

تاریخ دریافت: ۸۷/۶/۱۵

پذیرش نهایی: ۸۷/۸/۷

عوامل مؤثر بر توسعه صنعت کاغذ روزنامه در کشور و راهکارهای پیشنهادی در زمینه سیاستهای حمایتی دولتی

* دکتر ابوالفضل کزازی

** حسین عبودی

*** مهدی حدادزاده



چکیده

سیاست حذف یارانه غیر مستقیم و تبدیل آن به یارانه‌های مستقیم از سیاستهای اصلی کشور طی برنامه‌های گذشته بوده است و دولت طبق برنامه چهارم توسعه موظف به ساماندهی نظام یارانه‌ای بخش فرهنگ با رویکرد تغییر نظام پرداخت یارانه تولید به سمت مصرف شده است. طی سالهای اخیر شاهد هستیم که یارانه توزیع کاغذ روزنامه کشور (به عنوان یکی از مهمترین محصولات فرهنگی و سیاسی) همواره بصورت غیرمستقیم و بوسیله تخصیص کاغذ یارانه‌ای به مطبوعات انجام گرفته است و همین امر مشکلات فراوانی را برای تولیدکنندگان کاغذ بوجود آورده است. این پژوهش به بررسی و تجزیه تحلیل سیاستهای اقتصادی _ بازرگانی دولت در زمینه

* - دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه علامه طباطبایی

** - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه تهران

*** - عضو هیأت علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام‌نور رضوانشهر یزد

صنعت کاغذ روزنامه پرداخته است. عوامل مؤثر بر بازار کاغذ روزنامه داخلی با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه و در قالب مدل PEST^۱ در چهار حوزه سیاسی، اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و تکنولوژیکی شناسایی و اولویت‌بندی شدند. در این مقاله سیاستهای حمایتی دولت که به عنوان مهمترین عامل مؤثر بر صنعت کاغذ شناسایی شد، بصورت کامل تشریح و راهکارهای مناسب در این زمینه ارائه گردیده است.

کلیدواژه‌ها: الگوی PEST، یارانه، سیاستهای حمایتی دولت در زمینه صنعت کاغذ، بازار کاغذ روزنامه

مقدمه

محیط سازمانی شامل "همه عناصر خارج از سازمان است که بر روی کل یا قسمتی از سازمان تأثیر بالقوه‌ای دارد" یا به عبارت دیگر محیط "مجموعه‌ای از فشارهای پیرامون سازمان است که بصورت بالقوه توان اثرگذاری بر نحوه عملیات سازمان و دسترسی سازمان به منابع کمیاب را دارد" [2]. آنچه درباره محیط حائز اهمیت می‌باشد آن است که اگرچه یک سازمان نمی‌تواند به طور مستقیم بر محیط پیرامون خود اثر بگذارد اما می‌تواند خود را در مقابل تهدیدات محیطی حفظ نموده و امتیازاتی را از فرصتهای موجود کسب نماید. در واقع هدف از بررسی محیط تهیه فهرست نهایی از فرصتها و تهدیدات محیطی می‌باشد. همانگونه که از مفهوم واژه نهایی استنباط می‌شود، بررسی عوامل خارجی با این هدف انجام نمی‌شود که فهرست کاملی از همه عوامل تأثیرگذار تهیه شود؛ بلکه هدف شناسایی متغیرهای اصلی است که سازمان باید در برابر آنها واکنش عملی نشان دهد. [1]

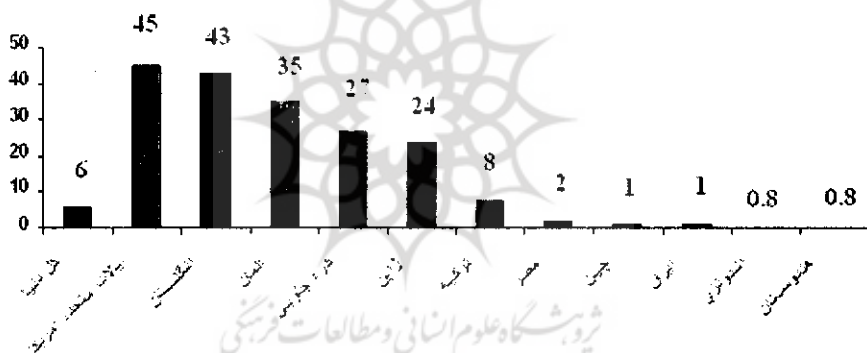
سازمانها باید بتوانند از طریق تدوین استراتژی‌ها در برابر این عوامل بصورت تدافعی یا تهاجمی واکنش نشان دهند، بگونه‌ای که از فرصتهای پیش آمده در محیط خارج بهره‌برداری نمایند و اثرات ناشی از تهدیدات بالقوه این عوامل را به پایین‌ترین

1- Political ,Economical ,Social ,Technological

حد ممکن برسانند. باید توجه نمود که عدم توجه به فرصتها و بهره برداری نکردن از آنها میتواند در آینده به یک تهدید جدی برای سازمان تبدیل شود. [2]

در عصر حاضر، مصرف سرانه کاغذ به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها به شمار می‌رود و اهمیت آن زمانی بیشتر می‌شود که برای انتقال اندیشه‌های بشری به نسل‌های بعد به کار گرفته شود [7].

با نگاهی کلی به مصرف سرانه کاغذ روزنامه در کشور های مختلف میتوان رابطه مستقیم بین توسعه اقتصادی - اجتماعی جوامع و مصرف کاغذ را بخوبی درک کرد. همانگونه که مشاهده می‌شود مصرف سرانه کاغذ روزنامه در کشور ما نه تنها تفاوت فاحشی با مصرف سرانه کشورهای توسعه یافته دارد بلکه به اندازه 5 کیلوگرم در سال نیز از میانگین جهانی پایین‌تر است (نمودار شماره 1).



