کسب و کار

ضرورت شناخت فرهنگ کسب و کار در سطح بین المللی

یکی از موضوعاتی که در چند دهه اخیر مورد توجه بسیاری از شرکت‌های پیشرو قرار گرفته، گسترش کسب و کار در سطح بین‌المللی است. کسب و کار بین‌المللی به تبادل کالا، خدمات، فناوری، سرمایه و دانش بین دو یا چند کشور اشاره دارد که به توسعه برند، بهبود تاب‌آوری، ارتقای سودآوری و در نهایت توسعه پایدار شرکت‌ها منجر می‌شود. موفقیت در این نوع کسب و کار به عوامل متعددی بستگی دارد که مهم‌ترین آن شناخت فرهنگ کسب و کار کشورهای مختلف است. فرهنگ یک مولفه کلیدی در کسب و کار محسوب می‌شود و شامل ارزش‌ها، نگرش‌ها، باورها، چشم‌اندازها، شیوه انجام کار و عادات جمعی است که به طور مستقیم بر سبک رهبری، مدیریت، مذاکره، تصمیم‌گیری و تعاملات فی‌مابین تاثیر می‌گذارد. شرکت‌هایی که قصد فعالیت در سطح بین‌المللی را دارند باید از تفاوت فرهنگ کسب و کار در کشورهای مختلف آگاه باشند تا بتوانند کسب و کار خود را در مقیاس بزرگ‌تری توسعه دهند. در این یادداشت سعی شده به طور اجمالی ارزش‌ها و تفاوت‌های فرهنگ کسب و کار در کشورهای ژاپن، آلمان، آمریکا و چین بررسی و تشریح شود.

ژاپن: ژاپن جزو کشورهایی است که فرهنگ و ارزش‌های کسب و کار آن به شدت متاثر از فرهنگ ملی و آداب و رسوم آن است. محیط کار در شرکت‌های ژاپنی رسمی است به طوری که آنها در محیط کار باید لباس رسمی بپوشند و حتی در هنگام صدا کردن همدیگر از نام خانوادگی استفاده کنند. آنها احترام زیادی نیز به ارشدیت و سن قائل هستند و افرادی که در سازمان سابقه زیادی دارند یا سن بالایی دارند همیشه مورد احترام همه اعضای سازمان قرار می‌گیرند و افراد در هنگام مواجهه با آنها طبق رسوم ژاپن تعظیم می‌کنند. از طرف دیگر رعایت سلسله مراتب نیز برای آنها از اهمیت بالایی برخوردار است و کارکنان در عین رعایت سلسله مراتب، مافوق خود را در جریان همه امور قرار می‌دهند. ژاپنی‌ها به‌رغم توجه زیاد به سلسله مراتب در کار تیمی هم خوب هستند و بیشتر پروژه‌های کاری را با تیم‌سازی و کار تیمی به سرانجام می‌رسانند. آنها در پروژه‌هایی که برای آن تیم‌سازی کردهاند به فرآیند توجه زیادی دارند و فرآیند را فدای نتیجه نمی‌کنند و معتقدند زمانی نتیجه به درستی حاصل می‌شود که فرآیند به صورت دقیق انجام شده باشد. آنها همچنین عادت دارند از افرادی که در تیم‌شان به آنها کمک کردهاند با دادن هدیه تشکر کنند. یکی از نکات فرهنگی قابل بحث در فرهنگ کاری ژاپن این است که آنها زیاد کار کردن را ارزش می‌دانند. این ارزش منجر به پدیده اعتیاد به کار و مرگ بر اثر کار زیاد شده است. در حدی که مدت‌هاست واژه کاروشی به معنی مرگ بر اثر کار زیاد در فرهنگ کسب و کار ژاپن وارد شده است.

