سه‌شنبه
۱۲ آبان ۱۴۰۵- ۲۳ جمادی‌الاول ۱۴۴۸ - ۳ نوامبر ۲۰۲۶- شماره ۳۱۶۹-پیاپی ۴۴۸۷

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸ - ۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶

ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com

تلفن: ۸۲۱۹۰ (داخلی-۱۰۸)

توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸

تهران، خیابان قائم مقام فراهانی- کوچه آزادگان شماره ۲۶- کدپستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱

روابط عمومی: pr@smtnews.ir

چاپخانه: صمیم

www.smtnews.ir info@smtnews.ir
telegram.me/smtnews instagram.com/smtnewspaper
tozi.smtnews@gmail.com http://eitaa.com/smtnews
https://ble.ir/smtnews

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

خبر خوش برای بازار کاغذ

مدیرعامل شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران گفت: چاپ کتب درسی با کاغذ ایرانی انجام خواهد شد.

به گزارش تسنیم از ساری، پس از سال‌ها فراز و نشیب در فعالیت کارخانه صنایع چوب و کاغذ مازندران، حالا خبر از بازگشت هر دو خط تولید این مجموعه به ظرفیت کامل به گوش می‌رسد؛ اتفاقی که علاوه بر تقویت تولید داخلی کاغذ، می‌تواند تأمین کاغذ مورد نیاز کتاب‌های درسی وزارت آموزش و پرورش را نیز پشتوانه‌ای مطمئن‌تر ببخشد.

راه‌اندازی کامل دو خط تولید PM۱ و PM۲ در شرایطی دنبال می‌شود که توقف برداشت چوب از جنگل‌ها در پی اجرای طرح تنفس جنگل از سال ۱۳۹۶، تأمین مواد اولیه این صنعت را با محدودیت‌هایی روبه‌رو کرده و کارخانه ناچار شده است نیاز خود را از مسیرهایی مانند چوب‌های باغی، وارداتی و گونه‌های سریع‌الرشد نظیر صنوبر تأمین کند.

رضا گنجی، مدیرعامل شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران، در گفت‌وگو با خبرنگار تسنیم از راه‌اندازی کامل دو خط تولید این کارخانه خبر داد و اظهار کرد: فعالیت هر دو خط تولید با ظرفیت کامل انجام خواهد شد و تولید کاغذ مورد نیاز کتاب‌های درسی وزارت آموزش و پرورش نیز در دستور کار این مجموعه قرار دارد.

وی با اشاره به اجرای طرح تنفس جنگل از سال ۱۳۹۶ افزود: پس از اجرای این طرح، برداشت چوب از جنگل متوقف شد و تأمین مواد اولیه کارخانه از منابعی همچون چوب‌های باغی و وارداتی و گونه‌های سریع‌الرشد مانند صنوبر انجام می‌شود.

مدیرعامل شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران با بیان اینکه در یک ماه اخیر تلاش شده هر دو خط تولید کارخانه به ظرفیت کامل برسند، تصریح کرد: راه‌اندازی خطوط PM۱ و PM۲ و تولید کاغذ مورد نیاز کتاب‌های درسی وزارت آموزش و پرورش از اقدامات مهم این مجموعه به شمار می‌رود.

هدف‌گذاری برای سوددهی یک‌همتی کارخانه

مهدی یونسی‌رستمی، استاندار مازندران نیز در جریان بازدید از کارخانه صنایع چوب و کاغذ مازندران با اشاره به فعال شدن هر دو خط تولید اظهار کرد: پیش از این حدود یک خط تولید کارخانه فعال بود، اما اکنون هر دو خط به چرخه فعالیت بازگشته‌اند.

وی با اشاره به تغییر روند فعالیت این مجموعه در ماه‌های اخیر افزود: کارخانه در مسیر سوددهی قرار گرفته و این موضوع نشان‌دهنده ظرفیت‌ها و امکانات موجود برای توسعه فعالیت‌های تولیدی آن است.

استاندار مازندران تأمین مواد اولیه را از مهم‌ترین نیازهای استمرار فعالیت کارخانه دانست و گفت: برای تأمین مواد اولیه، تا حد امکان از ظرفیت بخش‌ها و سازمان‌های مختلف استفاده کرده‌ایم تا این مواد در اختیار کارخانه قرار گیرد و روند تولید با مشکل مواجه نشود.

