایج برای بسیاری از مردم در سراسر دنیا شده و کاربردهای زیادی هم دارد. ورود این فناوری به حوزه کسب و کار همراه با موافقت ها و مخالفت های گسترده ای بوده است. هدف اصلی در این مقاله مروری بر مهمترین مزایای و معایب این فناوری در حوزه کسب و کار است. این امر به شما برای استفاده هرچه بهتر از فناوری موردنظر کمک خواهد کرد.

مزایای هوش مصنوعی

• افزایش کیفیت کار

کار کردن در دنیای کنونی جلوه تازه ای پیدا کرده است. امروزه شما ابزارهای بسیار زیادی برای بهبود کیفیت کاری تان در دسترس دارید. این امر به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. یکی از ابزارهای مناسب در این میان هوش مصنوعی است. شما با استفاده از هوش مصنوعی امکان افزایش کیفیت کاری در کنار کاهش ساعت های طولانی کار را خواهید داشت.

وقتی ساعت های کاری و سختی آن کاهش پیدا کند، انگیزه کارمندان برای ایده پردازی بیشتر خواهد شد. این امر به کسب و کارها برای توسعه فعالیت شان کمک شایانی خواهد کرد بنابراین اگر به دنبال افزایش کیفیت کاری در تیم برندتان هستید، حساب ویژه ای بر روی هوش مصنوعی باز کنید.

• افزایش دقت عمل

برخی از کارها نیاز به دقت بالایی دارد. اگر شما حتی یک اشتباه کوچک در برخی از حوزه های کسب و کار انجام دهید، هیچ شانسی برای جبرانش نخواهید داشت. فناوری هوش مصنوعی در چنین شرایطی به شما برای افزایش دقت در کارهای تان کمک خواهد کرد.

نمونه بارز این امر استفاده از ابزارهای دارای هوش مصنوعی در عمل های جراحی بسیار حساس است. این امر به دلیل دقت بالای چنین دستگاه هایی در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می گیرد بنابراین اگر شما هم از چنین الگویی در کارهای حساس برندتان استفاده نمایید، شانس بسیار بالاتری برای پیشبرد بهتر آن خواهید داشت.

گرین پالپ آویژه – ثبت سفارش از طریق Avizhe.co

کاهش هزینه های اضافی

کارهایی که پیش از این چندین کارشناس به طور همزمان ساماندهـــی می کردنـــد، اکنـــون از سوی ابزارهای دارای هوش مصنوعی با سرعت و دقت بسیار بالایی دنبال می شود. این امر به معنای عدم نیاز به نیروی انسانی در بسیاری از بخش هاست. برخی از کسب و کارها سالانه هزینه بسیار زیادی برای استفاده از خدمات کارشناس های حرفه ای پرداخت می کنند. اکنون با استفاده از فناوری هوش مصنوعی امکان کاهش هزینه ها به طور قابل ملاحظه ای فراهم خواهد شد.

شکل گیری موقعیت های شغلی تازه

فناوری هوش مصنوعی فقط موقعیت های شغلی پیش روی افراد را از بین نمی برد. وقتی استفاده از این فناوری در میان کسب و کارها توسعه پیدا کند، فرصت های شغلی تازه بر مدار خلاقیت و ایده پردازی هرچه بهتر توسعه خواهد یافت. به عبارت دیگر، کارآفرینان و کارمندان فرصت بسیار بیشتری برای پرهیز از کارهای تکراری و پرداختن به اموری که بدان علاقه دارند، خواهند داشت.

هوش مصنوعی در عرصه کسب و کار همیشه نیاز به دست کم یک کارشناس حرفه ای برای مدیریت ایرادات غیرمنتظره دارد. این امر موقعیت شغلی تازه ای پیش روی اهالی کسب و کار قرار می دهد.

معایب هوش مصنوعی

• تنبلی فزاینده

یکی از نگرانی های اصلی در زمینه توسعه استفاده از هوش مصنوعی تنبلی روز افزون است. وقتی انسان ها و به طور ویژه کارآفرینان بسیاری از کارهای شان را با کمک هوش مصنوعی انجام دهند؛ به تدریج دیگر توانایی شان برای انجام کارها به طور مستقل کاهش پیدا خواهد کرد.