نمودار 1 - مصرف سرانه کاغذ روزنامه در برخی کشورهای دنیا

در مورد صنعت کاغذ در کشور سوالی که به ذهن می‌رسد این است که به چه علت با گذشت نزدیک به یک دهه از راه‌اندازی کارخانه تولید کاغذ روزنامه در کشور با هدف خودکفایی در زمینه تولید کاغذ روزنامه مورد نیاز کشور، همچنان بخش قابل توجهی از نیاز کاغذ روزنامه از طریق واردات و با ارزی بسیار بالا انجام می‌گیرد؟ این در حالی است که در سال 1383 تولید 55 هزار تن کاغذ روزنامه در داخل کشور بیش از 31 میلیون دلار صرفه‌جویی ارزی در بر داشته است و در صورت استفاده کامل از ظرفیت بالقوه تولیدی کشور در این صنعت، انتظار می‌رود که صرفه‌جویی ارزی حاصل

از آن به بیش از ۵۰ میلیون دلار در سال برسد [11]. این امر ما را بر آن داشت تا به شناسایی و تجزیه و تحلیل عوامل اثرگذار بر توسعه صنعت کاغذ روزنامه در کشور اهتمام ورزیم.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی است و در دو مرحله سازمان یافته است. در مرحله اول که هدف آن آشنایی با صنعت کاغذ می‌باشد، از روشهایی چون مطالعات کتابخانه‌ای، جستجوی اینترنتی و برگزاری جلسات مصاحبه با تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و همچنین توزیع‌کنندگان کاغذ روزنامه استفاده شده است. هدف مرحله دوم شناسایی عوامل مؤثر بر صنعت کاغذ روزنامه می‌باشد. اطلاعات مورد نیاز برای این مرحله در قالب مدل PEST و طی جلسات متعدد مصاحبه با خبرگان این صنعت در بخشهای گوناگون از جمله تولیدکنندگان کاغذ روزنامه در کشور، روزنامه‌نگاران، کارشناسان وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، صنایع و معادن، بازرگانی، رفاه و تامین اجتماعی (شورای هدفمند کردن یارانه‌ها)، اقتصاد و دارایی (دفتر مطالعات و پژوهش‌های استراتژیک)، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و چاپخانه‌ها جمع‌آوری گردید.

جامعه آماری پژوهش شامل مدیران روزنامه‌ها به عنوان مصرف‌کنندگان اصلی، تولیدکنندگان در سطح مدیران و معاونان واحدهای تولیدی، ادارات دولتی مرتبط با صنعت کاغذ روزنامه در سطح مدیران و کارشناسان و توزیع‌کنندگان می‌باشد. با توجه به گستردگی جامعه آماری و همچنین مسائل مربوط به برقراری ارتباط مستقیم با مدیران عالی از نمونه در دسترس استفاده شده است. مصاحبه‌های مذکور با ۳۹ نفر از افراد جامعه آماری انجام گرفته است.

شناسایی عوامل مؤثر بر بازار کاغذ روزنامه در کشور

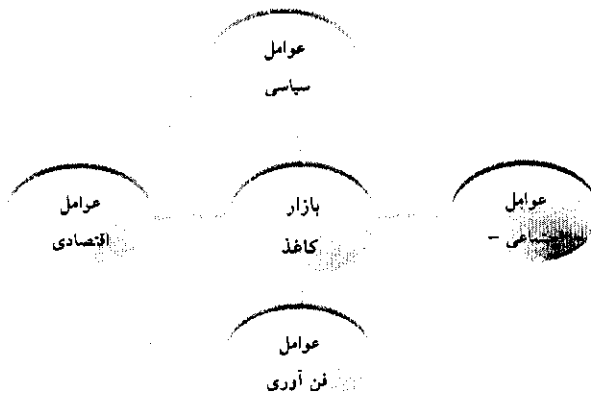
یک راه مناسب برای دسته‌بندی عوامل اثرگذار بر سازمان آن است که این عوامل را در قالب عوامل اثرگذار موجود در محیط عام یا کلان و عوامل اثرگذار موجود در محیط خاص یا خرد تقسیم‌بندی کنیم. محیط خرد شامل ذینفعانی می‌شود که سازمان

بطور منظم با آنها در حال ارتباط متقابل است. نیروهای محیط خرد معمولاً بصورت مستقیم فرصتها و تهدیداتی برای سازمان ایجاد می‌کنند. سازمان نیز تا حدودی می‌تواند بر آنها تاثیر داشته باشد. [1]

در مرحله اول پژوهش، محیط خرد صنعت در قالب ویژگیهای اقتصادی صنعت و همچنین الگوی پنج نیروی پورتر مورد ارزیابی قرار گرفت. به منظور درک صحیح صنعت و محیط رقابتی حاکم بر آن و همچنین هدفمند کردن فرایند جمع‌آوری اطلاعات، مفاهیم مورد نظر تعریف و اطلاعات مورد نیاز در سه سطح جهانی، منطقه‌ای و داخلی بررسی و گردآوری شد. اطلاعات جمع‌آوری شده در این بخش از پژوهش را می‌توان در حوزه‌های زیر طبقه‌بندی کرد:

- اندازه بازار کاغذ در سه سطح جهانی، منطقه‌ای و داخلی و نرخ رشد آنها.
- شناسایی تولیدکنندگان اصلی صنعت کاغذ در سطح جهانی، منطقه‌ای و داخلی.
- تعداد رقبای منطقه‌ای و داخلی.
- نیازها و احتیاجات مصرف‌کنندگان.
- ظرفیت تولید جهانی منطقه‌ای و داخلی.
- جایگاه صنعت کاغذ کشور در سطح جهانی و منطقه‌ای.
- بررسی مقدماتی نیروهای رقابتی (مدل نیروهای رقابتی مایکل پورتر) در سطح بازار داخلی.

در مرحله دوم پژوهش، محیط کلان صنعت کاغذ مورد بررسی قرار گرفت. محیط کلان از مجموعه‌ای از نیروهای تشکیل می‌شود که فراتر از وضعیت عملیاتی سازمانها پدید می‌آیند. این نیروها معمولاً بصورت غیرمستقیم فرصتها، تهدیدات و محدودیتهایی برای سازمان ایجاد می‌نمایند در حالیکه سازمان بندرت می‌تواند تاثیر متقابل بر آنها داشته باشد. محیط کلان شامل محیط سیاسی - قانونی، محیط فرهنگی - اجتماعی، محیط اقتصادی و محیط تکنولوژیکی می‌باشد. مطالعه محیط کلان به مطالعه PEST معروف است. [2]



نمودار ۲- شمای کلی الگوی PEST

عوامل اجتماعی فرهنگی

تغییرات عوامل اجتماعی فرهنگی، بوم‌شناسی و محیطی می‌تواند اثرات عمده‌ای در صنایع، محصولات، بازارها و مشتریان بگذارد [5]. در این حوزه از پژوهش با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای و سابقه فعالیت‌های پژوهشی مشابه در این حوزه عواملی همچون جمعیت جوان کشور، سرانه مطالعه افراد جامعه، رابطه میان سرانه مصرف محصولات کاغذی و توسعه اجتماعی- اقتصادی در جوامع امروز دنیا، افزایش سرانه مطالعه، چاپ نشریات کشور (به عنوان یکی از شاخصهای اندازه‌گیری رشد اجتماعی فرهنگی در قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی کشور)، رشد جمعیت با سواد کشور، مسئولیت‌های اجتماعی تولیدکنندگان کاغذ روزنامه و همچنین روند رو به رشد چاپ و نشر روزنامه و نشریات گوناگون بعد از سال ۱۳۷۶، شناسایی و مورد ارزیابی قرار گرفت.