یونسی‌رستمی همچنین به پیگیری مشکلات مالیاتی، بانکی و بیمه‌ای کارخانه اشاره کرد و افزود: معوقات و مسائل این مجموعه در ستاد تسهیل و رفع موانع تولید مطرح می‌شود تا در حد امکان برای رفع آنها کمک کنیم. وی با اشاره به چشم‌انداز اقتصادی این مجموعه تصریح کرد: امیدواریم شش ماه دیگر که از کارخانه بازدید می‌کنم، این مجموعه دست‌کم به سودی بین ۷۰۰ میلیارد تومان تا یک‌هزار میلیارد تومان (یک همت) رسیده باشد.

بازگشت هر دو خط تولید به ظرفیت کامل، در کنار تأمین کاغذ کتاب‌های درسی، می‌تواند نقطه عطفی در مسیر احیای این واحد صنعتی باشد؛ با این حال، تداوم تولید به تأمین پایدار مواد اولیه و رفع موانع مالی و بانکی وابسته است. حالا باید دید کارخانه صنایع چوب و کاغذ مازندران در فرصت شش‌ماهه پیش‌رو تا چه اندازه می‌تواند از ظرفیت تولیدی خود برای تحقق هدف‌گذاری سوددهی استفاده کند.

وقتی تمیزی هم گران تمام می‌شود

از سفره کوچک‌شده خانوار تا قفسه‌های خالی حمام و آشپزخانه؛ موج گرانی حالا کالاهایی را هدف گرفته که زمانی جزو بدیهی‌ترین اقلام خرید ماهانه بودند. شوینده لباس و ظرف، شامپو و صابون به‌تدریج از فهرست خرید برخی خانواده‌ها عقب رانده می‌شوند؛ تا جایی که خرید محصولات بهداشتی نیز به تصمیمی وابسته به جیب خانوار تبدیل شده است. بررسی قیمت‌ها از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۵ از تداوم فشار هزینه‌های تولید و افزایش قیمت در بازاری حکایت دارد که حالا با تغییر الگوی مصرف خانوار روبه‌رو شده است.

صابون گلنار ۴۴ هزار تومانی به ۱۳۷ هزار تومان رسید!

شاید هیچ محصولی به اندازه صابون گلنار نماد شوینده ارزان‌قیمت در بازار ایران نباشد؛ محصولی که حتی آن هم از موج گرانی در امان نمانده است. به گزارش تجارت نیوز در دی‌ماه ۱۴۰۱، بسته شش‌عددی صابون گلنار سبز حدود ۴۴ هزار و ۵۰۰ تومان و مدل زرد و صورتی حدود ۴۹ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت داشت، اما پایش‌های بازار در سال ۱۴۰۵ از رسیدن قیمت این محصول به حدود ۱۳۷ هزار تومان حکایت دارد؛ افزایشی که نشان می‌دهد حتی ارزان‌ترین گزینه‌های بازار مواد شوینده نیز دیگر چندان ارزان نیستند.