آلمان: فرهنگ ماشینی اصلاحی است که درباره فرهنگ آلمانی به کار می‌رود، فرهنگ کسب و کار آلمان نیز از این قاعده مستثنی نیستند. شرکت‌های آلمانی مانند شرکت‌های ژاپنی از رسمیت بالایی برخوردارند و به دلیل اینکه آلمانی‌ها ذاتا آدم‌های شوخ طبعی نیستند جو کاری خشک و جدی دارند. مکاتبات اداری نیز در شرکت‌های آلمانی کاملا رسمی است و حتی افراد همدیگر را با عناوین رسمی صدا می‌زنند. آلمانی‌ها همچنین به شدت وقت‌شناس هستند و در محل کار یا در جلسات به موقع حاضر می‌شوند و عدم حضور به موقع به شدت مورد انتقاد قرار می‌گیرد. از سوی دیگر آنها به شدت کمال‌گرا نیز هستند و سعی می‌کنند کار خود را به بهترین نحوه به سرانجام برسانند. آنها استاد کار تیمی هم هستند و بیشتر پروژه‌های خود را از این طریق به سرانجام می‌رسانند. در فرهنگ کاری آلمان موضوعی که بیش از سایر موارد جلب توجه می‌کند احترام به زندگی شخصی و تعادل بین کار و زندگی است. به زعم آنها تعطیلات امری مقدس است و نباید در ایام تعطیلات درگیر کار شد. بنابراین حتی الامکان سعی می‌کنند در آن زمان از ارسال ایمیل یا برقراری تماس‌های تلفنی خودداری کنند.

آمریکا: فرهنگ کسب و کار در ایالات متحده برخلاف ژاپن و آلمان، به جای تمرکز بر تیم، بر فرد متمرکز است. در آمریکا افراد بر اساس شایستگی‌های خود ارتقا می‌یابند و ارشدیت و سابقه الزاما ملاک تعیین‌کننده در رشد افراد نیست و رشد و ارتقای افراد مبتنی بر شایستگی است. مدیران آمریکایی برای رشد به کارکنانشان بازخورد می‌دهند و از این طریق آنها را از نقاط قوت و ضعف عملکردشان آگاه می‌سازند. با توجه به اینکه آمریکا کشوری مهاجرپذیر است و افراد با فرهنگ‌های مختلف را در خود جای داده است، تنوع یک اصل محسوب می‌شود. بنابراین برای استفاده از تنوع موجود در آمریکا مدیران باید به مهارت مدیریت تنوع مسلط باشند. داشتن مهارت مدیریت تنوع به مدیران کمک می‌کند از تنوع فرهنگی ایجاد شده برای کسب ایده‌های جدید و بهبود نوآوری استفاده کنند. آمریکایی‌های برخلاف ژاپنی‌ها نتیجه‌گرا هستند و به نتیجه و خروجی کار توجه زیادی دارند و معتقدند که نباید فرآیندها را بیش از اندازه طولانی کرد. از ویژگی‌های دیگر آمریکایی‌ها می‌توان به صراحت لهجه، وقت‌شناسی، تنوع پوشش در محل کار و کار کردن به مدت طولانی اشاره کرد.