عوامل تکنولوژیکی

سازمانها برای اجتناب از فرسودگی و ترغیب نوآوری، می‌بایست از تغییرات تکنولوژیکی که بر صنعت مربوطه اثرگذار است، آگاه باشند [5]. یکی از تغییرات چشمگیری که در بحث تکنولوژی‌های خمیر و کاغذ در سطح جهان در حال رخ دادن است، استفاده از کاغذ بازیافتی به عنوان بخش اعظمی از مواد اولیه مورد نیاز

کارخانجات بزرگ دنیا است. به عنوان مثال شرکت Stor Enso که چهارمین تولیدکننده کاغذ روزنامه در سطح جهان است در سال ۲۰۰۳، ۳۵ درصد از مواد اولیه مورد نیاز خود را از طریق کاغذهای بازیافتی تهیه کرده است. یکی دیگر از عوامل مؤثر در این بخش، ارزیابی کیفی محصولات تولید شده با استفاده از تکنولوژی موجود در کشور در مقایسه با رقبای خارجی است.

عوامل اقتصادی

ملاحظات اقتصادی به ماهیت و جهت اقتصادی محیط باز میگردد. نظر به اینکه هر صنعت در بستر محیط کلان اقتصادی حاکم بر کشور و همچنین محیط بین‌المللی روی می‌دهد، شناسایی و تجزیه و تحلیل شرایط اقتصادی حاکم بر محیط کلان هر صنعت از اهمیت بسزایی برخوردار است [5]. در این حوزه عواملی همچون نوسانات قیمت جهانی کاغذ، بیکاری و میزان اشتغالزایی صنعت کاغذ روزنامه، تولید ناخالص ملی، سیاستهای اقتصادی دولت در برنامه چهارم توسعه و چشم‌انداز بیست ساله، قوانین موجود در زمینه واردات و صادرات کاغذ، ساختار حمایتی بازار کاغذ روزنامه و جایگاه دولت در آن، بازار سرمایه در کشور و سیاستهای دولت در زمینه اصلاح ساختار بازار و هدفمند کردن یارانه‌ها مورد شناسایی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

عوامل سیاسی

سمت و سو و ثبات عوامل سیاسی، برای صنایع گوناگون از مهمترین ملاحظات جهت تدوین برنامه‌های بلندمدت و راهبردی است. محدودیتهای سیاسی غالباً از طریق تصمیمات بازرگانی، برنامه‌های حمایت، برنامه‌های مالیاتی، قوانین کار و حداقل حقوق و دستمزد، خط‌مشی‌های قیمت‌گذاری، چهارچوبهای اداری و فعالیتهایی از این دست اعمال می‌شوند [5].

فعالتهای سیاسی ممکن است به واسطه سه نقش دیگر دولت نیز باشند: نقش تامین‌کننده که به شکل تامین چوب مورد نیاز صنعت کاغذ روزنامه از جنگلهای داخلی ظهور و بروز یافته است. نقش مصرف‌کننده که به واسطه روزنامه‌های دولتی مصرف‌کننده کاغذ روزنامه ظاهر می‌شود و نقش رقیب که به عنوان واردکننده و

توزیع کننده اصلی کاغذ روزنامه وارداتی خود را نشان می دهد. علاوه بر آن عواملی همچون رابطه نزدیک و تنگاتنگ میان تحولات سیاسی و مصرف کاغذ روزنامه، دوره های مختلف حمایت از مطبوعات بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، جایگاه بین المللی کشور و اثرات آن بر انتقال تکنولوژی تولید کاغذ روزنامه، قوانین مربوط به صیانت از جنگلها و واردات چوب از جمله عوامل دیگر مؤثر بر بازار کاغذ روزنامه در کشور می باشند [8].

یافته های پژوهش

پس از تجزیه تحلیل و شناسایی عوامل مؤثر بر بازار کاغذ روزنامه در کشور طبق الگوی PEST، عوامل زیر بر اساس دو شاخص "میزان اهمیت" و "توان اثرگذاری" به عنوان مهمترین عوامل اثرگذار استخراج گردیدند که در این قسمت به ترتیب اولویت ارائه می شود.

۱- سیاستهای حمایتی دولت در بازار کاغذ روزنامه

سطح نازل اقلام فرهنگی (در حوزه مطبوعات) در سبد هزینه خانوار و در مقابل، بالا بودن سطح قیمت روزنامه ها (در صورتی که به قیمت تمام شده به بازار آزاد عرضه شود) موجب شده است. کالاهایی نظیر کاغذ در زمره کالاهای اساسی قرار گیرد و برای کاهش در هزینه تمام شده مطبوعات و نیز بالا بردن قدرت خرید خوانندگان برای تهیه روزنامه، دولت هر سال بودجه ای را به منظور تامین کاغذ روزنامه مورد نیاز مطبوعات با قیمتی پایین تر از بازار آزاد در نظر می گیرد. [9]

۲- مسائل و مشکلات صنعت کاغذ روزنامه در زمینه انتقال تکنولوژی تولید کاغذ

روزنامه

پروژه خرید و نصب ماشین آلات و انتقال تکنولوژی مورد استفاده جهت تولید کاغذ روزنامه در کشور تکنولوژی انتخاب شده، تکنولوژی تولید کاغذ به روش (شیمیایی، مکانیکی) CMP است. این شیوه تولید علی رغم اینکه نسبت به روشهای دیگر از راندمان کمتری برخوردار است مورد استفاده قرار می گیرد و البته با توجه به منابع لیگنو سلولزی که در مناطق شمالی کشور وجود دارد، استفاده از این تکنولوژی منطقی و گریزناپذیر بنظر می رسد.

علاوه بر این یکی از انگیزه‌هایی که برای استفاده از کاغذ روزنامه وارداتی همواره از آن یاد می‌شود، پایین بودن کیفیت کاغذ روزنامه تولید داخل در مقایسه با نمونه‌های خارجی است و یک‌یک از مهمترین دلایل آن را فن‌آوری مورد استفاده در تولید کاغذ روزنامه میدانند. برای بررسی این موضوع ابتدا شاخص‌های مهم برای تعیین کیفیت کاغذ روزنامه از دید مصرف‌کنندگان طی مصاحبه‌ها متعدد با روزنامه‌نگاران و چاپخانه‌داران مهم کشور مشخص شدند که عبارتند: سفیدی، ماتی، مقاومت در برابر کشش و میزان گرد کاغذی که بر روی ماشین‌آلات چاپ باقی می‌ماند. که از شاخصهای بالا به ترتیب دو شاخص اول از دید روزنامه‌نگاران و شاخصهای سوم و چهارم از دید مسئولین چاپخانه‌ها از اهمیت بالایی برخوردار هستند.