شاید نگـــرانی نسبت به تنبلـــی فزاینـــده انسان ها در پی توسعه فناوری هوش مصنوعی عجیب باشد، اما در صورت مدیریت نامناسب این فناوری احتمال بروز چنین چالش هایی دور از ذهن نیست.

• رکود تفکر خارج از چارچوب

تفکـــر خـــارج از چارچوب به کارآفرینـــان برای فراتـــر رفتـــن از محدودیت های موجود کمک می کند. این امر در طول تاریخ به نوآوری هـــای متعددی منجر شده است. اکنون اگر فناوری هوش مصنوعی تمام بخش های فعالیت کاری را اشغال کند، دیگر فرصتی برای تفکر خارج از چارچوب باقی نخواهد ماند. شاید این امر مهمترین نگرانی از فناوری هوش مصنوعی در میان انسان ها باشد.

فناوری هوش مصنوعـــی با تمام مزایـــای و معایبش در طـــول سال های اخیـــر به طور خیره کننده ای توسعه پیدا کرده است با این حساب تنها راهکار مناسب توجه به معایب احتمالی این فناوری و تلاش برای پرهیز از آنها در صورت امکان است.

منبع: فرصت امروز

شرکت آلتین کیمیا با سابقه فعالیت ۲۰ ساله در زمینه تولید انواع دستمال مرطوب تخصصی

یکی از بنیانگذاران تولید دستمال مرطوب در ایران

آدرس کارخانه: آذربایجان غربی، شهرستان خوی، شهرک صنعتی بلوار اصلی، خیابان صنعت ۱

تلفن تماس: ۰۹۱۲۲۷۰۴۶۹۹ ۰۲۱۸۸۹۹۸۲۷۲

Mail: altinkimia@gmail.com Website: dastmalmartub.com

فرم اشتراک

نام: نام خانوادگی:

محل تولد: آخرین مدرک تحصیلی:

نام شرکت: زمینه فعالیت:

استان: شهر: شهرستان:

آدرس:

فکس: تلفن ثابت:

کد پستی: موبایل:

ایمیل:

هزینه اشتراک

اشتراک یکساله (با احتساب هزینه پست): ---------- ۱۶۰،۰۰۰ تومان

- لطفا پس از واریز وجه اشتراک، اصل فیش بانکی یا رسید واریز را به همراه فرم تکمیل شده، به آدرس دفتر یا شماره فکس مجله ارسال نمایید و کپی فیش واریز را تا پایان دوره اشتراک نزد خود نگه دارید.
- خواهشمند است هرگونه تغییر نشانی را در اسرع وقت به دفتر نشریه اطلاع دهید.

* شماره حساب ۰۱۰۶۲۲۶۳۷۷۰۰۲ بانک ملی شعبه اسدآبادی و شماره کارت ۶۰۳۷ ۹۹۷۵ ۹۹۰۶ ۷۵۵۱ به نام نشریه آوند

آدرس دفتر مجله: تهران- خیابان سیدجمال الدین اسدآبادی- شماره ۱۹۲

تلفن: ۸۸۷۱۱۹۵۱ **فکس:** ۸۸۷۲۴۹۰۶

After a brief retail appearance on US chain store shelves, bamboo has returned to e-commerce

Online, bamboo tissue products – especially toilet paper – are on the rise with more enterprises offering impressive varieties to attract price-concerned savers, “green” loyalists and “white cloud” softness devotees. Industry analyst Gregory Grishchenko looks at its American future as production in China gears up.

After the unexpected tissue product run caused by the outbreak of the Covid pandemic almost a year ago all major grocery chains across the US effectively restocked supermarket shelves with pre-pandemic varieties of local brands.

Even during that time of extreme demand, bamboo tissue, which has seen an explosive but exclusive online trade growth, did not feature prominently in American retail outlets. However, this year Babo toilet paper brand made of unbleached bamboo tissue appeared on display at several CVS pharmacies in Florida.

CVS Pharmacy is the largest pharmacy chain in the United States with almost 10,000 locations, and among its merchandise includes household items as tissue goods.

Babo brand supplier is Vanov Group from Sichuan province in Southwest China, a region known for rich bamboo vegetation and being the homeland of giant pandas.