چین: چین به عنوان یکی از قدرت‌های نوظهور ارزش‌های کسب و کار منحصربه‌فردی دارد به دلیل اینکه چینی‌ها در مجموع افرادی محافظه‌کار هستند. سعی می‌کنند حتی الامکان تصمیمات خود را به صورت جمعی بگیرند. شاید این شیوه تصمیم‌گیری زمان‌بر باشد ولی هم شفافیت را افزایش می‌دهد و هم همه طرفین را نسبت به تصمیم اتخاذ شده متعهد و پایبند نگه می‌دارد. همچنین چینی‌ها اهل گفت‌وگو، تعامل و توافق هستند ولی تا زمانی که اعتمادشان جلب نشود راحت نمی‌شود. آنها را برای دستیابی به توافق متقاعد کرد. در شرکت‌های چینی سلسله مراتب و رتبه شغلی افراد همیشه مورد احترام بوده، به طوری که هنوز هم در برخی از شرکت‌های چینی حتی سوال پرسیدن از مدیر در مورد تصمیماتش بی‌احترامی تلقی می‌شود. آنها به شدت برای زمان ارزش قائل‌اند. سعی می‌کنند به موقع در محل کار خود حضور یابند و جلسات خود را به موقع شروع کنند. یکی از نقاط بحث‌برانگیز فرهنگ کسب و کار چین فرهنگی به نام ۹۹۶ است، یعنی ساعت کار از ۹ صبح تا ۹ شب در ۶ روز هفته! این فرهنگ منجر به استثمار نیروی کار می‌شود (استثمار نیروی کار ریشه در فرهنگی دارد که کار بیش از حد و فداکاری را فضیلت می‌داند و توسط رهبران صنعت حمایت می‌شود). به این صورت که حتی چرت زدن بعد از ناهار به مدت ۲۰ تا ۳۰ دقیقه در فرهنگ کاری چین پذیرفته شده و نشان‌دهنده سخت کار کردن فرد است.

در مجموع برای بهبود کسب و کار در سطح بین‌المللی، شرکت‌ها پیش از ورود، بهتر است با فرهنگ کسب و کار کشورهای مختلف آشنا شوند تا اصطکاک فرهنگی مانع تحقق اهداف کسب و کار آنها نشود.

نویسنده: امین ندائی

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج در حاشیه پویش نجات قطره ها:

از برگزاری رویدادهایی با هدف افزایش نشاط اجتماعی و فرهنگسازی استقبال می کنیم

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج حاشیه برگزاری رویداد نجات قطره ها با هدف فرهنگ سازی صرفه جویی در مصرف آب، گفت که بهتر است رویدادهای شهری در دل محلات برگزار شود تا مشارکت گسترده مردم را در پی داشته باشد.

به گزارش پیام آشنا، حمیدرضا عبداله پور با تاکید بر اهمیت موضوع آب در جهان امروز گفت: مسائل مربوط به محیط زیست نه تنها در ایران بلکه در تمام کشورها از اهمیت بالایی برخوردار است و بحث آب نیز یکی از مهم ترین موضوعات است. متاسفانه ایران نیز به تبع جهان، با تنش کم آبی دست و پنجه نرم می کند و در این راستا فرهنگ سازی مصرف بهینه آب یک نیاز ضروری در جامعه امروز است که باید به آن توجه ویژه ای داشت.

او با اشاره به فرمایشات مقام معظم رهبری در حوزه آب گفت: رهبر فرموده اند که صرفه جویی به معنای مصرف نکردن نیست بلکه به معنای درست مصرف کردن است. در آموزه های دینی ما نیز بارها به اهمیت صرفه جویی تاکید شده است و چه بهتر که فرهنگسازی این موضوع را از سنین پایین شروع کنیم تا اثرگذاری دوچندان داشته باشد.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج ادامه داد: باید به سمت و سویی حرکت کنیم که با فرهنگسازی موضوعاتی مثل صرفه جویی در مصرف آب با مشارکت کودکان، خانواده ها را نیز با این جریان، بیشتر درگیر کنیم.

او برگزاری این رویداد را یک اقدام مثبت در سطح شهر کرج دانست و گفت: امروز اتفاق بسیار خوبی در محله حصارک بالا رقم خورد و بسیاری از نهادها با توجه به شرح وظایف اداری خود در برگزاری این رویداد مشارکت داشتند که از همه افراد و دست اندر کاران تشکر می کنیم.

عبداله پور در پایان گفت: سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج آمادگی کامل خود را برای کمک به برگزاری چنین رویدادهایی اعلام می کند چرا که هدف اصلی ما این است که نشاط و شادابی را در جامعه افزایش دهیم و کمک حال شهروندانمان باشیم.