- مسئله گرد کاغذ که از نظر مسئولان چاپخانه‌ها دارای اهمیت زیادی است، در طی سالهای اولیه افتتاح کارخانه تولید کاغذ روزنامه یکی از نقاط ضعف کاغذ تولید داخل بوده است. این مشکل با توجه اقدامات اصلاحی انجام گرفته از سوی تولیدکنندگان در طی سالهای اخیر بطور کامل مرتفع شده است.
- از نظر مقاومت در برابر کشش کاغذ روزنامه تولید داخل بدلیل استفاده از مواد اولیه دست اول (Virgin) از شرایط بسیار مناسبی برخوردار است. اما موضوع دیگری که باعث نارضایتی چاپخانه‌ها می‌شود، نامناسب بودن وصله‌هایی است که در طول رول کاغذ تولید داخل وجود دارد.
- از نظر سفیدی کاغذ روزنامه وارداتی بدلیل استفاده از خمیر رنگ‌زایی شده بازیافتی و نوع چوبی که در تولید آن به کار می‌رود در شرایط بهتری قرار دارد.
- از نظر شفافیت یا ماتی در سالهای اولیه راه‌اندازی مجتمع چوب و کاغذ مازندران (تنها تولیدکننده کاغذ روزنامه کشور) برای افزایش سفیدی، کاغذ تولید داخل از نظر شاخص ماتی در شرایط مناسبی قرار نداشته (بین شفافیت و سفیدی رابطه عکس وجود دارد).

به منظور بررسیهای بیشتر و مقایسه کیفی محصولات تولید داخل با نمونه‌های مشابه خارجی، مشخصات کیفی کاغذ روزنامه تولیدی صنایع چوب و کاغذ مازندران را با مشخصات کیفی کاغذ روزنامه تولیدی چهار کمپانی معتبر جهانی مقایسه نموده‌ایم.

نتایج این مقایسه در جدول شماره ۱ ارائه شده است^۱. لازم به ذکر است که در طی سالهای گذشته بیش از ۹۰٪ از واردات کاغذ روزنامه از دو کشور کانادا و روسیه انجام گرفته است. تولیدکنندگانی که در این مقایسه مورد توجه قرار گرفته‌اند سهم قابل توجهی از بازار کاغذ روزنامه کشور را در طی سالهای گذشته به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۱- مشخصات فنی کاغذ روزنامه موجود در بازار داخلی

| ماتی | سفیدی | زبری سطح | مقاومت بر پارگی | مقاومت بر ترکیبگی | طول پارگی | ضخامت | رطوبت | گراماژ | |
|------|-------|----------|-----------------|-------------------|-----------|-------|-------|--------|-----------------|
| ۹۰ | ۵۰ | ۵/۳ | ۲۴۰ | ۶۰ | ۳/۹ | ۷۵ | ۹ | ۱۸/۸ | چوب و کاغذ |
| ۹۶/۱ | ۶۰/۱ | ۴/۷ | ۲۲۰ | ۶۶/۷ | ۴/۵ | ۸۹ | ۸/۴ | ۱۸/۹ | روسی (ولگا) |
| ۹۶/۱ | ۶۰/۱ | ۲/۹ | ۲۵۳ | ۷۹/۳ | ۵/۳ | ۸۳/۵ | ۸/۲ | ۱۹/۲ | کانادایی |
| ۹۴/۳ | ۶۲/۳ | ۲/۶ | ۲۲۷ | ۶۶/۳ | ۴/۵ | ۸۳ | ۹/۲ | ۱۷/۸ | روسی (کندوپوگا) |
| ۹۵/۴ | ۵۹/۱ | ۳ | ۲۸۵ | ۸۲ | ۵/۵ | ۹۱ | ۹ | ۱۹/۵ | روسی (سولی کام) |

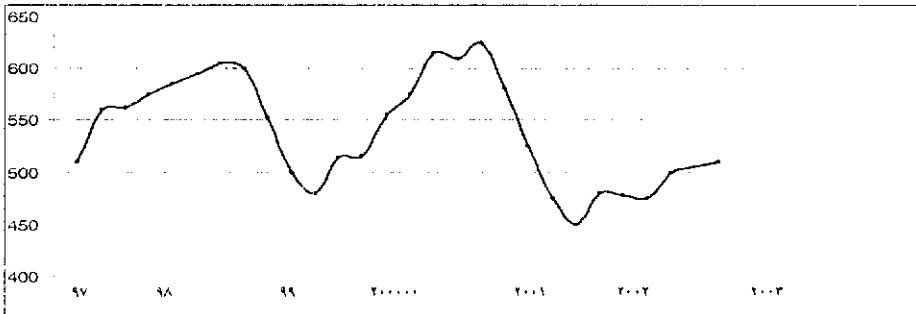
همانگونه که در جدول نیز مشاهده میشود ضخامت، طول پارگی، زبری سطح، سفیدی و ماتی از شاخصهایی هستند که در مقایسه با نمونه‌های مشابه خارجی از شرایط مناسبی برخوردار نیستند و باید در جهت رفع آنها اقدام شود.

۳- نوسانات قیمتهای جهانی کاغذ روزنامه

یکی از مشکلات موجود در بازار جهانی کاغذ روزنامه که معمولاً باعث بروز نوسانات جدی در قیمت کاغذ روزنامه می‌شود، مازاد عرضه در برخی مقاطع زمانی است. کارشناسان علت این امر را افزایش عرضه در بازار به علت ورود تولیدکنندگان جدید به بازار کاغذ روزنامه می‌دانند [4]. با توجه به بررسی‌های انجام گرفته در مرحله اول پژوهش، بازار جهانی کاغذ روزنامه تقریباً در انحصار ۱۰ کمپانی بزرگ تولید کاغذ قرار دارد و این ۱۰ شرکت برتر نزدیک به ۶۰٪ از کل کاغذ روزنامه جهان را تولید و به بازار عرضه می‌کنند [6]. این شرکتهای بزرگ تولیدکننده معمولاً با کنترل عرضه بازار و کاهش ظرفیت تولید خود بازار را به سمت تعادل هدایت میکنند، که در این میان غالباً شرکتهای کوچکتر با زیان بسیار روبرو می‌شوند و حتی برخی از آنان دچار

۱- برگرفته از مشخصات فنی اعلام شده توسط تولید کنندگان

ورشکستگی می‌شوند. نمودار ۱ نوسانات قیمت جهانی کاغذ روزنامه بین سالهای ۱۹۹۷ تا سال ۲۰۰۳ را بر حسب بهای دلاری هر تن کاغذ روزنامه نشان میدهد. [3]