Suzano to invest R$14.7 billion in a new pulp plant

Suzano, a global reference in the production of bioproducts developed from the cultivation of eucalyptus, announces the construction of a new plant with an annual production capacity of 2.3 million tons of eucalyptus pulp. The unit will be built in the municipality of Ribas do Rio Pardo, in Mato Grosso do Sul state, and should start production by the end of the first quarter of 2024. The project estimates industrial investments of R$14.7 billion, making it one of the largest private-sector investments currently under development in Brazil.

The initiative, called “Cerrado Project”, will expand Suzano’s current pulp production capacity, of 10.9 million tons, by approximately 20%. The industrial unit in Ribas do Rio Pardo also will be the company’s most competitive.

“The new plant represents an important advance in our long-term strategy. Suzano is already part of the lives of over 2 billion people through its products and, as a global leader, is committed to meeting the world’s growing demand for products from renewable materials. The project will also make an important contribution to income generation and job creation in the region while increasing our carbon capture capacity, thanks to the expansion of our forest base,” said Walter Schalka, CEO of Suzano.

Another important contribution by the unit to mitigating the effects from climate change involves expanding the supply of renewable energy in Brazil. The plant will have the capacity to sell approximately 180 MWave of surplus energy to Brazil’s power grid. The unit should become Brazil’s first fossil-fuel-free pulp and paper plant, representing a new milestone in ecoefficiency and effectiveness.

بخش انگلیسی

Meeting with the officials of the Consumers and Producers Protection Organization in the presence of the Iraninan Association for Hygenic Cellulose Industries and Tissue Manufacturing Companies

On Tuesday, May 18, at the request of the Iranian Association of Hygenic Cellulose Industries, a meeting was held with Mr. Mousavi; Deputy Supervisor of Consumer Goods and Distribution and Economic Networks, Mr. Mehdipour; Director General of Supervision of Health Products, Pharmaceuticals and Medical Equipment from the Support Organization as well as Mr. Atashpoosh; Chairman of the Board of the Association, Mr. Zali; The secretary of the association, Mr. Khoshgard, and Mr. Mizban, managers and producers of tissue, were held at the support organization.

The meeting, which was held in order to further interact with producers and remove barriers to production, lasted 3 hours. In this meeting, the participants discussed how to observe the pricing criteria of the support organization, issues related to chain stores, consumer prices of Pars Hayat products, etc.

Meeting with the market regulation headquarters on the problems of production and distribution of tissue and Hygenic cellulosic products

In this meeting, which was held on Tuesday, Aprill 27, according to the production statistics of 2019 and 2020 and the nominal production capacity and consumption needs of the country, the pricing criteria of Hygenic cellulose and tissue products were discussed.

In this meeting, one of the tissue producers, while expressing production problems, complained about the excessive Interference of the protection organization in the pricing process.

In this regard, Mr. Tarahomi, former head of the Textile, Garment and Cellulose Industries Bureau of the Ministry of Industry, added: “These excessive strictures will reduce production and increase the price of hygenic cellulose products, which is in conflict with the interests of consumers and producers.”

Decisions of the Market Regulation Working Group of the Ministry of Industry regarding to production and distribution of tissue and hygenic cellulose products

The 136th meeting of the market regulation working group was held in the presence of relevant officials on Monday, May 3. It was decided in this meeting that:

1- The price of tissue and hygenic cellulose products should be determined by the production units according to the relevant process, based on the pricing criteria approved by the Board for Determining and Stabilizing Prices, a subset of the Consumers and Producers Protection Organization.

2- Each production unit will be responsible for factory prices or consumer prices listed on the packaging of their products in terms of compliance with pricing criteria. In case of non-compliance with the rules and instructions issued in this regard, the necessary legal action will be taken by the relevant authorities.

خیریه
مهرآوران کهریزک کاسپین سرخ رود

مجتمع مسکونی اریکه آرامش

با دارا بودن امکانات خدماتی رفاهی در استان مازندران، شهر ساحلی و توریستی سرخ رود واقع گردیده و مکانی مناسب برای سالمندانی می‌باشد که تمایل دارند در محیطی لاکچری، امن و آرام با بهترین شرایط از ادامه زندگی خود لذت ببرند.