گفتنی است رویداد نجات قطره ها روز یکشنبه ۱۲ تیرماه ۱۴۰۱ در بوستان لاله محله حصارک بالا به همت دفتر خدمات توسعه و بهسازی محله زیر نظر سازمان عمران و بازآفرینی شهری شهرداری کرج، همکاری شرکت آب منطقه ای البرز، پایگاه خبری هزار و یک شهر، شهرداری منطقه ۶ و کافون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان البرز برگزار شد. امیرحسین دشتستان؛ مشاور هنری رویداد، پس از برگزاری ورکشاپ کوتاهی با هدف صرفه جویی در مصرف آب، هدایت نقاشی کودکان را بر دیوار پارک برعهده داشت و حمیدرضا بیدقی نیز پوستر این پویش را طراحی کرد.

شرکت رنگسازی نیپون نیز که پیش از این در رویدادهای دیگری در کرج، اسپانسرینگ را بر عهده داشته، رنگ مورد نیاز، قلم موها و غلتک ها را به طور کاملا رایگان در اختیار برگزار کنندگان قرار داد.

نجات قطره‌ها؛ فرهنگسازی در قالب یک پویشِ شهری

پویش "نجات قطره‌ها" روز ۱۲ تیرماه ۱۴۰۱ با حضور اهالی محله‌ی حصارک بالا و جمعی صمیمانه و خودمانی در بوستان لاله برگزار شد.

به گزارش پیام آشنا، دکتر عزیزی؛ مدیر دفتر خدمات توسعه و بهسازی حصارک بالا هدف از برگزاری این رویداد را فرهنگسازی صرفه‌جویی در مصرف آب اعلام کرد و گفت: «مدت‌ها بود که در دفتر تسهیلگری حصارک بالا-که زیر نظر سازمان عمران و بازآفرینی فضاهای شهری مشغول فعالیت است- برگزاری چنین رویدادی را با هدف افزایش مشارکت اهالی محله در نظر داشتیم. ایده را با مدیرمسئول پایگاه خبری هزار و یک شهر در میان گذاشتیم و به دلیل جنس محیط زیستی رویداد، با شرکت آب منطقه‌ای البرز نیز جلساتی برگزار کردیم.»

او ادامه داد: «مدیر روابط عمومی شرکت آب منطقه‌ای البرز ضمن استقبال از این پویش و رایزنی با مدیرعامل خوش‌فکر این نهاد، بخش اعظمی از کارهای اجرایی را به عهده گرفت و هسته‌ی اولیه‌ی برگزاری رویداد مشخص شد.»

دکتر عزیزی ضمن تاکید بر فرایند تسهیلگری و اقدام مشارکتی افزود: «نیت اصلی از انجام اقدامات مشارکتی در محلات، درگیر کردن تمام افراد ذینفع یا علاقمند به ایجاد تغییر در جوامع محلی است. همین موضوع سبب شد که تیم اجرایی طی برگزاری جلساتی، به تدریج گسترده‌تر شود. آقای امیرحسین دشتستان؛ هنرمندی که داوری برخی جشنواره‌های هنری شهرداری کرج را نیز بر عهده داشته، به عنوان مشاور هنری پویش انتخاب شد که پس از گفت‌وگوی ایشان با شرکت رنگسازی نیپون، این شرکت ضمن استقبال بسیار از پویش، رنگ قلم‌مو و غلتک را به صورت کاملا رایگان در اختیار ما قرار داد.»

در این رویداد، کافون پرورش فکری کودکان و نوجوانان البرز نیز همکاری ویژه‌ای داشت و علاوه بر تامین بخشی از ملزومات، ون ستّار کافون با ما مربیان و تسهیلگران مرکز در محل مستقر کرد.