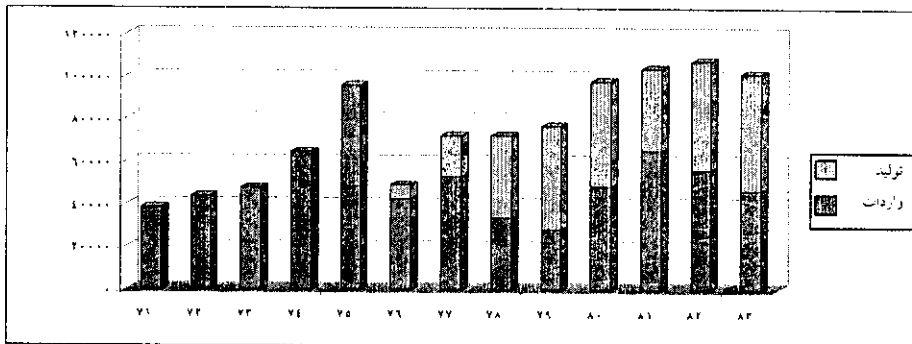
نمودار ۳- نوسانات قیمت جهانی کاغذ روزنامه بین سالهای ۱۹۹۷ تا سال ۲۰۰۳

۴- مواد اولیه تولید کاغذ روزنامه و سیاستهای کشور

صنعت کاغذ روزنامه در کشور به دلیل محدودیت‌های تکنولوژیکی قادر به تولید خمیر از چوب الیاف بلند نیست و باید خمیر الیاف بلند را از خارج کشور تامین کند. از طرفی سیاستهای جدید گسرک برای قرنطینه کردن چوبهای وارداتی و افزایش قیمت چوب در بازارهای جهانی مشکلاتی را برای این صنعت به وجود آورده است. از طرف دیگر محدودیت شدید منابع تولید چوب جنگلی و بهره‌برداری نادرست از آنها در سالهای گذشته موجب تقلیل حجم برداشت به کمتر از نصف میزان برداشت سالهای گذشته شده است و احتمالاً این روند کاهنده همچنان ادامه خواهد داشت. از سویی دیگر احداث صنایع چوبی بدون در نظر گرفتن محدودیت منابع اولیه، چشم‌انداز نگران‌کننده‌ای برای صنعت کاغذ روزنامه بوجود آورده است. [19]

۵- وابستگی شدید میزان مصرف روزنامه به تحولات سیاسی اجتماعی

با توجه به اینکه روزنامه‌ها تنها مصرف‌کنندگان بازار کاغذ روزنامه کشور را تشکیل می‌دهند، کوچکترین تغییر و تحول در وضعیت انتشار آنها بازار کاغذ کشور را به شدت تحت الشعاع قرار می‌دهد. رشد بی‌سابقه مصرف کاغذ روزنامه که از سال ۱۳۷۵ آغاز شده است به خوبی گویای این امر است (نمودار شماره ۴). [12,13,14]



نمودار ۴- مصرف کاغذ روزنامه بین سالهای ۷۱ تا ۸۳

همانگونه که در نمودار شماره ۴ مشاهده میشود تا سال ۱۳۷۵ کل کاغذ روزنامه مورد نیاز در کشور از راه واردات تامین شده است اما با بهره‌برداری از مجتمع چوب و کاغذ مازندران از سال ۱۳۷۶ همواره بخشی از کاغذ روزنامه مصرفی از محل تولیدات داخلی تامین شده است. کارشناسان ظرفیت تولید کاغذ روزنامه در مجتمع چوب کاغذ مازندران را بیش از ۹۰ هزار تن در سال تخمین می‌زنند (تقریباً معادل نیاز سالانه کشور) اما بدلیل مشکلات موجود در بازار کاغذ روزنامه در طی سالهای گذشته همواره بیش از ۴۰٪ از توان بالقوه تولید کاغذ روزنامه در کشور بلا استفاده مانده است. [10,11]

تحلیل یافته‌های پژوهش

امروزه دولتها، به خصوص در کشورهای جهان سوم، با سیاستگذاریهای اقتصادی، نقش اساسی در روند رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کنند. یکی از سیاستهای مهم اقتصادی دولت اتخاذ سیاستهای حمایتی مناسب است. در این میان پرداخت یارانه یکی از ابزارهای حمایتی دولت است که در جهت حمایت از قشرها و بخشهای مختلف اقتصادی به کار می‌رود. یارانه را می‌توان "هرگونه حمایت دولتی که متضمن انتقال درآمدی به طور غیرمستقیم از طریق تغییر در قیمتهای بازاری برخی از کالاها برای بخشی یا بعضاً تمامی اقشار جامعه (عرضه‌کننده یا مصرف‌کننده) در چارچوب مکانیزم قیمت باشد" تعریف نمود.

بررسی سهم یارانه‌ها از کل هزینه‌های دولت نشان می‌دهد که همواره یارانه‌ها سهم قابل توجهی از هزینه‌های مصرفی دولت را به خود اختصاص داده‌اند. یارانه‌های تولیدی قبل و بعد از انقلاب سهم بسیار پایینی از کل یارانه‌های دولت را داشته‌اند که این امر ناشی از برنامه‌های ضد تورمی دولت از یک سو و حمایت از گروه‌ها و طبقات کم درآمد جامعه از سوی دیگر بوده است. از مطالعه نحوه عملکرد یارانه‌ها طی سنوات گذشته در یک نگرش کلی می‌توان بر این خصلت برجسته و ویژه تاکید کرد که یارانه در کشور ما بیش از آنکه به صورت یک سیاست فعال تکمیلی و مقطعی متناسب با مقتضیات خاص اقتصادی - اجتماعی کشور و در قالب برنامه‌ای مدون و با اهداف مشخص برای تقلیل عدم تعادل‌های اساسی موجود طرح‌ریزی و اجرا شود، به مثابه سیاستی انفعالی و غالباً شتابزده در برابر تنگناهای نابهنگام و حاد اجتماعی - اقتصادی کشور عمل کرده و خصلتی دیرپا و انعطاف‌ناپذیر یافته است.

در حال حاضر دولت با توجه به اهدافی که در حوزه فرهنگ و مطبوعات دنبال می‌کند، از دو نوع یارانه اقتصادی و یارانه فرهنگی جهت حمایت از روزنامه‌نگاران استفاده می‌کند. یارانه اقتصادی به پرداخت‌هایی اطلاق می‌شود که دولت برای نیل به برخی از اهداف اقتصادی خود از جمله تخصیص بهینه منابع، ثبات اقتصادی و عادلانه‌تر نمودن توزیع درآمد انجام می‌دهد. دولت در این پرداختها یا داش یا عوض مالی متقابل دریافت نمی‌کند. در زمینه کاغذ روزنامه، دولت با پرداخت بخشی از بهای تمام شده کاغذ باعث کاهش قیمت تمام شده کاغذ تولید داخل می‌شود و در عین حال تولیدکنندگان موظف به تولید و تحویل مقدار مشخصی کاغذ در طول سال می‌گردند.