خدمات:

مشاوره پزشکی
مشاوره روانشناسی
مشاوره فیزیوتراپی
مشاوره کاردرمانی
مشاوره مددکاری
سرو صبحانه ، ناهار و شام متنوع در رستوران
سرو میان وعده ها
کتابخانه
روم سرویس
نظافت اتاق ها
گاو صندوق اختصاصی
امکانات چای ساز و کافی میکس در سوییت

ARIKEH
Healthcare Hotel

مجتمع مسکونی اریکه آرامش

با سرمایه گذاری
خیریه مهرآوران کهریزک کاسپین سرخ رود

درآمد های مجتمع مسکونی اریکه آرمش
صرف امور انسان دوستانه می گردد

ARIKEH

مجتمع اریکه آرامش در کنار مجتمع تولیدی گل و گیاه پونا(وابسته به خیریه مهرآوران) فعال در زمینه تولید و تکثیرگیاهان زینتی واقع گردیده که میتوانید گوشه‌هایی از این بهشت پنهان را ببینید.

ARIKEH

ویژگی‌های های مجتمع اریکه آرامش:

-فاصله ۱۷۰ کیلومتری از پایتخت
- ۹ کیلومتری از دریا وشهر سرخ رود و آمل
- چشم انداز فوق‌العاده سلسله جبال البرز و قله همیشه استوار دماوند
فاز اول این مجموعه با زیر بنای ۴۰۰۰متر مربع احداث گردیده که زمین های کشاورزی اطراف در هر فصل سال زیبایی و جلوه خاصی به آن می دهد.

arikearamesh@gmail.com
arike_aramesh
۰۹۱۱۱۲۰۹۱۶۱

ARIKEH

مجتمع دارای سوئیت های یک نفره ۳۰ متری و دونفره ۵۰ متری با تراس مجزا و چشم اندازی ابدی و بی‌نظیر می‌باشد.که اقدامات زیر توسط کادری مجرب و متخصص در زمینه سالمندان بشرح زیر ارائه می‌گردد:

- کنترل سلامت روزانه.
- cpr (احیای قلبی ریوی)
- فیزیوتراپی،کاردرمانی، مددکاری
- کاردرمانی کشاورزی، حفاظت و امنیت وآرایشگاه
- فضای دورهمی، فضای بازی و سرگرمی آمفی تئاتر و استخر تخصصی آب درمانی

((انجمن صنایع سلولزی و بهداشتی ایران حامی خیریه مهرآوران کهریزک کاسپین سرخ رود))

شرکت تعاونی برگ حریر یزد

(تولید کننده برند باکلاس و آوازه)

Barg Harir Yazd Coop

(Manufacturer of Baclass & Avazeh Brands)