او در پایان ضمن تشکر از سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری و شهرداری منطقه ۶ گفت: «طراحی پوستر پویش را نیز آقای حمیدرضا بیدقی؛ بر عهده داشت که در کارنامه‌ی خود طراحی پوسترهای چند دوره از جشنواره‌ی فیلم فجر را دارد و صفحه‌ی اینستاگرامی خلاقانه‌ی "دستوطرح" مربوط به آثار هنری ایشان است.»

عزیزی، انجام این پویش را با حضور کودکان و نوجوانان محله و خانواده‌هایشان در فضای شاد و صمیمانه، بسیار مثبت ارزیابی کرد و ابراز امیدواری کرد در آینده نیز بر مبنای نیازسنجی‌های محلی، رویدادهای متنوعی منطبق بر مطالبات محله با مشارکت اهالی برگزار شود.

با حضور اعضای شورای شهر، طرح تفصیلی آتی کرج بررسی شد؛

۱۱ مرحله از طرح تفصیلی کرج تدوین شده است

معاون شهرسازی و معماری شهرداری کرج گفت: طرح تفصیلی کرج ۱۳ مرحله دارد که تا کنون تدوین ۱۱ مرحله از آن به پایان رسیده است.

به گزارش پیام آشنا در این جلسه عباس سعیدی کیا خلاصه گزارش مدیریتی از تهیه طرح تفصیلی و چشم‌اندازی که در آینده برای آن تعریف می‌شود را ارائه کرد.

سعیدی کیا اظهار داشت: اساس پروژه طرح تفصیلی کرج در قالب ۱۳ گام اساسی بنا شده که تاکنون ۱۱ گام از آن تهیه شده است.

وی در ادامه عنوان کرد: گام‌های یک تا چهارم این طرح شامل تدوین چشم‌انداز مقدماتی و چارچوب محتوایی آن، تحلیل و تشخیص وضعیت، تحلیل یکپارچه تهیه شده که مطابق آن و تکمیل اطلاعات پایگاه داده مکانی بررسی تغییرات جمعیتی شهر با التزاع شهرستان فردیس، تحلیل و بررسی وضعیت تحقق کاربری‌های خدماتی و مسکونی و احصاء کمبودهای سرانه‌های خدماتی در مقیاس شهر، ناحیه، منطقه و محله صورت پذیرفت که ضوابط شورای عالی معماری و شهرسازی ایران در تأمین سرانه‌های خدماتی شهر مبنای کار مشاورین قرار دارد.

وی در ادامه افزود: نقطه نظرات اعضای شورا در این جلسه شامل توجه و ارائه راهکارهای مناسب جهت تحقق پذیری کاربری‌های خدماتی، تأمین کمبود سرانه ورزشی، تلاش بر پراکنش مناسب خدمات در سطوح مختلف شهر، توجه به کلیه شاخص‌های کوثر بر آینده‌نگری جمعیت شهر نظیر زادوولد، نرخ باروری، مهاجرت و رشد جمعیت است که در گزارش‌های مربوطه ارائه‌شده است.

معاون شهرسازی و معماری شهرداری کرج بیان کرد: معاونت شهرسازی و مشاورین، توضیحات و راهکارهای مورد نظر را مطرح و مقرر شد در جلسه بعدی مراحل دیگر پروژه ارائه شود.

عضو هیات رئیسه شورای شهر تهران:

مشوق های نوسازی چقدر در احیای بافت فرسوده تهران تاثیر دارد؟

عضو هیات رئیسه شورای شهر تهران با طرح دو سوال از شهردار پایتخت پرسید که مشوق‌های نوسازی چقدر توانسته سرعت نوسازی را در تهران افزایش دهد؟

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، جعفر شربیانی پس از استماع سخنان زاکانی شهردار تهران در جلسه امروز شورای شهر تهران با بیان اینکه همانطور که می دانید بخش‌های عمده‌ای از تهران به ویژه درجنوب شهر فرسوده و یا در حال فرسودگی است و این سرعت فرسودگی با شتاب بالایی در حال انجام است، گفت: این استهلاک تنها مربوط به بخش املاک و خانه‌های شهروندان نیست؛ بلکه شامل زیر ساخت‌ها و تاسیسات شهری نیز می‌شود.