بررسی روند قیمت مواد شوینده از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۵ نشان می‌دهد موج گرانی در این بازار به یک روند مستمر تبدیل شده و حالا حتی بهداشت و نظافت شخصی نیز از گزند کاهش قدرت خرید خانوارها در امان نمانده است. گرانی مواد شوینده در نهایت تصویری روشن از تغییر ماهیت سبد خانوار ارائه می‌دهد؛ سبدی که زمانی از «نیازهای ضروری» تشکیل می‌شد، اکنون در حال تبدیل شدن به فهرستی از «ضروری‌ترین‌ها» است. در این فهرست، هر کالایی که امکان حذف، کاهش مصرف یا جایگزینی داشته باشد، دیر یا زود از سبد خرید عقب رانده می‌شود. افزایش مداوم نرخ کالاهای مصرفی، حالا فقط سفره خانوار را کوچک نکرده، بلکه به قفسه مواد شوینده و محصولات بهداشت فردی نیز رسیده است؛ کالاهایی که تا چند سال قبل از ضروری‌ترین اقلام خرید ماهانه خانواده‌ها محسوب می‌شدند، اما اکنون برای بخشی از خانوارها به کالاهایی تبدیل شده‌اند که می‌توان مصرف آنها را کاهش داد، خریدشان را به تعویق انداخت یا به سراغ نمونه‌های ارزان‌تر رفت. ماجرا از شوینده لباس و ظرف شروع شده و به شامپو، صابون و دیگر محصولات بهداشتی رسیده است. بررسی قیمت‌ها در فاصله سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۵ نشان می‌دهد رشد نرخ در این بازار تنها یک افزایش مقطعی نبوده و طی چند مرحله تکرار شده است. در خرداد ۱۴۰۱، انجمن صنایع شوینده از افزایش هزینه‌های تولید، نرخ ارز و مشکلات تأمین مواد اولیه خبر داده بود و با وجود درخواست افزایش ۳۰ تا ۸۰ درصدی تولیدکنندگان، افزایش مورد موافقت سازمان حمایت تا ۱۵ درصد اعلام شد. اما این افزایش‌ها در سال‌های بعد نیز ادامه یافت. در بهمن ۱۴۰۳، نرخ انواع شوینده به طور متوسط ۲۰ تا ۲۵ درصد بالا رفت و در همان زمان مایع لباسشویی ۲.۵ لیتری اکتیو ۱۸۰ هزار تومان و مایع لباسشویی ۴ لیتری پرسیل ۲۷۵ هزار تومان قیمت‌گذاری شد. در خرداد ۱۴۰۴ نیز گزارش‌های بازار از رشد ۱۸ تا ۳۰ درصدی برخی شوینده‌ها نسبت به بهمن سال قبل حکایت داشت و نرخ مایع لباسشویی اکتیو ۲.۵ لیتری به ۲۱۳ هزار تومان رسید. در شهریور همان سال، همین محصول در برخی فروشگاه‌ها به حدود ۳۱۰ هزار تومان رسید؛ یعنی تنها طی چند ماه رشد قابل‌توجهی را تجربه کرد. در سال ۱۴۰۵ نیز دبیر انجمن تولیدکنندگان مواد شوینده اعلام کرد که از ۱۵ اردیبهشت، نرخ پودرهای شوینده به طور متوسط ۲۰ درصد و مایعات شوینده حدود ۳۰ درصد افزایش یافته است.

مایع لباسشویی؛ کالایی که دیگر ارزان نیست

در این جدول، بیشترین افزایش مربوط به گلرنگ با حدود ۶۸۹ درصد و پس از آن تاژ با حدود ۶۳۵ درصد و اکتیو با ۶۳۰ درصد است. مسئله اما تنها نرخ یک بطری نیست. خانواده‌ای که ماهانه چند بار لباس می‌شوید، ظرف چند ماه باید چند بطری شوینده خریداری کند. به این ترتیب، هزینه‌ای که زمانی در حاشیه بودجه خانوار قرار داشت، حالا به یکی از هزینه‌های ثابت و قابل توجه تبدیل شده است.

برای خانواری که در سال ۱۴۰۱ خرید یک بطری چندلیتری مایع لباسشویی بخشی عادی از خرید ماهانه بود، قیمت‌های امروز معنای دیگری دارد. نمونه‌های بازار نشان می‌دهد نرخ مایع لباسشویی‌های داخلی طی این چهار سال چند برابر شده است.

محصول	قیمت ۱۴۰۱	قیمت ۱۴۰۵	درصد افزایش
مایع لباسشویی اکتیو ۲.۵ لیتری	حدود ۱۰۰ هزار تومان	حدود ۷۳۰ هزار تومان	۶۳۰درصد
مایع لباسشویی سافتلن ۳ لیتری	حدود ۱۰۳ هزار تومان	حدود ۷۰۹ هزار تومان	۵۸۸.۳درصد
مایع لباسشویی تاژ ۲.۷ لیتری	حدود ۹۵ هزار تومان	حدود ۶۹۸ هزار تومان	۶۳۴.۷درصد
مایع لباسشویی گلرنگ ۲.۷ لیتری	حدود ۹۰ هزار تومان	بیش از ۷۱۰ هزار تومان	حدود ۶۸۸.۹درصد

شامپو؛ از کالای بهداشتی تا کالای قابل حذف

در این جدول، شامپو صحت با حدود ۵۶۹ درصد افزایش بیشترین رشد نرخ را دارد و پس از آن اکتیو و پرژک قرار می‌گیرند. کمترین افزایش مربوط به شامپو شبنم با حدود ۲۷۷ درصد است.

شامپو نیز از این موج گرانی در امان نمانده است. در بهمن ۱۴۰۱، برای نمونه، شامپو سدر صحت ۳۰۰ میلی‌لیتری حدود ۱۹ هزار و ۴۳۰ تومان، شامپو پرژک ۴۵۰ میلی‌لیتری حدود ۳۲ هزار و ۸۳۵ تومان، شامپو اکتیو ۴۰۰ میلی‌لیتری حدود ۳۵ هزار و ۳۳۰ تومان و شامپو شبنم یک کیلویی حدود ۳۳ هزار و ۱۵۰ تومان نرخ داشت. امروز اما همین گروه کالا در محدوده‌ای کاملاً متفاوت قرار گرفته است. نرخ شامپو شبنم در پایش‌های بازار ۱۴۰۵ برای برخی مدل‌ها به حدود ۱۸۸ هزار تومان رسیده و شامپو اکتیو ۴۰۰ میلی‌لیتری نیز با نرخ بیش از ۲۲۵ هزار تومان عرضه شده است.

شامپو ایرانی	قیمت ۱۴۰۱	قیمت ۱۴۰۵	درصد افزایش
صحت سدر ۳۰۰ میلی‌لیتر	۱۹,۴۳۰ تومان	حدود ۱۳۰ هزار تومان	۵۶۹.۱درصد
پرژک ۴۵۰ میلی‌لیتر	۳۲,۸۳۵ تومان	حدود ۲۰۰ هزار تومان	۵۰۹.۱درصد
اکتیو ۴۰۰ میلی‌لیتر	۳۵,۳۳۰ تومان	حدود ۲۲۵ هزار تومان	۵۳۶.۹درصد
شبنم ۳۰۰ میلی‌لیتر	۳۳,۱۵۰ تومان	حدود ۱۲۵ هزار تومان	۲۷۷.۱درصد

صابون گلنار؛ نماد ارزان‌قیمت‌ها هم گران شد

در این بخش، صابون فکس با حدود ۱۱۶۵ درصد افزایش بیشترین رشد نرخ را دارد؛ یعنی نرخ آن بر اساس ارقام شما بیش از ۱۲ برابر شده است. گلنار زرد نیز حدود ۷۹۱ درصد و گلنار سبز حدود ۷۸۸ درصد افزایش نرخ داشته‌اند.

شاید هیچ محصولی به اندازه صابون گلنار نماد شوینده ارزان‌قیمت در بازار ایران نباشد. در دی ۱۴۰۱، بسته شش‌عددی صابون گلنار سبز حدود ۴۴ هزار و ۵۰۰ تومان و مدل زرد و صورتی حدود ۴۹ هزار و ۵۰۰ تومان نرخ داشت.

اما اکنون حتی این محصول ساده نیز دیگر کالای کم‌هزینه‌ای نیست. پایش‌های بازار ۱۴۰۵ نرخ صابون گلنار را تا حدود ۱۳۷ هزار تومان برای بسته عرضه‌شده نشان می‌دهد و گزارش‌های بازار از جهش نرخ این محصول خبر داده‌اند.

صابون ایرانی	قیمت ۱۴۰۱	قیمت ۱۴۰۵	درصد افزایش
گلنار سبز ۶ عددی	۴۴,۵۰۰ تومان	حدود ۳۹۵ هزار تومان	۷۸۷.۶درصد
گلنار زرد ۶ عددی	۴۹,۵۰۰ تومان	حدود ۴۴۱ هزار تومان	۷۹۰.۹درصد
عروس ۶ عددی	۴۹,۵۰۰ تومان	حدود ۴۲۰ هزار تومان	۷۴۸.۵درصد
صابون فکس ۵ عددی	حدود ۳۴ هزار تومان	حدود ۴۳۰ هزار تومان	۱۱۶۴.۷درصد

وقتی تمیزی هم اولویت دوم می‌شود

کاهش قدرت خرید تنها به معنای حذف کالاهای لوکس نیست. در مرحله نخست، خانواده‌ها از خرید کالاهای غیرضروری می‌گذرند؛ سپس کیفیت را پایین می‌آورند؛ بعد سراغ برند ارزان‌تر می‌روند و در نهایت ممکن است مصرف برخی کالاهای ضروری را هم کاهش دهند. این اتفاق در بازار شوینده‌ها قابل مشاهده است. در مهر ۱۴۰۵، رئیس انجمن صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی از کاهش تقاضا برای محصولات شوینده، بهداشتی و آرایشی در نتیجه افت قدرت خرید خانوارها خبر داده و افزایش خرید اعتباری را یکی از نشانه‌های این فشار دانسته است. این تغییر رفتار اهمیت زیادی دارد. شوینده لباس را نمی‌توان برای همیشه حذف کرد؛ اما می‌توان فاصله بین دو خرید را بیشتر کرد، لباس‌ها را با دفعات کمتر شست، از مقدار کمتری شوینده استفاده کرد یا به سراغ محصولاتی با کیفیت پایین‌تر رفت. درباره شامپو و صابون نیز همین الگو ممکن است اتفاق بیفتد. در چنین شرایطی، تورم دیگر فقط مسئله‌ای اقتصادی نیست؛ به مسئله‌ای مرتبط با کیفیت زندگی و بهداشت عمومی تبدیل می‌شود.

خانوار با یک انتخاب دشوار روبه‌روست

در سال‌های گذشته، کوچک شدن سفره خانوار بیشتر با حذف گوشت، میوه، لبنیات یا کاهش کیفیت مواد غذایی توصیف می‌شد. اکنون دامنه این حذف به کالاهای بهداشتی نیز رسیده است. گزارش‌های مربوط به بازار شوینده‌ها نشان می‌دهد افزایش نرخ در این گروه به صورت چندمرحله‌ای اتفاق افتاده و تنها در سال ۱۴۰۵ نیز یک مرحله افزایش حدود ۲۰ تا ۳۰ درصدی برای محصولات مختلف اعلام شده است. در واقع خانوار با یک انتخاب دشوار روبه‌روست: پول محدود خود را باید میان غذا، مسکن، درمان، حمل‌ونقل، آموزش و حالا شوینده و بهداشت تقسیم کند. در چنین شرایطی، محصولی مانند شامپو یا صابون که در ظاهر می‌توان خرید آن را چند روز یا چند هفته عقب انداخت، به نخستین قربانی کاهش قدرت خرید تبدیل می‌شود. اما پیامد این روند تنها کاهش رفاه نیست. کاهش مصرف محصولات بهداشتی می‌تواند کیفیت زندگی خانوار را تحت تأثیر قرار دهد و فشار بیشتری بر خانواده‌هایی وارد کند که پیش از این نیز بخش بزرگی از درآمد خود را صرف نیازهای ضروری می‌کردند. گرانی مواد شوینده در نهایت تصویری روشن از تغییر ماهیت سبد خانوار ارائه می‌دهد؛ سبدی که زمانی از «نیازهای ضروری» تشکیل می‌شد، اکنون در حال تبدیل شدن به فهرستی از «ضروری‌ترین‌ها» است. در این فهرست، هر کالایی که امکان حذف، کاهش مصرف یا جایگزینی داشته باشد، دیر یا زود از سبد خرید عقب رانده می‌شود. شاید به همین دلیل است که امروز مسئله فقط «گران شدن شوینده» نیست؛ مسئله این است که در اقتصادی که هزینه‌های خوراک و مسکن بخش بزرگی از درآمد خانوار را می‌بلعد، حتی تمیزی لباس، شست‌وشوی بدن و مراقبت‌های ابتدایی بهداشتی نیز به هزینه‌ای تبدیل شده‌اند که برخی خانواده‌ها ناچارند برای تأمین آن حساب‌وکتاب کنند.

مجمع عمومی عادی

شرکت تامین نیاز بنکداران متحد البرز (سهامی خاص)

بدینوسیله از کلیه شرکاء/سهامداران **شرکت تامین نیاز بنکداران متحد البرز** (سهامی خاص) به شماره ثبت ۱۳۸۷۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۴۸۱۸۶۹ و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت به عمل می‌آید تا در جلسه **مجمع عمومی عادی** شرکت که در روز **سه‌شنبه** مورخ **۱۴۰۵/۰۸/۲۶** ساعت **۱۹** در آدرس: قزوین، خیابان پادگان، مقابل بیمارستان شهید رجائی، کوچه آبان، حسینیه بیت الزهراء، برگزار می‌شود حضور بهم رسانند.

دستور جلسه مجمع عمومی عادی:

۱- تصویب صورت‌های مالی سالانه شرکت
۲- انتخاب هیات‌مدیره و بازرس
۳- تعیین روزنامه رسمی
۴- تعیین خط مشی آتی شرکت

هیات‌مدیره شرکت