با توجه به این سیاست حمایتی، وزارت صنایع در ازای تولید هر تن کاغذ روزنامه، یارانه‌ای بصورت مابه‌التفاوت نرخ ارز شناور و نرخ تثبیتی ارز به تولیدکننده پرداخت می‌نماید (۲۰۰ دلار ارز با قیمت ۱۷۵۰ ریال) که هدف از این کار کاهش بهای تمام شده کاغذ روزنامه تولید داخل است. در ازای دریافت این یارانه، تولیدکننده موظف به تولید حجم خاصی از کاغذ روزنامه در طول سال است. اما متأسفانه در طی ۵ سال گذشته بیش از ۴۰ درصد از کل ظرفیت بالقوه تولید کاغذ روزنامه در کشور بلااستفاده باقی مانده است [۱۱]. این در حالی است که همه ساله بودجه هنگفتی صرف حمایت از واردات کاغذ روزنامه از کشورهای دیگر می‌شود. بنابراین استفاده کامل از قابلیت‌های

تولیدی کشور در این حوزه مستلزم بازنگری جدی در سیاستهای دولت است. یارانه اقتصادی کاغذ روزنامه تبعات منفی دیگری نیز در پی داشته است که از آن جمله می‌توان به وابستگی بیش از حد تولیدکنندگان کاغذ روزنامه به دولت و آسیب‌پذیری آنها نسبت به سیاست‌گذارهای دولت اشاره کرد.

در ایران پرداختهایی که توسط سازمان حمایت از مصرف‌کننده و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جهت کاهش قیمت کاغذ روزنامه انجام می‌گیرد را می‌توان از نوع یارانه‌های فرهنگی دانست. بر این اساس دولت به منظور کاهش بهای تمام شده روزنامه، کاغذ روزنامه را بصورت سهمیه‌بندی و با قیمت پایین‌تر از قیمت واقعی در اختیار روزنامه‌نگاران قرار می‌دهد. در سال ۸۳ قیمت تثبیتی هر کیلوگرم کاغذ روزنامه تولید داخل ۳۸۵۰ ریال در نظر گرفته شده که از این مبلغ ۱۵۰۰ ریال توسط روزنامه‌نگاران و مابقی یعنی ۲۳۵۰ ریال توسط دولت و در قالب یارانه فرهنگی پرداخت می‌شود. از سوی دیگر به منظور تامین کسری کاغذ روزنامه مورد نیاز کشور از خارج، ارز ۱۷۵۰ ریالی در اختیار واردکنندگان قرار می‌گیرد (تعرفه‌ای نزدیک به منفی ۴۰۰ در صد). [15,16,17,18]

هدفمند نمودن یارانه‌ها

مسئله تخصیص ارز و همچنین تسهیلات اعتباری که توسط بانکها به شرکتهای دولتی پرداخت می‌شود از جمله یارانه‌های پنهان یا غیرمستقیم می‌باشند و باعث می‌گردند نهادها به راحتی منابع مالی را بدست آورند و در مقایسه با سایر تولیدکنندگان یا تجار بخش خصوصی عملاً از سود بیشتری برخوردارگردند. این امر در بازار کاغذ روزنامه باعث شده ارقام خارجی کاغذ روزنامه با قیمتهای بسیار پایین‌تر از قیمت تنام شده وارد بازار داخلی شوند.

دولت در راستای حمایت از مطبوعات به عنوان یک رسانه مهم اجتماعی تلاش خود را بر حمایت از روزنامه‌ها از طریق تهیه و توزیع کاغذ مورد نیاز مطبوعات بصورت یارانه‌ای و حمایتی متمرکز نموده است. این رویکرد همواره مطبوعات، دستگاههای اجرایی و همچنین مصرف‌کنندگان را با مشکلات مختلفی روبرو نموده است. از طرف دیگر این شیوه حمایت عمدتاً مبنی بر رفع مشکل جاری مطبوعات در

زمینه‌هایی چون کاغذ می‌باشد و عملاً بخش قابل توجهی از مطبوعات را وابسته، ضعیف و تا حدودی بی‌انگیزه ساخته است. انتظار می‌رود این رویه به شیوه‌ای تغییر یابد که در پرتو آن نظام حمایتی منجر به افزایش تیراژ واقعی، گسترش حوزه مخاطبان و نوآوری در زمینه‌های مختلف شود.

افزایش توان اقتصادی مطبوعات در شرایط رقابتی و به دنبال آن توسعه اقتصاد مطبوعات و سودآور کردن حرفه مطبوعاتی از طرق مشروع و موجه، حمایت از مصرف‌کننده، سرمایه‌گذاری در طرحهای توسعه مطبوعات، حمایت از پدیدآورندگان مطبوعات (روزنامه‌نگاران) باید خصیصه‌های اصلی نظام حمایتی جدید باشد.

با علم به این موضوع دولت در تبصره "ز" ماده ۱۰۴ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مکلف می‌شود که اقدام به سازماندهی نظام یارانه‌ای بخش فرهنگ با رویکرد تغییر پرداخت یارانه از تولید به سمت مصرف و خرید محصولات فرهنگی نماید. [20]

روش توجیه اقتصادی هزینه‌های یارانه

برای تحلیل اینکه آیا به یک کالا یارانه تعلق می‌گیرد یا خیر، صرف نظر از نحوه و منابع تامین مالی آن، باید به ۳ سوال اساسی جواب داد:

۱. آیا یارانه در تخصیص بهینه منابع و کارا نمودن اقتصاد موثر است یا خیر؟
۲. آیا این یارانه به ثبات اقتصادی و جلوگیری از نوسانات اقتصادی، کمک می‌نماید یا خیر؟
۳. آیا این یارانه در توزیع مجدد درآمد و عادلانه‌تر شدن توزیع در آمد اثر می‌گذارد یا خیر؟

برای پاسخ به سوال اول اگر کارایی را نسبت خروجی به ورودی تعریف کنیم، زمانی یارانه به کارا بودن اقتصاد کمک می‌نماید که با تخصیص آن، نسبت خروجی افزایش یابد یا ورودی مورد نیاز برای دستیابی به همان سطح از خروجی کاهش یابد. حال اگر این تعریف را به بازار کاغذ کشور تعمیم دهیم مشاهده می‌کنیم که در صورت حذف یارانه‌های واردات کاغذ روزنامه و فراهم‌سازی زمینه استفاده کامل از ظرفیت

بالمقوه تولید داخل در ازای توزیع هر تن کاغذ وارداتی حمایتی قادر به توزیع ۱/۴ تن کاغذ تولید داخل خواهیم بود.

برای پاسخ به سوال دوم همانگونه که در طی سالهای اخیر شاهد بوده‌ایم، روند کند تصمیم‌گیری در دستگاههای دولتی در برخی مواقع باعث بروز بحرانهایی در بازار کاغذ کشور شده است. به عنوان مثال بسیاری از کارشناسان عقیده دارند که افزایش بی‌سابقه قیمت کاغذ در مقاطعی از سال ۸۳ و ۸۴ ناشی از تعلل دستگاههای اجرایی در تخصیص بودجه جهت واردات کاغذ بوده است. همچنین در سال ۸۵ شاهد آن بودیم که با وجود گذشت بیش از سه ماه از آغاز سال، قیمت حمایتی هنوز به تولیدکنندگان و دستگاههای اجرایی ابلاغ نشده بود.