عضو هیات رئیسه شورای شهر تهران با اشاره به اینکه در نتیجه به دلایل متعددی که شهردار بهتر از آن در جریان است، یکی از اولویت های جدی شهر تهران نوسازی و بازسازی آن و به طور مشخص بافت فرسوده است، ادامه داد: ما در کمیسیون معماری و شهرسازی شورای شهر تهران نسبت به این مساله وقت زیادی را برای مطالعات انجام داده‌ایم و برای ما مهم است که آن را در این دوره به نتیجه برسانیم.

وی با تاکید بر اینکه در معادله پیچیده و زمان نوسازی بافت فرسوده و ناپایدار، متغیرهای زیادی وجود دارد، بیان کرد: آقای شهردار به این مساله اشاره کردند که مدیریت یک فرصت تشویقی به بافت فرسوده داده است و بنده نیز در جریان این مساله هستم که به متقاضیان یک طبقه مازاد تعلق می گیرد؛ اما سوال من این است که این مشوق ها چه میزان تحرک عملی در نوسازی بافت فرسوده شهر تهران با توجه به مشکلات تامین مالی که در این زمینه وجود دارد، خواهد داشت؟

شربیانی در ادامه با طرح سوال دوم خود یادآور شد: سوال بعدی من این است که شما به این مساله تاکید داشتید که ۳۰۰۰ میلیارد تومان به عنوان پول مازاد در یکی از بانک ها اشتباه حساب شده است. آیا این مساله اشتباه مناسباتی بوده یا یک فساد مالی بوده است؟

دیدگاه

برخی گذشته را همچون معدن می‌بینند، به جای اینکه آن را همچون زمینی حاصل‌خیز ببینند

جوزف ریکورت

آنچه در گفتمان امروز معماری غایب است شعور یا آگاهی نسبت به گذشته است. دست‌آوردهای گذشته نباید چیزی باشد که بر دوش معماران سنگینی کند، بلکه باید بخشی باشد از -به عبارتی- زمین حاصل‌خیزی که معماران در آن رشد می‌کنند.

در حال حاضر معماران تمایل دارند که گذشته را نادیده بگیرند. اما گذشته همه آن چیزی است که ما می‌دانیم ما آینده را نمی‌شناسیم. من به این اعتقاد چندانی ندارم که پایمان را فراتر از آن چیزی بگذاریم که می‌توانیم از گذشته یا امروز بیاموزیم. شیوه‌ای که گذشته و امروز در هم چفت شود چیزی است که گفتمان امروز معماری را تا حدی فاقد آن می‌دانم. برای همین است که تاریخ‌گرایی واقعاً یک نوع خطر است.

آدم‌هایی هستند که گذشته را همچون نوعی معدن می‌بینند (معدنی بی‌حاصل البته) به جای اینکه آن را همچون نوعی شالوده یا کود یا زمینه حاصل‌خیز ببینند.

(در گفت‌وگو با James Pallister، منتشر شده در وب‌سایت dezeen، سال ۲۰۱۴)