با کلاس زندگی کنید

Live Baclass

یزد-تفت-شهرک صنعتی-خیابان باکلاس

۰۳۵ - ۳۲۶ ۳۳۸۵۲-۴

Baclass ST, Taft Industrial Town, Yazd

+98 35 326 33852-4

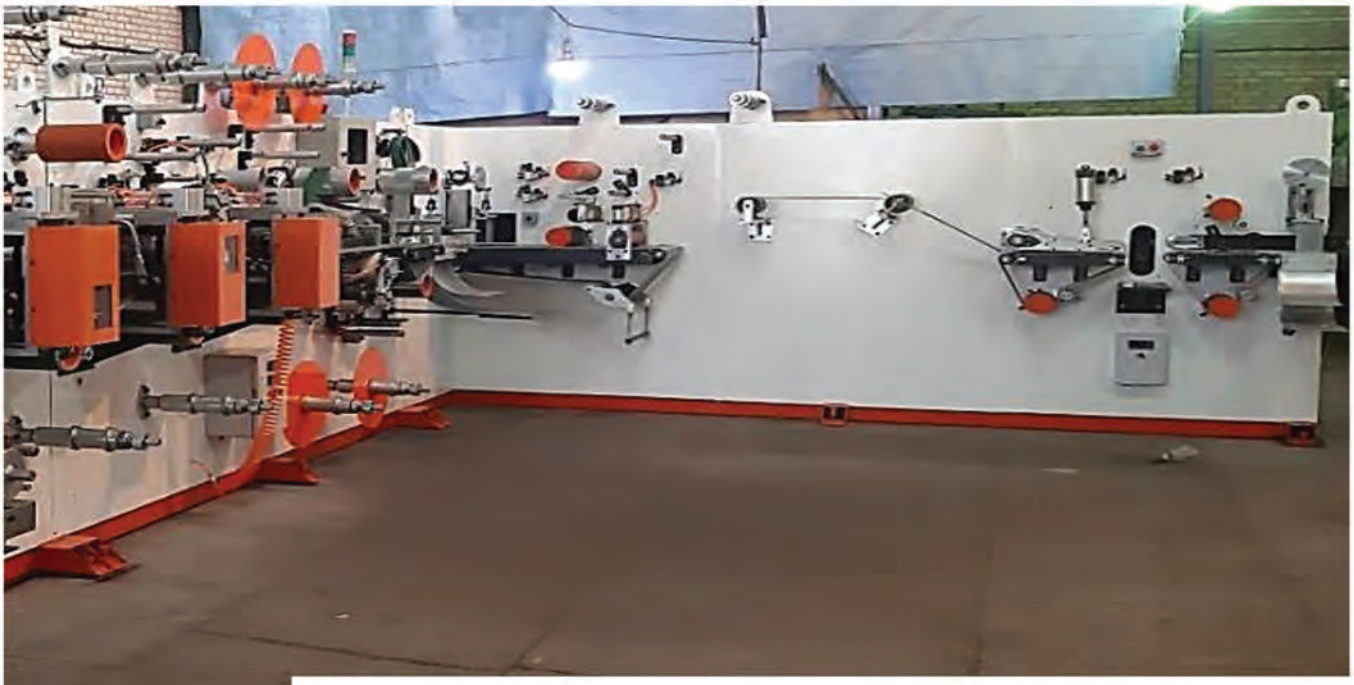
+98 935 777 3854

baclassgroup

www.baclass.com

گـــــــروه ماشـــــــین ســـــــازی

Machinery Group



♣ اولین دستـــــگاه آپشنال تولـــید نـــــوار بهداشـــــتی بالـــــدار در ایران ♣

- سیستم کنترل PLC
- صفحه نمایش لمسی(HMI) با منو فارسی (تنظیمات و اپراتوری آسان)
- سرعت ۳۰۰ پد در دقیقه
- آپشن تری فولد(سه تا) جهت نوار مسافرتی
- آپشن تولید نوار فلاف نازک
- آپشن تولید نوار ایرلید
- آپشن تولید نوار دووال اکتیو
- آپشن چاپ طرح بر روی لایه ADL ، تاپ شیت ویا بک شیت
- قابلیت تغییر سایز نوار از بزرگ به متوسط ، کوچک وخیلی بزرگ(سوپرشبانه)
- قابلیت تولید محصول با طرحهای مختلف پیشنهادی مشتری

♣ دستگاه دوخت پاکتی لفاف(کیسه) نوار بالدار فلاف و ایرلید(با تغییرات جدید)