در مورد سوال سوم چنین میتوان بیان کرد که درصد بسیار زیادی از بودجه حمایتی دولت توسط تعداد معدودی از مصرف‌کنندگان جذب شده است و همین امر نشان‌دهنده عدم موفقیت دولت در توزیع عادلانه یارانه‌ها می‌باشد.

• محاسن حذف یارانه

عده‌ای زیادی از صاحب‌نظران اعتقاد دارند که حذف یارانه یا افزایش قیمت در کوتاه‌مدت، به کاهش قیمت در بلندمدت منجر خواهد شد، زیرا افزایش قیمت، انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری و به کارگیری تکنولوژی نوین در تولید را بوجود خواهد آورد و این امر به تولید بیشتر منجر خواهد شد که نتیجه آن قیمتهای پایین‌تر است. حذف یارانه مزایای دیگری نیز دارد که عبارتند از کاهش هزینه‌های یارانه و در نتیجه کاهش هزینه‌های دولت، جلوگیری از چندگانگی قیمت کالاهای اساسی و ازبین رفته بازار غیر رسمی، افزایش تولید کالاهای اساسی.

• معایب حذف یارانه

در این میان نباید این نکته را نادیده بگیریم که استمرار پرداخت یارانه در برخی از کالاها مربوط به یکسال و دو سال اخیر نیست. و طی مدت زمان زیاد وجود این یارانه‌ها تبعاتی را در اقتصاد به وجود آورده و لذا قطع کردن آن به یکباره ممکن است مشکلات و خطرات جبران‌ناپذیری به دنبال داشته باشد. بنابراین لازم است در مورد تبعات جانبی طرح مورد نظر بررسی بیشتری صورت پذیرد. به عنوان مثال پرداخت

یارانه از سوی دولت به روزنامه‌نگاران به آغاز جنگ تحمیلی باز می‌گردد. و این مکانیسم تبعاتی را برای هر سه مولفه یعنی تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و دولت در بر داشته است، و تغییر آن مستلزم یک برنامه تدریجی و حساب شده است. بطور کلی راه‌حل اساسی برای کاهش هزینه‌های یارانه‌ای و کلاً حمایت‌های دولتی، پیدا کردن رهیافتی موثر، برای دگرگونی اوضاع اقتصادی-اجتماعی است به نحوی که ضرورت برقراری حمایتها کاهش یافته و یا موضوعیت اعمال آنها اساساً منتفی گردد. در زمینه بازار کاغذ باید توجه داشت که تمامی صاحب‌نظران بر لزوم حمایت از مطبوعات تاکید دارند. با این وجود بر اساس نتایج پژوهش آزادسازی قیمت کاغذ و پرداخت مستقیم یارانه به مطبوعات می‌تواند در توسعه و رونق کار چاپ مطبوعات و کتاب نیز موثر واقع شود.

پیشنهادات

به منظور برطرف کردن برخی از معضلات صنعت کاغذ روزنامه کشور، پیشنهادات زیر می‌توانند راه‌گشا باشند:

۱. برداشت و حذف یارانه‌های تولید

به منظور حفظ تعادل اقتصادی و هدایت تولیدکنندگان در مسیر رشد دولتها در مواقع ضروری اقدام به اعمال سیاستهایی می‌کنند که پرداخت یارانه از آن جمله است. با این وصف اعمال یارانه هدف نمی‌باشد، بلکه ابزاری است که تحت شرایط خاصی پرداخت آن ضرورت می‌یابد. بنابراین پرداخت یارانه در بلندمدت توصیه نمی‌شود، زیرا نه تنها مفید و مؤثر نیست، بلکه مکانیزم قیمت‌ها را نیز با عدم کارایی لازم مواجه خواهد ساخت.

پرداخت یارانه تولید باعث اتکای بیش از حد تولیدکنندگان کاغذ روزنامه به دولت شده است و این صنعت را نسبت به سیاست‌گذاریهای دولت بسیار آسیب‌پذیر کرده است. البته لازم به ذکر است که حذف این نوع یارانه مستلزم فراهم آوردن زمینه‌های لازم همانند حذف حمایت غیر مستقیم و پرداخت ارز یارانه‌ای به مطبوعات جهت خرید کاغذ داخلی و یا واردات است.

۲. حذف یارانه‌های غیر مستقیم تامین کاغذ روزنامه‌نگاران

دولت در شرایط کنونی با پرداخت یارانه غیر مستقیم (از طریق اعطای کاغذ ارزان قیمت) به روزنامه‌نگاران، از این فعالیت فرهنگی حمایت می‌نماید. در این بخش حمایتها میبایست بشکلی انجام گیرند که متضمن سودآوری و بقای فعالیت روزنامه‌نگاری در سطح جامعه شود. اولین و شاید مهمترین گام در این راستا ساماندهی نظام یارانه‌ای بخش فرهنگ با رویکرد تغییر پرداخت یارانه از تولید به سمت مصرف و خرید محصولات فرهنگی دانست^۱. در این راستا، دولت باید سهمیه کاغذ یارانه‌ای مطبوعات را لغو و مطبوعات کاغذ مورد نیاز خود را بصورت آزاد از بازار کاغذ تهیه نمایند. در ازای آن با محاسبه بهای تمام شده هر روزنامه مابه‌التفات بین قیمت تمام شده و قیمت فروش (یارانه مصرف) بطور مستقیم به روزنامه‌نگاران پرداخت شود.

۳. آزادسازی بازار کاغذ

در طرح آزادسازی بازار کاغذ انواع کاغذ از فهرست کالاهای مشمول قیمت‌گذاری خارج شده و بر اساس نرخ یکسان شده ارزش اعمال قیمت میشوند و واردات کاغذ آزاد اعلام خواهد شد.

۴. اصلاح روند فعلی توزیع کاغذ روزنامه

با توجه به اینکه در حال حاضر توزیع کاغذ روزنامه با نظارت کامل دولت انجام می‌شود و بصورت مستقیم امکان‌پذیر نمی‌باشد، لذا فرایند برنامه‌ریزی تولید و توزیع کاغذ روزنامه توسط تولیدکننده را با مشکل مواجه ساخته است. اصلاح سیستم توزیع کاغذ روزنامه یکی از دستاوردهای حذف یارانه‌های تولید، یارانه غیر مستقیم تامین کاغذ روزنامه و آزادسازی بازار کاغذ می‌باشد که پیشتر در مورد آنها توضیحاتی ارائه شد.