منبع: گفتار

به مناسبت روز ملی بدون پلاستیک؛

مصرف کیسه پلاستیکی به قیمت جان انسان‌ها و حیات وحش

این روزها یکی از معضلات اصلی زیست‌محیطی که تبدیل به یک دغدغه مهم شده، کیسه‌های پلاستیکی است چراکه تاثیرات مخرب زیادی را بر محیط زیست بر جای می‌گذارد. با توجه به اهمیت این موضوع روز ۱۲ جولای به عنوان روز جهانی بدون نایلکس نامگذاری شده است. در ایران نیز روز ۱۲ تیرماه به این موضوع اختصاص پیدا کرده تا توجه مردم به خطرات ناشی از مصرف کیسه‌های پلاستیک جلب و استفاده از کیسه‌های پارچه‌ای فرهنگ‌سازی شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا هر ایرانی روزانه به‌طور میانگین سه کیسه پلاستیکی مصرف می‌کند که متوسط عمر استفاده از هر کیسه تنها ۱۲ دقیقه است. در حالی که برای حذف هر کدام از این کیسه‌ها از طبیعت بین ۳۰۰ تا یک سال زمان نیاز است. علاوه بر این ظروف یکبار مصرف پلاستیکی، سفره‌های پلاستیکی، بسته‌بندی‌های پلاستیکی و غیره در کشور به مقادیر زیاد تولید شده‌اند که به دلیل تغییر سبک زندگی مردم در دهه‌های اخیر بسیار مورد استفاده قرار گرفته و فشاری دوچندان بر محیط زیست وارد کرده است.

گرچه گسترش تولید و استفاده از پلاستیک به بهبود کیفیت زندگی ما کمک کرده اما عوارض این موضوع نیز گریبانگیر ما شده است؛ مسئله‌ای که این روزها به دغدغه اصلی بسیاری از حامیان محیط زیست و حتی مردم عادی تبدیل شده است چراکه آلودگی ناشی از پلاستیک‌های یک‌بار مصرف برای سلامتی انسان، جانوران و به‌طور کلی کیفیت محیط زیست خطرات زیادی را به همراه دارد.

بر اساس آمارهای جهانی ایران جزو ۲۰ کشور اول دنیا در تولید زباله‌های پلاستیکی است و سالانه حدود ۴ میلیون تن زباله پلاستیکی تولید می‌کند و به گفته ژیلا مهدی آقایی - معاون سابق آموزش و مشارکت‌های مردمی سازمان حفاظت محیط زیست - از زباله‌های تولید شده در کشور نیم میلیون تن به کیسه پلاستیکی اختصاص دارد یعنی هر ایرانی روزانه به‌طور متوسط سه کیسه پلاستیکی مصرف می‌کند که ۹۶ درصد آن مستقیم وارد سطل‌های زباله می‌شود و براساس آمار «World Population Review» در سال ۲۰۲۱ ایران در رتبه ۱۷ تولید زباله‌های پلاستیکی قرار دارد.

انواع پلاستیک‌ها از جمله کیسه‌های پلاستیکی به دلیل ترکیباتشان تجزیه ناپذیرند و صدها سال بدون آنکه تجزیه شوند در محیط باقی می‌مانند و مواد شیمیایی آن به‌تدریج به خاک و آب راه پیدا می‌کنند و علاوه بر آلوده کردن آن، حیوانات را قربانی می‌کنند و در نهایت وارد زنجیره غذایی انسان می‌شوند.

بررسی صدها مطالعه نشان می‌دهد کیسه‌های پلاستیکی و بسته‌بندی‌های انعطاف پذیر، کشنده‌ترین مواد پلاستیکی موجود در اقیانوس‌ها هستند که باعث از بین رفتن موجودات دریایی از جمله نهنگ‌ها، دلفین‌ها، لاک پشت‌ها و پرندگان دریایی در سراسر کره زمین می‌شوند. تورهای ماهیگیری دورریخته شده و دستکش‌های پزشکی و پلاستیکی در مقایسه با سایر زباله‌هایی که روانه اقیانوس‌ها شده‌اند و حیوانات به اشتباه آن‌ها را می‌بلعند، بسیار کشنده‌اند.

به گفته محققان، بلع مواد پلاستیکی بزرگ‌تر نیز عامل تلف شدن موجودات دریایی و ۸۰ گونه جانوری مختلف در دنیا است که برابر اعلام کارشناسان تلف شدن بر اثر بلعیدن هر یک از این مواد پلاستیکی با سرعت اتفاق نمی‌افتد و احتمالا بدون درد نیست. این یک روش بسیار وحشتناک مردن است.