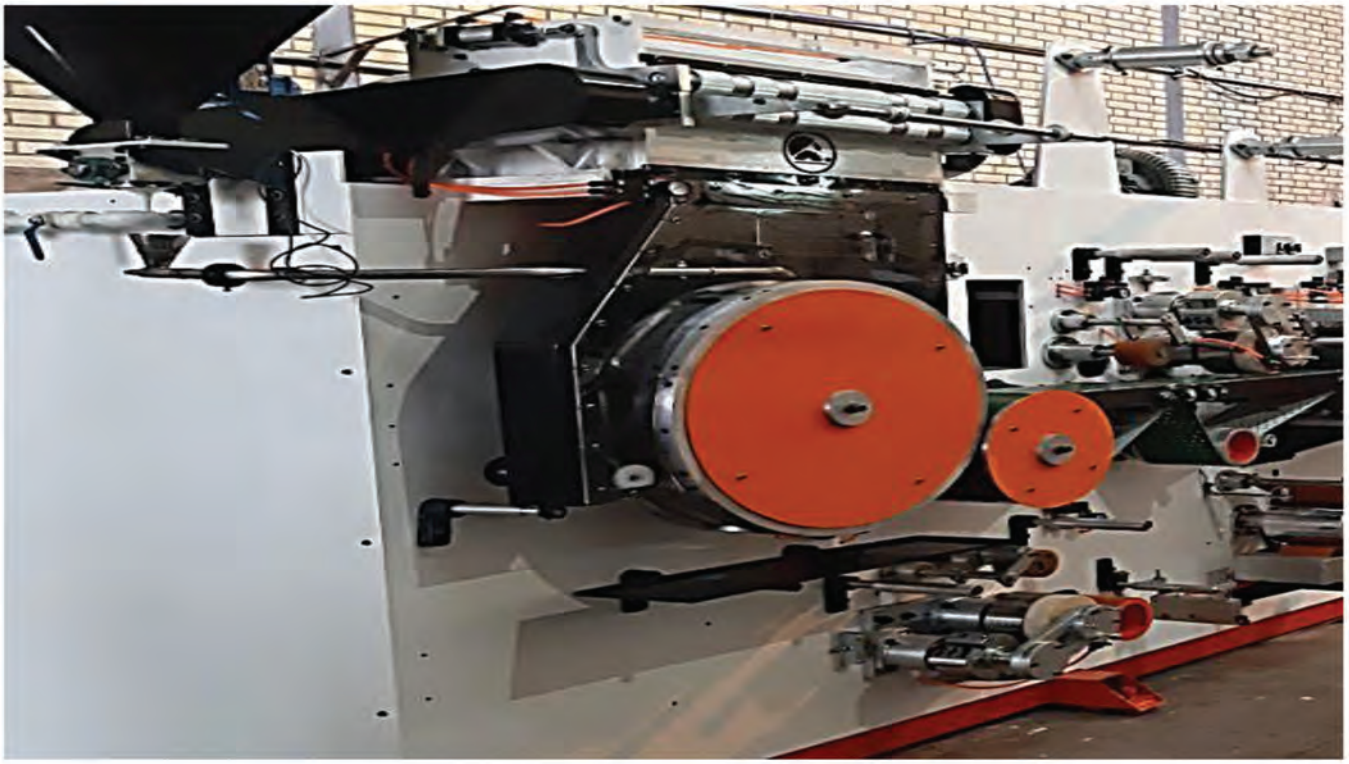
- سیستم کنترل PLC با سرعت ۲۵ تا ۳۰ بسته در دقیقه
- صفحه نمایش لمسی با منو فارسی

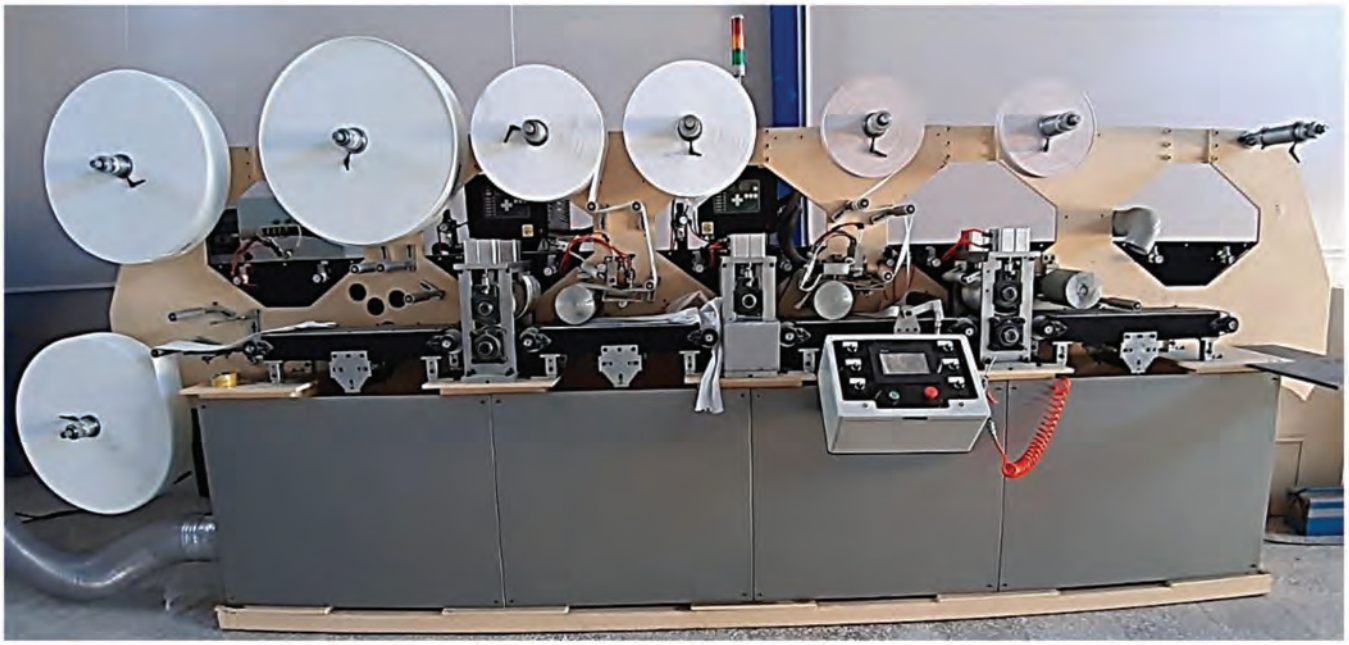
www.iranmobtakeran.ir

۰۹۱۳۱۰۸۶۶۲۱***۰۹۱۳۱۱۹۸۰۲۹

اینستاگرام: سلولزی ایران مبتکران

ایـــــــران مبتکـــــــران
Iran Mobtakeran





♣ **دستگاه تولید پد بهداشتی روزانه بانوان** (پنتی شیلد) **و پد سینه بانوان** ♣

سرعت ۳۰۰ پد در دقیقه ، سیستم کنترل PLC ، صفحه نمایش فارسی

گرین پالپ

آویژه

راه اندازی بزرگترین و به روز ترین خط تولید خمیر کاغذ بهداشتی در خاورمیانه

* شرایط ویژه پرداخت برای مشتریانی که از طریق سایت avizhe.co سفارش خود را ثبت نمایند

این افتخار را داریم که با راه اندازی پیشرفته ترین و به روزترین خط تولید خمیر کاغذ بهداشتی (فلاف پالپ) در خاورمیانه با ظرفیت ۱۶۰۰ تن در هر ماه بتوانیم نیاز حداکثری کارخانجات صنایع سلولزی کشور را پوشش دهیم.

مزایا:

۱. محصولات تولیدی با بالاترین کیفیت، مطابق استانداردهای روز دنیا و قابل رقابت با تولیدات مشابه خارجی

۲. در دسترس بودن کالای تولیدی در کمترین زمان ممکن

۳. صرفه جویی در گردش سرمایه

۴. استفاده تمامی کارخانجات از محصولات ویرجین

۵. جلوگیری از صادرات ارز

۶. اشتغال زایی

۷. محصولات تولیدی در انواع آنتریتد و تریتد و سوپر

تولید واقعی ماهانه ۱۶۰۰ تن

شرکت پدیده صنعتی آویژه
P.S.A
سهامی خاص
شماره ثبت : ۲۹۳۹
Avizheh industrial Co

پدیده صنعتی آویـژه

کیفیت، توانایی ماست
رضایت، هدف ماست

دفتر فروش : تهـران، میـدان هفت تیـر، کـوچـه شـاهد، پلاک ۱۰، واحـد ۴
تلفن : ۸۸۳۱۰۱۵۰ -۰۲۱ و ۸۸۳۱۰۳۵۰ -۰۲۱ فکس : ۸۸۳۴۱۸۹۷ -۰۲۱
کـارخـانـه : بـروجـرد، شهـرک صنعتـی شمـاره ۱، کارخـانـه آویـژه
تلفن : ۰۶۶۴۲۴۶۴۰۱۵ فکس : ۰۶۶۴۲۴۶۴۰۱۴
همراه : ۰۹۱۲۱۷۱۵۸۸۶ تلگرام و واتساپ : ۰۹۰۲۱۷۱۵۸۸۶
www.avizhe.co Avizheh.co@yahoo.com

TECHNOMELT®

با راهکارهای سلولزی هنـکل به مشتریان خود کمک کنید تا زندگی با کیفیت تری را تجربه نمایند.

شرکت صنعتی هنکل با فراهم آوردن تکنولوژی چسب های TECHNOMELT
در صنایع سلولزی، کاهش مصرف، رفع بو از محصولات و چسبندگی مناسب را
به شما هدیه می دهد.

برای کسب اطلاعـات بیشتر و استفاده
از خدمات مرکز فناوری هنکل با شماره

۰۲۱ - ۴۹ ۱۱ ۵۴ ۰۳

تماس حاصل فرمایید.

دفتر مرکزی: تهران، انتهای اتوبان ستاری شمال، ابتدای سیمون بولیوار، کوچه گلها، پلاک ۵