۵. اصلاح فرهنگ مصرف کاغذ روزنامه

روزنامه یک کالای مصرفی با عمر کوتاه یک روزه است. کاغذ مورد استفاده در چاپ روزنامه در بسیاری از کشورهای توسعه یافته بگونه‌ای انتخاب می‌شود که حداکثر صرفه‌جویی در هزینه‌های تامین کاغذ بعمل آید. اما متأسفانه در ایران شاهد هستیم که روزنامه‌نگاران به دلایلی همچون جذب آگهی‌های بازرگانی بیشتر و تحریک

۱- بر گرفته از تبصره "ز" ماده ۱۰۴ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

مشتریان با چاپ تصاویر رنگی در صفحات اول اقدام به مصرف کاغذهایی با مشخصات کیفی بیش از حد نیاز روزنامه می‌نمایند. که این امر بیانگر لزوم فرهنگ‌سازی در این زمینه است.

۶. تسهیل روند صادرات کاغذ روزنامه

از آنجا که تیراژ روزنامه‌ها تا حد زیادی وابسته به تحولات اساسی اجتماعی در سطح کشور می‌باشد، لذا سیاستهای دولت در جهت حمایت از تولیدات داخلی می‌بایست در پی ایجاد بازارهای جهانی برای محصولات داخلی باشد تا بتوان در مواقع ضروری تا حدودی تاثیرات منفی ناشی از نوسانات بازار کاغذ را جبران کرد.

در شرایط کنونی صادرات کاغذ روزنامه بدلایلی همچون اختصاص یارانه تولید به تولیدکنندگان و نامشخص بودن نیاز داخلی امکان‌پذیر نیست. در صورت حذف یارانه‌های تولید و آزادسازی بازار کاغذ روزنامه، تولیدکنندگان با توجه به تقاضای موجود در بازار کاغذ داخلی و همچنین بازارهای خارجی اقدام به تولید و توزیع کاغذ روزنامه خواهند نمود. از سوی دیگر ذخیره‌سازی حجم معینی از کاغذ روزنامه توسط دولت به عنوان ذخایر استراتژیک میتواند از بروز بحرانهایی مقطعی در بازار جلوگیری کند.

۷. متمرکز کردن سیاستگذاری‌های مدیریت بازار کاغذ و اعمال مدیریت واحد بر

تولید و توزیع کاغذ

منظور از اعمال مدیریت واحد بر بازار کاغذ این است که سیاستگذاری و تصمیم‌گیری در امور بازار کاغذ یک مدیریت واحد داشته باشد. وقتی مراکز درگیر در امور بازار کاغذ هر یک به اقتضای حرفه، مسئولیت و منافع ذینفعان خود، تصمیمی را میگیرند در نتیجه چندگانگی ایجاد شده معجزی و مخاطب هر دو سرگردان می‌شوند. همچنین برنامه‌ریزی جهت استفاده کامل از تمامی ظرفیت تولیدی کاغذ روزنامه از حساسیت خاصی برخوردار است و روند کند تصمیم‌گیری در دستگاههای اجرایی و همچنین دخالت تغییر و تحولات سیاسی در امر تصمیم‌گیری بهره‌برداری صحیح از ظرفیتهای بالقوه تولیدی را دچار مشکل می‌سازد. نکته مهم دیگر این است که سیاستگذاری در زمینه حمایت از مطبوعات باید کاملاً مستقل از بازار کاغذ انجام شود.

منابع و مآخذ

منابع فارسی

موسایی میثم، "بازار یارانه _ تحلیلی بر یارانه کتاب و ارائه راهکارهای اثربخشی آن"، فرهنگ و پژوهش، شماره ۱۴۴ صفحه ۸-۱۳

کتاب هفته، "طرح آزادسازی کاغذ: تدبیرها و ملاحظات" شماره ۱۲۷ شنبه ۱۳ تیر ۱۳۸۲

تقوی نژاد، بیژن و اسفندیاری، علی محمد؛ «بررسی وضعیت صنایع ایران، کاغذ چاپ و تحریر روزنامه»؛ دفتر صنایع غیر فلزی وزارت صنایع و معادن، تهران؛ سال ۱۳۸۰
گزارش سازمان بازرسی و نظارت، تحلیل صنعت کاغذ (کاغذ چاپ و تحریر و مطبوعات) در سال ۱۳۸۲

گزارش سازمان بازرسی و نظارت، تحلیل صنعت کاغذ (کاغذ چاپ تحریر و مطبوعات) در ۶ ماهه اول ۱۳۸۳
سالنامه آماری گمرک؛ سال ۸۰-۷۹

گزارش سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان؛ آمار واردکنندگان؛ سال ۱۳۸۲
وزارت بازرگانی، حوزه گروههای کالایی، تهیه و تنظیم گروه پتروشیمی و شیمیایی؛
«بررسی وضعیت تولید، توزیع و واردات کاغذ در سال ۱۳۷۶»؛ تیرماه ۱۳۷۷
وزارت بازرگانی، سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت و توزیع کالا و خدمات، تهیه و تنظیم گروه شیمی و پتروشیمی؛ «نگاهی به وضعیت تولید، توزیع و قیمت انواع کاغذ در سال ۱۳۷۷»؛ اردیبهشت ماه ۱۳۷۹


وزارت بازرگانی، تهیه و تنظیم گروه شیمی و پتروشیمی؛ «نگاهی به وضعیت تولید، توزیع، قیمت و واردات انواع کاغذ در شش ماهه اول سال ۱۳۷۸»؛ آبان ماه ۱۳۷۸
وزارت بازرگانی، سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت و توزیع کالا و خدمات؛ «نگاهی به تولید، توزیع، قیمت و واردات کاغذ در سال ۱۳۷۸»؛ تیرماه ۱۳۷۹

وزارت بازرگانی، تهیه و تنظیم اداره کل نظارت بر کالاهای مشمول طرح؛ «نگاهی به وضعیت تولید، توزیع، قیمت و واردات کاغذ در نه ماهه سال ۱۳۸۰»؛ بهمن ماه

سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، "گزارش وضعیت ترخیص کالاهای وارداتی کاغذ دارای تعهد مصرف و قیمت" ۸۱/۱/۱-۸۳/۸/۱۰
سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۸۸-۱۳۸۴)

منابع لاتین

- David , Fred R. "Strategic Management" 1999, 7th edition.
Prentice_Hall,inc.
FAO Pulp And Paper And Paperboard Capacity survey
2002_2007
L.Daft Richard"Organizational Theory And Desighn "
South_West Thomson Learning, 17th Edidion.
Pulp And Paper international Jurnal, 2005 , vol 25
StoraEnso. Co , Newsprint capacity market day , 2002
Tampson Jr, Strickland, E Gambel" Crafting And Executing
Strategy" Mcgraw_Hill International Edition ,2005.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی