

چاپ و نشر

دو هفته نامه خبری، آموزشی - سال سیزدهم - شماره ۱۵۱ - شهریور ۱۳۹۶ - ۲۱۶ صفحه - ۱۵۰۰۰ تومان



چاپی شایسته نگاه شما...

چاپ تخصصی متالایز
PVC و IML ۵۰ تا ۷۰۰ میکرون

۵ رنگ با برج لاک
آخرین تکنولوژی روز دنیا LED UV ۲۰۱۷

تلفن: ۰۲۱) ۷۷ ۳۳ ۹۳ ۳۹ (WWW.FARANEGAR.CO





مجموعه‌ای یکپارچه و منسجم در

مجمع
چاپ و
صحافی
نقشینه



نقشینه، شهر چاپ

کتاب، مجله، ماهنامه و پیک های تبلیغاتی

تحويل در ۴۸ ساعت

www.naghshineco.com

Tel: 658 11 132 - 658 11 510 - 658 11 619 - 658 11 842



توی کارهات حرفی برای گفتن داتنه پاتس



مجتمع چاپ نامی نقش

w.naminaghshprint.com

رجوع به صفحات داخلی

۰۶۱ - ۳۳۱۱ ۴۳ ۶۳

در راستای پیشرفت چاپخانه خود، در کدام مرحله از رشد قرار دارید؟



 www.Rangarang-Group.com

 @RangarangGroup

 (۰۳۱) ۳۲۴۰۱۲۸۰ ، ۳۲۴۰۱۳۳۴

اولین نرم افزار ویژه چاپ و تبلیغات
ارائه دهنده نرم افزارهای تحت شبکه
راهکارهای مبتنی بر وب
جهت سفارش آنلاین چاپ



دستگاهی خاص و با کیفیت مجهز به هد قابل تعمیر استار فایر



انواع دستگاه چاپ بنر کونیکا



انواع دستگاه برش لیزر و CNC



دستگاه بنر کونیکا آی مدل ۱۸ و ۱۷



انواع جوهر با کیفیت



انواع دستگاههای یووی و فلت بد



دستگاههای اکوسالونت

آدرس:

اصفهان - بلوار ارغوانیه
ارغوانیه ۱۷ - پلاک ۳۷

۰۵۱-۳۵۳۲۰۲۲۰-۵

۰۹۱۳۲۰۱۸۲۰۴



www.simayeshahr.com

- ✦ بزرگترین مجتمع فروش دستگاه های چاپ بنر
- ✦ ارائه دهنده بهترین خدمات پس از فروش
- ✦ عرضه کننده انواع دستگاه برش لیزر و CNC
- ✦ عرضه کننده دستگاه حروف ساز چلنیوم
- ✦ توزیع انواع مدیا و جوهر مخصوص چاپ
- ✦ عرضه قطعات یدکی انواع دستگاه چاپ
- ✦ تبدیل دستگاه های فرسوده به تکنولوژی روز دنیا
- ✦ سرویس و خدمات گسترده در سراسر ایران

www.signkala.com

مجموعه چاپ طراحان

ارزان ترین و با کیفیت ترین مرکز چاپ و تولید کارت ویزیت و تراکت در ایران
مجهز به:

- دستگاه لیتوگرافی پلیت ستر حرارتی هایدلبرگ
- دستگاه چاپ افست دوورقی چهاررنگ هایدلبرگ
- دستگاه برش اتومات پلار سری X
- دستگاه لمینیت چسب سرد جهت لمینت کارتن و مقوا
- دستگاه سلفون کشی حرارتی
- دستگاه لتر پرس ۲ ورقی
- دستگاه دایکات ۲ ورقی
- و ...

جوایز جشنواره چاپ طراحان

دوربین عکاسی دیجیتال

۱۶ مگاپیکسل با قابلیت زوم ۵ برابر
تکنولوژی تشخیص لبه
تکنولوژی تشخیص چهره
فوکوس حالت است ماکرو



به ازای خرید هر ۱ میلیون تومان

قهوه ساز هاردستون
به همراه ۲ فنجان



به ازای خرید هر ۱ میلیون تومان

کنسول بازی پلی استیشن ۴

قابلیت اتصال به دوربین پلی استیشن ۴
بلوتوث و وای فای
گرافیک فوق العاده بالا



به ازای خرید هر ۱ میلیون تومان

تبلت لنوو ۷ اینچ

۲ مپ کرامت - ۱۶ گیگابایت حافظه داخلی
پر دانه ۴ هسته ای
۱۰ ساعت نگه داری شارژ



به ازای خرید هر ۵ میلیون تومان

بدون محدودیت زمانی

با ثبت سفارش در فرم های عمومی، جوایز خود را بدون قرعه کشی دریافت نمایید

برای کسب اطلاعات بیشتر از جوایز جشنواره مجموعه، به کانال تلگرام و سایت مجموعه مراجعه نمایید.

مجموعه چاپ طراحان

تراکت گلسه ۱۳۵ گرم

سایز فایل	انبراز	بکری	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
گلسه ۱۳۵ (۲۰۰×۲۹۰)	۱۰۰۰	۵/۰۰	۸۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۱۰۰۰/۰۰۰	۲ روزه
	۳۰۰	۵/۳۰	۱۰۴/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۱۲۲/۰۰۰	۲ روزه
۳۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۱۱۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۱۳۴/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
۵۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۲۲۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۲۵۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۲۸۰/۰۰۰	۲ روزه

سایز فایل	انبراز	بکری	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
گلسه ۱۳۵ (۱۶۵×۲۰۰)	۱۰۰۰	۵/۰۰	۳۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۵۰/۰۰۰	۲ روزه
	۳۰۰	۵/۳۰	۵۲/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۳۲/۰۰۰	۲ روزه
۳۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۵۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۷۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
۵۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۱۱۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۱۲۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۱۲۰/۰۰۰	۲ روزه

سایز فایل	انبراز	بکری	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
گلسه ۱۳۵ (۱۰۰×۱۴۵)	۱۰۰۰	۵/۰۰	۲۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۲۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
۳۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۲۷/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۳۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
۵۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۵۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۶۲/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—

فرم های ویزیت معمولی

سایز فایل	عنوان کارت	بکری	چاپ معمولی (به دو طرفه)		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
۸۵×۴۸ میلی متر	گلسه بکرو بدون روکش	۵/۰۰	۸/۰۰۰	—	—	—
	گلسه دورو بدون روکش	۵/۰۰	۱۲/۰۰۰	—	—	—
	سنگون برای بکرو هرزانی	۹/۰۰	۹/۰۰۰	۱۰/۰۰۰	۱ روزه	—
	سنگون برای دورو هرزانی	۱۳/۵۰	۱۳/۵۰۰	۱۳/۵۰۰	۱ روزه	—
	سنگون مات بکرو هرزانی	۹/۵۰	—	—	—	—
	سنگون مات دورو هرزانی	۱۴/۰۰	۱۴/۰۰۰	۱۵/۰۰۰	۱ روزه	—
	کتاب بکرو	۱۳/۰۰	—	—	—	—
	کتاب دورو	۱۵/۰۰	—	—	—	—
	نوبل بکرو	۱۱/۵۰	۱۳/۰۰۰	۱۳/۰۰۰	۲ روزه	—
	نوبل بدون بکرو	۱۱/۵۰	—	—	—	—
	نوبل سنگون برای	۱۲/۵۰	۱۳/۰۰۰	۱۳/۰۰۰	۲ روزه	—
	نوبل سی دی	۹۵/۰۰	۷ روزه کاری	—	—	—
پرچمب اسفوال	۲۵/۰۰	۷ روزه کاری	—	—	—	
نوبل شیشه ای	۵۰/۰۰	۱۵ روزه کاری	—	—	—	

سایز فایل	عنوان کارت	زمان تعویل (۲۰-۲۰ روز کاری)	
		قیمت ۵۰۰ عدد	قیمت ۱۰۰۰ عدد
۹۰×۶۰	PVC ۵۰۰ میکرون	۱۳۰/۰۰۰	۲۲۰/۰۰۰
	PVC ۷۱۰ میکرون	۲۷۰/۰۰۰	۴۳۰/۰۰۰

فرم های ویزیت فانتزی

سایز فایل	عنوان کارت	بکری	چاپ معمولی (۲۰ روز کاری)		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
۹۰×۵۸ میلی متر	اعیانت برای دورو	۴۰/۰۰	۳۰/۰۰۰	۳۷/۰۰۰	۱ روزه	—
	اعیانت برای طرح موج	۴۵/۰۰	—	—	—	—
	اعیانت مات دورو	۶۰/۰۰	—	—	—	—
	اعیانت مات طرح موج	۶۵/۰۰	—	—	—	—
	اعیانت برجسته	۴۰/۰۰	۵۵/۰۰۰	۵۵/۰۰۰	۱ روزه	—
	سنگون برای دورو گرد	۲۷/۰۰	—	—	—	—
	سنگون مات دورو گرد	۲۷/۰۰	۳۳/۰۰۰	۳۳/۰۰۰	۱ روزه	—
	سنگون مطلق دورو	۵۵/۰۰	۵۵/۰۰۰	۱۵ روزه کاری	—	—

سایز فایل	عنوان کارت	بکری	چاپ معمولی (۲۰ روز کاری)		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
۹۰×۵۸	اعیانت برای ویزیت	۳۵/۰۰	—	—	—	—
	اعیانت مات ویزیت	۵۵/۰۰	—	—	—	—

سایز فایل	عنوان کارت	بکری	چاپ معمولی (۲۰ روز کاری)		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
۹۰×۵۸	اعیانت برای مربع	۳۰/۰۰	—	—	—	—
	اعیانت مات مربع	۴۰/۰۰	—	—	—	—
	اعیانت برجسته مربع	۳۰/۰۰	—	—	—	—

سایز فایل	عنوان کارت	بکری	زمان تعویل (۱۲ روز کاری)	
			قیمت	تعمول
۹۰×۶۰	اعیانت برجسته فلکوب	۷۵/۰۰	—	—

فرم های پاکت (عمومی)

سایز فایل	عنوان فایل	بکری	چاپ معمولی (۲۰ روز کاری)		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
پاکت نامه مطلق	۱۲۰/۰۰۰	۹۰/۰۰	—	—	—	—
	۲۸۰/۰۰۰	۲۲۰/۰۰	—	—	—	—
پاکت نامه مطلق	۱۵۰/۰۰۰	۱۱۵/۰۰	—	—	—	—
	۳۳۰/۰۰۰	۲۹۰/۰۰	—	—	—	—
پاکت نامه مطلق	۱۲۰/۰۰۰	۹۰/۰۰	—	—	—	—
	۲۸۰/۰۰۰	۲۲۰/۰۰	—	—	—	—

تراکت تحریر ۸۰ گرم A5

سایز فایل	انبراز	بکری	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
گلسه ۱۳۵ (۱۲۵×۲۰۰)	۱۰۰۰	۵/۰۰	۳۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۳۰/۰۰۰	۲ روزه
	۳۰۰	۵/۳۰	—	—	—	—
۳۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۴۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۵۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
۵۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۷۵/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۹۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—

تراکت تحریر ۸۰ گرم A4

سایز فایل	انبراز	بکری	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			تعمول	قیمت	تعمول	قیمت
گلسه ۱۳۵ (۲۰۰×۲۹۰)	۱۰۰۰	۵/۰۰	۶۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	۸۰/۰۰۰	۲ روزه
	۳۰۰	۵/۳۰	—	—	—	—
۳۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۸۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۱۱۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
۵۰۰۰	۳۰۰	۵/۰۰	۱۵۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—
	۳۰۰	۵/۳۰	۱۸۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰	—	—

آدرس دفتر ثبت سفارش:

میدان بهارستان، خیابان ملت، برج بهارستان، طبقه اول، واحد ۲۰۴ | ۳۳ ۹۱ ۶۹ ۵۱ | ۳۳ ۹۸ ۴۲ ۹۳ | ۳۳ ۹۰ ۴۲ ۱۰



چاپ آزادی برادری

کلیه امور چاپی، اختصاصی عمومی، تروکت و کارت ویزیت

ثبت سفارش قانون

فرمهای پاکت ستای، کتلوگ				فرمهای ویزیت فلتتری				فرمهای ویزیت معمولی				فرمهای تراکت تحریر و گانه			
زمان تحویل				جنس				جنس				زمان تحویل			
۵-۷ روزگی	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۵۰۰۰	لیتوگراف	ایمانچویل	۱ روزگی	۵۵/۰۰۰	ایمانچویل	۱ روزگی	۱۱/۰۰۰	فرمهای گانه، تحریر	۱۰۰۰	۲۰۰۰	۵۰۰۰	
فرمهای پاکت				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
Envelope				لیتوگراف برشته بزرگ				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
گانه ۱۲۰ گرم [معمولی]				لیتوگراف برشته بزرگ				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
تحریر ۱۲۰ گرم [معمولی]				لیتوگراف برشته بزرگ				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
گانه ۱۲۰ گرم A4				لیتوگراف برشته بزرگ				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
تحریر ۱۲۰ گرم A4				لیتوگراف برشته بزرگ				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
زمان تحویل				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
۵-۷ روزگی				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
قیمت				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
تحریر ۱۲۰ گرم				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
پاکت گانه				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سپردگانه A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سپردگانه A5				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
پاکت A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
پاکت گانه				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سپردگانه A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
تحریر ۱۲۰ گرم				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
پاکت گانه				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سپردگانه A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سپردگانه A5				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
پاکت A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
پاکت گانه				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سپردگانه A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
زمان تحویل				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
۵-۷ روزگی				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
فرمهای کتلوگ تک برگه A4				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
کتلوگ تک برگه				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سلفون برگ				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			
سلفون مات				لیتوگراف				ایمانچویل				فرمهای گانه، تحریر			

قیمت ها به تومان میباشد

لیون کاشنی

جنس	قیمت	تعداد	زمان تحویل
لیون ۲۲۰ سی سی	۶۹۰	۱۰۰	۱۰ روزگی
لیون ۲۲۰ سی سی	۹۳	۱۰۰۰	۱۰ روزگی
لیون ۲۲۰ سی سی	۸۴	۵۰۰	۱۰ روزگی
لیون ۳۶۰ سی سی	۱۸۲	۱۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون ۳۶۰ سی سی	۱۷۰	۲۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون ۳۶۰ سی سی	۱۵۸	۶۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون شات (تست)	۱۲۸	۱۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون شات (تست)	۷۴	۵۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون شات (تست)	۶۳	۱۰۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون دو چداره ۲۲۰	۳۹۸	۱۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون دو چداره ۲۲۰	۳۸۳	۷۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون دو چداره ۲۲۰	۳۷۳	۶۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون دو چداره ۲۲۰	۳۱۳	۷۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون دو چداره ۲۲۰	۳۰۸	۴۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون دو چداره ۲۲۰	۳۹۸	۶۰۰۰	۲۰ روزگی
لیون چایی دار	۹۸	۱۰۰۰	۱۵ روزگی
درب لیون	۱۰۴	هر عدد	۱۵ روزگی

www.tarahanazadiprinting.com
Tarahanazadi@gmail.com

میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام، بن بست خاورمیانه، ساختمان خاورمیانه، پلاک ۴

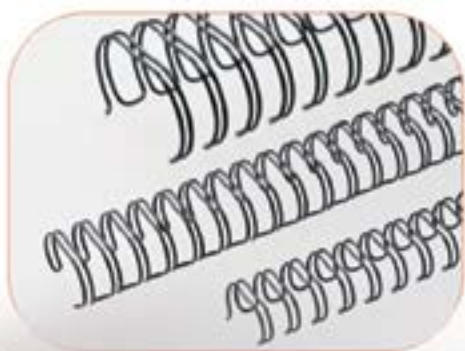
تلفکس: ۳۳ ۹۴ ۳۶ ۶۸
عمومی: ۳۳ ۹۴ ۳۷ ۹۷
اختصاصی: ۳۳ ۹۵ ۲۵ ۸۵
۳۳ ۹۵ ۲۱ ۰۶
۳۳ ۹۴ ۳۸ ۱۸

مدیریت: محمد خانی
ارتباط مستقیم با چاپخانه

- کارت ویزیت
- تراکت، ست اداری
- ...
- کلیه امور چاپی
- اختصاصی
- عمومی
- مجهز به دستگاه های:
- دایکت ۶۰x۹۰ - ۵۰x۷۰
- GTO بهار رنگ و تک رنگ
- دستگاه برش
- لیتوگراف سرد و گرم
- سلفون کشر برارسی، سلفون مات
- یووی موضعی، نظام اتوماتیک
- لیتوگراف دو ورقه ای

اسپیرال کو SPIRAL.CO

تولید و فروش فنرهای مارپیچ و دوبل روکش دار خارجی و آویز تقویم دیواری



- ✓ فروش انواع دستگاه های صحافی و فنر زن و فنر جمع کن و بانج دستی و اتوماتیک
- ✓ فروش انواع قالب بانج گرد و مربع و پرفراز و دستگاه برش و پرس کارت
- ✓ تولید و فروش فنرهای فلزی مارپیچ **روکش پلاستیک** خارجی در رنگها و سایزهای مختلف
- ✓ فروش انواع **فنر دوبل** به صورت شیت و **رول** و فنر پلاستیک و کریستال
- ✓ انجام خدمات بانج و فنر و صحافی در اسرع وقت



میرسائیان ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳

۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰

۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰

۰۲۱-۳۳۶۰۹۷۰۰

۰۲۱-۳۳۶۰۹۸۰۰

بیگیری سفارشات

تولید و فروش **آویز تقویم** دیواری روکش دار
و **شیرازه** تقویم دیواری ✓

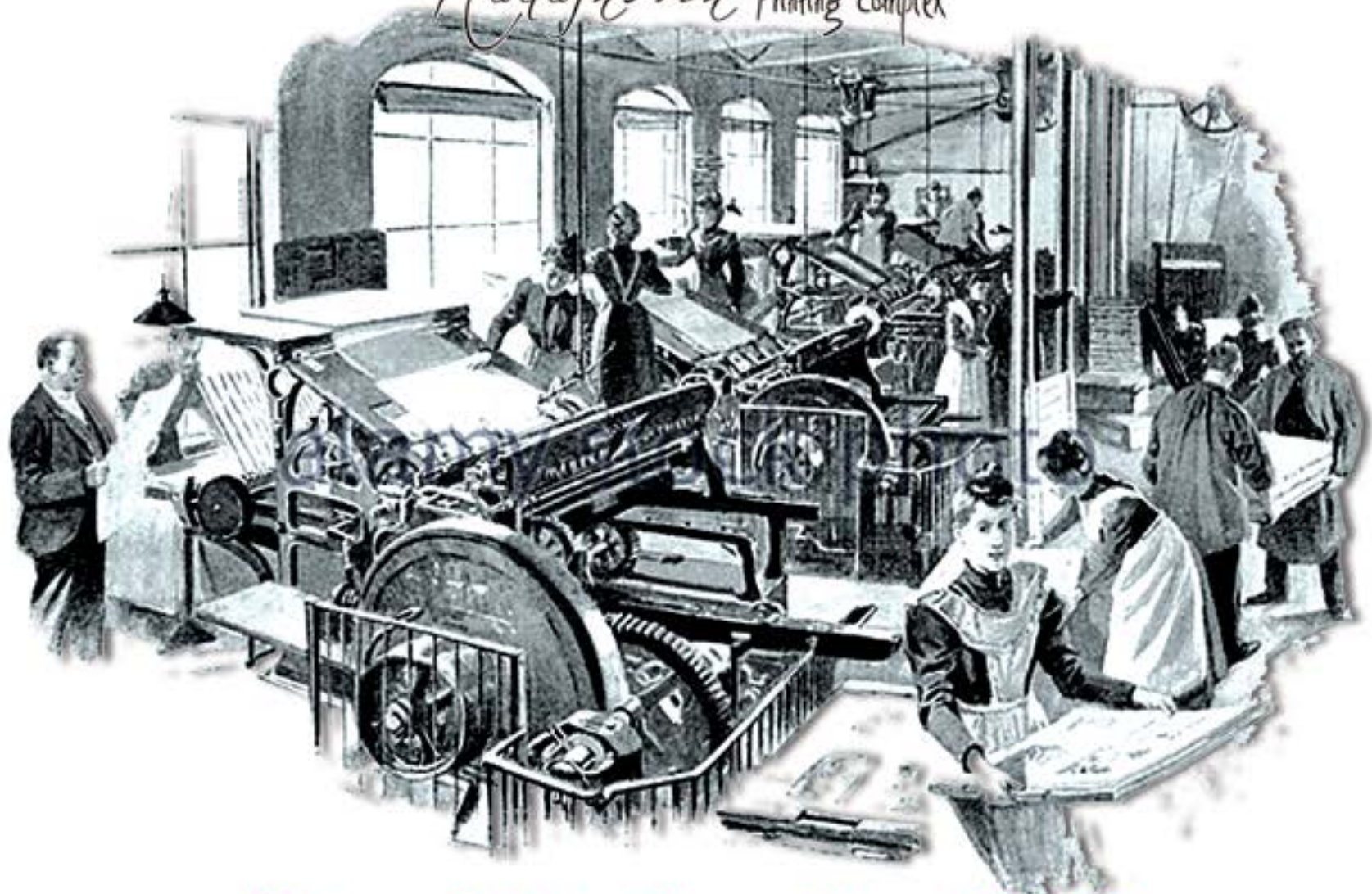


مجموع چاپ

هدف نوین

هر آنچه از کیفیت سرعت و دقت انتظار دارید ...

Hadafnovin Printing complex



■ لیتوگرافی ■ چاپ ■ سلفون حرارتی ■ صحافی

آماده همکاری با انتشارات ، مجلات و مؤسسات خصوصی و دولتی

لیتوگرافی دستگاه پلیت ۴/۵ ورقی

چاپ
۱ دستگاه ۸ رنگ ۲ ورقی هایدبرگ پشت و رو زن همزمان (اسپیدمستر)
۲ دستگاه ۴ رنگ ۲ ورقی هایدبرگ (اسپیدمستر)
۱ دستگاه ۲ رنگ ۲ ورقی هایدبرگ پشت و رو زن همزمان (اسپیدمستر)
۱ دستگاه ۴ رنگ ۴/۵ ورقی هایدبرگ پشت و رو زن مدل ۲۰۰۴ (اسپیدمستر)

صحافی خط کامل لاین

۴۴۹۹۲۷۰۱

تلفن :

۴۴۹۹۲۷۰۲

فکس :

۰۹۱۲۵۴۳۶۹۳۰

همراه :

hadafnovin@gmail.com

کیلومتر ۱۸ جاده مخصوص کرج ، نبش خیابان ۶۷ ، پلاک ۵



SUPERWIDE
technics



Flatbed Printer
هدریکو

HT3020UV-GEN5



HandTOP

Hybrid Printer هدکیوسرا

• چاپ رول و تخت

HT1600UV HR4



• حداکثر سرعت چاپ: ۹۰ متر مربع بر ساعت

Roll to Roll Printer هدکیوسرا

HT3200UV RTR



یک سال گارانتی بدون قید و شرط / حتی هدها

مدیای قابل استفاده پرینترهای رول تورول:

اجسام رول شامل: پارپول، کشسان، زیر، فلکس، بنر، کاغذ دیواری، استیکر، مش، بک لایت و ...

مدیای قابل استفاده پرینترهای فلتبدها:

اجسام تخت (فوم برد، شیشه، آکرلیک، چوب، سرامیک، صفحات فلزی، پی وی سی، پلاستیک، چرم، سنگ، پلکسی گلاس و ...)

مدیای قابل استفاده پرینترهای هایبرید:

اجسام تخت (فوم برد، شیشه، آکرلیک، چوب، سرامیک، صفحات فلزی، پی وی سی، پلاستیک، سنگ، پلکسی گلاس و ...) / اجسام رول شامل (فلکس، بنر، وینیل، کاغذ دیواری، بک لایت، پارچه، چرم، مش و ...)

دارای پشتیبانی ۲۴ ساعته / قابلیت انتخاب لامپ های LED یا مرکوری / مناسب ترین هد در صنعت چاپ پیووی فلتبدها (هدریکو - هدکیوسرا)

قابلیت نصب ۱۲ الی ۱۰ هد و چاپ تا ۸ رنگ (رنگی و سفید و وارنیش به صورت همزمان)

سیستم هوشمند تشخیص ضخامت مدیا تا ارتفاع ۱۰ سانتی متر به صورت اتوماتیک

دارای سیستم هوشمند تغییر پیکولتر هدبارپ Caldera

مجهز به سیستم کامپیوتر Lenovo (شامل کیس مانیتور و کیبورد)

دارای سیستم عیب یابی اتوماتیک



آدرس: تهران، خیابان مطهری، بعد از سهروردی، کوچه رهام، رهام شرقی، پلاک یک، ساختمان سوپرواید

تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۴۲۴۵۵ / ۰۲۱-۸۸۴۴۲۴۵۴ / تلفن مستقیم: ۰۹۱۲۱۱۳۸۳۱۴

www.superwidetechnics.com

superwidetechnics @superwide superwidepersia superwide

ROLAND

BOBST 

HEIDELBERG
Speedmaster

AGFA 

- ۴ / ۵ ورقی رولند ۶ رنگ با برج لاک (۴+۲)
- ۲ ورقی هایدلبرگ اسپیدمستر ۴ رنگ (۲+۲)
- ۲ ورقی هایدلبرگ ۲ رنگ
- ۲ ورقی تک رنگ هایدلبرگ اسپیدمستر
- *GTO* تک رنگ هایدلبرگ + شماره زن





- به روزترین و سریعترین پلیت ستر آکفا
- دستگاه سلفون کش حرارتی تمام اتوماتیک تا سایز ۱۰۰×۷۰
- بابس ۴/۵ ورقی با طلاکوب ● جعبه چسبانی لاک باتم
- خط کامل صحافی (لاین ترتیب ، چسب گرم ، چسب سرد ، مفتول ، پانچ و فنر)



خیابان حافظ ، خیابان وحدت اسلامی ، پایین تر از آگاهی مرکز ، جنب بانک قوامین

Par_print ۵۵ ۴۸۱۷۳۰ - ۳۱ | ۵۵ ۴۸۰۷۳۰ - ۳۱

info@parprinting.com ۰۹۳۸ ۳۶۹۷۵ ۳۷



ACE PACK
www.paper-cup.co.kr



Hall : A5, Booth: D1-15

Hall: 1, Booth: 106



PAPER CUP FORMING MACHINE

"HIGH EFFICIENT WITH STABILITY" EAGLE-1800 220CUPS/MIN.

"NO AIR REQUIRED" EAGLE-700 130CUPS/MIN.

- 220 cups/min high speed production with stability and long term operation
- A full range of cup sizes from 4oz to 36oz
- All gear driven main shafts (no chain used)
- Simple forming station and minimum stroke
- Easy operation and reduced noise
- Easy maintenance with bolting structure
- Cheap operating cost

از غرفه ما در

نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی
IPAP و pacprocess بازدید فرمایید.

نمایشگاه بین المللی شهر آفتاب
۲۰ الی ۲۳ مهرماه ۱۳۹۶

دستگاه تولید لیوان کاغذی (ساخت کره)

مدل EAGLE-1800 : کارایی بالا و پایدار، ۲۲۰ لیوان در دقیقه

مدل EAGLE-700 : بدون نیاز به هوا، ۱۳۰ لیوان در دقیقه

سرعت تولید بالا، ۲۲۰ لیوان در دقیقه، پایدار و با عملکرد طولانی مدت

طیف گسترده ای از اندازه های لیوان ۱۱۸ تا ۱۰۰۰ سی سی (۴ اونس تا ۳۶ اونس)

ساختار چرخ دنده ای بدون استفاده از زنجیر

قالب زنی ساده با حداقل ضربه

کاربری ساده با حداقل صدا

نگهداری آسان با ساختار پیچ و مهره

هزینه عملیاتی ارزان

+82 31 499 4711

acepack@paper-cup.co.kr



چاپ لیبل و لفاف‌های بسته‌بندی

مرکز چاپ و بسته‌بندی همدان

مدرن‌ترین ماشین چاپ اروپا **2017**
NEW MODEL

* بدون نیاز به کلیشه و سیلندر

* تیراژ دلخواه

* تحویل فوری

- ✓ لیبل‌های پشت چسب دار (فیلم، کاغذ، متالایز، ترنس پرنت، هات ملت و ...)
- ✓ لفاف‌های یک لایه تا چند لایه (OPP, CPP, BOPP, متالایز، کاغذ، فویل آلومینیوم و ...)
- ✓ خدمات تکمیلی (طلا، دایکات، لمینت، پوشال گیری و ...)
- ✓ طراحی رایگان

با مدرن‌ترین ماشین چاپ لیبل و لفاف‌های بسته‌بندی اروپایی دیگر نگران تغییر در طراحی و اطلاعات خود نباشید!



دفتر مرکزی: همدان، خیابان مهدیه، ساختمان پیام
کارخانه: همدان، شهرک صنعتی بهاران، خیابان صنعت، خیابان نهم
همراه: ۰۹۱۸ ۳۱۴ ۸۱۸۸
چاپخانه: ۰۸۱-۳۴۵۸۶۷۳۱-۳
تلگرام: ۰۹۲۱۰۸۰۹۳۱۳

Main office: Payam Building, Mahdiah St, Hamedan, Iran
Printing: 9th St., Sanat St., Baharan Industrial Park, Hamedan
Tel: +98918 314 8188
Printing: +9881-34586731-3

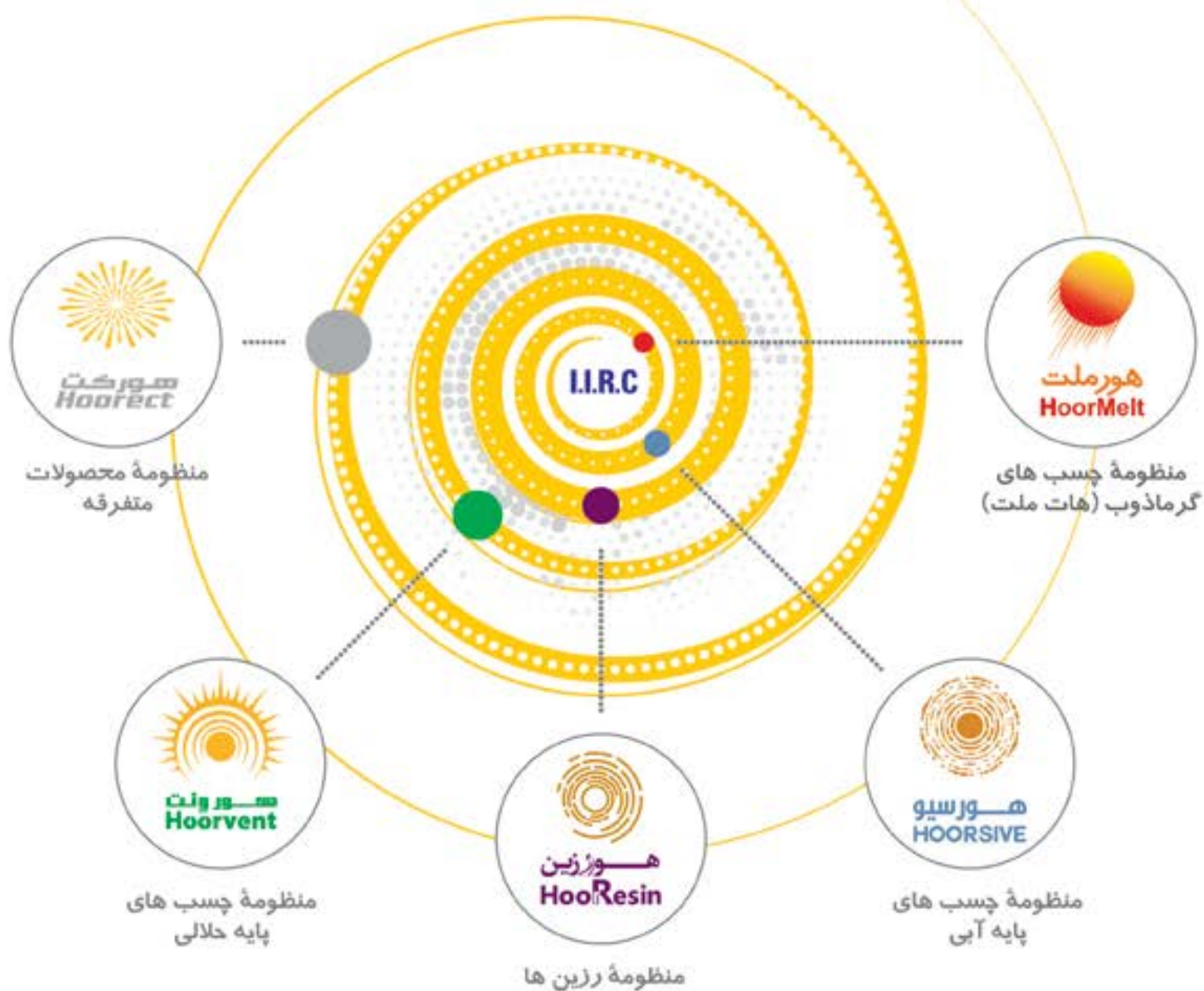


شرکت رزین‌های صنعتی ایران

- تاسیس ۱۳۵۴ -

کهکشان چسبنده

هور ۱۳/۵۴



Innovation means victory !



دفتر مرکزی: تهران، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه میرزا حسنی، پلاک ۲، طبقه اول
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۷۱۳۰۴۲۹-۸۸۱۰۰۴۲۹-۸۸۷۱۳۹۷۱-۸۸۷۲۲۱۱۳-۸۸۷۱۶۷۹۹-۸۸۷۱۳۰۴۵
کارخانه: ساوه شهرک صنعتی کاوه، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۶
hoormelt hoormelt email: info@iirc-co.com www.iirc-co.com



چاپ دیجیتال جهت کتاب و مجلات
در تیراژ های کمتر از ۱۰۰۰ عدد

لیست ماشین آلات صحافی :
پانچ اتوماتیک
ترتیب کن ۲۴ ایستگاه
جلد سازی اتوماتیک
دوخت آپارات دار آستر (۳ عدد)
لب گرد کتاب
جعبه سازی
ورق تاکنی (۴ عدد)
برش پلار (۲ عدد)
چرخ خیاطی (۳ عدد)
دایکات - لمینیت
سلفون کشی حرارتی و چسبی
شیرینگ
آستر چسبان
چسب گرم ۵ خانه
فهر انداز اتوماتیک

لیست ماشین آلات چاپ:

ماشین چاپ ۵ رنگ ۲ ورقی ZP ۲۰۰۵
ماشین چاپ ۲ رنگ ۴/۵ ورقی

از صفر تا صد با شما هستیم

۷۷۳۵۶۴۳۹ - ۷۷۳۵۶۲۸۴ - ۷۷۰۰۹۵۷۹-۸۰

۰۹۰۲۵۹۲۳۰۱۱

Deltacalendar.co@gmail.com

نشانی : ابتدای جاده آبعلی - روبروی خیابان اتحاد - پلاک ۲۰۰



پوشش سلفون

پوششی متفاوت ...

ظرفیت روزانه ۲۰۰,۰۰۰ شیت



۱۸ سال تجربه تخصصی سلفون کشی در خدمت صنعت چاپ

۲ دستگاه سلفون حرارتی تمام اتوماتیک تا سایز ۱۶۰×۱۲۰

۴ دستگاه سلفون چسبی تمام اتوماتیک و دستی تا سایز ۱۶۰×۱۲۰ چسب سرد و گرم

دستگاه UV تمام اتوماتیک شابلونی ۷۰×۱۰۰

دستگاه UV تمام اتوماتیک سیلندری ۷۰×۱۰۰

با قابلیت خالی کردن لب چسب مناسب جهت انواع جعبه های دارویی، جعبه دستمال و ...

جاده مخصوص کرج، مرکز چاپ صنعتی ایران

تلفن: ۰۲۱) ۴۴۱۹۰۲۲۶-۷

۰۲۶) ۳۶۱۰۸۶۰۳ - ۳۶۱۰۸۶۰۵

پارسه

یه کار چاپی خوب!...



مجهز به افست دوورقی چهاررنگ ، لیتوگرافی ، تاکن بروشورهای فانتزی

شایان و ماهان کوچکزاده

تهران ، خیابان جمهوری ، بعد از مخبرالدوله ، کوچه محمودی ، پلاک ۷
تلفکس : ۳۳۹۷۳۱۵۶ - ۳۳۹۷۲۸۱۶ - ۳۳۹۷۶۴۳۳

📞 (+98)9333812396 | www.parsehprint.com | parseprint 📱



تجربه طعم شیرین رنگها با ماشین های جدید سری CD هایلدبرگ



- ۱ دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی **HEIDELBERG** ۵ رنگ CD 102-5
- ۱ دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی **HEIDELBERG** ۴ رنگ CD 102-4
- ۳ دستگاه ماشین چاپ دو ورقی **HEIDELBERG** ۵ رنگ CD 74-5
- ۱ دستگاه ماشین چاپ دو ورقی **HEIDELBERG** ۴ رنگ SM 74-4
- ۲ دستگاه لیتوگراف **Kodak Magnus 800** فول اتوماتیک

چاپخانه : میدان بهارستان ، خیابان مجاهدین اسلام ، بعد از حسینیه فاطمیون ، نبش کوچه چشمی ، پلاک ۲۱۴ تلفن : ۳۳۵۲۳۲۷۲
مرکز سفارشات : تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام ، پاساژ شقایق ، طبقه ۴ ، واحد ۴۰۶ خط ویژه : ۰۲۱-۳۵۴۱

www.naghshealmas.com
[telegram.me/naghshealmas3541](https://t.me/naghshealmas3541)



POWERED BY CANADIAN TECHNOLOGY 



الوان سازان آسیا

شرکت الوان سازان آسیا نماینده انحصاری شرکت LUXUL

تامین کننده جوهر چاپ افست فشک UV با قابلیت چاپ بر روی PET, PS, PP, PVC
فودگرید مطابق با استانداردهای بین المللی SWISS FOPH RS 817.023,212 و مورد
تایید آزمایشگاه همکار استاندارد ایران جهت چاپ بر روی ظروف لبنی و دارویی با کیفیت
چاپ بالا و فشک شدن سریع. امکان تمویل رنگهای پنتون سفارشی و رنگهای طلایی و
نقره ای.

جوهر چاپ فلکسو UV با قابلیت چاپ بر روی فیلم جهت انواع لیبل های پشت چسب دار
امکان تمویل در رنگهای پنتون سفارشی و رنگهای طلایی و نقره ای



نشانی: تهران، شهرک غرب، میدان صنعت، بلوار فرمزادی، ساختمان صدف ۲ طبقه ۶ واحد ۲۱

تلفن: ۲۶۷۶۱۲۴۹ - ۲۶۷۶۱۲۷۹ فکس: ۲۶۷۶۱۲۵۳

محصولات و خدمات جدید ارائه شده برای مشتریان گرامی
کلیه قیمت ها به تومان می باشد

تراکت گلاسه ۱۷۰ گرم (برمبلی ۲۰×۲۹-A4)

A6	A5	A4	یکرو
۳۷/۵۰۰	۷۵/۰۰۰	۱۵۰/۰۰۰	یکرو
۴۹/۰۰۰	۹۸/۰۰۰	۱۹۶/۰۰۰	دورو
۴۱/۰۰۰	۸۲/۰۰۰	۱۶۴/۰۰۰	یکرو
۵۴/۰۰۰	۱۰۸/۰۰۰	۲۱۶/۰۰۰	دورو

برای آنکه می خواهند
متفاوت باشند

A6	A5	A4	یکرو
۵۴/۵۰۰	۱۰۹/۰۰۰	۲۱۸/۰۰۰	یکرو
۶۲/۰۰۰	۱۲۴/۰۰۰	۲۴۸/۰۰۰	دورو

گلاسه ۱۲۰ گرم
۵۰۰۰ عددی

A6	A5	A4	یکرو
۴۰/۰۰۰	۸۰/۰۰۰	۱۶۰/۰۰۰	یکرو
۴۶/۰۰۰	۹۲/۰۰۰	۱۸۴/۰۰۰	دورو

گلاسه ۱۳۵ گرم
۶ ساعته

لمینت برجسته
فوری

۳ روزه
۵۰/۰۰۰

۶ ساعته	یکرو
۱۶/۰۰۰	یکرو
۱۹/۰۰۰	دورو

سلفون
براق و مات

سلفون براق
دورو دورگرد

۶ ساعته
۳۹/۰۰۰

کاهش سقف تخفیف های ماهیانه

10%
تخفیف

به ازای ۳ میلیون تومان به بالا

8%
تخفیف

به ازای ۲ تا ۳ میلیون تومان

6%
تخفیف

به ازای ۱ تا ۲ میلیون تومان

با خرید از فرم های عمومی طی یک ماه (یکم تا سی ام هر ماه) از تخفیف برخوردار شوید

۱۵ روز تعطیلات نوروز ۹۷ را با ۱۵ جایزه ارزنده ما سپری کنید

هر یک میلیون تومان خرید = یک امتیاز

به مناسبت پانزدهمین سال فعالیت مجتمع چاپ نقش الماس با "پانزده" جایزه ارزنده به قید قرعه و "پانزده" جایزه بدون قرعه کشی در خدمت شما خواهیم بود



جایزه ویژه

یک دستگاه خودرو شاسی بلند هایما برای یک نفر
 حداقل امتیاز برای شرکت در قرعه کشی ۳۰ امتیاز
 به ازای هر ۳۰ امتیاز (۳۰ میلیون تومان) یک شانس خواهید داشت

یک دستگاه خودرو پژو ۲۰۷ برای یک نفر
 حداقل امتیاز برای شرکت در قرعه کشی ۲۵ امتیاز
 به ازای هر ۲۵ امتیاز (۲۵ میلیون تومان) یک شانس خواهید داشت



یک دستگاه خودرو پژو ۲۰۷ برای یک نفر
 حداقل امتیاز برای شرکت در قرعه کشی ۲۰ امتیاز
 به ازای هر ۲۰ امتیاز (۲۰ میلیون تومان) یک شانس خواهید داشت



۵ دستگاه موتور سیکلت آپاچی ۱۵۰ برای ۵ نفر
 حداقل امتیاز برای شرکت در قرعه کشی ۱۰ امتیاز
 به ازای هر ۱۰ امتیاز (۱۰ میلیون تومان) یک شانس خواهید داشت



۷ عدد گوشی موبایل آیفون ۷ برای ۷ نفر
 حداقل امتیاز برای شرکت در قرعه کشی ۱ امتیاز
 به ازای هر یک امتیاز (۱ میلیون تومان) یک شانس خواهید داشت



با خرید از کلیه محصولات مجتمع چاپ نقش الماس
 (فرم های عمومی و اختصاصی)
 از ۱۵ تیر ماه تا ۱۵ اسفند ۹۶ در این جشنواره شرکت کنید



تولید کننده انواع جعبه های فانتزی با مقوای سخت
با استفاده از ماشین آلات



تلفن: ۳۳۶۰۰۹۲۳

تهران ، خیابان فدائیان اسلام ، نبش خیابان افشار نو ، پلاک ۷۵۳

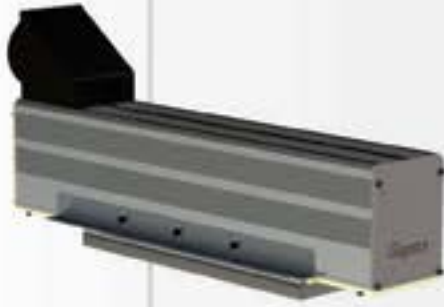
WWW.HIRADBOX.COM

همراه : ۰۹۱۲ ۱۲۵۵۷۹۳ شاهوندی

Email: info@hiradbox.com

همراه : ۰۹۱۲ ۶۵۴۴۴۶۵ اکبری

Model: Economy System

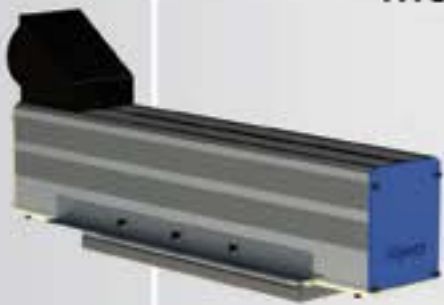


- کم حجم ، قابل نصب بر روی انواع چاپگر های لیبیل
- کنترل سیستم یووی از طریق PLC
- مجهز به دریچه (Shutter) خودکار پنوماتیک
- تعویض آسان و ایمن لامپ برای اپراتور
- مجهز به سیستم تهویه هوشمند

www.sepas.com/uvsystem

طراحی و ساخت سیستم های یووی برای چاپگر های لیبیل

Model: Cold UV System



- کاهش حرارت تابش
- مناسب برای سطوح حساس به حرارت
- کم حجم ، قابل نصب بر روی انواع چاپگر های لیبیل
- کنترل سیستم یووی از طریق PLC
- مجهز به دریچه (Shutter) خودکار پنوماتیک
- تعویض آسان و ایمن لامپ برای اپراتور
- مجهز به سیستم تهویه هوشمند

و عده ما نمایشگاه چاپ و بسته بندی
و ماشین آلات وابسته
سالن میلاد

بازرگانه شالچیان

- ✓ وارد کننده انواع دستگاه های لمینیت ، برش و صحافه
- ✓ انواع طلق لمینیت ، فنرهای صحافه و مواد مصرفی



DOGOL

DOGOL
www.dogolco.com



بازرگانی دوگل وارد کننده عمده: انواع فنردویل فلزی، قفل، گیره، میخ پرچ، میله آویز تقویم دیواری، جلد سررسیدنامه و ارگاتایزر
تلفن: ۵۵۵۸۴۲۶۱-۲ فاکس: ۵۵۵۸۴۲۶۴ موبایل: ۰۹۱۲۲۲۶۵۸۸۲ کانال تلگرام: telegram.me/DogolTradingCo ایمیل: info@dogolco.com



برای مشاهده لیست قیمت و محصولات به کانال تلگرام ما مراجعه فرمایید.

همراه با راهکارهای مالی
برای تسهیل در خرید ماشین‌آلات

Speedmaster CX 75

جدیدترین ماشین چاپ دوورقی چندمنظوره هایدلبرگ
ترکیبی نوآورانه از اقتدار نسل XL و توانمندی نسل SX

ایده‌آل برای هر دو حوزه چاپ تجاری و چاپ بسته‌بندی و لیبل

- مفهوم جدید در چاپ با راهکار اقتصادی و چندمنظوره متناسب با نیازهای اختصاصی
- قابلیت بیکربندی با چهار نا شش واحد چاپ و آپشن واحد ورنی‌زنی و انواع خشک‌کن‌های مادون قرمز، UV، LE UV، UV LED
- انعطاف بالا در تولید به واسطه چاپ گستره متنوعی از سطوح از کاغذهای سبک گرفته تا مقوای ضخیم
- یکی از کم‌عرض‌ترین ماشین‌های چاپ در این کلاس عملیاتی همراه با بهترین ارگونومی اپراتوری

Suprasetter A52/A75

سوپراستر هایدلبرگ، پرفروش‌ترین پلیت ستر حرارتی جهان
کم‌جا و قدرتمند

Prinect



- با کمترین میزان اشغال فضا در این کلاس عملیاتی از پلیت‌سترها
- متناسب با انواع پلیت‌های حرارتی متداول، processless و chemical-free
- بسیار اقتصادی با حداقل مصرف انرژی و دوستدار محیط زیست
- دارای سیستم دیود هوشمند IDS
- قابلیت تثبیت دمای درونی پلیت ستر
- قابلیت ارتقا پذیری سرعت، اتوماسیون و تجهیزات آنلاین
- قابلیت بهره‌گیری از سیستم‌های نرم‌افزاری پرینکت هایدلبرگ



یکصد و یازدهمین سالگرد

POLAR N 115



برش پرسرعت پلار

برفروش ترین ماشین برش سریع در دنیا

- سهولت در اپراتوری
- سیستم اتوماتیک تعویض تیغه OptiKnife
- مشخصه های فنی درجه یک
- با حفظ ارزش در هنگام فروش مجدد
- عملیات متنوع قابل برنامه ریزی
- زمان های کوتاه آماده سازی و حداکثر بازدهی
- قابلیت بیکربندی با تجهیزات جانبی
- مجهز به نمایشگر لمسی کنترل



ارگ سیستم شما را به بازدید از غرفه این شرکت در پانزدهمین نمایشگاه عکاسی دیجیتال، ۲۷ الی ۳۰ تیر واقع در بوستان گفتگو، سالن تهران دعوت می نماید.



<p>دستگاه ترنسفر آمریکایی رویال ساورین 1835</p> 	<p>دستگاه چاپ پارچه رفر تونیک BELT</p> 	<p>دستگاه هایبرید ر فر تونیک UV-roll to roll-Flat</p> 	<p>دستگاه اکوسالونتر ر فر تونیک 1.8 - 3.2</p> 
<p>لمینتور سرد و شاسی کش یونی استار 1700YT</p> 	<p>لمینتور طولی سرد و شاسی کش یونی استار USR-1800V</p> 	<p>لمینتور طولی گرم و سرد رویال ساورین RSM-650-1112-1651</p> 	<p>لمینتور طولی سرد رویال ساورین RSC-1401CLTW</p> 
<p>لمینتور ای پی اس یونی استار 650</p> 	<p>لمینتور گرم و سرد رویال ساورین RSM-380S/382SL/382MA</p> 	<p>لمینتور رویال ساورین A3-A4</p> 	<p>لمینتور حرفه ای رویال ساورین A3</p> 
<p>کاتر دیسکی رویال ساورین RMT-1600/2000</p> 	<p>کاتر برقی رویال ساورین RET-2502F</p> 	<p>کاتر حرفه ای A3 ای پی اس</p> 	<p>کاتر پلتر استپ و سروو ساگا 720-1350-1750</p> 
<p>دستگاه حرارتی ۸ کاره یونی استار</p> 	<p>سابلی فیشن سه بعدی یونی استار</p> 	<p>طلق های لمینیت سرد و گرم شیت و رول در سایز و طرح های مختلف یونی استار</p> 	<p>لمینیت سرد و شاسی کشی ای پی اس APS-750-1300 EC</p> 
<p>لمینتور سرد و شاسی کش یونی استار 1680</p> 	<p>دستگاه تک کاره دو لیوان یونی استار</p> 	<p>پرینتر های سه بعدی</p> 	<p>لوازم یدکی انواع دستگاه ها</p> 

Refretonic

RS Royal Sovereign

UniStar

دفتر مرکزی: تهران، خیابان سهروردی شمالی | فروشگاه مرکزی: میدان امام خمینی، خیابان باب همایون، پاساژ ایران پگاه، طبقه اول، پلاک ۷۴ و ۷۳ | تلفن فروشگاهی مرکزی: ۰۲۱-۳۳۹۹۷۴۱۵-۱۷ | تلفن دفتر مرکزی: ۸۸۵۳۱۰۱۲-۱۳

www.argsystem.com



فروش و خدمات تخصصی پس از فروش

Kodak ■ **SCREEN** ■ **GLUNZ & JENSEN** ■ **HEIDELBERG**

- تهیه و تعمیرات تخصصی تمامی قطعات دستگاه‌های پلیت‌ستر و پرسور
- آموزش تخصصی نرم‌افزارهای صفحه‌بندی و پیش از چاپ
- آماده عقد قرارداد جهت خرید قطعات و دستگاه‌های صنعتی از اروپا، کانادا و آمریکا



تهران، جاده مخصوص کرج، بعد از چهارراه ایران خودرو، جهاد شمالی، قدس ۲، پلاک ۶

تلفن: ۰۲۱-۴۴۷۸۳۷۵۵ | ۰۲۱-۴۴۷۸۱۶۸۸ | فکس: ۰۲۱-۴۴۷۹۲۸۳۵ | همراه: ۰۲۱-۵۰۰ ۲۱۶۳ (سید مرتضی عربشاهی)



www.faratec-ind.com
info@faratec-ind.com

NEW PANORAMA Hybrid

NEW FA



کمپانی Nilpeter داتمارک پیشتر صنعت ماشین آلات چاپ عرض کم این بار حضوری متفاوت و برپار در نمایشگاه Label Expo خواهد داشت. ارائه جدیدترین ماشین چاپ فلکسو سری FA سورپرایز بزرگ نمایشگاه امسال خواهد بود. این کمپانی با اتکا به تجربیات یکصد ساله خود، ماشین جدید سری FA را با بالاترین تکنولوژی و بازدهی به لبیل کاران جهان برای اولین بار معرفی خواهد کرد. با ما در نمایش این نوآوری صنعت ماشین آلات لبیل همراه شوید.

از شما برای بازدید از غرفه این شرکت در نمایشگاه لبیل اکسپو جهت ارائه توضیحات تکمیلی توسط کارشناسان فروش شرکت همتا دعوت به عمل می آید.

NILPETER: 7B, 35-39



LABELEXPO
EUROPE 2017

nilpeter

MGI
Digital Technology

این ماشین به تولیدکنندگان لبیل امکان چاپ UV موضعی و هات فویل برجسته بدون نیاز به قالب، مش و ابزار گران قیمت روی رول های باریک تا 42 cm (16.5") می دهد. این ماشین برای به وجود آوردن پوشش های موضعی برجسته دو بعدی و سه بعدی روی رول های چاپ شده با سیستم های فلکسو، لفت و دیجیتال قابل استفاده می باشد. فویل های رنگی و متالیک برای زیبا سازی هر چه بیشتر لبیل ها به روش هات فویل می تواند محصولاتی بی نظیر به شما ارائه کند. لبیل چاپ شده با اضافه شدن قابلیت های ماشین دیجیتال MGI علاوه بر چشم نوازی به لحاظ ظاهری، قابلیت لمس محصول چاپی بی نظیری را در ذهن تداعی می کند که صاحبان برند به دنبال ایجاد آن در بازارهای جهانی هستند.

از شما برای بازدید از غرفه این شرکت در نمایشگاه لبیل اکسپو جهت ارائه توضیحات تکمیلی توسط کارشناسان فروش شرکت همتا دعوت به عمل می آید.

MGI: 8C, 51-52

NEW

JETVARNISH 3B W⁴⁰



hamta[®]
INTERNATIONAL GROUP

حضور قدرتمند

همراه برترین ماشین‌آلات چاپ لیبل

در نمایشگاه لیبل اکسپو، بلژیک



nilpeter

NILPETER: 7B, 35-39

MGI
Digital Technology

MGI: 8C, 51-52



KODAK: 4D, 65

اسپیرال کو SPIRAL.CO



فروش دستگاہ اتوماتیک صحافی ماریج موجود
پانچ اتوماتیک

فروش ویژه فنر دویل رول و شیت وزیری
۱۷ لوپ، ۱۸ لوپ، ۲۶ لوپ و ۲۷ لوپ



نازلترین قیمت

نقدی - چکی

فروش فنر ماریج سفید، مشکی و نقره‌ای



۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰ ۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰ ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳

مجموعه سارمادی چاپ

با اطمینان خاطر
کارهای چاپی خود را به ما بسپارید.

مجموعه چاپ سرمدی برگزیده ۴ دوره متوالی جشنواره صنعت چاپ
آماده همکاری با کلیه ناشران محترم می باشد.

آتلیه طراحی

واحد طراحی گرافیک مجموعه چاپ سرمدی با بهره گیری از خلاقیت طراحان جوان و شناخت سلیقه روز جهانی، مشاور مشتریان محترم در ایده پردازی خلافتانه بوده و به عنوان یک مجری ماهر در به تصویر کشیدن تصورات ذهنی شما ایفای نقش می نماید.

لیتوگرافی دیجیتال

این بخش مجهز به دستگاه جدید پلیت ستر creo و دستگاه خروجی ایمج ستر بوده و با انجام دقیق و سریع فرم بندی، تهیه پلیت مورد استفاده برای بخش چاپ را عهده دار می باشد.

چاپ افست

تجهیزات این بخش عبارت است از:
- دو دستگاه دو ورقی چهار رنگ SM 74
- یک دستگاه دو ورقی دو رنگ رولند
- دستگاه برش دیجیتال پلار EM 92
بخش چاپ افست با ظرفیت تولید ۴۰۰/۰۰۰ نسخه در شبانه روز در حال حاضر مشغول ارائه خدمات به مشتریان گرامی می باشد.

چاپ دیجیتال

واحد چاپ دیجیتال این مجموعه به عنوان مکمل کارآمد بخش افست، در تولیدات چاپی تیراژ پایین، متوسط و چاپ عریض ایفای نقش می نماید. سرعت و کیفیت بالای تجهیزات مدرن این بخش جدید منحصراً بفرده می باشد.

صحافی

واحد صحافی این مجموعه با بهره گیری از ماشین آلات جدید و نیروی کار متخصص به صورت منظم، کلیه نیازهای مشتریان محترم به مراحل پس از چاپ را پاسخگو می باشد.

ماشین آلات واحد صحافی:
دو دستگاه خط کامل چسب گرم ۱۲ خانه
ترتیب با ۹ و ۵ گیره چسب با سه طرف بر
خط کامل مجله دوزی (مفتول لوپ و ساده) ۶ خانه ترتیب با سه طرف بر
سایت کامل جلد سازی سخت
خط کامل پانچ و فنر
سه دستگاه ورق تا کنی آپارات افستی سه ورقی اشتال

www.sarmadiprint.com

نشانی: خیابان انقلاب، پل چوبی، مقابل ایستگاه BRT، شماره ۲۰۳ و ۲۰۵

۷۷۵۰۳۸۶۵ - ۷۷۵۰۲۷۹۸ - ۷۷۵۳۸۳۰۹

Tandis BARTAR

طراحی گرافیک ، لیتوگرافی
چاپ ، صحافی ، جعبه سازی
مجتمع چاپ تندیس برتر

پاکت نامه

تحويل ۷ روز کاری

پیکرو	تعداد	مغلی	A4
پاکت تحریر ۸۰ گرم	۱۰۰۰ عدد	۹۰/۰۰۰	۲۰۰/۰۰۰
پاکت تحریر ۸۰ گرم	۲۰۰۰ عدد	۱۲۰/۰۰۰	۳۰۰/۰۰۰
پاکت تحریر ۸۰ گرم	۵۰۰۰ عدد	۲۵۰/۰۰۰	—
پاکت گلاسه ۱۳۵ گرم	۱۰۰۰ عدد	۱۲۰/۰۰۰	۲۵۰/۰۰۰
پاکت گلاسه ۱۳۵ گرم	۲۰۰۰ عدد	۲۰۰/۰۰۰	۴۰۰/۰۰۰

پیکرو	تعداد	مغلی	A4
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۶۵/۰۰۰	297 - 210
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۹۰/۰۰۰	297 - 210
۵۰۰۰ عددی	۵۰۰۰	۱۴۰/۰۰۰	297 - 210
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۱۵۰/۰۰۰	297 - 210
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۱۸۰/۰۰۰	297 - 210

پیکرو	تعداد	مغلی	A5
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۲۲/۵۰۰	210 - 147.5
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۴۵/۰۰۰	210 - 147.5
۵۰۰۰ عددی	۵۰۰۰	۷۰/۰۰۰	210 - 147.5
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۷۵/۰۰۰	210 - 147.5
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۹۰/۰۰۰	210 - 147.5

پیکرو	تعداد	مغلی	A6
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۲۲/۵۰۰	145 - 90 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۲۵/۰۰۰	145 - 90 mm
۵۰۰۰ عددی	۵۰۰۰	۳۷/۵۰۰	145 - 90 mm
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۴۵/۰۰۰	145 - 90 mm

پیکرو	تعداد	مغلی	A4
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۷۰/۰۰۰	290 - 200 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۹۰/۰۰۰	290 - 200 mm
۵۰۰۰ عددی	۵۰۰۰	۱۲۰/۰۰۰	290 - 200 mm
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۲۰۰/۰۰۰	290 - 200 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۲۳۰/۰۰۰	290 - 200 mm

پیکرو	تعداد	مغلی	A5
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۲۵/۰۰۰	200 - 145 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۵۰/۰۰۰	200 - 145 mm
۵۰۰۰ عددی	۵۰۰۰	۶۰/۰۰۰	200 - 145 mm
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۱۰۰/۰۰۰	200 - 145 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۱۱۵/۰۰۰	200 - 145 mm

پیکرو	تعداد	مغلی	A6
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۱۷/۵۰۰	145 - 90 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۲۵/۰۰۰	145 - 90 mm
۵۰۰۰ عددی	۵۰۰۰	۳۰/۰۰۰	145 - 90 mm
۱۰۰۰ عددی	۱۰۰۰	۵۰/۰۰۰	145 - 90 mm
۲۰۰۰ عددی	۲۰۰۰	۵۷/۵۰۰	145 - 90 mm

با خرید نقدی
از فرم های عمومی

۱ میلیون تومان
۵٪

۲ میلیون تومان
۱۰٪

۴ میلیون تومان
۱۵٪

تخفیف بگیرید

دریافت سفارش آنلاین
www.tandisprint.ir

ویزیت های ساده

پیکرو	قیمت	تحويل	نام محصول
پیکرو	۱۰/۰۰۰	۱ روزه	سلفون براق
دورو	۱۲/۵۰۰	۱ روزه	سلفون مات
پیکرو	۱۴/۰۰۰	۵ روزه	کتان اندونزی
دورو	۱۵/۵۰۰	۵ روزه	کتان آلمان
پیکرو	۲۰/۰۰۰	۵ روزه	سوسماری
دورو	۲۲/۰۰۰	۵ روزه	کتان دورگرد
پیکرو	۱۵/۰۰۰	۲ روزه	لیبل
دورو	۱۷/۰۰۰	۲ روزه	لیبل سلفون براق

ویزیت های فانتزی

پیکرو	قیمت	تحويل	نام محصول
پیکرو	۴۰,۰۰۰	۵ روزه	لعبت براق
دورو	۶۰,۰۰۰	۵ روزه	لعبت مات
پیکرو	۴۵,۰۰۰	۱۲ روزه	لعبت براق طرح موج
دورو	۶۵,۰۰۰	۱۲ روزه	لعبت مات طرح موج
پیکرو	۴۰,۰۰۰	۷ روزه	لعبت برجسته
دورو	۵۰,۰۰۰	۳ روزه	لعبت برجسته مغلی
پیکرو	۷۵,۰۰۰	۱۵ روزه	لعبت برجسته فلکوب
دورو	۷۲,۰۰۰	۱۵ روزه	لعبت برجسته مربع
پیکرو	۳۳,۰۰۰	۷ روزه	فلک کارت لعبت براق
دورو	۸۰,۰۰۰	۱۵ روزه	فلک کارت لعبت مات
پیکرو	۱۰۰,۰۰۰	۱۵ روزه	سلفون مات ۲ رو مغلی
دورو	۳۶,۰۰۰	۱۲ روزه	سلفون مات ۲ رو فلکوب
پیکرو	۵۵,۰۰۰	۱۲ روزه	سلفون مات مغلی
دورو	۶۷,۰۰۰	۱۵ روزه	سلفون مات مغلی فلکوب
پیکرو	۸۵,۰۰۰	۱۵ روزه	سلفون مات مغلی دورگرد
دورو	۵۷,۰۰۰	۱۲ روزه	سلفون مات دورگرد
پیکرو	۲۶,۰۰۰	۵ روزه	سلفون براق دورگرد
دورو	۲۶,۰۰۰	۵ روزه	سلفون مات دورگرد
پیکرو	۱۸۵,۰۰۰	۲۰ روزه	آهنربا
پیکرو	۳۰,۰۰۰	۱۰ روزه	لعبت براق ویزیت
دورو	۵۰,۰۰۰	۱۰ روزه	لعبت مات ویزیت

۰۴۰۶۶۶۶۳۳ (۱۰ خط ویژه)

سفارشات کار امیدان بهارستان ابتدای خیابان ملت برج بهارستان
طبقه همکف واحد ۱۱۵ تلفن: ۳۳ ۹۶ ۶۷ ۶۵
تحويل کار امیدان بهارستان ابتدای خیابان ملت برج بهارستان
طبقه همکف واحد ۱۱۳ تلفن: ۳۳ ۹۶ ۶۷ ۶۴-۶۵
چاپخانه خیابان جمهوری کوچه مراغه ای پلاک ۶۴
www.Tandisprint.ir | save@tandisprinting.com



ماشین آلات

- HEIDELBERG- دستگاه ۲ ورقی ۴ رنگ
- دستگاه برش پلار ۹۲
- دستگاه سلفون کش حرارتی
- دستگاه UV سیلندری
- HEIDELBERG- دستگاه لتر پرس
- دستگاه تا کنی

تعرفه چاپ دو ورقی

- ۱۱۰/۰۰۰ چاپ تا تیراژ ۱۰۰۰
- ۱۲۰/۰۰۰ چاپ تا تیراژ ۲۰۰۰
- ۱۳۰/۰۰۰ چاپ تا تیراژ ۳۰۰۰
- ۱۴۰/۰۰۰ چاپ تا تیراژ ۴۰۰۰
- ۱۵۰/۰۰۰ چاپ تا تیراژ ۵۰۰۰

چاپخانه: خیابان آذربایجان، تقاطع کارون،

روبروی بیمارستان شهریار، پلاک ۱۰۳۹

تلفن: ۶۶۳۶۷۷۷۷ تلفکس: ۶۶۳۵۳۹۳۱

همراه: ۰۹۱۲۶۰۶۴۰۰۶ دشتبانی

۰۹۱۲۵۵۰۷۵۵۳

۰۹۳۹۴۰۸۶۳۳۸



www.kimiajavid.com

بزرگترین تولید کننده چسب های گرماذوب

SGP گروه صنایع گیتی پسند
Giti Pasand Industrial Group

- صنایع چاپ و نشر (صحافی کتاب، مجله، گلاسه، تحریر و ...)
- صنایع بسته بندی (بسته بندی انواع کارتن، جعبه، لیبل های بسته بندی و ...)
- صنایع چوب (چسب ویژه نوارهای کاغذی لبه زنی، نوارهای PVC و ...)
- صنایع بهداشتی و سلولزی (چسب زنده، چسب نشانه گذاری و ...)

تولید و پخش انواع تقویم های رومیزی
بیش از ۲۰ مدل در طرح و سایزهای مختلف

شاملو
چاپ، نشر و تبلیغات
Printing, publishing and advertising Shamloo

1396 CALENDAR

تقریباً ۱۳۹۶ سال شمسی
۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ و ۴۰ سالگی روز
دوگانه ۴۰ اسفند ۱۳۹۶ شمسی
ملکری (آزمادری) ۱۳۹۶ شمسی
۴۰ اسفند ۱۳۹۶ شمسی



www.shamlooco.com

تولید انواع تقویم حصیری
چینی با بهترین کیفیت



چاپ، نشر و تبلیغات Shamloo Printing, publishing and advertising

www.shamlooco.com



تقویم حصیری

شعبه ۲: تهران، خیابان ۱۵ خرداد،
بازار آهنگران، کوچه مسجد
جامع، پاساژ کاغذ و تحریر،
پلاک ۱۴ و ۱۳

۵۵ ۵۸ ۴۲ ۷۵

تلفن:

۵۵ ۸۰ ۰۵ ۴۱

۵۵ ۶۲ ۵۱ ۵۶

۵۵ ۶۱ ۰۲ ۷۵

تلفکس:



چاپ، نشر و تبلیغات Shamloo Printing, publishing and advertising

www.shamlooco.com

بیش از ۲۴ مدل ست مدیریتی متفاوت، زیبا و کارآمد و انواع سررسیدهای چرم ترمو خارجی و هدایای تبلیغاتی

شعبه مرکزی: میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام، روبروی پاساژ

شقایق، بعد از کوچه خاورمیانه، پلاک ۱۸

تلفن: ۳۳۹۸۱۰۵۰-۳۳۹۸۱۰۴۰-۳۳۹۸۱۰۳۰

فکس: ۳۳۹۸۶۱۰۸

Advertising

Publishing

Printing





چاپ، نشر و تبلیغات Shamloo Printing, publishing and advertising

www.shamlooco.com

Printing
Publishing
Advertising



تولید و پخش انواع : ست و نیم ست های مدیریتی، سالنامه، ارگانایزر، تقویم های رومیزی، دیواری، حصیری، و هدایای تبلیغاتی آماده عقد قرارداد با شرکت های خصوصی و دولتی و تولید سالنامه اختصاصی

تلفن : ۳۳۹۸۱۰۳۰-۳۳۹۸۱۰۴۰-۳۳۹۸۱۰۵۰

فکس : ۳۳ ۹۸ ۶۱۰۸

صحافتانها

صحافی تنها جهت گسترش نمایندگی های خود
در شهر های فاقد نماینده، نمایندگی معتبر و فعال میپذیرد

تولید انواع سررسید دفتر تلفن ، تقویم

- ساخت جلد سخت و جلد چرم
- تولید لوح تقدیر پانچ و فنر
- صحافی انواع کتاب و دفتر
- صحافی انواع کتابهای نفیس



www.tanha-co.ir

تلفن: ۳۳۹۰۷۲۵۲

info@tanha-co.ir

تلفکس: ۳۳۹۳۰۲۴۴



نمایشگاه اختصاصی
محصولات شرکت توتالیا

Totalia Co. Open House

October 9 to 10 | **Farmanieh Club** | Tehran

2017

ایده از شما ، راه حل از ما

هفدهم و هجدهم مهرماه ۹۶

مکان: باشگاه فرمانیه | ساعت ۱۰ الی ۱۷

تهران، خیابان فرمانیه، نرسیده به پاسداران، پلاک ۱۰

IRANMO CONCEPTS

www.totaliaco.com

 totalia  totalia  totaliaco  totaliaco

بالاترین کیفیت چاپ، پایین ترین هزینه تولید



PRESS C1070



Pro C1060L



PRESS C1100/C1085



PRESS C71hc

ارائه مواد مصرفی اورجینال و خدمات پس از فروش با استاندارد های بین المللی شرکت کونیکا مینولتا توسط شرکت پدید پردازش، نماینده رسمی تجهیزات چاپ دیجیتال حرفه ای کونیکا مینولتا در ایران





OffsetGraphic اُفستگرافیک

مجتمع چاپ افست گرافیک

پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ

سایت طراحی

- طراحی و ایده پردازی، طراحی لوگو، جعبه
- جلدکتاب، بروشور، کاتالوگ، پوستر و ...
- مشاور و مجری امور تبلیغات

خدمات لیتوگرافی:

- پلیت مستقیم تا سایز ۴/۵ ورقی
- خروجی فیلم تا سایز ۷۰×۱۰۰
- دریافت فایل از طریق ایمیل:
- Offset_Graphic89@yahoo.com

خدمات چاپ افست:

- چاپ متالایز و ترانسپرنت تا سایز ۵۰×۷۰
- دو ورقی ۴ رنگ . GTO ۴ رنگ
- دو ورقی ۲ رنگ . GTO ۲ رنگ
- لترپرس، دستگاه دایکات پوست ۴/۵ ورقی
- طلاکوب تا سایز ۲ ورقی، برجسته
- ملخی

چاپ متالایز و ترانسپرنت

خدمات پس از چاپ:

- **سلفون متالایز** نقره ای و طلایی
- **سلفون حرارتی** مات، براق، مخملی، طرح دار تا سایز ۷۰×۱۰۰
- **UV موضعی** (معمولی، افکت، برجسته، اکلیلی) تا سایز ۷۰×۵۰
- **صحافی چسب گرم**، مفتول لوب، معمولی و صحافی فنر دوبر
- **جعبه چسبانی**

چاپ دیجیتال

خدمات چاپ دیجیتال رنگی:

- چاپ پوستر، بروشور، کاتالوگ، تراکت، لیبل، ست اداری
- کارت ویزیت و کارت دعوت (با اطلاعات متغیر و تیراژ دلخواه)
- **خدمات چاپ دیجیتال سیاه و سفید:**
- چاپ و تولید کتاب، گزارش عملکرد، فصلنامه و ... در تیراژ درخواستی
- درسایز رقی، وزیری و رحلی
- **خدمات سلفون و صحافی:**
- سلفون و لمینیت مات و براق، صحافی چسب گرم، منگنه و فنردوبل
- دریافت فایل از طریق ایمیل:
- Digital_OffsetGraphic@yahoo.com

نشانی چاپخانه:

تهران، خیابان حافظ، خیابان نوفل لوشاتو
کوچه کیخسرو شاهرخ، پلاک ۵۸ و ۶۰
۶۶۷۳۷۶۸۲ - ۶۶۷۳۸۴۱۶ - ۶۶۷۳۸۰۳۳
۸۸۵۲۶۸۲ - ۸۸۵۲۶۳۴ - ۸۸۵۲۶۳۱
۸۸۵۲۶۷۹ - ۸۸۵۲۸۶۴

هماهنگی جهت چاپ مقوای گرم بالا
تلفن: ۶۶۲۸۳۸۰۳ - ۶۶۲۸۳۸۰۵

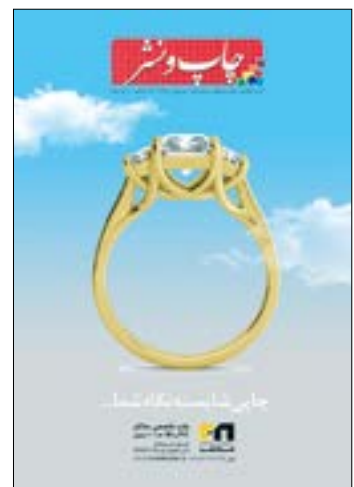
نشانی لیتوگرافی:

خیابان انقلاب، بین خیابان حافظ و استاد نجات الهی
خیابان شهید بوموسی، ساختمان شماره ۵،
طبقه چهارم، واحد ۳۴
۸۸۹۲۹۰۶۱ - ۸۸۸۰۵۹۳۷ - ۸۸۸۹۰۱۷۲

- صاحب امتیاز و مدیرمسئول: احمد سمیعی
- سردبیر: بهروز قزلباش
- مدیر داخلی و بازرگانی: حمید جارچی
- مدیر هنری: علی اکبر صالحی
- مسئول روابط عمومی: صبا دالمن
- دبیر تحریریه: میلاد حاتمی
- تحریریه: هانیه صرافزادگان، محمد بختیاری، محمود سمیعی
- آرش حبیبی، محمد علی حقی، مهدیه زهدی، مهربان روشن، حاتم دیلمی
- قربانعلی تنگ شیر، بهروز هادی، امیر بختیاری، سارا کریمی، شادی گلچین فر
- سایت: مهدیه زهدی
- ترجمه: محمود سمیعی
- حروفچینی: محمد بختیاری
- سازمان آگهی ها و بازرگانی: حمید جارچی، صبا دالمن
- امور مشترکان: فهیمه جاوید
- امور مالی: محمود بخشنده فر، فرزانه میری

- نشانی دفتر نشریه: تهران، میدان رسالت، ابتدای خیابان شهید مدنی، نیش کوچه علی بخشی، پلاک ۱۸، زنگ تکی سمت چپ، طبقه سوم صندوق پستی ۳۶۸۹-۱۶۷۶۵
- سامانه پیام کوتاه: +۹۰۶۶۲۴۰۲۱۷۷۲۴
- نشانی اینترنتی: www.chaponashr.com
- پست الکترونیک: chaaponashr@yahoo.com
- تلگرام: @chap_o_nashr
- تلفن بازرگانی: +۹۰۶۶۲۴۰۲۱۷۷۲۴ فاکس: ۷۷۴۵۶۷۳۱
- تلفن تحریریه: ۴-۷۷۱۳۱۲۷۲ فاکس: ۷۷۲۴۳۶۶۸

- لیتوگرافی: ایده
- چاپ: مجتمع چاپ و بسته بندی نامی نقش
- نشانی چاپخانه: خیابان جمهوری، کوچه محمودی، کوچه سالار فاتح
- صحافی: مجتمع چاپ و صحافی کاری نو



طرح روی جلد

مجتمع چاپ و بسته بندی فرانگر
تلفن: ۷۷۳۳۹۳۳۹

فهرست مطالب

- ۵۰ سرمقاله: توسعه زیر چتر دولت، بدون ریکاردو
- ۵۲ گزارش: صنعت به دیدار چاپ آمد
- ۵۶ گزارش: پویون ایران در قلب هنر و صنعت اروپا
- گفت و گو: چگونگی حضور کشورها و شرکت های بزرگ جهان در
- ۵۸ نمایشگاه IPAP
- گزارش: نشست کارگروه لیبل اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ
- ۶۰ ایران
- ۶۴ یادداشت: روزی برای صنعت چاپ
- ۶۶ گزارش: تنها گرامیداشت برای صنعت چاپ کافی نیست!
- ۷۰ یادداشت: صنعت چاپ، صنعتی گرگشاه
- ۷۲ گزارش: خانه دوست اینجاست
- گفت و گو: مثلث کاغذ، تولید، بازرگانی و مصرف
- ۸۰ ۸۶
- چهره های ماندگار صنعت چاپ و نشر: سید ابراهیم میران
- گزارش: استقبال چاپخانه داران از آموزش های مدیریتی ایران روتاتیو
- ۹۰ ۹۲
- گزارش: اولین پویون تخصصی صنعت کارتن سازی ایران
- گزارش آگهی: صنعت و هنر به هم گره خورد
- ۹۴ ۱۰۲
- گزارش آگهی: نقشی که الماس می زند
- گزارش آگهی: مدیرانی برای تمام فصول
- ۱۰۶ ۱۱۶
- مقاله: افزایش فروش با طرح مطلوب بسته بندی
- گزارش آگهی: طراحان فقط یک نام نیست
- ۱۲۰ ۱۲۴
- مقاله: از سیر تا پیاز بسته بندی (بخش پنجم)
- مقاله: معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی
- ۱۲۸ ۱۳۲
- گفت و گو: تبلیغات در کشور، از چاله به چاه
- مقاله: تحلیل سوات یا ماتریس SWOT
- ۱۳۶ ۱۴۰
- مقاله: مذاکره موفق، سود حداکثری برای طرفین
- مقاله: طرح بازاریابی در فعالیتهای خدماتی
- ۱۴۲ ۱۴۴
- مقاله: آشنایی با مالیات بر ارزش افزوده
- مقاله: سیاست دولت در اجرای مالیات بر ارزش افزوده (بخش اول)
- ۱۵۰ ۱۵۴
- معرفی محصولات فرهنگی
- گزارش: وزیر سیزدهم دولت دوازدهم
- ۱۵۵ ۱۵۶
- گزارش: باغ کتاب و هویت فرهنگی تهران
- تقویم نمایشگاه های جهان
- ۱۵۸ ۱۶۱
- مقاله: نقش ارتباطات در توسعه پایدار
- معرفی شخصیت های مدیریت: ایلان ماسک
- ۱۶۲ ۱۶۷
- گفت و گو: تغییر تاریخ نمایشگاه بیست و چهارم
- مقاله: ساخت کاغذ و فرآیند چاپ
- ۱۶۸ ۱۶۹
- پرسش و پاسخ های حقوقی
- ستون آزاد
- ۱۶۹ ۱۷۲
- مقاله: بسته بندی و هزینه (بخش ششم)
- مقاله: ۱۸۱ روش مؤثر برای کاهش هزینه ها
- ۱۷۴

فهرست آگهی ها

۱۷۶.....	جعبه چسبانی میعاد	۶۷.....	چاپ سهند	چاپ فرانکر.....	روی جلد
۱۷۶.....	مجتمع چاپ و صحافی دلتا	۶۹.....	مجتمع چاپ کریمی	مجتمع نقشینه.....	صفحه ۲ جلد
۱۷۷.....	شرکت مازندسیستم	۷۱.....	چاپ آر شام	مجتمع چاپ نامی نقش.....	۳
۱۷۸.....	آشنا بر چسب	۷۳.....	چاپ و صحافی مومن	شرکت رنگارنگ.....	۴
۱۷۸.....	جرثقیل احمد	۷۵.....	شرکت رهاگستران	سیمای شهر.....	۵
۱۷۸.....	صحافی حسن پور	۷۷.....	شرکت ساتا (سمند اندیشه تابان)	چاپ طراحان.....	۷ و ۶
۱۷۹.....	شرکت یووی سان	۷۹.....	شرکت اکوپارس	چاپ طراحان آزادی.....	۸
۱۸۰.....	شرکت رنگین پلاست	۸۱.....	شرکت تسهیل ماشین صنعت	شرکت اسپیرال کو.....	۹
۱۸۰.....	پارس پلیکان	۸۳.....	شرکت فرارنگ	مجتمع چاپ هدف نوین.....	۱۰
۱۸۰.....	چاپ آریایی	۸۴.....	صنایع چاپ مادرول	شرکت سوپرواید پرشیا.....	۱۱
۱۸۱.....	شرکت هنر پارسی	۸۵.....	مجتمع چاپ هودیس پارس	مجتمع چاپ پر.....	۱۲ و ۱۳
۱۸۲.....	چاپ وبسته بندی هوشمند	۸۷.....	شرکت لیتوگرافی بهروز	نمایشگاه بین المللی چاپ وبسته بندی.....	۱۴
۱۸۳.....	شرکت صحافی سیمی ساز	۸۹.....	شرکت کالا بر چسب	مجتمع چاپ وبسته بندی پیام همدان.....	۱۵
۱۸۷.....	مهتاب خواه	۹۲.....	شرکت نقش آور	شرکت رزین های صنعتی ایران.....	۱۶
۱۹۰.....	شرکت واژه پرداز اندیشه	۱۰۱ و ۱۰۰.....	موسسه کاج	مجتمع چاپ و صحافی دلتا.....	۱۷
۱۹۱.....	موسسه قالب سازی فجر	۱۱۵ تا ۱۱۲.....	گلدن واید	پوشش سلفون.....	۱۸
۱۹۲.....	چاپ و صحافی محمد	۱۱۷.....	فروشگاه سلفون بهاری	چاپ پرسه.....	۱۹
۱۹۲.....	شرکت اکو تابان پارس	۱۱۹.....	فروشگاه تهران	مجتمع چاپ نقش الماس.....	۲۰ و ۲۳
۱۹۳.....	صحافی حرم	۱۲۳.....	چاپ طراحان	شرکت الوان سازان آسیا.....	۲۱
۱۹۴.....	شرکت ایران پک پلاست	۱۲۵.....	شرکت ایر انداز (تبدیغاتی ایده)	جعبه سازی هیراد.....	۲۴
۱۹۸ و ۱۹۵.....	بازرگانی ماتریس کارا	۱۲۷.....	نمایشگاه بین المللی چاپ و ...	لیتوگرافی ایده.....	۲۵
۱۹۸.....	بازرگانی هفت نقش	۱۳۱.....	بازرگانی کیهان	بازرگانی شالچیان.....	۲۶
۲۰۰.....	بازرگانی TMC	۱۳۳.....	بازرگانی اسکویی	بازرگانی دوگل.....	۲۷
۲۰۱.....	شرکت اریکه تجارت پایتخت	۱۳۵.....	مجتمع چاپ نقش رنگ خجستان	شرکت ایران روتاتیو.....	۲۸، ۲۹
۲۰۲.....	چاپ هادی	۱۳۷.....	نمایشگاه بین المللی چاپ وبسته بندی	بازرگانی ارگسیستم.....	۳۰
.....	چاپ سورنا	۱۳۹.....	صنایع بسته بندی والا	بازرگانی فراتک.....	۳۱
.....	شرکت واژه پرداز اندیشه	۱۴۱.....	نمایشگاه بین المللی چاپ مشهد	شرکت همتا.....	۳۲ و ۳۳
.....	۱۴۳.....	بازرگانی شالچیان	شرکت اسپیرال کو.....	۳۴
.....	۱۴۳.....	شرکت بنیان ماتریکس	مجتمع چاپ سرمدی.....	۳۵
.....	۱۴۵.....	شرکت آریا تجارت زرنگار	مجتمع چاپ تندیس برتر.....	۳۶
.....	۱۴۷.....	کاغذ و مقوای رستمی	عرفان چاپگر فرد.....	۳۷
.....	۱۴۹.....	بازرگانی ۱۱۰	شرکت کیمیا جاوید.....	۳۸
.....	۱۵۱.....	مزایده فروش	لیتوگرافی کیانی.....	۳۹ تا ۴۲
.....	۱۵۱.....	قالب سازی اطلس	صحافی تنها.....	۴۳
.....	۱۵۱.....	خدمات پس از چاپ مرکزی	بازرگانی توتالیا.....	۴۴ و ۴۵
.....	۱۵۳.....	کاغذ و مقوای دلال زاده	شرکت پدید پردازش پایدار.....	۴۶
.....	۱۵۳.....	موسسه قالب سازی کیهان	چاپ افسست گرافیک.....	۴۷
.....	۱۵۷.....	شرکت اتود	صحافی وبسته بندی آرتیم.....	۵۱
.....	۱۵۹.....	لیتوگرافی اصغر پور	بازرگانی گیلدا.....	۵۳
.....	۱۶۱.....	صنایع بسته بندی کارتن بامداد	گروه تولیدی آراین.....	۵۵
.....	۱۶۳.....	شرکت هوورز	ایران ریسو.....	۵۷
.....	۱۶۵.....	گروه صنعتی مهندس جهانیان	گروه بازرگانی سپکا.....	۵۹
.....	۱۷۱ و ۱۷۰.....	شرکت میر تک	شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم.....	۶۱
.....	۱۷۵.....	صنایع بسته بندی ریماپک	شرکت پیشگامان تصویر برتر.....	۶۳
.....	۱۷۶.....	چاپ مهر	شرکت چاپ نقش پردازان آسیا.....	۶۵

سازمان آگهی های چاپ و نشر ۷۷۲۴۰۶۹۰

توسعه زیر چتر دولت بدون ریکاردو



■ بهروز فزلباش

نظریه پردازان مکتب کلاسیک (اسمیت و ریکاردو) نخستین تحلیل‌های روشمند را برای تبیین روابط اقتصادی بین پدیده‌ها، ارائه کردند. مهم‌ترین پدیده‌هایی که در موضوع توسعه از دیدگاه مکتب کلاسیک به آنها توجه شده است عبارتند از: افزایش جمعیت، افزایش محدوده و دامنه بازار، تقسیم کار و تخصص، انباشت سرمایه، پیشرفت فنی، افزایش بهره‌وری و تجارت آزاد. این مولفه‌ها از عوامل اساسی رشد و توسعه در دیدگاه دانشمندان کلاسیک به حساب می‌آیند.

افزایش جمعیت، به دنبال خود تقاضاهای مبتنی بر نیازهای مختلف انسانی را در جامعه افزایش می‌دهد. تقاضای کار و مصرف محصولات بیشتر، نیاز به تولید بیشتر را ارتقا می‌دهد. تولید بیشتر دامنه و محدوده بازار را گسترش می‌دهد آنگاه کار و تخصص در بخش مولد جامعه تقسیم می‌شود. از سوی دیگر تولید و فروش بیشتر، انباشت سرمایه ایجاد می‌کند. سرمایه‌های بزرگ دامنه سرمایه‌گذاری در حوزه دانش، تکنولوژی و منابع انسانی را گسترش می‌دهند و اثر مستقیم آن ارتقای سطح دانش و تخصص و تکنولوژی بازار است. همه این عوامل در یک طیف زمانی با ملاحظه تقدم و تأخر علی-معلولی و در تعامل با یکدیگر پیشرفت فنی-تکنولوژیک را تسریع می‌کنند. سرعت گرفتن فرآیند چرخه کار بهره‌وری را افزایش می‌دهد. افزایش بهره‌وری افزایش انواع سود آبی-آبی و سودهای پدید-پنهان را در پی دارد. این نگاه کسانی مثل ریکاردو و آدام اسمیت به موضوع روابط بین پدیده‌های اقتصادی است که مفهوم مقدم توسعه را هم افاده می‌کند.

در نگاه مارکسیستی «روش تولید»، اساس مناسبات بین انسان‌ها و پدیده‌های اقتصادی را تبیین و تعیین می‌کند و در این نگاه پیشرفت و توسعه‌مندی محصول تغییر روش تولید است؛ در سوی دیگر شکل ناب نظام اقتصادی لیبرالیستی، این گونه تعریف می‌شود: «مالکیت و کنترل خصوصی وسایل تولید اقتصادی»، «انجام فعالیت‌های اقتصادی برای تحصیل سود»، «بازاری که این فعالیت‌ها را تنظیم کند»، «صاحب منافع، توسط صاحبان سرمایه (مشروط بر پرداخت مالیات به دولت)»، «عرضه کار از سوی کارگران به عنوان عناصر آزاد اجتماعی».

نظام اقتصادی لیبرالیستی که از آن با عنوان نظام سرمایه‌داری نیز یاد می‌شود، اشکال گوناگونی به خود گرفت که همه آنها تعریف بالا را تأیید می‌کنند. توسعه سرمایه‌داری یک بحث کلان اقتصادی-تکنولوژیکی است خاصه در برابر توسعه کسب و کار (کوچک یا بزرگ) در نظام سرمایه‌داری. از نظر تاریخی تسلط سرمایه‌داری بر زندگی با «شد صنعتی (رنسانس)» به صورت امروزی آغاز شد، اما برخی از جنبه‌های آن در بخش تجاری اقتصاد پیش سرمایه‌داری قرون وسطی وجود داشت در دوران کلاسیک، فعالیت‌های اقتصادی توسط تعداد زیادی از بنگاه‌های کوچک سرمایه‌داری که در تملک افراد یا خانواده‌ها بود و مستقیماً توسط آنها اداره می‌شد انجام می‌گرفت (بعدها - ۱۹۴۸ - تایوان از این الگو یعنی کارخانه‌های خانوادگی و فامیلی بهره گرفت). قواعد فعالیت‌های اقتصادی توسط بازارهایی تنظیم می‌شد. روابط متقابل عرضه و تقاضا در عواملی مانند کالاها، خدمات، بازار کار، دستمزدها و... تعیین کننده بود.

در نظام اقتصاد لیبرالیستی، اصل آزادی عمل (عدم دخالت دولت در عوامل و پدیده‌های اقتصادی) موجب اقتدار بازار در تعیین فعالیت‌های اقتصادی بود. دولت به جای دخالت در امور اقتصادی نقشی حمایتی داشت و شرایط لازم برای شکوفایی اقتصاد را فراهم می‌آورد. این چیزی است که دولت‌های پس از انقلاب ۵۷ در ایران مدعی آن هستند.

شکل آغازین یا همان دوران کلاسیک اقتصاد، در نظام‌های سرمایه‌داری صنعتی چنین بود، چند پارچگی این نظام اقتصادی، موجبات بی‌نظمی و بی‌ثباتی را فراهم می‌کرد. در این وضعیت اقتصاد در میان رونق و رکورد در رفت و آمد بود.

سرمایه‌داری در حال تکوین در اوایل قرن بیستم، که از اواخر قرن نوزدهم آغاز شده بود با تعریف زیر سازگاری یافت و همان مسیر را دنبال کرد. حفظ اصل آزادی عمل، باعث شد دولت در کسب و کار دخالت مستقیم نداشته باشد و نقش خود را در مولفه‌هایی مانند: «جهت‌دهی به اعتبارات و سرمایه‌گذاری‌ها»، «کمک مالی مستقیم به کارفرمایان بخش خصوصی»، «تنظیم بازارهای کار و محصولات به وسیله ابزارهای سیاسی»، «تأسیس بنگاه‌های دولتی»، «برقراری تعرفه‌های حمایتی»، «واگذاری مناقصه‌های دولتی»،

«اعطای حقوق انحصاری برای تولید برخی کالاها» و «انحصار بازار فروش در برخی بازارها» نقش ایفا کرد. تحکیم «نظم سیاسی»، قوام «نظام اجتماعی» و «تثبیت درآمد دولت» کنترل اقتصاد را ضروری کرده بود. تا به زعم دولت‌ها بدینوسیله قدرت ملی افزایش یابد، پس توسعه نیازمند حضور دولت در اقتصاد بود. حق مالکیت خصوصی و مدیریت تولید اقتصادی و ابزار آن در ایران رسمیت دارد. آنچه به فرایند انجام فعالیت‌های اقتصادی برای تحصیل سود در بازار آسیب می‌رساند، دخالت دولت در امر تولید و مالکیت است. به قدری دولت در اقتصاد دخالت دارد که بزرگ‌ترین مالک، بزرگ‌ترین تولیدکننده و صاحب بیشترین ابزار تولید و اقتصاد در کشور است، به همین معنا بزرگ‌ترین کارفرما و بزرگ‌ترین فعال اقتصادی در تمام زمینه‌های مالی، پولی، بانکی و صنعتی است. این برخلاف مشی حمایتی و تشویقی دولت است. دولت باید خود را کنار بکشد و از طریق مالیات و دیگر درآمدهای قانونی به اداره کشور بپردازد. نقش دولت در تنظیم بازار نباید به نحوی باشد که به تصاحب منافع توسط خود بیانجامد. از سوی دیگر پرداخت مالیات به دولت توسط صاحبان سرمایه و کار و دیگر عوارض قانونی از سوی بخش خصوصی به دولت باید کفاف اداره کشور را بدهد. به همین منظور اقتصاد ملی باید رشد کند و بزرگ‌تر شود. قانون کار باید مطابق مقررات و موازنه‌های سازمان بین‌المللی کار تغییر کند تا عرضه کار از سوی کارگران به عنوان عناصر آزاد اجتماعی و تقاضای کار از سوی کارفرمایان ظرفیت اقتصاد ملی را تأمین کند.

دولت باید به وظیفه جهت‌دهی به اعتبارات و سرمایه‌گذاری‌ها و کمک مالی مستقیم به کارفرمایان بخش خصوصی بپردازد تا امکان تنظیم بازارهای کار و محصولات به وسیله ابزارهای سیاسی برای او فراهم شود. دولت باید به شدت از تأسیس بنگاه‌های دولتی اقتصادی بپرهیزد و کارها و مشاغل را به بخش خصوصی واگذار کند. دولت در ایران باید بیاموزد برقراری تعرفه‌های حمایتی و واگذاری مناقصه‌های دولتی می‌تواند ضمن قدرتمندسازی اقتصاد بخش خصوصی انحصار تولید برخی کالاها و ارائه خدمات دولتی را بشکند و به سود ملت از اقتصاد کنار برود و انحصار بازار فروش در برخی بازارها نیز باید بشکند و دولت باید خودش را جمع کند.

صنعت چاپ یکی از آن صنایعی است که گسترش تولید و ارائه خدمات دولتی به آن آسیب زده است. تمام نیازهای بخش‌های مختلف دولت باید توسط بخش خصوصی تأمین شود. دولت نباید راساً اقدام به تأسیس، تجهیز و راه‌اندازی چاپخانه‌هایی کند که جنبه عمومی دارند و غیرامنیتی هستند.

سیاست‌های استراتژیک و بسیار مهم بر اساس بند یک اصل ۱۱۰ قانون اساسی توسط رهبر انقلاب به سران سه قوه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام، ابلاغ شد. اصل ۴۴ قانون اساسی که سیاست‌های کلی آن در ابلاغیه مقام معظم رهبری، مشخص شده است نظام اقتصادی ایران را به سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی متکی می‌سازد و حدود هر بخش را مشخص می‌کند.

اهداف این سیاست در یک نگاه مختصر عبارت است از: «شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی، گسترش مالکیت در سطح عموم مردم به منظور تأمین عدالت اجتماعی، ارتقاء کارایی بنگاه‌های اقتصادی، بهره‌وری منابع مادی و انسانی و فناوری، افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ملی، افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی، افزایش سطح عمومی اشتغال، تشویق اقشار مردم به پس انداز و سرمایه‌گذاری و بهبود درآمد خانوارها».

این مسیری است که اگر دولت به آن تن دهد و به جای خصوصی‌سازی، خصولتی‌سازی نکند، توسعه در اقتصاد کلان و به تبع آن در صنایع کوچک ممکن خواهد شد.

صحافی و بسته بندی

آر تیم

ARTEAM PACKING



طراحی و تولید انواع

ساک دستی مقوایی

با بیش از ۲۰ نوع قالب عمومی

تخفیف ویژه همکاری برای شرکت های تبلیغاتی و چاپخانه ها

تحویل ۵ روزه



طراحی و تولید جعبه های فانتزی و ساک دستی با قالب اختصاصی و عمومی



طراحی و تولید انواع دفاتر مدارس، فانتزی و یادداشت عمومی و اختصاصی



جلدسازی و صحافی انواع دفاتر مدارس، فانتزی، کلاسوری و یادداشت



آدرس: کیلومتر ۲۰ بزرگراه فتح، شهر قدس، ۴۵ متری انقلاب، بلوار مصلی، بعد از چهارراه نبوی، پلاک ۳۶، زنگ ۷

www.arteamgroup.com telegram.me/arteamco

تلفن: ۰۲۱-۲۶۷۶۴۴۳۵ همراه: ۰۹۱۲۶۴۵۳۶۷۵



صنعت به دیدار چاپ آمد

گزارش دیدار مدیرکل صنایع شیمیایی و سلولزی از شرکت چاپ و نشر بانک ملی

■ میلاد حانمی

در تاریخ ۲۲ مردادماه، پروین نباتی مدیرکل صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت با هدف آشنایی بیشتر با فرزند جدیدی که قرار است تکفل آن به عهده وزارتخانه صنعت سپرده شود، به دیدار شرکت چاپ و نشر بانک ملی، واقع در کیلومتر ۱۸ جاده مخصوص تهران-کرج رفت. هر چند انتظار می رود، چاپخانه های بخش خصوصی در گام های نخست مورد توجه وزارتخانه باشد اما به هر صورت این دیدار نشان داد که وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت، قصد ورود جدی به مسائل صنعت چاپ را دارد.

این چاپخانه از دیگر قسمت های جذاب این بازدید بود. سخنان دکتر منصوری از کوله بار تجربه و مزیت های مدیریتی ایشان خبر داد و مهمان نوازی چاپخانه بانک ملی دلنشین و بی کم و کاست بود. در ادامه سخنان غلامرضا شجاع بانی این بازدید و همچنین صحبت های مهندس پروین نباتی که مادر این صنعت خوانده شد، به نظر شما خواهد رسید، که با گزارش تصویری از این بازدید همراه است.

غلامرضا شجاع ضمن تشکر از دکتر منصور، مدیر محترم چاپخانه بانک ملی که پذیرای این بازدید شدند، گفت: طبق اصطلاحی قدیمی ما به مدیران خود در وزارتخانه می گفتیم که شما پدر چاپ هستید و باید برای آن تلاش کنید، حالا خوشحالیم که این دفعه مقدر شده صنعت چاپ مادری دلسوز را تجربه کند.

شجاع که بانی اصلی و هماهنگ کننده این بازدید بود در ادامه اظهار کرد: یکی از دلایلی که بنده این چاپخانه را برای بازدید پیشنهاد دادم، علاوه بر تجهیزات به روز و وسعت و ترتیب در کار، مدیریت با ثبات این مجموعه فوق حرفه ای بود. شما می توانید در این مجموعه جمعیتی کمیاب و نادر از افراد متخصص را در کنار هم نظاره کنید و مصداقی را برای قدرت این صنعت به دست بیاورید.

گفتنی است، در این بازدید معاون مدیرکل صنایع شیمیایی و سلولزی، مهندس علی اسفندیاری نیز حضور داشت و همچنین از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز دکتر طالبزاده مشاور وزیر و دکتر عارف نیا مشاور وزیر و مدیرکل وزارتی حاضر بود. گفتنی است که بانی اصلی و هماهنگ کننده این دیدار غلامرضا شجاع، مدیرعامل شرکت تعاونی سازندگان کلیشه، لیتوگراف، مهر و پلاک و چاپ اسکرین و علی مغانی رییس اتحادیه چاپخانه داران مشهد هم به عنوان فعالان و دست اندرکاران عرصه چاپ در بازدید از این چاپخانه ۸۰ ساله اما جوان، بازدیدکنندگان را همراهی می کردند.

در این بازدید ضمن جلسه های، فعالیت های چاپخانه امنیتی بانک ملی و قابلیت ها و توانایی های امنیتی و تولیدی آن شرح داده شد و پس از آن از سایر قسمت های این چاپخانه وسیع و فوق مدرن بازدید به عمل آمد. از دیدن تکنولوژی ساخت انواع کارت های هوشمند بانکی، هویتی، اسنادی، اوراق بهادار و خط تولید وسیع و آراسته به نظم این مجموعه به وجد آمدیم و از وجود چنین چاپخانه ای در کشور که تولیداتش مطابق با دانش روز دنیا است احساسی از مباهات به ما دست داد. دیدار از مجموعه کارهای نفیس انجام شده توسط



بازرگانی
گیلدا
آفتاب خلیج فارس

Printing & Packaging Supplies
ملزومات چاپ و بسته بندی



GARWARE

MADE IN INDIA

- عرضه کننده مرغوبترین سلفون حرارتی و واترپیس
- سلفون متالایز طلائی و نقره‌ای با پوشش مخصوص جهت چاپ افست
- سلفون براق
- سلفون مات
- سلفون مخملی

تهران - خیابان کارگر شمالی - خیابان هفدهم - پلاک ۱۳۶ - طبقه همکف

تلفکس: ۸۸۰۲۶۱۰۰ - ۸۸۶۳۶۸۸۵



مدیرعامل شرکت تعاونی سازندگان کلیشه، لیتوگراف، مهر و پلاک و چاپ اسکرین به نیروی زبده به کار گرفته شده در چاپخانه ملی اشاره کرد و گفت: معمولاً در چاپخانه‌های دولتی با انباشت نیروی کار اضافه روبرو می‌شویم اما اینجا با مدیریت و چاپک‌سازی که انجام شده بیش از ۸۰۰ نیروی لازم به کمتر از ۳۰۰ نیروی حرفه‌ای تقلیل پیدا کرده که این تنها به خاطر به‌روز بودن دستگاه‌های این مجموعه نیست و بیشتر به مدیریت دکتر منصوری و شرایط سخت ایشان برای استخدام نیروهای تحصیل کرده و مرتبط با کار مربوط می‌شود.

شجاع افزود: آخرین تکنولوژی‌های ماشین‌های پیش و پس از چاپ، چاپ و صحافی در این مجتمع وجود دارد و ده‌ها نسخه از کارهای فوق نفیس و خاص در این چاپخانه به طبع رسیده است. شجاع این خصایص را به خاطر وجود نیروی متخصص دانست و اضافه کرد: ما به عنوان نمایندگان بخش خصوصی هیچ گاه این چاپخانه را رقیب خود ندانسته‌ایم چرا که هرگز سطح خود را به کارهای بازاری تقلیل نداده است. من هر بار به این چاپخانه آمده‌ام با یک تکنولوژی جدید برخورد کرده‌ام و هر بار با افزایش لایه‌های امنیتی اوراق مختلف روبرو شده‌ام؛ این جای شگفتی دارد و امیدوارم که روزی این پویایی و این سطح از حرفه‌ای‌گری را در بخش خصوصی این صنعت هم مشاهده کنیم. وی در پایان سخنانش از تمامی شرکت‌کنندگان در این جلسه و بازدید تشکر کرد.

پس از آن مهندس پروین نباتی، مدیرکل صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت سخنان خود را شروع کرد و گفت: همان‌طور که مستحضر هستید چندی پیش تفاهم‌نامه‌ای بین وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی تنظیم شد که به موجب آن مقرر شد بخشی از امور سخت‌افزاری صنعت چاپ به وزارت صنعت محول شود؛ با توجه به تفاوت در مأموریت‌های هر وزارتخانه و رویکرد جداگانه‌ای که برای هر یک از آنها تعریف شده انتظار می‌رود که از این پس فضای کسب و کار صنعت چاپ با حمایت‌هایی که به انجام خواهد رسید به سمت بهبودی پیش برود.

نباتی مژده داد که به زودی توسعه بیشتر این صنعت را خواهیم دید و در ادامه تصریح کرد: چاپ یکی از صنایع مهم کشور است چرا که با بسیاری از صنایع دیگر همپوشانی دارد و به عنوان بخشی میان‌فرآیندی مورد استفاده قرار گرفته و تأثیرگذار است، علی‌الخصوص در بخش بسته‌بندی که در صادرات کشور هم نقش عمده‌ای دارد.

وی یادآور شد: با هماهنگی‌هایی که انجام شد در خرداد ماه و در همین آغاز کار، مجوزی که برای واردات ماشین‌های چاپ لازم بود، حذف کردیم و از این به بعد هم روندی را اتخاذ کرده‌ایم که طی آن تا جایی که اختیاراتمان اجازه می‌دهد، نقش تسریع‌کننده را ایفا کنیم. وی در پایان آرزو کرد که بتواند مادر خوبی برای این صنعت باشد.

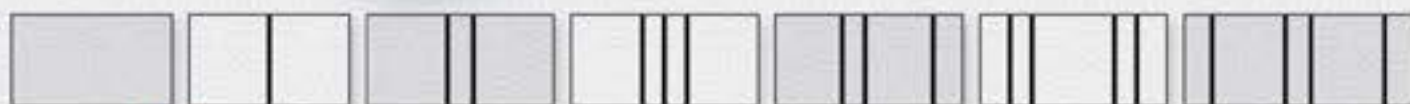
گروه تولیدی آراین

پیشرو در تولید انواع جلدهای گالینگور، سلفونی و چرمی
تولید انواع زونکن و لوح تقدیر، جلد گوشه گرد سلفونی، گالینگوری

● ماشین جلدسازی و جعبه سازی ● ماشین اتوماتیک برش طاقه ● طلاکوب اتوماتیک



تولید روزانه
۱۵۰۰۰
جلد پایه رومیزی



● از ۱ تکه مقوا تا ۶ تکه



تهران، خیابان شهید رجایی، شهرسنگ، خیابان سوم، شماره ۱۹

تلفن: ۳۳۳۱۶۷۸۴ - ۳۳۴۷۶۱۵۳

www.btiran.ir

ایران ریسو



مرکز تخصصی واردات و خدمات پرینترهای صنعتی و پر قدرت ریسو

✓ تحویل ۲۰ روزه
✓ ۵ سال خدمات پس از فروش

✓ فروش بدون واسطه
✓ یکصد هزار برگ گارانتی



iranriso.ir



:riso_comcolor



telegram.me/iran_riso09337044770

جهت بازدید و ثبت سفارش با شماره ۶۶۹۱۷۸۵۶

تماس حاصل فرمایید

خدمات ۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰

در گفت‌وگو با نیلوفر پنکار، مدیرعامل شرکت فوژان راهبران نامی بررسی شد

چگونگی حضور کشورها و شرکتهای بزرگ جهان در نمایشگاه IPAP

■ میلاد حاتمی

قرار است اولین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی موسوم به IPAP مهرماه سال جاری در نمایشگاه شهر آفتاب کارش را شروع کند. تبلیغات گسترده‌ای پیرامون برگزاری این نمایشگاه انجام شد و خبر از حضور گسترده و قدرتمند شرکت‌ها و کشورهای نام‌آور جهان در این حوزه، داده شد. توماس دوزه قائم مقام نمایشگاه اروپا و اینترپک، در نشست خبری از این نمایشگاه (نمایشگاه شهر آفتاب) به عنوان پایتخت صنعت چاپ و بسته‌بندی در خاورمیانه و خاور دور یاد کرد. این در حالی است که در منطقه ما و در بین کشورهای همسایه و نزدیک، کشورهایی با زیرساخت توریستی و توانایی و رشد بالاتری در صنعت چاپ وجود داشت. این انتخاب و حواشی ما را بر آن داشت تا از این نمایشگاه خبر بگیریم. در شماره‌های پیشین از این نمایشگاه گفتیم و گزارش‌های متعددی را به خدمت شما مخاطبان عرضه کردیم؛ در این شماره به سراغ خانم نیلوفر پنکار، مدیرعامل شرکت فوژان راهبران، نماینده شرکت‌های آلمانی برای حضور در این نمایشگاه، رفتیم و از ایشان چند و چون این اتفاق بزرگ را جویا شدیم. در ادامه گفت‌وگوی چاپ و نشر با سرکار علیّه پنکار از نظر شما خواهد گذشت.



■ لطفاً خود و شرکت‌تان را به اختصار معرفی کنید.

من نیلوفر پنکار هستم و به اتفاق و در کنار خواهرم پانته‌آ پنکار مدیرعامل شرکت فوژان راهبران نامی نمایندگی رسمی انحصاری چند شرکت نمایشگاهی آلمانی از جمله مراکز نمایشگاهی برلین، دوسلدورف، مونیخ و نمایشگاه‌های اسباب‌بازی و اسباب‌بازی نورنبرگ در ایران را عهده‌دار هستیم.

■ کمی از سوابق‌تان در همکاری‌های بین‌المللی با آلمان بگویید.

همه چیز از اول ژانویه ۱۹۹۷ میلادی یعنی کمی بیش از ۲۰ سال پیش، از اتاق بازرگانی و صنایع ایران و آلمان آغاز شد (که به حق بزرگ‌ترین و مهم‌ترین اتاق بازرگانی خارجی در ایران بود). بنده در چند دپارتمان حضور داشتم و کار کردم. فعالیت من بیشتر در بخش نمایشگاه‌ها بود و دست آخر هم به عنوان مدیر بخش نمایشگاه‌ها فعالیت کردم. مأموریت و همه تلاش ما از شروع کار مستقل (که حدود ۶ سال است) این بوده و هست که تولیدکنندگان، تجار، صنعتگران و صاحبان مشاغل کشورمان را با نمایشگاه‌های تخصصی که در آلمان برگزار می‌شود، آشنا کنیم. آنان را تشویق و ترغیب و یا بهتر بگویم کمک کنیم تا بتوانند برای آشنایی با تازه‌های صنایع مورد نظرشان از نمایشگاه‌های آلمان، که به جرأت می‌توان آنها را در زمره بهترین نمایشگاه‌های جهان بر شمرده، بازدید کنند. خلاصه اینکه روزگاری سعی کردیم تا هموطنان عزیزمان را با ماشین‌آلات، اجناس و کالای ساخت کشور آلمان (Made in Germany) آشنا کنیم.

■ چگونه شد که روند اعزام ایرانیان به هماهنگی برای ورود آلمانیان تغییر پیدا کرد؟

استحضار دارید که شرکت‌های نمایشگاهی آلمانی (مجریان نمایشگاهی) فقط در داخل کشور آلمان نمایشگاه برگزار نمی‌کنند. برای مثال مسه دوسلدورف در ۸ کشور شرکت تابعه دارد و همچنین ۷۳ دفتر نمایندگی در ۱۳۶ کشور دنیا دارد که سیاست‌های او را دنبال می‌کنند. دوسلدورفی‌ها از هر فرصتی برای حضور در بازارهای جدید به ویژه بازار جذاب و جالبی مثل ایران استقبال و استفاده می‌کنند. آن‌ها پیش از این در کشورهای زیادی چون، آمریکا، تایلند، چین، ژاپن، هندوستان، روسیه و... نمایشگاه برگزار کرده‌اند. آن‌ها پیش از این هم در چند پروژه ایرانی دیگر هم فعال بوده‌اند، نمایشگاه ایران پلاست و نمایشگاه ایران وایر از آن جمله هستند.

از دیگر سو، این حضورها به لطف برجام و کم رنگ شدن تحریم‌های اقتصادی علیه ایران پر رنگ‌تر هم شده است و این روزها مسئولیت‌های ما را کمی سنگین‌تر کرده است. تا دیروز ما راه را برای ایرانیان هموار می‌کردیم تا به آلمان مسافرت کنند و امروز این روند برعکس شده است! حالا به همکاران آلمانی‌مان (به طور مشخص از مسه دوسلدورف) به حکم وظیفه کمک می‌کنیم تا ورود شرکت‌های بین‌المللی به نمایشگاه‌های ایرانی را تسهیل یابد.

■ نقش شما در برگزاری این نمایشگاه چیست؟

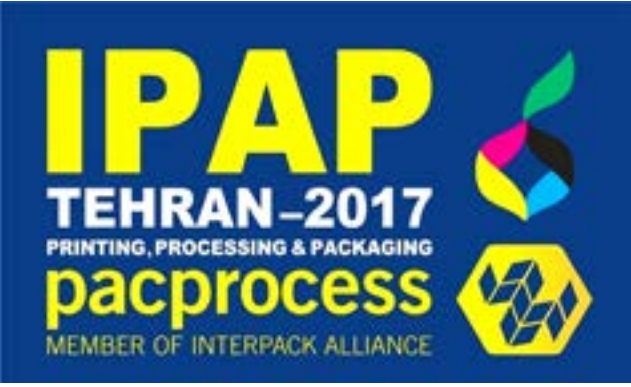
ما قاعدتاً نقش اجرایی نداریم، چون شرکت مجری نمایشگاهی نیستیم. همانگونه که عرض کردم رسالت و هدف ما چیز دیگری است. ما در واقع بازوی نمایشگاه دوسلدورف در ایران هستیم؛ ما مجری خط مشی مسه دوسلدورف هستیم و به عبارتی جزئی از بدنه آن محسوب می‌شویم.

■ همکاری شما با شرکت برساز رویداد پارس، برگزارکننده نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شهر آفتاب، چگونه شکل گرفت؟

قطعا از توضیحاتی که درباره نوع و دامنه فعالیت‌هایمان خدمتتان عرض کردم، دریافته‌اید که ما با سازمان‌ها و شرکت‌های خیلی زیادی در ارتباط هستیم. نمایشگاه شهر آفتاب نیز به عنوان محل جدید نمایشگاه‌های تهران از سال‌ها قبل (بدون اغراق از روزی که اصطلاحاً اولین کلنگ آن خورد!) در مرکز توجه ما بود، پس طبیعی بوده و هست که همه اخبار مربوط به آن را دنبال کنیم.

■ آیا شما در جذب اسپانسر، غرفه‌دار و یا بازدیدکننده خارجی نقشی ایفا می‌کنید یا صرفاً پیشنهادات طرفین را مطرح کرده و هماهنگ می‌کنید؟

جذب غرفه‌گذاران خارجی را همکاران بین‌المللی من در ۷۲ دفتر نمایندگی دیگری که مسه دوسلدورف در ۱۳۵ کشور جهان دارد، انجام می‌دهند. جذب اسپانسر، بازدیدکننده و سایر امور اجرایی داخلی را هم به شرکت برساز واگذار کرده‌ایم.



■ طی هماهنگی‌هایی که انجام شده چه کمپانی‌هایی قرار است در این نمایشگاه شرکت کنند؟ این برندها در چه سطحی و با چه میزان آمادگی و تجهیزاتی شرکت خواهند کرد؟

قرار و انتظار ما این است که کلیه شرکت‌ها و واحدهایی صنایع چاپ و بسته‌بندی و صنایع وابسته با سطح کیفی خوب و استاندارد بالا در این نمایشگاه شرکت کنند، که امیدوارم محقق شود. مجری نمایشگاه نیز در نشست خبری مورخ دوم تیر سال جاری خود را متعهد به اعلام این اطلاعات آماری کرده است، که انشاءالله به زودی از طریق پایگاه اینترنتی مربوط اطلاع‌رسانی خواهد شد.

■ استقبال شرکت‌های خارجی که طرف مذاکره شما بودند، از این رخداد چگونه بود؟

طبق آخرین اطلاعاتی که از همکاران آلمانی خودم دارم، خوشبختانه به خوبی استقبال کرده‌اند. می‌دانید که مشارکت‌کنندگان به طور مستقیم با شرکت ما در مذاکره نیستند.

■ شما به عنوان هماهنگ‌کننده حضور شرکت‌های آلمانی در این نمایشگاه از جزئیات آن مطلع هستید، نقش نمایشگاه دوسلدورف در این رویداد چیست؟

نمایشگاه دوسلدورف نقش جذب و هماهنگی حضور شرکت‌های بین‌المللی در این نمایشگاه را عهده‌دار است.

گروه بازرگانی سپکا

تهیه و توزیع ملزومات چاپ، نماینده انحصاری مرکبهای
دایهان کره، کویوتو

بزرگترین مرکز عرضه و توزیع مرکب حلب



GOLD 871-876

SILVER 877

METAL INK

اولین مرکز تخصصی رنگهای متالیک (طلایی و نقره ای)

رنگهای پنتون

مرکب حلب

بزرگترین مرکز پخش الکل ایزوپروپیل اورجینال در سراسر کشور

نماینده رسمی فروش لاستیک های سیلندر فونیکس و کونتی ایر آلمان

آدرس: دروازه دولت، سعدی شمالی، خیابان نادری، کوچه

خانقاه مطهریه، ساختمان سپکا، پلاک ۵

تلفن: ۴-۷۷۶۲۳۵۸۰ - ۷۷۶۱۸۴۸۶

۸۸۳۱۴۹۷۳-۸۸۸۲۰۴۶۱

وبسایت: www.sepka.org



■ فرار کار به ترکیه

در ابتدای نشست بابک عابدین رئیس صادرکنندگان صنعت چاپ ایران پس از خوشامدگویی و ابراز خوشنودی از گردهم آمدن فعالان صنعت و حوزه خبری این صنعت می‌گوید: امیدوارم با پرداختن به مسائل این صنعت تأثیر مثبت بگذاریم و روند و رویه توسعه و بهبود صنعت چاپ بسته‌بندی را در کشور داشته باشیم.

وی می‌افزاید: اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران در ده سال گذشته با تحقیق، پژوهش و مراجعه به مراکز نمایشگاهی بین‌المللی سعی داشته تا نگرشی متفاوت به بازار صنعت چاپ و بسته‌بندی کشور داشته باشد، زیرا سیستم سرمایه‌گذاری و روند سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ ایران نیازمند تغییر بوده است.

عابدین اشاره کرد: با توجه به پژوهش‌های ذکر شده بهترین بخش برای فعالیت، بسته‌بندی‌های کوچک (لیبل) شناخته شد که در این بخش هم با توجه به آمار وزارت ارشاد سالانه در حدود ۵۰۰ میلیون دلار واردات به ایران داشتیم، که بیشتر هم از سمت کشور ترکیه بود، به این شکل که چاپخانه‌های ترکیه نماینده‌های خود را مستقیم برای گرفتن کار به چاپخانه‌های ایران می‌فرستادند و سفارش کار می‌گرفتند تا در ترکیه انجام دهند. با گسترش بازار لیبل اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ برای اولین بار اقدام به راه‌اندازی کارگروهی متشکل از دست‌اندرکاران و متخصصان این بخش کرد.

وی توضیح داد: برای ارتقا سطح دانش روند تجاری صنعت چاپ بسته‌بندی و لیبل بهترین گزینه را گروه تاروسوس دیدیم. بعد از اولین حضورمان در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی دبی که گروه تاروسوس برگزارکننده آن بود به نمایشگاه لیبل اکسیو دعوت شدیم در آنجا درخواست کردیم که اطلاعاتشان را در ایران در اختیار چاپخانه‌داران ما بگذارند تا شاید جرقه‌ای در تغییر روند در ایران انجام شود. آن‌ها نیز پذیرفتند و سمینار پرمحتوایی هم برگزار شد و برای رفتن به نمایشگاه لیبل اکسیو بعدی انگیزه جدیدی ایجاد کرد. مد نظر ما است که در بزرگ‌ترین و بهترین محفل نمایشگاهی لیبل اکسیو اروپا حضور پیدا کنیم که تمام تکنولوژی‌های جدید و ابزار تولید در آنجا برای اولین بار به نمایش گذاشته می‌شود.

■ لیبل اکسیو کاملاً تخصصی

عابدین به تفاوت نمایشگاه لیبل اکسیو و اروپا اشاره می‌کند و در ادامه می‌گوید: نمایشگاه لیبل اکسیو کاملاً تخصصی است و رویدادی است که می‌توان به واسطه آن برخلاف اروپا که عمومی است و کمتر می‌توان با غرفه داران ارتباط گرفت، به سهولت اطلاعات کسب کرد و با غرفه داران ارتباط گرفت.

وی در ادامه عنوان کرد: هم اکنون ترس چاپخانه‌داران از سرمایه‌گذاری جدید یا ورود به زمینه چاپ بسته‌بندی و لیبل از بین رفته است. البته هدف ما هم از تعامل با گروه تاروسوس این بود که چاپخانه‌داران تنها به خرید ماشین‌آلات بسنده نکنند و برای خروج از رکود کاری راه حلی پیدا کنند.

وی می‌افزاید: امسال هم اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران در نمایشگاه لیبل اکسیو برای معرفی اتحادیه

نشست کارگروه لیبل اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران با حضور نماینده شرکت تاروسوس

بابک عابدین: به بهبود صنعت چاپ بسته‌بندی امیدواریم

راجر استفان پلو: همگام با جهان با هم رشد کنیم

■ هانیه صراف‌زادگان

سه شنبه سوم مرداد ماه نشست ویژه کارگروه لیبل با حضور بابک عابدین (رئیس اتحادیه صادرکنندگان) و اعضای کارگروه لیبل، به همراه راجر استفان پلو (رئیس نمایشگاه‌های لیبل اکسیو جهان و کارشناس باسابقه و بین‌المللی این بخش) و رسانه‌های صنعت چاپ در محل اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران برگزار شد.

در ادامه این نشست درباره برگزاری سمینار تخصصی لیبل در آذرماه گفت‌وگو شد. این سمینار با همکاری اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران و شرکت تاروسوس برگزار خواهد شد. علاوه بر آن درباره نحوه عملکرد یک چاپخانه‌دار که خود می‌تواند یک بازاریاب باشد و اهمیت چاپ بسته‌بندی نیز صحبت شد. در ادامه گزارش این نشست از نظر تان می‌گذرد.

و فعالیت‌هایش حضور خواهد داشت به احتمال زیاد دو یا سه شرکت ایرانی هم در این نمایشگاه شرکت خواهند کرد. در حال حاضر اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران یک برند بین‌المللی است و کشورهای بسیاری و انجمن‌های چاپی دنیا، ایران را با این اسم می‌شناسند و ارتباط برقرار می‌کنند.

■ بهبود کیفیت، مدیریت در تولید

عابدین در نشست کارگروه لیبل اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران از **سمینار تخصصی دو روزه لیبل در آذرماه با همکاری شرکت تاروسوس و اتحادیه صادرکنندگان برای بررسی و رفع چالش‌های بازار لیبل در ایران خبر داد** و گفت: برای برگزاری این همایش دو روزه در حال هماهنگی با نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران هستیم و در این سمینار با توجه به نیاز بازار ایران، مباحث را بومی‌سازی خواهیم کرد و اولویت‌های ایران را که ممکن است کاهش هزینه تولید، روش بهبود کیفیت، مدیریت در تولید و یا سوددهی بیشتر باشد را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

■ همگام با جهان

در ادامه این نشست راجر استفان پلو رئیس نمایشگاه‌های لیبل اکسیو جهان، درباره شرکت تاروسوس توضیحاتی داد و در ادامه به اهمیت بسته‌بندی اشاره کرد. ترجمه این بخش را بابک عابدین قبول زحمت کردند که در ادامه می‌خوانید.

راجر استفان پلو می‌گوید: شرکت تاروسوس ۱۲۰ نمایشگاه در صنایع مختلف هر سال در دنیا برگزار می‌کند و ۳۳ سال پیش در بخش لیبل و بسته‌بندی در لندن آغاز به کار کرده است. باور من و شرکت در مورد کشورهای در حال رشد و توسعه مانند ایران این است که سمت و سوی روندهای جهانی را باید به آنها معرفی کنیم تا با انتقال اطلاعات به رشد بازار چاپ و بسته‌بندی برسند و در نهایت با هم رشد کنیم.



COLORGRAF

INCHIOSTRI DA STAMPA VERNICI & MATERIALI PER ARTI GRAFICHE

مرکب چهار رنگ یووی • مرکب طلایی • مرکب نقره‌ای
مرکب‌های چهار رنگ افست ساخت ایتالیا



شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم
نماینده انحصاری مرکب کالرگراف ایتالیا
تلفن: ۷۷۵۴۱۶۴۲ ۰۹۱۲۱۱۰۴۷۲۸
تلفن فروش: ۷۷۵۶۲۶۹۷

www.tejarateram.com

■ چاپ بسته‌بندی در حال رشد

وی اشاره می‌کند: اگر با نگرش و دید دیگری به چاپ دنیا بنگریم متوجه می‌شویم که تحول عظیم و تغییرات شگرف حتی در بازارها و موقعیت‌های جدیدی در زمینه چاپ در دنیا رخ داده است. بازار چاپ به صورت سنتی در زمینه تولید پاکت نامه، انتشارات، نشریات، مجلات و... هنوز هم وجود دارد ولی هم اکنون چاپ در حال تغییر است و بازارهای جدیدی در حال ایجاد هستند. چاپ تجاری در اکثر نقاط دنیا با رکود مواجه شده ولی برعکس چاپ بسته‌بندی در حال رشد و پیشرفت است، چه بخواهیم چه نخواهیم این اتفاق در ایران هم روی می‌دهد.

استفان پلو می‌افزاید: اکنون روش زندگی جوانان تغییر کرده است مثلاً دو دختر من کمتر کتاب چاپی دست می‌گیرند و بیشتر آنلاین مطالعه می‌کنند و در دنیای مجازی زندگی می‌کنند، این اتفاق خوشایند چاپخانه‌داران نیست ولی اینترنت به چاپ بسته‌بندی کمک می‌کند، به این شکل که وقتی به بازار جهانی نگاه کنید مشاهده می‌کنید که مراجعه برای خرید کالا از فروشگاه کم شده است و بیشتر به صورت اینترنتی سفارش می‌دهند و کالای سفارشی باید در بسته‌بندی به دست مشتری برسد پس افزایش نیاز بسته‌بندی ایجاد شده است.

■ بسته‌بندی و رقابت برندها

وی با اشاره به اهمیت بسته‌بندی در هر برند عنوان می‌کند: بسته‌بندی معرفی یک برند است و برای هر برندی فروش بهتر در کنار برند دیگر اهمیت دارد و بین برندها رقابت ایجاد می‌کند. و برای تأمین این بسته‌بندی‌ها نیاز به چاپخانه‌ها است و باید چاپخانه‌داران از موقعیت‌های پیش آمده استفاده کنند، زیرا بسته‌بندی بدون چاپ هیچ هویتی ندارد، زمانی یک برند اهمیت پیدا می‌کند که چاپ بسته‌بندی داشته باشد. ولی چاپخانه‌هایی که طرز تفکرشان را تغییر داده و از قالب سنتی خارج شده‌اند. وی با بیان مثالی تصریح کرد: در سمیناری که در کشور چین در جمعی از چاپخانه‌داران برگزار شد پرسیدم که آیا شما خودتان را تولیدکننده می‌دانید؟ و ۹۰ درصد عنوان کردند که تولیدکننده هستند و من گفتم که این طرز تفکر اشتباه است و به عنوان یک چاپخانه‌دار در بازار امروز نباید خودتان را تولیدکننده حساب کنید و باید خود را شاخه‌ای از سیستم معرفی و تبلیغات بازاریابی یا بازاریاب برندها برشمارید و در سیستم مارکتینگ برسد به ارتقا کیفیت برند کمک کند.

استفان پلو درباره امکانات سیستم چاپ دیجیتال می‌گوید: سیستم دیجیتال به یک چاپخانه‌دار این امکان را می‌دهد که اطلاعات متغیر در زمان‌های مخصوص در طول سال مثلاً روز مادر، ماه رمضان، کریسمس، جام جهانی و تیراژ پایین را چاپ کند



در حال حاضر چاپخانه‌داران از دو سمت در فشار هستند یکی به علت هزینه‌های سرسام‌آور تولید و مواد اولیه است و از طرف دیگر صاحب برند و مصرف‌کننده نهایی به دنبال کم کردن هزینه‌های خود هستند. در کشورهای اروپایی فروشندگان از نظر تکنیک و تکنولوژی تعلیم دیده‌اند که چگونه محصول خود را به فروش برسانند.

به عنوان مثال مشتری لیبل برای شیشه ماء‌الشعیر با قیمت پایین سفارش داده که کیفیت لازم را ندارد. یک چاپچی خوب و به روز گروهی دارد تا به بحث و مطالعه بگذارند این مساله را که چگونه لیبل تولید کنند که بعد از ۲۴ ساعت ماندن در آب از روی شیشه باز نشود. بعد زمان تحویل کار به مشتری لیبل سفارشی را درون آب می‌گذارد تا ببیند چه میزان پایداری دارد و سپس لیبل پیشنهادی چاپخانه را که تفاوت قیمت کمی دارد را در آب می‌گذارد و بعد از ۲۴ ساعت می‌بیند که هیچ اتفاقی رخ نداد. باز هم انتخاب را به مشتری واگذار می‌کند که کدام لیبل را انتخاب کند.

معمولاً هر شرکتی برای سفارش دادن کار به چاپخانه‌ها با مدیر یا تصمیم‌گیرنده نهایی صحبت می‌کنند. تکنیک دیگری که چاپخانه‌داران می‌توانند در زمان سفارش از آن استفاده کنند این است که بگویند آیا تیم بازاریابی شما هم این محصول را تأیید می‌کند؟ بعد در ذهن آن این اتفاق می‌افتد که نکنند محصول به فروش نرسد. در این زمان می‌توانید نقطه نظر خود را به او انتقال دهید که چرا ممکن است موفق نباشد.

در نهایت نتیجه کنفرانسی که امروز بحث شد به خاطر این است که می‌خواهیم داشته‌هایمان را به شما انتقال دهیم و در این زمینه ارتباطاتی که ایجاد می‌شود، صحبت‌ها و سوالاتی که رد و بدل می‌شود مقداری از مشکلات صنعت را رفع می‌کند در این زمینه رشد ایجاد و انگیزه لازم فراهم می‌شود.

ولی در سیستم چاپ سنتی این امکان تولید وجود ندارد. ولی متأسفانه چاپخانه‌داران بدون اطلاع از کارایی ماشین ابتدا دستگاهی را خریداری می‌کنند و بعد در نهایت آگهی فوت، تراکت A5 و بروشور چاپ کنند. ما باید قبل از خرید هر ماشین چاپ دیجیتال از امکانات آن مطلع باشیم و از مزایای آن برای برندها بازاریابی کنیم به این شکل که با چاپ لگوی جام جهانی بر روی نوشابه کوکاکولا در زمان محدود برگزاری جام جهانی کمک به خرید بیشتر آن برند بکنیم.

■ رشد بسته‌بندی، تغییرات تکنولوژی، عادات‌های اجتماعی

پلو می‌افزاید: هم اکنون به این نتیجه رسیده‌ایم که سه متغیر در دنیا بیشترین تأثیر را در بازار چاپ دارد یکی رشد بسته‌بندی در مقابل رکود چاپ عمومی و تجاری است، دومین موضوع تغییرات تکنولوژی و سیستم‌های چاپی است و اگر بخواهیم روش موثری در تولید داشته باشیم باید خودمان را با این تغییرات وفق بدهیم و در آن زمینه سرمایه‌گذاری کنیم، سومین و مهم‌ترین مورد عادات‌های اجتماعی است، باید دید عادات‌های اجتماعی، کدام برندها و بسته‌بندی‌ها را می‌پسندد و با درک این مساله، بازاریابی و تولیداتمان را بر اساس عادات روز اجتماعی پیش ببریم. راجر استفان پلو در پاسخ به سؤال کاووسی که پرسیدند در ایران چاپ دیجیتال در زمینه صنعتی و چاپ بسته‌بندی جایگاهی پیدا نکرده است می‌گویند: چاپ دیجیتال مثل طلوع آفتاب انکارناپذیر است و چه بخواهید، چه نخواهید بالاخره در ایران هم رخ می‌دهد این تغییر به دلیل تقاضا و موتور متحرک نسل جدید اتفاق خواهد افتاد.

در بسیاری از سمینارها زمانی که در مورد بسته‌بندی و لیبل صحبت می‌کنیم از رقابت و از دست دادن بازار شکایت می‌کنند ولی تجربه نشان داده است که صحبت کردن و انتقال اطلاعات تغییر عقیده و روش ایجاد می‌کند و باعث توسعه بازار می‌شود. مسلماً وقتی راجع به روش‌ها و مصارف مختلف لیبل صحبت می‌شود رشد و تقاضا بالا می‌رود و باید با شناسایی کامل بدنیتم چگونه از آن بازار استفاده بهینه کنیم.



پیشرو در صنعت چاپ روی سطوح صاف در ایران



مرکز خدمات چاپ دیجیتال فلت بد روی کلیه سطوح بصورت مستقیم و کاملاً تخصصی تا ابعاد (۲۵۵ cm × ۱۲۵ cm)

چاپ روی تمامی سطوح :

چاپ پلگسی | چاپ تابلو اداری | چاپ چوب | چاپ سنگ | چاپ MDF | چاپ فلزات | چاپ مولتی استایل

تا ضخامت ۱۰cm در ابعاد (۲۵۵ cm × ۱۲۵ cm) چاپ هشت رنگ با وضوح ۲۸۸۰DPI واقعی ، بدون نیاز به عملیات قبل و بعد از چاپ با ماندگاری قابل قبول UV بدون محدودیت رنگ ، سایز و متریا

انجام کلیه سفارشات چاپی و تبلیغاتی روی اجسام مختلف جهت :

- ★ کانون های آگهی و تبلیغاتی ، کارگاه های چاپ سیلک اسکرین و تامپو ، خصوصاً هدایای تبلیغاتی
- ★ مراکز چاپ دیجیتال و تابلوسازان
- ★ لابراتوارها و آتلیه های عکاسی
- ★ آرشیو و دکوراسیون ها

چاپخانه : میدان فاطمی، خیابان طباطبایی، کوچه سیاوش، پ ۲ واحد ۱ تلفن : ۸۸۹۳۹۶۰۰ - ۷۷۵۱۷۱۳۰ همراه : ۰۹۱۲۳۹۹۵۰۷۶

www.tasvirprint.com



نبرد «آیو» با «خورخشیته»

روزی برای صنعت چاپ



■ بهروز قزلباش

روز ده تیر در تقویم اوستایی «آیو» بوده و نام رایج آن «آبان» و به معنی «آب» است. روز یازده شهریور در همان تقویم «خورخشیته» نامیده می‌شده و نام رایج آن «خور» و به معنی «آفتاب و خورشید» است. نامگذاری روز «خورخشیته» (۱۱ شهریورماه) به‌عنوان «روز ملی صنعت چاپ» در تقویم ایرانیان در سال ۱۳۸۲ و با تلاش اسدالله جامی (مدیر کل وقت دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) انجام شد. در آن زمان اهالی صنعت چاپ به شورای فرهنگ عمومی درخواست دادند و توضیحات بسیاری برای لزوم ورود این روز در تقویم مطرح کردند تا در نهایت این شورا به این جمع‌بندی رسید که روز ملی صنعت چاپ به رسمیت شناخته شود و شد. روز «خورخشیته» به عنوان روز ملی صنعت چاپ در تقویم نامگذاری شد.

اکنون و به دلیل توافقی که بین وزارتین «ارشاد» و «صنعت» برای رفتن صنعت چاپ به وزارت صنعت صورت گرفته است تلافی دو روز صنعت و معدن و روز صنعت چاپ به وجود خواهد آمد.

یعنی «آیو» (دهم تیرماه) با «خورخشیته» (۱۱ شهریورماه) در تقابل تصنعی قرار خواهند گرفت. بر پایه مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، «آیو»، روز صنعت و معدن نامیده شده‌است. اکنون این پرسش مطرح است که آیا وزارت صنعت و معدن و تجارت خواهد پذیرفت یک روز به نام روز صنعت چاپ در تقویم باشد در حالی که روز صنعت و معدن هم در تقویم رسمی کشور وجود دارد؟ یا «آیو» در جنگ با «خورخشیته» پیروز خواهد شد تا صنعت چاپ یکبار دیگر مقلوب سیلی باشد که دولت آن را راه انداخته است؟

فارغ از آن که خورشید به هر حال پشت ابر نمی‌ماند هر چند ابر و آب مایه برکت باشد و هست، باید و شاید، یاد آوری آخرین روز صنعت چاپ در تقویم رسمی کشور لازم باشد. تا بهانه‌ای برای پرداختن به وضعیت صنعت چاپ فراهم شود. خدا را چه دیده‌ای یکباره دیدی میان خورشید و آبان آشتی شد و هر دو در تقویم امروز ایرانیان ماندند و مانا شدند. شاید هم ما بی‌خود نگرانیم. چرا؟ به خاطر اینکه تعیین تکلیف نهایی وضعیت صنعت چاپ بین ارشاد و صنعت آنقدر طول خواهد کشید که ما شاهد آشتی و یا جنگ بین «آیو» و «خورخشیته» نباشیم. بلکه در سال‌های پس از ما یاد می‌کنند از این نبشته و بگویند که فلانی عجب پیشگوی خبره‌ای بوده است همزیستی «آیو» و «خورخشیته» را (۲۰۰ سال بعد) را پیش‌بینی کرده بود! خدارا چه دیدی...!

کسی چه می‌داند دوپست سال بعد آیا سال خروس است یا سال خرس. اصلاً تو بگیر سال مار... مهم نیش و نوشی است که بین «آیو» و «خورخشیته» است و نه چیز دیگر.

و اما روز «خورخشیته»، که همان روز ملی صنعت چاپ خودمان باشد. چه روزی است آقا. چه روزی... چه روزی!! در این روز خورشید با همانم خود همزاد است. امروز که به کام خورشید است چرا به کام اهالی صنعت چاپ نباشد. هست! چرا؟ چون که: اولاً که اهالی چاپ از کلی وام بسیار کم‌بهره برخوردارند. ثانیاً، صنعت چاپ ثروتمند است چون گفته می‌شود بیش از ۳ میلیارد دلار گردش مالی دارد. حالا شما ۳ میلیارد را در متوسط قیمت دلار یعنی ۳۸۰۰۰ ریال ضرب کنید اگر توانستید عدد حاصل را بخوانید، ببینید چقدر ثروتمندید!!

ثالثاً، رونق در صنعت چاپ داخل به دلیل کاهش واردات محصولات چاپی، کنترل و تنظیم ورود محصولات به کمک تعرفه‌های واردات دارد غوغا می‌کند. می‌گویید نه نگاهی به گزارش واردات محصولات چاپی ارشاد بیندازید و ببینید هیچ محصول چاپی وارد کشور نمی‌شود. حتی یک چوب کبریت!! چوب کبریت که چاپ ندارد. دارد؟ ندارد!!

زیرا: اولاً، مواد اولیه صنعت چاپ و بسته‌بندی از مسائل استراتژیک کشور است. همه‌اش در داخل تولید می‌شود. شما بی‌خود سوء ظن دارید. باور کنید دیگر...!! دوماً، گذشت آن زمانی که کمبود کاغذ در کشور ایجاد بحران می‌کرد. مساله تولید کاغذ در کشور حل شد و تمام شد و رفت.

سوما، جوانان ایران در فناوری‌های پیچیده و نو مانند بیوتکنولوژی، نانو، هوا و فضا و هسته‌ای توانایی‌های خود را به رخ جهانیان می‌کشند، چرا نکشند با این صنعت چاپ و تکنولوژی وطنی، چرا نکشند؟

برای اینکه: اولاً، وزارت ارشاد از تمام ظرفیت‌های خود برای همکاری با تشکل‌های صنفی جهت حل مشکلات استفاده کرده است. نکرده است؟ نه نکرده است؟

ثانیاً، حمایت از نوآوری‌های داخلی با هدف اشتغال زایی و ایجاد بسترهای لازم برای سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ، در صدر برنامه‌هاست. نیست؟ نه نیست؟! ثالثاً، ایران چاپخانه دولتی و نیمه دولتی و عمومی و

نیمه عمومی و غیره ندارد. برای همین هیچ بخشی از بازار بخش خصوصی را تحت تأثیر منفی قرار نمی‌گیرد. یعنی دولت اصلاً در بازار چاپ حضور ندارد. مخصوصاً خود ارشاد.

در روستای پدری ما، آن روزها که هیچ نزاعی بین «آیو» و «خورخشیته» نبود، هر کسی به کار خودش مشغول بود یک قشمعلی بود که بقالی داشت. وقتی می‌خواست قیمت اجناس را محاسبه کند و با مشتری بده بستان کند، قیمت‌ها را سه ریال - سه ریال می‌شمرد. و جمع هر دو سه ریال را نگه می‌داشت و سه ریال بعدی را به آن اضافه می‌کرد. و اگر مشتری یکباره یک جنس پنج ریالی به فهرست خریدش اضافه می‌کرد قشمعلی از اول باید محاسبه می‌کرد، چون حساب و کتابش بهم می‌ریخت.

من هم بیشتر از سه نمی‌توانم بشمارم. برای همین از ثانیاً و ثالثاً تا دوما و سوما بیشتر بلد نیستم که گفته‌اند ثلاث، خلاص! وگرنه می‌شود الی ماشاءالله از محسنات و امتیازات صنعت چاپ شمرد و گفت و نوشت.



شرکت چاپ نقش پردازان آسیا

ارائه‌دهنده انواع هولوگرام و برچسب‌های ضدتقلب و کاراقتی

■ چاپ برچسب اموال یک تا چند رنگ همزمان

■ با برش و شماره سریال متغیر

■ چاپ برچسب‌های صنعتی، PVC، کاغذ، متالایز، شبرنگ و روزرنگ

■ چاپ وینیل، مش، شبرنگ indoor - outdoor

■ چاپ طلق و پلی کربنات

■ ساخت انواع پلاک‌های برنجی، مسی، آلومینیومی و استیل و بچ سینه

■ برش و حکاکی با لیزر



تولید مارک‌های پلی‌استری نرم و نشکن

هولوگرام

اختصاصی و عمومی حتی ۱۰۰۰ عدد



ارسال فایل از طریق تلگرام ۰۹۰۱۶۹۸۳۵۷۹

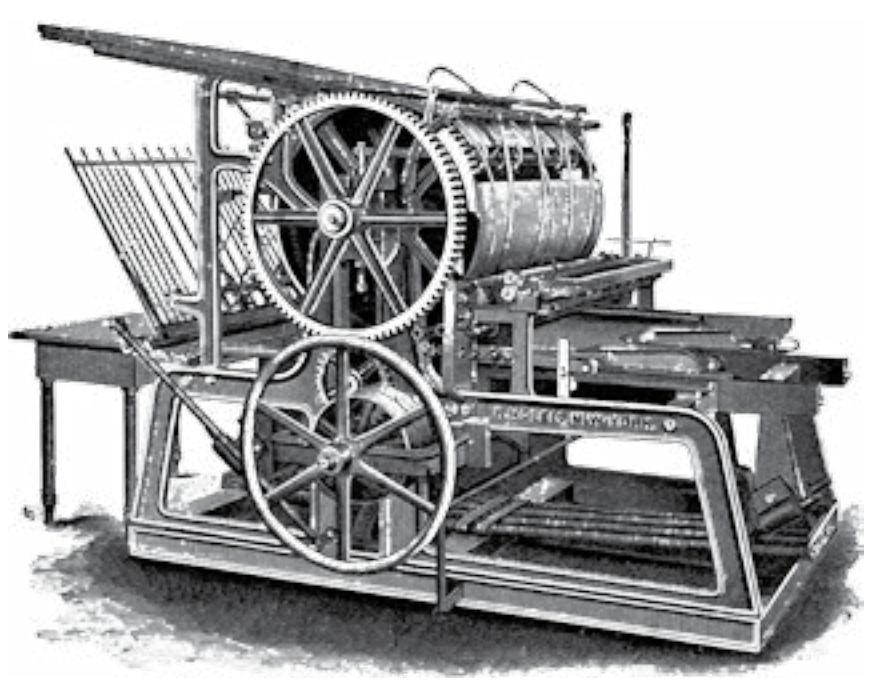
۰۹۱۲۶۵۰۶۲۵۸

همراه: ۰۹۱۲۶۹۸۳۰۷۹

تلفن: ۲۵۰۲۷ و ۶۶۹۴۸۲۲۳-۲۱

E-mail: ighani.label@yahoo.com

www.npaprint.com



۱۱ شهریور، «روز ملی صنعت چاپ»

تنها گرامیداشت برای صنعت چاپ کافی نیست!

■ هانیه صراف زادگان

یازدهم شهریورماه روز ملی صنعت چاپ در تقویم ایرانیان نام گرفته است، این روز یادآور کارگران و صنعتگرانی است که با امکانات بسیار کم به سختی با چاپ سنگی و با سربیی برای ماندگاری و ارتقاء این صنعت در روزگاری نه چندان دور تلاش کرده‌اند. تا امروزه چاپ با دستگاه‌ها و ماشین‌آلات به‌روز و مدرن به حیات خود ادامه دهد، گذشتگان با چنگ و دندان میراثی به نام چاپ برای ما گذاشته‌اند اما ما برای آیندگان این صنعت چه خواهیم کرد؟ تلاشی برای ارتقاء آن کرده‌ایم؟ آیا برای کسانی که با عشق در این صنعت فعالیت می‌کنند بستری راحت برای رفع نیازهایشان فراهم کرده‌ایم؟ یا اینکه به راحتی از مشکلات پیش روی این صنعت می‌گذریم تا به ورطه نابودی برود و تمام زحمات پدران و پیشینیانمان را نادیده می‌انگاریم؟ از این‌رو گزارشی با مضمون روز صنعت چاپ و اینکه هدف از نام‌گذاری این روز چیست و چه اقداماتی برای این روز انجام می‌شود، پرداخته‌ایم که از نظر می‌گذرانید.

■ اعتلای صنعت چاپ با همکاری صنعت و دانشگاه

آتشه سلیمانی گرگانی عضو هیئت علمی موسسه پژوهشی علوم و فناوری رنگ و پوشش با بیش از هفت سال سابقه فعالیت در فعالیتهای پژوهشی چاپ از قبیل انجام طرح‌های صنعتی، طرح‌های ملی، تربیت دانشجویان کارشناسی ارشد و دکترا، ثبت اختراعات داخلی و خارجی، ارائه مقالات و سمینارهای علمی و مشارکت در تألیف کتب مرجع خارجی در مورد حمایت از نوآوری‌های داخلی با هدف اشتغال‌زایی و ایجاد بسترهای لازم برای سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ می‌گوید: حمایت از نوآوری‌های داخلی و پژوهشگران چه در زمینه تأمین منابع مالی و تأمین تجهیزات مورد نیاز، چه در جهت کمک به تجاری‌سازی که نهایتاً منجر به اشتغال‌زایی گردد به صورت مدون وجود ندارد. البته به صورت پراکنده برخی مراجع مانند معاونت فناوری ریاست جمهوری در این زمینه کمک‌هایی دارند از قبیل اختصاص بودجه‌های محدود جهت انجام طرح‌های پژوهشی کوچک یا حمایت از ثبت اختراعات بین‌المللی. به عنوان مثال بنده تا کنون جهت انجام پروژه‌های پژوهشی کوچک موفق به اخذ کمک‌های مالی محدود گردیده‌ام و در جهت ثبت اختراع بین‌المللی در



موسسه اختراعات آمریکا نیز این معاونت حمایت کامل نموده است. وی تصریح می‌کند: در زمینه طرح‌های راهبردی کلان که می‌تواند سبب پیشرفت قابل توجه در صنعت چاپ گردد علی‌رغم تأیید کارشناسی وزارت ارشاد و کارشناسان معاونت فن آوری ریاست جمهوری مشکلات متعدد در راه کسب حمایت داشته‌ام در صورتی که به نظر بنده نیاز اصلی صنعت چاپ بستر سازی علمی در این زمینه است. از طرف دیگر اشتغال‌زایی نیازمند تجاری سازی و بازاریابی محصولات پژوهشی است که متأسفانه در این زمینه نیز حمایت برای پژوهشگران وجود ندارد و هنوز مرجعی به عنوان متولی این کار مشخص نگردیده است. سلیمانی می‌افزاید: جهت پیشرفت صنعت چاپ نیازمند تربیت نیروی انسانی متخصص به صورت هدفمند هستیم که یکی از راهکارها تعریف پروژه‌های دانشجویی با رویکرد نیازهای صنعت می‌باشد که متأسفانه تجربه شخصی اینجانب در زمینه دانشجویانم با وجود جلب حمایت صنعتگران به علت قوانین دست و پا گیر وزارت علوم در این زمینه و گاهی برخوردهای سلیقه‌ای موفق نبوده است. وی درباره روز چاپ و هفته چاپ می‌گوید: از آنجایی که صنعت چاپ و بسته‌بندی علاوه بر اهمیتش در صنعت نشر در تمامی جنبه‌های



در یک چاپ خوب
طعم‌ها
 حس می‌شوند...

SAHAND
 printing
 چاپ سهند



لیتوگرافی | چاپ | سلفون حرارتی | صحافی

خ سعیدی شمالی، خ برادران قلندی، بن‌بست زرافشان، پلاک ۱۶
 ۰۳۵۰ ۷۷۵۲ - ۰۳۵۴ ۷۷۵۲ - ۰۲۱ ۷۷۵۲ ۸۳۴۶
 0990 397 3093 Sahandprintco@gmail.com

• ۲ ورقه چهار رنگ اسپید مستر پشت و رو زن 2011
 • ۲ ورقه چهار رنگ اسپید مستر پشت و رو زن 1999
 • برش پلار 115 دیجیتالی • و سال‌ها تجربه...

زندگی ما حضور پررنگ دارد اختصاص روز و هفته به آن در جهت توجه بیشتر و پیشرفت آن اهمیت ویژه دارد.

عضو هیئت علمی موسسه پژوهشی علوم و فناوری رنگ و پوشش درباره هفته چاپ و ارتباط دانشگاه و صنعت بیان می‌کند: اگر خواهان اعتلای صنعت چاپ باشیم راهی به جز یکسو سازی و همکاری نزدیک و متقابل صنعت و دانشگاه نداریم. در این خصوص تاکنون جلسات متعدد هم اندیشی بین صنعت و دانشگاه برگزار شده است، تشکیل کارگاه‌ها در زمان برپایی نمایشگاه و اختصاص غرفه‌های تخصصی به مراکز علمی کمک‌کننده است ولی همچنان در اول این راه هستیم و از همه مهمتر این ارتباط نزدیک باید فرهنگ سازی شود تا علاوه بر اعتماد سازی از طرف مراکز علمی، صنعتگران و تشکل‌های صنفی صنعتی نیز نسبت به پرداخت هزینه‌های تحقیقاتی تمایل پیدا کنند و این هزینه‌ها را به عنوان بخشی از سرمایه‌گذاری تجاری در نظر بگیرند.

■ شعاری برای رفع تکلیف

امیرحسین رازقی مدیرعامل شرکت چاپ و بسته‌بندی فرارنگ آریا در پاسخ به این سوال که چرا جوانان ایران در فناوری‌های پیچیده مانند بیوتکنولوژی، نانو، هوا فضا و انرژی هسته‌ای توانایی خود را به رخ جهانیان کشیده‌اند ولی در تولید تکنولوژی چاپ وضعیت اینگونه نیست می‌گوید: این موضوع به سیاست‌های کلان هر مجموعه، شرکت و کشور برمی‌گردد که چه تصمیمی می‌گیرند. کشور ما درباره انرژی اتمی و مسائل اینچینی سیاسی برخورد می‌کند و سرمایه‌گذاری کلانی انجام می‌دهد.



وی می‌افزاید: صنعت چاپ چون متولی مشخصی ندارد و در هیچ کجا به عنوان صنعتی درآمدزا به حساب نمی‌آید و آن را دست و پاگیر و یک حرفه خدماتی می‌دانند، تاکنون از سوی دولت، بانک‌ها، وزارت ارشاد و اتحادیه‌ها هیچ سید حمایتی برای صنعت چاپ وجود نداشته است و اگر هم چاپ تا به حال توانسته سرپا بیاستد قائم به فرد و با همت بخش خصوصی بوده است.

مدیرعامل شرکت چاپ و بسته‌بندی فرارنگ آریا می‌گوید: عملاً صنعت چاپ تاکنون چتر حمایتی نداشته است و با این تفاسیر صنعت چاپ جایگاهی برای رشد جوانان نخبه نخواهد شد تا در زمینه ارتقاء تکنولوژی چاپ فعالیت داشته باشند. نکته مهم این است جوان ایرانی که جایزه نوبل فیزیک را می‌گیرد و یا در زمینه‌های دیگر بر جهانیان برتری پیدا کرده است، استادان ایرانی و خارجی بسیاری به او آموزش داده‌اند ولی اهالی صنعت چاپ ایران افراد سنتی و قدیمی هستند که نه تحصیلات آکادمیک دارند و نه از مدیریت سر رشته، درون یک بافت سنتی که همگی خود را استاد می‌دانند ولی به دنبال این نیستند که چاپ را از نظر علمی و کاوی کنند چگونه می‌تواند فرد نخبه‌ای پرورش یابد؟! به دلیل نامناسب بودن بستر صنعت چاپ به این مهم نخواهیم رسید.

رازقی اشاره می‌کند: تفکر اهالی صنعت چاپ ارتقاء ماشین‌آلات است ولی ورود ماشین‌آلات بدون علم و فرهنگ استفاده آن کاری بس بیهوده است. متأسفانه زیر ساخت‌ها که مهمترین



چاپ!... با حلوا حلوا گفتن دهان شیرین نمی‌شود با نام‌گذاری روز ملی صنعت چاپ و برگزاری جشن این صنعت ارتقا پیدا نمی‌کند.

رازقی خاطر نشان می‌کند: شرکت‌ها و چاپخانه‌داران با وجود تمام مشکلات و تحریم‌ها برای بقای خود بسیار تلاش می‌کنند حتی برای پرداخت حق و زحمه کارگران و ارتقاء دستگاه‌های چاپی خود حاضرند پول با بهره بالا بگیرند. تا از پس مسائل و مشکلاتشان برآیند. گاهی برای رفع مشکلات مسئولان صریحاً به تعدیل کارگران اشاره می‌کنند. در صورتیکه ما در هر جای دنیا جز ایران کار می‌کردیم به خاطر ایجاد شغل و کارآفرین مورد احترام دولت، دارایی و بانک می‌بودیم.

وی با اظهار تأسف می‌گوید: هیچ تسهیلاتی هیچ زمان برای این صنعت قائل نشده‌اند و اگر هم بوده شرایطی دشوار مانع از استفاده این تسهیلات شده است ولی بسیار دیده‌ایم که وزارت صنعت، معدن و تجارت برای خروج از بحران شرکت‌های تحت پوشش خود وام‌های با بهره ۴ درصد و تا سقف ۳ میلیارد تومان ارائه می‌دهند.

در ادامه می‌افزاید: صنعت چاپ فقط پشت تربیون و در جشنواره‌ها و روز صنعت چاپ، صنعت است و این روز شعاری بیش نیست و تنها برای دور هم جمع شدن و تعریف و تمجید اهالی صنعت و تقدیر از چند پیشکسوت این صنعت است.

آن آموزش است در این صنعت رو به زوال است. وی نقش اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی در ارتقاء صنعت چاپ را ناچیز می‌داند و در ادامه بیان می‌کند: فکر و ذکر اتحادیه چاپ مشاخره با اتحادیه‌های دیگر است که چه رسته‌ای زیر مجموعه چاپ است و کدام یک زیر مجموعه دیگر اتحادیه‌ها. من عضو کمیته فنی اتحادیه چاپخانه‌داران هستم و معتقدم که در این سال‌ها حتی در دوره‌های هیات مدیره‌های مختلف هیچ عملکرد مثبتی از سوی اتحادیه صورت نگرفته است. اتحادیه در رابطه با مالیات فقط دم از انجام کار می‌زند در صورتی که هیچ کاری هم انجام نمی‌دهد و دائم شعار می‌دهد. به اعتقاد من بهتر است اول یک کار را انجام دهند نه اینکه کاری را نکرده در بوق و کرنا می‌کنند.

وی تصریح می‌کند: برای چاپخانه‌داران بین وزارت ارشاد و اتحادیه دوگانگی پیش آمده است. فقط بروکراسی است و هیچکدام هم کار انجام نمی‌دهد. آقای صالحی در وزارت ارشاد چه کاری برای فرهنگ و هنر و چاپ کرده است که بخواهد در دوران وزارتش انجام دهد؟ ارشاد چند چاپخانه دولتی را دور خود جمع کرده و معمولاً از این چاپخانه‌های دولتی و وابسته به دولت بازدید می‌گذارد ولی تا به حال سراغ چاپخانه ما با ۱۳۰ کارگر که ۸ سال به عنوان چاپخانه برتر شناخته شده است سراغی نگرفته چه برسد به حمایت کردن و تخصیص بودجه برای صنعت

ماہنامہ شامی نو از سرسید مایکجاو ای ایم

مجموعہ چاپ کریمی



چاپ ۵ رنگ، ۴ رنگ، ۲ رنگ و تک رنگ

با قابلیت چاپ ۴۰ گرم تا ۷۰۰ گرم

طراحی و لیتوگرافی

صحافی اتوماتیک چسب گرم، جلد سخت، گالینگور، پانچ و فنر و مفتول

لتر پرس، جعبہ چسبان، دایکات و طلاکوب

سلفون حرارتی، UV موضعی و سیلندری



خیابان دماوند، بین اتحاد و جشنواره، کوچه رحیمی، پلاک ۱۷

۷۷۷۹۵۲۲۶ - ۷۷۳۵۷۵۷۴

www.karimiprint.com

[@chapekarimi](https://www.instagram.com/chapekarimi)

PRINT

صنعت چاپ، صنعتی گره‌گشا



■ سعید شریاری
کارشناس چاپ، کارشناس ارشد اقتصاد توسعه
برنامه‌ریزی، ریاست سابق اداره فرهنگ و ارشاد
اسلامی شمیرانات و شمال تهران

سال‌هاست که بحث مشکلات در صنعت چاپ اعم از مالیات، تغییر متولی و... مطرح بوده اما تاکنون شاهد اتفاق خاصی در راستای برطرف شدن مشکلات نبوده‌ایم. فارغ از صحبت‌های کلاسیک و استناد به تئوری‌های کتابی تصمیم‌دارم عامیانه نقد کنم و کمی از داده‌های موجود بهره ببرم. اگر امروز نقدی می‌کنم به جهت هم دردی از کسانی است که سال‌ها با مشقت‌های فراوان از شاگردی در چاپخانه‌ها شروع به کار کرده و همه سختی‌ها را تحمل نموده‌اند تا روزی صاحب چاپخانه‌ای شوند و کارگاهی در حد بضاعت خود ایجاد کنند و خدمتی ارائه نمایند و به عنوان یک فرد وطن پرست گوشه‌ای از بار مشکلات بیکاری و تولید را به دوش بکشند، الحق والانصاف تاکنون همین بوده است. درست است که در این مسیر نامهربانی‌هایی هم دیده اما پا پس نکشیده و همیشه منتظر نگاه و توجه پدران از طرف متولی خود (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) بوده است. اما این انتظار طولانی شده و اکنون سودای تغییر متولی دارد و امید دارد که شاید این متولی منجی صنعتی باشد که سال‌ها عمر و تمام توان خود را پای آن ریخته است.

اینکه متولی صنعت چاپ کدام وزارتخانه باشد خیلی فرقی نمی‌کند اگر قرار است چنین تغییری بوجود آید باید یک برنامه‌ریزی و استراتژی مناسب پیش‌بینی گردد و جوانب کارسنجیده شود و با در نظر گرفتن شرایط موجود، کوچک‌ترین کارگاه تا بزرگ‌ترین آن مد نظر قرار گیرد، از آنجایی که تلاش دولت حمایت از صنایع کوچک و متوسط می‌باشد با یک تصمیم نا آگاهانه نه تنها باری از روی دوش دولت بر نمی‌داریم بلکه باعث ایجاد نارضایتی و تعطیلی بنگاه‌های کوچک می‌شویم.

در حال حاضر حدود ۶۰ درصد چاپخانه‌ها کوچک، ۲۰ درصد متوسط و ۲۰ درصد بزرگ هستند. و اکثر چاپخانه‌های بزرگ دارای مجوز از وزارت صنایع می‌باشند و هر چاپخانه‌ای که بتواند شرایط آن وزارتخانه را تأمین کند می‌تواند از پروانه بهره‌برداری و امتیاز استفاده از تسهیلات بانکی و مالیاتی بهره‌مند شود. در حال حاضر منکر خدمات وزارت صنعت به کشور نیستیم اما با کمی بررسی می‌بینیم چند کارخانه و کارگاه ورشکسته و تعطیل شده و یا در حال تعطیلی هستند و مانند صنعت نساجی از دور خارج شده‌اند، پس تا اینجا از نظر تعطیلی بنگاه‌ها با وزارت صنایع یکسان هستیم. نقد حاضر مبنی بر مخالفت با تغییر متولی و توافق نامه‌ای که بوجود آمده نیست بلکه هدف این است قدمی که برداشته می‌شود و نقش بسیار حیاتی در آینده این صنعت دارد قدمی با منطق و تجزیه و تحلیل درست باشد و اوضاع از این بدتر نشود.

سؤال اینجاست چرا خانواده بزرگ و خدمتگزار صنعت چاپ آنقدر که پیگیر تغییر متولی می‌باشند، پیگیر این مطلب نشده که آقایان بزرگوار متولی این صنعت طی این سال‌ها و این ۴ سال گذشته چه برنامه‌ریزی و چشم اندازی تدوین کرده‌اند؟ چرا حال و روز صنعت بدتر شده و اتفاق خاصی در بهبود وضع موجود دیده نمی‌شود؟ چرا تاکنون در خصوص نوسازی و بازسازی صنعت چاپ سیاست‌گذاری خاصی دیده نشده؟ چرا بودجه این صنعت نسبت به دیگر حوزه‌ها مانند نشر و مطبوعات در پایین‌ترین حد قرار دارد، با کمی مطالعه در قانون بودجه کل کشور از سال ۹۳ تا ۹۶ خواهیم دید بودجه این صنعت چه میزان است. بودجه برنامه افزایش ظرفیت صنعت چاپ کشور در سال ۹۳ مبلغ ۳۲۰۰۰ میلیون ریال، سال ۹۴ مبلغ ۲۱۰۰۰ میلیون ریال، سال ۹۵ مبلغ ۲۶۵۰۰ میلیون ریال و سال ۹۶ مبلغ ۵۰۰۰۰ میلیون ریال بوده، در حوزه توسعه نشر و ترویج کتابخوانی طی سال‌های ۹۳ الی ۹۶ سرجمع مبلغ ۴۸۲۷۰۱۹ میلیون ریال و برنامه حمایت و ارتقای مطبوعات سرجمع ۴۲۲۳۲۰ میلیون ریال می‌باشد. با در نظر گرفتن تخصیص ۸۰ درصدی و کم کردن هزینه‌های پشتیبانی باز هم شاهد هستیم که اعتبار قابل ملاحظه‌ای به این دو بخش اختصاص داده شده است. این دو بخش از بخش‌هایی است که ارتباط تنگاتنگی با صنعت چاپ داشته و چنانچه این اعتبارات در بخش افزایش ظرفیت صنعت چاپ تزریق می‌شد مطمئناً هم باعث توسعه و ترویج کتاب و هم ارتقای مطبوعات از نظر کاهش بهای تمام شده کتاب و روزنامه می‌گردید و در بخش چاپ و بسته‌بندی و افزایش کیفیت کالاهای صادراتی بسیار تأثیرگذار بود.

در صورتی که می‌بینیم دغدغه مسئولان در بخش کتاب و کتابخوانی و مطبوعات همچنان باقی است و به جای هزینه‌کرد در بخش سرمایه‌ای، منابع در بخش مصرفی بدون خروجی و بهره‌وری هزینه می‌شود و دلخوش به آمارهایی هستیم که کمک به ارتقای سطح فرهنگی و اقتصادی کشور نمی‌کند.

حال دلیل اینکه تیترا این مقاله با این موضوع انتخاب شده این است که با شناخت درست از جایگاه کلیدی صنعت چاپ و برخورداری از حمایت‌هایی جهت تأمین منابع مالی در خصوص هزینه‌های مربوط به نوسازی و بازسازی، باهدف تقویت قدرت رقابتی، این صنعت قادر خواهد بود نقش مهمی در ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم داشته باشد و در راستای اجرایی شدن بندهایی از سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی مقام معظم رهبری نقش بسزایی خواهد داشت.

در بخش صادرات محصولات چاپی که در ایران تولید می‌شوند و همچنین سفارشی چاپی که برای کشورهای دیگر انجام می‌گیرد، قادر به ارز آوری و آورده اقتصادی خواهد بود. مشارکت در توسعه صادرات غیرنفتی و بسترسازی جهت اشتغال باعث به وجود آمدن آثار فرهنگی شایسته، کارآمد و قابل ارزیابی برای جامعه مخاطبان ملی و فراسرزمینی می‌گردد.

بی‌تردید نقش صنعت چاپ در تولید ناخالص داخلی و ملی، رشد اقتصادی و رسیدن به توسعه پایدار چشمگیر خواهد بود. دولت محترم در بودجه ۱۳۹۶ به دنبال سرمایه‌گذاری خارجی در ایران است تا بتواند تعهد ایجاد شده در بخش اشتغال را عملی نماید. یکی از صنایعی که قادر است در این بخش از لحاظ سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی این مهم را انجام دهد، صنعت چاپ می‌باشد.

در پایان نکاتی در مورد توافق نامه‌ای که تنظیم و نهایی شده با این مضمون (امور مربوط به خرید، نقل و انتقال، واردات و صادرات ماشین‌آلات چاپ و تجهیزات مربوط به واحدهای صنفی و صنعتی که چاپ به طور مستقیم و غیرمستقیم بخشی از فرآیند تولید آن می‌باشد) مرتبط با وزارت صنعت، معدن و تجارت خواهد بود.

به هر حال اتفاقی است که انجام شده و امیدواریم ختم به خیر شود اما نکته اینجاست که دفتر امور چاپ، نامه‌ای به مقام عالی وزارت تقدیم نموده که بسیار عجیب و کمی مغایر با بند مندرج در توافق نامه است، در این نامه عبارت امور اجرایی چاپخانه‌ها و صنایع وابسته به آن اضافه شده و همچنین خواستار حذف عبارت چاپخانه‌ها و مؤسسات تکثیر و مؤسسات وابسته به صنعت چاپ از بند ۱۶ ماده ۲ قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شده است.

در بند ۱۶ ماده ۲ قانون قید شده (صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های تبلیغاتی، چاپخانه‌ها مؤسسات تکثیر و مؤسسات وابسته به صنعت چاپ و نظارت بر کیفیت محتوای آگهی‌ها و کارهای چاپی طبق ضوابط و مقررات قانونی مربوطه) وقتی توافق نامه را با نامه مذکور مقایسه می‌کنیم می‌بینیم نویسنده نامه بدون توجه به متن توافقنامه اقدام به مکاتبه نموده، که جای بسی تأمل است.



"مجموعه چاپ آرشام با ماشین آلات روز دنیا و بهترین متریال در کنار شماست"

تفاوت در کیفیت را با ما احساس کنید

- چاپ انواع استیکر (وینیل، مش، شبنما، شبرنگ و ...) با روکش سلفون و برش خاص
- برجسب اموال تک رنگ و تمام رنگ بدون محدودیت سایز، تیراژ و نوع برش
- تولید انواع لیبل با کاربردهای متفاوت (متالایز، حرارتی، سلفونی، PVC و ...)
- تولید لیبل ژلاتینی نرم و منعطف بدون محدودیت تیراژ و نوع برش
- چاپ برجسب void و گچی (گارانتی) تک رنگ و تمام رنگی
- با قابلیت درج شماره سریال و برش با تیغ امنیتی
- ارائه هولوگرام های ۳ بعدی عمومی (بیش از ۳۰ طرح)
- با قابلیت چاپ پذیری و اثرگذاری مطلوب
- تولید انواع لیبل پلی کربنات
- اجرای لمینت (سلفون کشی)
- مات و براق، بصورت رول و شیت
- تا عرض ۱۶۰ سانتی متر

مارک ژله ای
پلک کربنات

انواع لیبل

شیشه ای
متالایز

هولوگرام

void

گچی



ارسال نمونه به تمام نقاط ایران

دریافت فایل از طریق ایمیل و تلگرام

☎ ۰۹۳۹-۹۰۱۰۳۲۱ ✉ Email: arsham.print@gmail.com

☎ ۰۲۱-۳۳۹۹۳۷۷۴ ☎ ۰۹۱۲۳۶۱۰۲۸ - ۰۹۱۲۶۹۸۲۴۰۴

📍 خ فردوسی جنوبی، نیش کوچه باربد، مجتمع تجاری سیما، واحد ۸۵

📱 arsham_digital_print

آماده همکاری با چاپ خانه ها و دفاتر تبلیغاتی
تهران و سایر استان ها
برای اطلاعات بیشتر با ما تماس بگیرید

خانه دوست اینجاست

گفت‌وگو با احمدرضا اعتماد مظاهری مدیرعامل تعاونی چاپخانه‌داران

چه ذوقی می‌کردند که می‌دیدند مدیرانشان در تعاونی به دیدارشان آمده‌اند. سال‌ها در زیرزمین‌ها و یا سالن‌های تنگ با ماشین‌های کهن سال کار کردن، سلام‌های پرطمع و بی‌محبتی‌های بعدی این حس که کسی به یادشان نیست را تقویت کرده بود. کمی طول کشید تا یخ‌شان باز شود و سر صحبت را باز کنند هر چند که احتیاج زیادی هم به گفتن نبود! رنگ رخساره خبر می‌داد از سر درون.

با احمدرضا اعتماد مظاهری و تنی چند از هیات مدیره تعاونی چاپخانه‌داران در بازدیدهایشان از چاپخانه‌های سطح شهر همراه شدیم. در ادامه گفت‌وگویی ما با مدیرعامل تعاونی و همچنین برخی از صحبت‌های چاپخانه‌داران از نظر تان خواهد گذشت.



■ چرا بازدیدها شکل گرفت؟

بنا به پیشنهاد و اصرار برخی دوستان و احساس نیاز، ما در تعاونی چاپخانه‌داران برای کمک به زحمت‌کشان این صنعت وارد میدان شدیم و گفتیم حالا که ظرفیتی برای کمک هست بیاییم و هر کاری از دستمان برمی‌آید برای حل مشکلات و تسهیل در روند کار، انجام دهیم. طی این تصمیم مشورت‌هایی با دست‌اندرکاران این حوزه شد و پیشنهادهای زیادی وجود داشت که ما از میان آنان اولویت‌بندی کرده و مقرر شد که در ابتدای کار بر سه محور مالیات، عرضه قطعات یدکی و سرویس‌دهی و حل مسائل حقوقی و تجاری متمرکز شویم.

هدف ما از این بازدیدها در وهله اول این بود که با دیدار از چاپخانه‌ها وحدت موجود را تحکیم کنیم و در وهله دوم همدلی کرده و نظرات آنها را در محل کارشان بشنویم و باعث شویم که دیدارهای ما بازدیدها و پیگیری‌های آنها را در پی داشته باشد. ما می‌خواستیم تمامی دوستان دست‌اندرکار این صنعت بدانند که جایی برای کمک به آنها وجود دارد و درش به روی همگان باز است. در این بازدیدها ما ضمن بیان محورهای اولویت‌بندی شده‌مان و آگاهی از نظرات این دوستان، با دغدغه‌های آنان آشنا شده و محورهای بعدی را بر اساس آنها تعیین خواهیم کرد. خوب شد که شما به عنوان یک رسانه با ما حضور داشتید و وضعیت این کار را دیدید. دیدید که آنها چطور از سر صبح تا پاسی از شب گذشته در سالن‌های کوچک و زیرزمین‌های نمور کار می‌کنند و حتی نفس کشیدنشان در این فضا مشکل است. آن‌ها به طور عادی به خاطر شغلشان با معضلات زیادی روبرو هستند و واقعاً طاقتهای فشارهای بیرونی و غیرمرتبط دیگر را ندارند.

اهداف دیگر این بازدیدها را می‌توان آموزش، مشاوره و کمک در حساب و کتاب مسائل مالی این چاپخانه‌ها دانست. در این ورطه خواهش می‌کنم که اگر کسی فکر می‌کند کاری از دستش بر می‌آید ما را برای رسیدن به این اهداف یاری کند؛ ما دست همه یاوران نیک‌خواه این صنعت را به گرمی می‌فشاریم. به هر حال باید توجه داشت که ما با یک صنف بزرگ طرفیم و یک تنه نمی‌شود به جنگ تمام مشکلات رفت، باید همه دوستان برای رفع معضلات دست به دست هم بدهند و از هیچ کوششی فروگذار نکنند.

■ مالیات

بحث مالیات یکی از اهم مشکلاتی است که چاپخانه‌داران با آن روبرو هستند و باعث شده عمده تمرکز آنان به جای مسائل تولید و بازاریابی معطوف مساله‌ای جانبی شود. مشکل مالیات و این صنعت، دلایل متعددی دارد و شاید بخش‌هایی چون برخورد مسئولان مالیاتی با چاپخانه‌ها در دست ما نباشد اما برای حل سایر مشکلات دیگر تمام توان خود را به کار خواهیم گرفت. ابتدا باید با حقوق و حق خود آشنا شویم؛ شاید باورتان نشود اما منشأ بسیاری از مشکلاتی که این صنف با مالیات دارد عدم آگاهی نسبت به مالیات است که باعث شده گاهی برخوردها با موضوع یک طرفه و غیرمنصفانه باشد.

ما برای رفع مشکل مالیات کارهای اجرایی زیادی را در نظر داریم و تا جاهایی هم پیش رفته‌ایم و در آینده‌ای نه چندان دور ثمره آن را خواهید دید. این اولین بار است که یک تشکل در تعاونی برای این کار صورت گرفته و می‌توانم بگویم که تا کنون بدون هیچ مشکلی پیش رفته‌ایم، اما همانطور که اشاره شد این حرکت جدیدی است و ما در این راه در حال آزمون و خطا و تجربه‌اندوزی هستیم. باید توجه داشت که هر کاری مشکلات خودش را دارد اما این همدلی و وحدت ما است که می‌تواند راه رسیدن را هموار کند. تعاونی چاپخانه‌داران با تمام توان در این راه تلاش می‌کند و البته با مشکلات خاص خود هم روبرو است. این پروسه فشارهای مالی را به تعاونی تحمیل خواهد کرد که البته ما با تمام توان برای رفع آن و روند دنباله‌دار کار تلاش خواهیم کرد.

■ لوازم یدکی

یکی دیگر از مسائل اصلی و شناخته شده چاپخانه‌داران که تعاونی بارها برای آن تلاش کرده و یک فاکتور دیگر که کار را مشکل‌تر می‌کند بحث کارشناسی و اجرای این طرح است. به هر حال ما برای پیاده‌سازی و اجرای این طرح تمام تلاشمان را به کار خواهیم بست و علی‌رغم تمامی مشکلات قول می‌دهم که این کار را اگر شده حتی کند و موقتی انجام دهیم تا حداقل در این حوزه رقابت به وجود بیاید و قیمت‌های نجومی و غیرمنصفانه بشکند و کاهش پیدا کند.

تعاونی آن مقدار سرمایه ندارد که بتواند قطعات یدکی را تا زمان احتیاج، ماه‌ها در انبار بخواهاند؛ سرمایه ما اندک است اما از مشکلات ابایی نداریم و این کار را حتماً صورت خواهیم داد. در این راستا اعضای تعاونی و صنف می‌توانند برای تسریع این طرح کمک حال شوند و به اجرای هر چه بهتر آن کمک کنند. این طرح در وهله اول می‌تواند این صنف را از قیمت‌های اصلی این قطعات آگاه کند و به جای کار فردی به کار گروهی پرداخته و به جای کار شخصی و خصوصی، صنعت را قوی کنیم. این کار باعث خواهد شد که واردکنندگان قطعات، برخورد بهتر و منصفانه‌تری با چاپخانه‌داران و متقاضیانی بکنند که عمدتاً از ماشین‌های دست دوم و یا قدیمی استفاده کرده و نیاز مبرمی به قطعات پیدا می‌کنند. باید فراوانی به صورتی باشد که چاپخانه‌دار بدون ترس تمام تمرکزش را بر روی تولیداتش بگذارد؛ این تنها راه تعالی این صنعت است.

برای درک بهتر از وضعیت موجود و رسیدن به چه باید کرد، تعاونی مجموعه جلساتی را با تعمیرکاران دستگاه‌های چاپ صورت داده که همچنان پی گیرانه در حال برگزاری است. آن‌ها قطعات را می‌شناسند و آنهاپی را که زودتر فرسوده شده و یا آن قطعاتی که چاپچی امروز بیشتر به آن نیاز دارد را به ما معرفی می‌کند تا در نهایت برای شروع این کار مقداری اطلاعات پایه در اختیار داشته باشیم. لازم به ذکر است، حرکتی که ما قصد انجام آن را داریم به هیچ وجه سود محور نخواهد بود و خدمات‌رسانی در آن مهمترین اصل است.

کمک یک تعمیرکار و متخصص، کمک به نسل آتی این صنعت، کمک به تعاونی برای پیش برد اهداف و خدمات‌رسانی به چاپخانه‌دارانی است که وجود و ماندگاریشان وجود تعمیرکاران و افراد جانبی این صنعت را تضمین می‌کند. ما می‌خواهیم آگاهی‌های تخصصی را در اختیار فعالان این حوزه قرار داده و همگان را با قیمت واقعی این قطعات در خارج از کشور آشنا کنیم تا از این راه یکی از مشکلات همیشگی این صنعت به سمت حل و فصل شدن پیش برود. ما هدف خود را مشخص کرده‌ایم و می‌دانیم که در این راه با سنگ اندازی‌ها و مشکلات زیادی روبرو خواهیم شد اما خود را برای تمام مخالفت‌ها آماده کردیم و قصد داریم حداقل

چاپ و صحافی مومن



لیست دستگاه‌های موجود در مجموعه

ردیف	عنوان
۱	شش دستگاه تاکنی اشتال
۲	چهار دستگاه ته‌دوزی پلی‌گراف
۳	یک دستگاه لاین ۲۴ گیره ترتیب به همراه ۱۰ گیره چسب
۴	یک دستگاه لاین ۱۸ گیره ترتیب به همراه ۱۰ گیره چسب
۵	یک دستگاه چسب گرم تک‌خانه
۶	یک دستگاه چسب‌کشی اتومات
۷	یک دستگاه آسترچسبان کلبوس
۸	یک دستگاه لاین کامل مفتول
۹	سه دستگاه برش پلاز ۹۲ em
۱۰	یک دستگاه برش سه‌طرفه بر و هلنبرگ
۱۱	یک دستگاه شیرینگ پک
۱۲	یک دستگاه شیرینگ تک
۱۳	دو دستگاه گوشه‌گردکن
۱۴	یک دستگاه ۵ رنگ هایدلبرگ zp ۲۰۰۱
۱۵	یک دستگاه ۴ رنگ هایدلبرگ zp ۲۰۰۰

ارائه‌دهنده انواع خدمات چاپ و صحافی کتاب،

سررسید و دفتر، ساخت انواع جلد، تولید انواع

قاب برای کتاب‌های نفیس، خدمات پانچ و فنر و...

تولید روزانه صد هزار جلد چسب گرم

تولید روزانه پانزده هزار جلد سررسید

تولید روزانه پنجاه هزار جلد مفتول

تولید روزانه ده هزار جلد کار پانچ و فنر

آدرس: بزرگراه آزادگان، خیابان فداییان اسلام شمال، ۵۰ متر بعد از باسکول میهن، کوچه زرنده، پلاک ۵

تلفن: ۳۳۸۸۲۳۰۲ - ۳۳۶۱۹۰۵۱

فکس: ۳۳۶۱۹۰۱۹

Email: sahafimomen@yahoo.com

همراه: ۰۹۱۲۲۹۶۶۸۱۵ - ۰۹۱۲۵۰۶۱۷۱۴

تلاش خود را به کار ببریم و از تمام تشکلهای ذریبط به ویژه اتحادیه چاپخانهداران طالب یاری، برادری و همکاری هستیم.

رسیدگی به مسائل حقوقی صنعت چاپ

سومین محوری که در تمرکز تعاونی است بحث مسائل حقوقی صنعت چاپ است که کاملاً خدماترسانی است. در این رابطه ما تکیه می‌کنیم به افرادی که می‌خواهند شانه به شانه ما به این صنعت خدمت کنند. ما در این راه مشکلات زیادی داریم و در هر بازدیدی هم به تعداد آنها افزوده می‌شود؛ تعاونی آنقدر بودجه ندارد که بتواند به همه آنها رسیدگی کند و مثلاً اشخاصی را برای رسیدگی به مسائل حقوقی دست‌اندرکاران این صنعت استخدام کند، ما نمی‌توانیم در مجمع عمومی صنایع، صورت‌های مالی گزاف و نگران‌کننده ارائه بدهیم.

برای انجام این طرح من با چند نفر از اعضای صنف صحبت کرده‌ام و قرار است برنامه‌هایمان را به آنها داده و با کمک هم طرح را جلو ببریم. نحوه صحیح نوشتن قرارداد با وزارت کار و اینکه برای هر مشکلی چطور و از چه مجرای ورود پیدا کنند، یا اینکه در موردی که پیش می‌آید چگونه جواب دهی کنند و یا مثلاً آشنایی با قوانین پیچیده سازمان تأمین اجتماعی و راه برخورد اصولی و مطابق قانون با آنها، از طرح‌های است که ما دنبال می‌کنیم. فائق آمدن به این مشکلات و نظایر آنها از مشکلاتی نیست که با خواندن کتاب و یا مشاوره‌های مقطعی کارساز باشد، تعاونی چاپخانه‌داران در پی رواج سازوکاری است که به کمک آن روالی مشخص تعریف شود و راه‌های رفته تجربه شوند. با اتحاد و وحدت رویه است که می‌توانیم به بهترین وجهی این مشکلات را از سر باز کنیم و متمرکزانه به کار اصلی‌مان بپردازیم.

همواره قوانین و تبصره‌های جدیدی در راه هستند که اشراف به تمامی آنها کاری تخصصی است، از طرفی صنعت چاپ هم مقتضیات خودش را دارد و از این رو ما به دنبال کسانی بودیم که علاوه بر آشنایی با این صنعت، قانون دان هم باشند. ما برای این مهم چند نفری را مد نظر داریم که در این باره صحبت‌های امیدوارکننده‌ای هم انجام شده است. می‌توان افراد آشنا به مسائل حقوقی اشاره شده را در مبحث مالیاتی هم دخیل کرد و از نگاه قانونی آنها برای حل و فصل هر چه بهتر این مشکل همیشگی، بهره برد.

ما در دو محور ابتدایی نظر سنجی کرده‌ایم و بازخوردهای خوب و موافقی گرفته‌ایم؛ در مورد محور سوم اهداف هنوز کار زیادی انجام نداده‌ایم و با بیشتر شدن بازدیدها به زودی گزارش دیگری از این مساله، و اهداف احتمالی دیگری که در دستور کار قرار خواهند گرفت، به شما خواهیم داد.

پیگیری

ما با جدیت در حال پیگیری سه محور پیش گفته هستیم. هنوز این طرح‌ها و برنامه ریزی‌ها، به طور کامل برای فعالان این حوزه باز نشده و اطلاع‌رسانی سراسری بابت آن انجام نگرفته است. ما بازدیدهای خود را ادامه خواهیم داد و این مسائل را با اهالی چاپ در میان خواهیم گذاشت، نظراتشان را جویا شده و از آنها مشورت خواهیم گرفت. مشکلات آنها را بررسی کرده و برای حل آنها تلاش خواهیم کرد.

ما در تعاونی به این نتیجه رسیدیم که دنبال کردن این برنامه‌ها خیلی مفید است؛ امروز اعضای ما بیشتر به همدلی و حل مشکلات بیرونی احتیاج دارند تا مشکلات کاری که سال‌ها است توانسته‌اند بر آنها فائق بیایند. شاید رسیدن به اهداف بزرگ‌تر در زمانی کوتاه و با دستی خالی مشکل باشد اما مثلاً راه اندازی یک فضای مشاوره‌ای برای پاسخ گویی به مشکلات تخصصی دست‌اندرکاران این

صنعت، کاری کم‌هزینه و شدنی است. ما می‌توانیم حرف‌ها را بشنویم و در صورت بضاعت مشورتی هم بدهیم و یا اگر کمکی دیگر با تکیه بر ارتباط تعاونی قابل انجام باشد از آن دریغ نکنیم. ما می‌خواهیم خانه چاپخانه‌داران باشیم و نقش پشتیبانی خود را تقویت کنیم.

این حرکت بزرگی است و تنها به کمک صنف و رسانه امکان وقوع دارد. امیدواریم بتوانیم خدمتی به این صنعت انجام دهیم. ما دیدیم که پتانسیلی در تعاونی وجود دارد که می‌توانیم از آن استفاده کرده و کارها را جلو ببریم، این بود که وارد گود شدیم. ما هیچ ادعایی نداریم و تنها هدفمان خدمت‌رسانی است و در این راه هم از هر کمکی استقبال می‌کنیم. این کارها با هدف اعتلای صنعت چاپ صورت می‌گیرد، صنعتی که به یک نفر و یک گروه تعلق ندارد؛ همه باید برای حل مشکلات آن کوشش کنند.

در ادامه، صحبت برخی از چاپخانه‌هایی که مورد بازدید قرار گرفتند را با هم از نظر می‌گذرانیم.

این چاپخانه را آقای بهرامی اداره می‌کردند و حاج آقا (محمود قاسمی) از سال ۵۷ در اینجا مشغول به کار هستند. متأسفانه طی این سال‌ها گذار من تا به حال به شرکت تعاونی نیافتاده است.

مظاهری در این مورد پاسخ داد: چاپ آبان از سهامداران قدیمی هستند ولی عجیب است که تاکنون به شرکت تعاونی نیامده‌اند.

بعد از معرفی، از ماشین‌های در حال کار چاپخانه پرسیدیم و سخن از خریداری ماشین از خارج کشور و نوسازی خط تولید شد، احمد قاسمی گفت: هم اکنون در چاپخانه آبان دستگاه‌های چاپ دو ورقی تکرنگ، لتریپرس و ملخی داریم و قرار است تا ماه آینده دستگاه برش جدیدی را نیز وارد کنیم.

برای خرید ماشین‌های چاپی از خارج کشور بحث اعتماد بسیار مهم و کلیدی است. به عنوان مثال چاپچی‌ای که از صفر شروع کرده است نمی‌داند برای خرید ماشین چاپی به کجا مراجعه کند، من خودم به شخصی در این مساله با مشکل برخورد کردم و



قلبی برای چاپ

کریم زارع هستیم، از سال ۴۴ در چاپخانه مسعود سعد مشغول به کار شدم و در سال ۱۳۵۳ چاپخانه هما را خریداری کردم و تا کنون در همینجا مشغول به کار هستیم. البته از سال ۶۱ هم با آقای دلشاد همکاری می‌کنم و به خاطر مشکل بیماری قلبی‌ام، تقریباً دو یا سه سال است که کمتر به مسائل و مشکلات چاپخانه رسیدگی می‌کنم و ایشان بیشتر با کارهای اینجا درگیر هستند.

مشکلات فراموش شده

عباس محمودآبادی، مسئول چاپ ملت هستیم و از سال ۷۰ تاکنون در همین چاپخانه مشغول به کارم. ماشین‌آلات چاپ ملت شامل دستگاه چاپ دو ورقی دو رنگ، جی تی او و ملخی است. قبل از اینجا هم ده سال در چاپ ادیب سابقه کار داشتم و بعد از آن مجوز گرفتم و برای خودم چاپخانه تأسیس کردم. در حال حاضر بیشتر محصولات ما چاپ سربرگ، بروشور، کاتالوگ و انجام کارهای معمولی چاپی است.

مشکلات زیادی بر سر راه چاپخانه‌ها وجود دارد که می‌توان به دو مورد عدم سفارشات کافی و ازدیاد چاپخانه‌های اجاره‌ای اشاره کرد که برای چاپچی‌ها مشکل‌ساز شده‌اند. مشکلات زیاد است ولی هم اکنون حضور ذهن برای بیان آنها ندارم.

سهامدار قدیمی

بنده احمد قاسمی، مدیرعامل چاپخانه آبان و پسر محمود قاسمی هستیم. قبلاً در حدود سال ۱۳۴۲

نمی‌دانستیم چه کار باید بکنم و در نهایت از اینترنت کمک گرفتم. به این شیوه اعتماد کردن و خریداری نمودن بسیار سخت است و این کار مقداری هم برایم مشکل‌ساز شد. اگر صنف چاپ واردات ماشین‌های چاپ داشته باشند خیلی خوب می‌شود.

مظاهری در پاسخ گفت: کسانی که این کار را می‌کنند در مظان اتهام هستند. این مساله فنی است و شرکت تعاونی خود را درگیر این مسائل نمی‌کند. وضعیت چاپخانه‌های ایران اینگونه است که وسعشان نمی‌رسد ماشین نو خریداری کنند و البته هستند افرادی که همان ماشین دست دوم را هم نمی‌توانند بخرند. تنها کاری که شرکت تعاونی می‌تواند انجام دهد این است که با مکانیک‌های معتمد دستگاه‌های چاپی ارتباط بگیرد تا از ماشین‌هایی که چاپچی‌ها قصد خریداری دارند، در حال کار بازدید کنند و سالم بودن سیلندرها و سایر قسمت‌ها را قبل از خرید به تأیید برسانند. ماشین بسته‌بندی شده مانند هندوانه در بسته می‌ماند و تضمینی برای درست کار کردن آن نیست. در بسیاری از مواقع وقتی دستگاه به ایران آورده می‌شود و مشکل دارد و درست کار نمی‌کند، فروشنده خارجی قبول نمی‌کند و عنوان می‌کند که از قبل گفته بوده که قبل از خرید بازدید کنید.

اعتماد مظاهری افزود: توصیه من به چاپچی‌هایی که نیاز به خریداری کردن دستگاه چاپ دارند این است که از داخل کشور ماشین‌های مورد نیاز خود را تهیه کنند، حداقل سود این کار دیدن ماشین چاپ قبل از خرید است. فکر نکنید وقتی از خارج خرید می‌کنید ارزان‌تر از داخل تمام می‌شود، در حال حاضر ماشین‌های بیکار در کشور زیاد هستند و می‌توان به

تنها نماینده انحصاری WAN LIDA

اولین وارد کننده هدهای صنعتی ریکو (Ricoh)



▲ AILY-UV4590



▲ AILY-UV1313



▲ AILY-UV2030



▲ AILY-UV2513

RAHA
GOSTARAN

شرکت رها گستران

عرضه کننده چاپگرهای عریض
دستگاههای حرارتی و مواد مصرفی

قویترین هد صنعتی دنیا برای چاپگرهای فلت بد و یووی

- دارای سیستم هوشمند تنظیم ارتفاع و شست شوی هد
- مجهز به سیستم خنک کننده و وکیوم کاملا صنعتی
- قابلیت چاپ تا ضخامت ۱۶ سانتی متر
- قابلیت برجسته سازی تا ۲ سانتی متر
- مناسبترین هد دنیا برای استفاده جوهر یووی و سازگار با حرارت ال ای دی یووی
- دارای یکسال گارانتی تعویض تمامی قطعات به معنای واقعی و حتی ۶ ماه گارانتی هد چاپگر
- به روز ترین ال ای دی اروپا به همراه بالاترین ناپدیدیه
- عرضه مستمر و کاملا منصفانه جوهر یووی



راحتی آنها را تهیه کرد. مگر اینکه دستگاهی برای تولید کارهای خاص لازم داشته باشید، مانند GTO ۶ رنگ که برای تولید لیبل کارایی دارد و در داخل کشور به وفور یافت نمی‌شود. ولی دستگاه‌هایی مانند دو ورقی چهار رنگ یا ۵ رنگ در ایران فراوان است. یکی دیگر از تفاوت‌های خرید داخلی در مقابل خرید ماشین از خارج کشور، شرایط پرداخت تقسیمی بهای دستگاه است. در خارج از کشور برای خرید دستگاه دست دوم باید هزینه را نقداً پرداخت کنید ولی در ایران می‌توانید طی قراردادی اتحادیه یا شرکت تعاونی را بین خریدار و فروشنده حکم کنید. (البته این کار بیشتر توسط اتحادیه انجام می‌شود چرا که در اتحادیه هیات حل اختلاف وجود دارد). جناب حمید غفاری نیز، در هیات حل اختلاف اتحادیه به مسائل رسیدگی می‌کنند تا اگر خدایی نکرده چاپخانه‌داری به مشکلی برخورد کند مرجعی برای پیگیری موجود باشد. برای ماشین‌هایی که از خارج می‌آید چنین کنترلی وجود ندارد.

پس از این سخنان، هیات همراه که با چاپخانه آبان از دیرباز آشنا بودند سراغ آقای قدیمی مجموعه را گرفتند و شنیدند: آقای شریفی و یساولی در جاده کرج چاپخانه باز کرده‌اند و دیگر در چاپ آبان شریک کاری نیستند و تنها در ملک مشارکت دارند. همچنین قاب عکسی بر دیوار قرار داشت که چهره معصوم آن را می‌شناختیم، شهید محمدرضا قاسمی که سال ۶۵ در عملیات کربلا ۵ شهید شدند؛ پسر دیگر خانواده که با ایثار خود جاودان شد.

چاپچیان گله‌مند



محمدرضا عبدالرزاق هستم از چاپ گیلان، تقریباً ۱۶۰ سال پیش این چاپخانه در شمال کشور تأسیس شد و بعدها به تهران و میدان امام خمینی انتقال پیدا کرد. سه نسل از خانواده ما در این چاپخانه فعالیت می‌کردند و این نشان از قدمت آن دارد. اکنون ۱۵

سال است که محل چاپخانه تغییر کرده و به مکان فعلی آمده‌ایم و از فشار مشکلات می‌خواستیم کارمان را عوض کنیم ولی دیدیم کار چاپ، کار پدرو ما بوده و تجربه او انگار که تجربه ما است، از همین رو ماندیم و گفتیم تکنولوژی را تغییر دهیم و چاپخانه را مکانیزه کنیم تا تغییری در وضعیت کار پیش بیاید. در حال حاضر دستگاه‌های چاپ افست، ملخی، سلفون‌کش، لترپرس و دستگاه چاپ دو ورقی در چاپخانه موجود است و می‌توان گفت دستگاه‌هایمان تکمیل است.

بیشتر کارهای شهرداری، دارایی، تأمین اجتماعی و کلاً کارهای اداری اینچنینی چاپخانه را عموماً خود حاج آقا انجام می‌دادند و در سال‌های اخیر به عهده من افتاده است. در سال ۹۲ دارایی برای چاپخانه ما ۱۲ میلیون مالیات محاسبه کرد و در سال ۹۳ این مبلغ را به ۲۵ میلیون افزایش داد! البته صحبت کردیم و مقداری از آن را کم کردند ولی با همه این تفاسیر باز هم این قیمت‌ها برای ما زیاد است و با پرداخت آن مشکل داریم. برای مالیات بر ارزش افزوده هنوز کسی سراغ چاپخانه ما نیامده ولی ما طبق روال همیشگی مجموعه، هر ۳ ماه یکبار مبلغ مالیات بر ارزش افزوده را پرداخت می‌کنیم اما دفاتر رسمی نداریم و انگار این فقره برای بعضی از چاپخانه‌ها مشکل به وجود آورده است. مشکلات ما زیاد است و آقای فریدون فر بیشتر بر مشکلات چاپخانه اشراف دارند. فریدون فر که گویا دل پری از مشکلات چاپ داشت گفت: به اعتقاد من دیگر وقت آن رسیده است تا کاری برای صنف چاپ صورت بگیرد. صنف چاپ

آخر برج حقوق ۳۰ کارگر و ۵ میلیون تومان بیمه را باید دربیابیم که با این اوضاع بسیار طاقت فرسا است.

اگر کار ما رونق داشته باشد هر جور مالیات بر ارزش افزوده، بیمه و... را پرداخت می‌کنیم ولی وقتی درآمدی نداریم باید ملک بفروشیم و برای حرکت لاک پشتی از بیرون به چاپخانه منبع مالی تزریق کنیم تا بتوانیم آن را سرپا نگه داریم. اگر اتحادیه حمایت کند و بتوانیم از بانک وام بگیریم و کار را توسعه دهیم، کارگر اضافه کنیم و کار را بچرخانیم شاید اوضاع بهتر شود. دستگاه‌های چاپ گران هستند و خرید دستگاه جدید و توسعه چاپخانه نیازمند وام بانکی است که متأسفانه از آن خبری نیست و به جز آن ما پشتوانه دیگری برای این کار نداریم.

از وقتی که اداره ارشاد استان تهران را تأسیس کرده‌اند ما نمی‌دانیم برای چه کاری باید به وزارتخانه و برای کدام کار به اداره ارشاد تهران مراجعه کنیم. نامه‌ای به ما می‌دهند می‌گویند استان تهران باید تأیید کند، به آنجا که می‌رویم می‌گویند وزارت ارشاد باید تأیید کند، ما این وسط سردرگم مانده‌ایم. در گذشته ما در این خیابان جزو اولین چاپخانه‌هایی بودیم که به تولید سررسید می‌پرداخت ولی چند سالی است که این کار را تعطیل کرده‌ایم چون جز ضرر و زیان چیزی عایدمان نشد. خدا می‌داند برای گرفتن همین مجوز تولید سررسید چقدر بین اداره ارشاد استان تهران و وزارت ارشاد رفت و آمد کردیم و در آخر هم به واسطه میانجیگری دوستان قدیمی بود که مشکل ما حل شد و تأییدیه گرفتیم.

فریدون فر با تأیید حرف عبدالرزاق اضافه کرد: اگر قرار است اتفاقی رخ دهد باید همکاری بین چاپخانه‌داران و اتحادیه تقویت شود. از اسم اتحادیه

واقعاً ضعیف شده و ما دست‌اندرکاران آن بسیار مظلوم هستیم و به نظرم برای رهایی از مشکلات نیاز به انقلاب و تحول داریم. در هر صنفی اگر یک نفر دچار مشکل شود، اتحادیه از او پشتیبانی می‌کند ولی متأسفانه در صنف ما اینچنین نیست. وضعیت بسیار بغرنج است تا حدی که وقتی من به عنوان نماینده یک چاپخانه برای احقاق حق به وزارت ارشاد رفتم من را زدند و از اتاق بیرونم کردند! چرا باید اینجوری باشد؟ وقتی من را در وزارت ارشاد می‌زنند یعنی اتحادیه را زده‌اند، چرا باید اتحادیه در قبال این حرکت شنیع ساکت بنشیند؟ بعد از ۶ ماه با شکایت از اداره ارشاد توانستم حقم را بگیرم، من موفق شدم و این یعنی حق با من بود، پس چرا مرا زدند و از اتاق بیرون کردند؟ چاپخانه‌داران بسیاری با وزارت ارشاد دچار مشکل شده‌اند ولی اتحادیه در این مورد کمکشان نمی‌کند.

وزارت ارشاد به ما می‌گوید خلاف کرده‌ایم و ماشین چاپ زیر مدل خریده‌ایم ولی این را در نظر نمی‌گیرند که اگر هزینه خرید ماشین چاپ نو و یا دست دوم با سال ساخت کم را داشتیم به دنبال ماشین‌های دست دوم قدیمی‌تر نمی‌رفتیم. مشکلات همه جانبه هستند، مثلاً وقتی آقای X از آقای Y خوشش نمی‌آید این وسط ما چاپچی‌ها توپ فوتبال می‌شویم. این هم از کارهای وزارت ارشاد است که متولی ما است.

عبدالرزاق وارد بحث شد و اضافه کرد: بازار کار چاپ مثل روز جمعه کساد است اما دارایی قلفتی پوستمان را می‌کند و تهدیدمان می‌کند. دوستان مراجعه می‌کنند و می‌گویند فلان چاپخانه تعطیل کرده و ملکش را به انبار اجاره داده است، ما هم مثل آنها، باور کنید فقط در رودرپاستی سابقه‌مان در این کار مانده‌ایم. پدر ما این همه سال زحمت کشید و این کار را نگه داشت ما هم چراغ اینجا را روشن نگه داشتیم ولی نمی‌دانیم تا کی می‌توانیم دوام بیاوریم.



ساخت اروپا

- ♦ عرض کار ۴۵۶-۱۱۵ میلی متر
- ♦ حداکثر تعداد خطوط روی صفحه ۱۵ عدد
- ♦ سرعت بر ساعت ۴۳۰۰ برگ
- ♦ گرمای کاغذ برای خط تا ۸۰-۴۰۰ g/m²
- ♦ گرمای کاغذ برای پرفراژ ۸۰-۲۵۰ g/m²
- ♦ حداقل و حداکثر فاصله خط تا ۱-۹۹۹ میلی متر
- ♦ ابعاد دستگاه ۱۳۲۰ X ۷۶۰ X ۴۶۰ میلی متر
- ♦ وزن ۱۴۰ کیلوگرم
- ♦ قابلیت ذخیره برنامه
- ♦ امکان خط تا و برش عمود بر هم به صورت همزمان
- ♦ میز کار بزرگ، مناسب تا سایز A۲
- ♦ دارای ابزار پرفراژ و برش چرخشی
- ♦ قابلیت تنظیم زاویه کاغذ روی میز کار
- ♦ تعویض آسان ابزارهای خط تا و پرفراژ
- ♦ قابلیت تنظیم ضخامت خط تا در دو اندازه
- ♦ قابلیت تغذیه خودکار تا سرعت ۳۰۰۰ برگ در ساعت

مشخصات فنی دستگاه

خط تا و پرفراژ اتومات A2

جدید



AirSpeed 450



پرس حرارتی صنعتی ذای کات سبیلندری خط تا و پرفراژ تمام اتوماتیک خط تا و پرفراژ نیمه اتوماتیک خط تا و پرفراژ برقی A2



لیزر حک و برش پرفراژ اتوماتیک تلکن اتومات A3 و A4 برش کارت ویزیت تلکن پرفراژ اتومات



مگنه دستی گوشه گردکن اتومات مگنه تخت و لوب دریل اتومات دریل و پانچ برقی مگنه



پانچ همه کاره دستی گوشه گردکن دستی گوشه گردکن دستی خط تا و پرفراژ دستی A3+ بزرگ کاغذ لیزر حکاکی سریع لیزر فابریک

مشکلاتمان را بیان می‌کنیم به جای کمک کردن، صورت مساله را پاک می‌کنند و می‌گویند اگر نمی‌توانید کار کنید، کار و کاسبی‌تان را تعطیل کنید. وقتی چاپخانه بسته می‌شود وضعیت کارگرانی که در آن چاپخانه مشغول بوده‌اند چه می‌شود؟ ممکن است تعدادی از این جوانان بیکار، کاری پیدا کنند ولی عده کثیری از آنها ناگزیر به کارهای خلاف کشیده می‌شوند.

خسرویان تصریح کرد: دولت برای اشتغال یک جوان باید هزینه بسیاری را متحمل شود، حرف ما این است که اگر هزینه مالیاتی را به چاپخانه‌داران تخفیف دهند باعث رونق کارشان می‌شود و اشتغال بیشتری را برای جوانان کشور فراهم می‌آورد، ما نه وام می‌خواهیم و نه تسهیلات دیگر، فقط از مسئولان خواستار این هستیم که در کار ما سنگ نیندازند. نباید فقط شعار بدهیم بلکه باید برای اشتغال جوانان کاری کنیم.

به گفته خسرویان صنفی که روزی قوی‌ترین صنف بوده و به فرهنگ و نشر این کشور کمک می‌کند، هم اکنون رو به زوال است. بیاییم ما هم با کمک کردن به چاپخانه‌ها به فرهنگ کشور کمک کنیم تا راه درست را پیش بگیرد. با سخت‌گیری‌های موجود تا به حال چند چاپخانه واقعی دارای جواز تعطیل شده است؟ اینجا هم قبلاً چاپخانه بوده ولی به دلیل مشکلاتی که گفته شد جواز را باطل کردند و جواز نشر گرفتیم تا کارت عروسی چاپ کنیم.

احمد رضا اعتمادمظاهری رییس شرکت تعاونی چاپخانه‌داران تهران در پاسخ به این فعال صنعت چاپ گفت: از فتهای کلام شما به این نتیجه می‌رسیم که شما به دنبال این هستید که جلوی کار چاپخانه‌های بدون مجوز گرفته شود و برای چاپخانه‌های دارای مجوز ارزش قائل شویم. ما همه چاپخانه‌دار هستیم و با این دردها آشنایی داریم اما این تلاش‌های مقطعی به جایی نمی‌رسد مگر اینکه همه دست به دست هم بدهیم. ما از طرف شرکت تعاونی چاپخانه‌داران، از چاپخانه‌ها بازدید می‌کنیم تا درد دل آنها را بشنویم و در جامعه این دردها را منعکس کنیم تا به گوش مسئولین برسد. اگر نمی‌توانیم مشکلات را حل کنیم حداقل تسهیلاتی در آن ایجاد کنیم.

■ چاپچی پرسپولیسی

یک هفته بعد از بازدیدها به همراه اعضای هیات مدیره تعاونی چاپخانه‌داران و برخی از اهالی چاپ به عیادت یکی از مردان شریف صنعت چاپ و دنیای فوتبال رفتیم. دوماه از عمل قلب باز حسین محمدی گذشته بود که به عیادتش رفتیم.

۷۱ سال زندگی از او مردی ساخته است که روزهای سخت و دشوار را برای خود و اطرافیانش آسان می‌کند. عاشق چاپ بودن، ماندن در کار صنعت و ساختن و هدایت همکاران کاری است که هنوز هم با تمام توان به آن دل بسته است. اکنون ۵۶ سال است که صدای ماشین چاپ او را به وجد می‌آورد. محمدی با سرعت زیاد پله‌های ترقی را طی کرده و از سال ۵۷ کارش را در چاپخانه‌ای که خود موسس آن بود شروع کرد و کاری را که از پیش آغاز کرده بود ادامه داد. او محبوب بسیاری از اهالی چاپ و فوتبال است. عضویت در هیات مدیره تیم قرمزپوش از حسین محمدی چهره‌های آشنا برای اهالی فوتبال و طرفدارانش ساخته است.

گفتیم و شنیدیم و از دیدارش خرسند شدیم. بودن در کنار او و نوشیدن جرعه‌های صفا و مهربانی از نگاهش غنیمتی بود. از هر دری سخنی رفت و دوستان و یاران آرزو کردند قلبش، همچنان با همان عشق آغاز جوانی برای صنعت چاپ بتید و ضربان زندگی‌اش هرگز آرام نگیرد. آمین گفتیم و او را به خدا سپردیم تا شفای کامل عنایت کند.



دست مریزاد که برای جوانان اشتغالزایی کرده‌اید به فکر این است که سریعاً مالیات را اضافه‌تر کند. یک بحث دیگر هم تأمین مواد اولیه است که ما با آن زیاد مشکل نداریم ولی به جایش اکثراً برای تأمین قطعات با مشکلات زیادی مواجه هستیم که شرکت تعاونی تا حدودی در این موضوع به ما کمک کرده است و ما امیدواریم این روند بیشتر و قوی‌تر پیش برود.

■ چاپچی بدون جواز، چاپچی با جواز

مجتبی خسرویان یکی از کارمندان چاپ اعظم در بازدید رییس و اعضای هیات مدیره شرکت تعاونی چاپخانه‌داران تهران از این چاپخانه، در گفت‌وگو با چاپ و نشر یکی از مشکلات اساسی چاپخانه‌ها را از دید



مغازه‌های چاپی بدون جواز در تهران دانست گفت: وقتی چاپخانه‌ای مجوز نداشته باشد درگیر مسائل مالیات و مشکلات صنف چاپ هم نمی‌شود. ما باید مالیات را بر روی قیمت‌های تمام شده‌مان محاسبه کنیم ولی چاپخانه‌های بدون جواز بدون هیچ مشکل و پرداخت مالیاتی زیر قیمت تعرفه، نرخ می‌دهد و کارت پخش‌کن‌های آن‌ها معمولاً جلوی مغازه‌های ما مشتریان، را مال خود می‌کنند و هر روز با این مسائل درگیر هستیم.

وی افزود: مشکل دوم ما این است که درباره مالیات به ما گفته‌اند که باید هم به مشتری‌مان فاکتور رسمی بدهیم، هم از فروشندگان فاکتور رسمی بگیریم، ولی اینجا این سوال پیش می‌آید که کدام کاغذ فروش فاکتور رسمی می‌دهد؟ به فرض هم فاکتور رسمی بدهد، باز هم مالیات را به قیمت اضافه می‌کند و در آخر قیمت تمام شده برای ما افزایش می‌یابد.

خسرویان تأکید کرد: چاپچی‌های بدون مجوز، مالیات نمی‌دهند و قیمت تمام شده کارهایشان پایین است چون فاکتور رسمی نگرفته‌اند، اگر به همین منوال پیش برویم، خود به خود ما از بازار حذف خواهیم شد.

وی با اظهار تأسف از رفتار مسئولان گفت: وقتی

مشخص است که باید با اتحاد کارها انجام بگیرد اما وقتی بعد از مدت‌ها برای بحث مالیات بر ارزش افزوده با آقای عبدالرزاق به اتحادیه رفتیم دیدیم چند دستگی ایجاد شده و یارکشی راه افتاده است، مگر اتحادیه گروه بازی است؟ من معتقدم اگر اتحادیه با چاپخانه‌داران یک دست شود و اتحاد واقعی بینشان شکل بگیرد، اتحادیه پشتیبان چاپخانه‌داران می‌شود و می‌توانیم با این قدرت کوه را هم جابجا کنیم.

بعد از این مظاهری هدف‌های اصلی از این بازدیدها را شرح داد و گفت: چنانچه زمینه مساعد باشد این ایده را نیز در نظر داریم در شرکت تعاونی برای مشاوره و آموزش نگهداری دفاتر و رد کردن آنها، مالیات بر ارزش افزوده، تنظیم اظهارنامه و کارهای اینچنینی از کارشناسان استفاده کنیم و اگر این مورد استقبال چاپخانه‌ها قرار بگیرد با کارشناسان این زمینه فعالیت بیشتری خواهیم داشت و تا جایی که می‌شود از پرسنل تعاونی استفاده خواهیم کرد. ما در نظر داریم شرکت تعاونی مرکزی شود تا هر وقت چاپخانه‌داری دچار گرفتاری شد، برای راهنمایی گرفتن به ما مراجعه کنند. دوستان می‌توانند از طریق گروه تلگرامی تعاونی شما حرف‌ها و درخواست‌هایشان را با ما مطرح کنند.

■ بن بست هنر

بنده از سال ۴۸ و از ۱۳ سالگی وارد کار چاپ شدم. قدمت چاپخانه سازمان چاپ هنر که در آن تشریف دارید به زمان آقای توتونچیان برمی‌گردد، بنده از سال ۷۰ به این چاپخانه آمدم. این چاپخانه روزی برو و بیایی داشت اما متأسفانه در حال حاضر فقط یک دستگاه GTO یک ورقی در آن مشغول به کار است و با کلی تلاش و پیگیری تازه چند روزی است که در بخش خدمات بعد از چاپ هم ورود پیدا کرده‌ایم و یک دستگاه سلفون کشی uv آورده‌ایم. سازمان چاپ هنر پیشترها یک ماشین چاپ دو رنگ، یک دستگاه لترپرس، ۲ عدد ملخی و GTO داشت که به دلیل مشکلات به وجود آمده در بازار چاپ و اوضاع اقتصادی کشور و زیاد شدن رقبا، همه آنها فروخته شد.

■ تعاونی کمک‌هایش را بیشتر کند

بنده مهدی محمودآبادی، مدیر چاپخانه شکوه هستم که این چاپخانه را ۴ سال پیش خریداری کردم. تحصیلاتم من در رشته مهندسی صنایع است و علاوه بر آن رشته چاپ را هم در دانشکده چاپ خوانده‌ام. محمودآبادی پس از معرفی خود دستگاه‌های مشغول به کارش را نام برد و گفت: در حال حاضر یک دستگاه لترپرس و یک ماشین چاپ ملخی در چاپخانه مشغول به کار است و به زودی هم یک دستگاه GTO چهار رنگ به ماشین‌های چاپخانه اضافه خواهد شد.

محمودآبادی پس از این صحبت‌ها به بیان مشکلات خود پرداخت و گفت: از وضعیت رسیدگی صنف به امور چاپچیان در مسائلی چون بیمه، مالیات و شهرداری خیلی رضایت نداریم، ما کمکی نخواهیم، تنها کاری که ما نداشته باشیم تا بتوانیم راحت‌تر به کارهایمان رسیدگی کنیم. خود من به شخصه حمایتی از کسی نمی‌خواهم فقط اگر چوب لای چرخ ما نگذارند ما مشکل دیگری نداریم. اداره مالیات به جای اینکه بگوید



اکوپارس



تنها واحد تولید مرکبهای پنتون هوستمن

گفت‌وگو با غلامرضا شجاع

مثلث کاغذ، تولید، بازرگانی و مصرف

■ مهربان روشن

در دو سال گذشته شاهد کشمکش‌هایی برای افزایش تعرفه کاغذ بین مصرف‌کنندگان و دولت بودیم که در آخر هم با توجه به استدلال‌های مصرف‌کنندگان کاغذ با کمک وزارت ارشاد از افزایش آن جلوگیری شد، در همین راستا با غلامرضا شجاع نماینده مصرف‌کنندگان کاغذ و مدیرعامل شرکت تعاونی سازندگان کلیشه و لیتوگراف، مهر و پلاک و چاپ اسکرین گفت‌وگویی انجام دادیم که از ابتدای ماجرا، چرایی و چگونگی آن برای ما و خوانندگان گرامی معلوم شود. این ماجرا دست کم دو طرف مهم دارد. تولیدکنندگان کاغذ یکسوی ماجرا و مصرف‌کنندگان سوی دیگر آن هستند. تعرفه کاغذ البته بازرگانان کاغذ را هم وارد گود می‌کند. به نحوی که هرگونه تغییر در افزایش-کاهش تعرفه آرایش بازار را بهم می‌ریزد. آقای غلامرضا شجاع مسایلی را مطرح کردند که از نظر گرامی شما می‌گذرد.



■ چه دلایلی باعث شد تا شما نماینده مصرف‌کنندگان کاغذ در صنعت چاپ شوید؟

یکی از دلایلی که باعث ایجاد این تشکل در سال ۹۴ و ۹۵ شد موضوع جلوگیری از افزایش تعرفه کاغذ بود. در آن سال اتحادیه و تعاونی ناشران، شرکت تعاونی مطبوعات کشور و اتحادیه‌ها و تعاونی‌های چاپخانه‌داران سراسر کشور حتی تهران (کلیه مصرف‌کنندگان کاغذ) با هم یک صدا شدند که شامل حدود ۵۰ تشکل گردید و بنده را به عنوان نماینده انتخاب کردند تا جهت جلوگیری از افزایش تعرفه کاغذ فعالیت کنم.

به همین منظور همه تشکل‌ها با نامه کتبی بنده را به عنوان نماینده معرفی کردند تا ضمن پیگیری در جلسات کمیسیون ماده یک تعیین تعرفه که در دولت تشکیل می‌شود حضور داشته باشم. کمیسیون ماده یک هم من را به عنوان نماینده قبول کرد و از بنده در جلساتشان در سازمان توسعه و تجارت یا اتاق بازرگانی یا ارشاد و هر جای دیگر برای دفاع از حقوق مصرف‌کنندگان کاغذ جلسه‌ای بود دعوت می‌شدم.

خود من به عنوان مدیرعامل تعاونی لیتوگرافان یا کسی که در حوزه چاپ اسکرین تخصص دارد، نه مصرف‌کننده و نه فروشنده کاغذ، نه واردکننده و نه تولیدکننده کاغذ بودم و از دانش فنی کاغذ هیچ اطلاعاتی نداشتم. تنها به خاطر پشتکارم که دوستان از آن اطلاع داشتند من را به عنوان نماینده مصرف‌کنندگان کاغذ انتخاب کردند و می‌دانستند که می‌توانم از حق آنها دفاع کنم.

■ بفرمایید برای جلوگیری از افزایش تعرفه کاغذ چه اقداماتی انجام دادید؟

در سال ۹۴ با تشکیل ده‌ها جلسه تخصصی در ارتباط با کاغذ از همه کسانی که در این حوزه تخصص داشتند در محل شرکت تعاونی دعوت کردیم و با کندوکاو در این مبارزه مهم ضمن کسب اطلاعات حوزه کاغذ با همت همه

عزیزان پیروز شدیم. در اینجا جا دارد از دکتر علی جنتی که سال ۹۴ وزیر ارشاد بودند تشکر کنم که واقعا پشتیبان و حامی ما بود و در مورد موضوع تعرفه کاغذ، که هر ساله در جلسه هیئت دولت در اسفندماه تشکیل می‌شود از ما حمایت کرد.

همچنین از وزارت آموزش و پرورش، علوم و فناوری و خانم معصومه ابتکار، رئیس سازمان حفاظت محیط زیست ایران - که همگی دغدغه کاغذ را دارند - با مکاتبات و رفت و آمد در اسفندماه ۹۴ با توجه به فعالیت‌هایی که در کمیسیون‌های مربوطه مجلس داشتیم موفق شدیم تا از افزایش تعرفه کاغذ جلوگیری کنیم.

بازهم اتفاقات سال ۹۴ در سال ۹۵ نیز پیش آمد با این تفاوت که تولیدکنندگان کاغذ داخلی با جدیت و پافشاری بیشتری موضوع افزایش تعرفه کاغذ را مجدداً تکرار کردند و کار ما سخت‌تر شد. در سال دوم ارتباط دوستانه و نزدیکی بیشتری با تولیدکنندگان کاغذ، خصوصاً با دکتر روغنی گلپایگانی رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ برقرار کرده و کمی‌السابق حامی تولید داخل بودیم تولیدکنندگان نیز به حق حرف‌هایی می‌زدند ولی استدلال ما این بود که بدترین نوع حمایت دولت از تولید داخل افزایش تعرفه کاغذ است. چرا که این کار در نهایت دست در جیب مردم کردن است. استدلال تولیدکننده‌های داخلی این بود که با افزایش تعرفه کاغذ و بالا رفتن قیمت کاغذ با واردکنندگان کاغذ شانه به شانه می‌شویم ولی این کار شدنی نبود.

به خاطر ارتباط نزدیکی که با تولیدکنندگان گرفته بودیم حقوق آنها نیز برایمان مهم بود به همین دلیل در جلساتی که با تولیدکنندگان و نماینده تولیدکنندگان داشتیم صراحتاً اعلام کردیم که دولت نباید در ارتباط با واردات مواد اولیه (خمیر کاغذ، چسب، مواد سفیدکننده) ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده را بگیرد و دیگر فشارها نباید به تولیدکننده داخلی وارد کند. ضمن اینکه باید به آنها تسهیلات بدون بهره و یا با حداقل بهره بدهد. به عنوان مثال بانک ملی ایران، که سهامدار یکی از بزرگ‌ترین کارخانه‌های تولیدکننده کاغذ است، حمایت بیشتری از جهت تسهیلات انجام دهد.

سال گذشته جناب مهندس محمدرضا نعمت‌زاده وزیر محترم صنعت، معدن تجارت به طور قاطع تصمیم گرفته بودند تعرفه کاغذ در سال ۹۵ افزایش پیدا کند و تولیدکنندگان کاغذ تقاضای تسهیلات کرده بودند، دکتر اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهور شرط ارائه تسهیلات به کارخانه‌های تولیدکننده کاغذ را افزایش تعرفه کاغذ قرار داده بودند که به اعتقاد بنده یکی از بی‌منطق‌ترین اقدامات و بدترین راه حمایت از تولید داخلی افزایش تعرفه می‌دانیم. و الحق والاتصاف جناب دکتر صالحی امیری با پشتیبانی و ارائه استدلال‌های قوی در دفاع از مصرف‌کنندگان حوزه فرهنگ و هنر و آموزش و صنعت چاپ برآمدند.



TMS[®]

تسهیل ماشین صنعت
تولید کننده تجهیزات انبار داری



لیفتراک دیزلی
دوگانه سوز و برقی



استکر نیمه برقی

ظرفیت: ۱ الی ۱/۵ تن
بالبری: تا ۳/۳ متر



پالت تراک دستی

ظرفیت: ۵۰۰ تا ۵۰۰۰ کیلوگرم



استکر تمام برقی

ظرفیت: ۱ تا ۲ تن
بالبری: تا ۵/۸ متر



پالت تراک برقی

ظرفیت: ۲۰۰۰ کیلوگرم

تلفن: ۴۲۹۸۴-۰۲۱

دفتر مرکزی: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان سرافراز، کوچه یکم، پلاک ۱۲، طبقه اول

کارخانه: تهران، کیلومتر ۴۰ اتوبان تهران قم، شهرک صنعتی شمس آباد، بلوار سروستان، بلوار مهستان، انتهای گل سرخ دهم

www.tms.ir info@tms.ir





■ آیا کاغذ تولید داخل کیفیت لازم را دارد؟ و نیازهای کشور را مرتفع می‌کند؟
 در قسمت تولید کاغذ چاپ و تحریر، کاغذ داخلی کیفیت چاپ کارهای چهار رنگ و نیمه نفیس و یا چاپ قابل قبول را ندارد ولی برای کتاب‌های درسی بسیار مناسب است و کاغذ در قسمت تولید روزنامه تولید داخل برای آگهی‌ها و نیازمندی‌ها استفاده می‌شود و این درست نیست و مناسبانه از کاغذ خارجی برای مصرف روزنامه استفاده می‌شود که در هیچ‌کجای دنیا از کاغذ مرغوبی که در کشور ما برای روزنامه (خصوصاً روزنامه‌های دولتی)، آن هم تنها برای مصرف یک روز در دست مردم می‌چرخد، مصرف نمی‌شود، این نشان از اسراف در دولت است. ممکن است کارخانه‌های ما در تولید کاغذهای کرافت و کاغذهایی که جهت تولید کاترین و ورق به خودکفایی و عدم نیاز رسیده باشند ولی در مورد کاغذ چاپ، تحریر و روزنامه اینگونه نیست.

■ با افزایش تعرفه کاغذ چه اتفاقی برای چاپخانه‌داران و واردکنندگان کاغذ می‌افتاد؟

شاید ظاهراً برای یک چاپخانه‌دار افزایش تعرفه کاغذ زیاد مهم به نظر نرسد و بگوید که من کاغذ را گران می‌خرم پس گران هم می‌فروشم ولی این کار باعث رکود بیشتر کار چاپ می‌شود. مثلاً سرمایه‌ای که برای ذخیره کاغذ در نظر دارند افزایش می‌یابد و واردکنندگان کاغذ هم شاید زیاده‌فروشی نکنند فقط در این وسط حجم مبلغ سرمایه‌گذاری افزایش خواهد داشت و اگر سود کاغذ بالا برود دست افراد غیرمتخصص و سودجو در کاغذ زیاد می‌شود و برای تجار واقعی مناسب نیست.

وقتی تعرفه کاغذ حتی ۱۰ درصد اضافه شود، تورمی که در بازار آزاد ایجاد می‌کند حداقل دو برابر خواهد بود. اگر ۱۰ درصد افزایش تعرفه داشته باشیم، انعکاس آن در بازار ۲۰ درصد خواهد شد. از همه بدتر رقم بالایی از کاغذها به صورت کاغذ A4 در ادارها و دانشگاه‌ها و مدارس مصرف می‌شود. مقدار زیادی از آن تبدیل به دفترچه برای دانش‌آموزان می‌شود. به طبع آن کتاب درسی هم گران خواهد شد. قیمت تمام شده کاغذ در کتاب‌های درسی و دفاتر مورد استفاده دانش‌آموزان و دانشجویان تأثیرگذار است.

یکی از دفاعیات ما برای جلوگیری از افزایش قیمت کاغذ، نقش کاغذ در همه کالاهای است که مانند بنزین در تمام زندگی ما تأثیرگذار است. محصولات آموزشی، دارویی، بهداشتی و غذایی همگی احتیاج به کاغذ دارند و وقتی کاغذ گران شود در تمام فرآیند زندگی اثر خواهد گذاشت. ما تنها از ناشر، چاپخانه‌دار یا صحاف دفاع نمی‌کردیم در واقع از مردم و از میزان افزایش تیراژ کتاب و روزنامه و مطالعه و فرهنگ کشور دفاع می‌کردیم. با توجه به سختی کار در سال ۹۵ آقای صالحی امیری وزیر ارشاد وقت - که جا دارد مجدداً از او تشکر کنم - مردانه و در نهایت صراحت و شجاعت پشت ما ایستاد و ما با وزارت آموزش و پرورش، کمیسیون‌های مربوطه مجلس، وزارت علوم و رئیس سازمان حفاظت محیط زیست ایران مجدداً رایزنی کردیم.

■ در سال ۹۵ چه اتفاقی افتاد که دوباره تعرفه کاغذ افزایش پیدا نکرد؟

در آخرین چهارشنبه سال ۹۵ و آخرین جلسه هیات دولت آقای دکتر صالحی امیری با استدلال‌های قوی این موضوع را با آمار و اطلاعات جامع به هیئت دولت ارائه داد و دفاع کردند. دکتر حسن روحانی رئیس‌جمهور محترم متوجه تأثیر

سوء افزایش تعرفه‌های ۵ درصد کالاهای اساسی در زندگی مردم خصوصاً مردم پایین دست شدند به همین جهت دستور دادند که هیچکدام از کالاهای با تعرفه ۵ درصد که همان حداقل است، نباید افزایش پیدا کند و دفاعیات آقای صالحی امیری و آقای برازش و زحمات همه دست‌اندرکاران مصرف کاغذ و حتی مراجع تقلید باعث شد که در اسفند سال گذشته از افزایش تعرفه کاغذ جلوگیری شود.

■ آیا امسال هم برای جلوگیری از افزایش تعرفه کاغذ برنامه‌ای دارید؟

نمی‌دانم زیرا امسال انرژی و قدرت جسمی لازم را ندارم که برای سومین بار جلوی افزایش تعرفه کاغذ را بگیرم هنوز تصمیم نگرفته‌ام.

■ آیا فکر می‌کنید به تنهایی هم می‌توانستید راه به جایی ببرید؟

مسئلاً خیر، مهم‌ترین نکته این است که به صورت متفرقه تقریباً صدای هیچ‌کس به جایی نمی‌رسد. همیشه پیشنهاد ما این است که کل کشورید واحده باشیم تا اتفاقات به خوبی رقم بخورد.

در این خصوص نزدیک به ۵۰ تشکل از جمله اتحادیه و تعاونی‌های ناشران، اتحادیه و تعاونی چاپخانه‌داران تهران و تمام استان‌ها و مطبوعات همگی ید واحده شدیم و توانستیم با کمک فکری به این مهم دست یازیم. در نهایت وزیر ارشاد و معاون فرهنگی جناب دکتر سید عباس صالحی به این همبستگی و تلاش تبریک گفتند. ما نیز از وزارت ارشاد و دیگر وزارتخانه‌هایی که در این راه همکاری کردند سپاسگزاریم و همچنین از دولت که در این باره منطقی عمل کرد و حمایت از همه عزیزی که کمک فکری کردند.

■ به نظر تان اتحاد دست‌اندرکاران صنعت چاپ چه تاثیری بر کسب و کار آنها خواهد داشت؟

اگر همه با هم مانند یک تشکل کشوری متحد باشیم، می‌توانیم بهتر به اهدافمان برسیم و مسائل احقاق حق صنعت چاپ را پیگیری کنیم. باید همه با هم همدل باشیم. در سکون و راکد بودن، همگی از بین خواهیم رفت. اگر با هم باشیم موفق خواهیم بود. در دو سال اخیر در موضوع تعرفه کاغذ با همدلی ثابت کردیم که موفقیت همراه با اتحاد است.

■ پیش‌بینی شما برای قیمت کاغذ در سال ۹۶ چیست؟

در ۲۴ اسفند ۹۵ به وزیر ارشاد نامه‌ای خصوصی

ارسال کردم و در این نامه با توجه به کاهش حجم واردات کاغذ (کاغذ چاپ و تحریر و روزنامه) و گرانی دو مرحله حدود ۵۰ دلار برای هر تن کاغذ در خارج از کشور، پیش‌بینی کردم که در سال ۹۶ با افزایش قیمت کاغذ مواجه خواهیم شد. البته انتخابات اخیر را نباید نادیده گرفت و عنوان کردم که ممکن است در آخر تابستان با کمبود کاغذ و گرانی مواجه شویم و خواهان این شدم که کار گروهی در این مورد تشکیل دهند و فکری کنند و یکی از دغدغه‌های اول دولت موضوع کاغذ باشد.

در تاریخ ۲۰ اردیبهشت ماه جلسه‌ای با موضوع کلیه محصولات سلولزی در اتاق بازرگانی ایران تشکیل شده بود و بنده نیز به عنوان نماینده مصرف‌کنندگان کاغذ در آن جلسه حضور داشتم. خانم پروین نباتی، مدیرکل صنایع شیمیایی و سلولزی، رئیس اتاق بازرگانی و تمام تولیدکنندگان و واردکنندگان و مصرف‌کنندگان حضور داشتند. بنده در همان جلسه نگرانی‌ام را از احتمال کمبود و افزایش قیمت کاغذ عنوان کردم.

بعد از آن جلسه خانم نباتی به من نامه زدند که این صحبت‌ها از نظر ما درست نیست اگر استدلال‌های دیگری دارید بگویید تا بررسی کنیم. در نامه آمده که مجموع تولیدات و واردات در سال ۹۵، ۳۴۶ هزار تن بوده سال ۹۶ نسبت به ۹۵ حدود ۴ درصد کاهش است و این میزان نمی‌تواند در کمبود و گرانی کاغذ تأثیرگذار باشد. بنده هم کتاباً جواب نامه و نگرانی‌ها و آمار دقیق کاغذ را انتقال دادم.

این را نیز باید عنوان کنم که نامه‌ای که به وزیر ارشاد ارسال کرده بودم در هیچ جا علنی نکردم تا کسی من را متهم نکند که گرانی بین ۵ تا ۱۱ درصدی کاغذ بعد از عید تأثیری از نظرات این حقیر بوده است. تصورمان این بود که بعد از انتخابات اقتصاد کشور رونق می‌یابد و اگر اتفاق می‌افتاد با کمبود کاغذ مواجه می‌شدیم ولی اینگونه نشد و در اردیبهشت و خرداد افزایش قیمت کاغذ را نداشتیم و خدا را شکر بازار کاغذ با آرامش نسبی همراه بود.

ولی اخیراً با کمی افزایش قیمت کاغذ مواجه شده‌ایم و پیش‌بینی می‌کنم با توجه به شروع مدارس تا آخر تابستان کاغذ مقداری گران‌تر نیز خواهد شد. امیدوارم تدابیری اندیشه‌شود و تسهیلاتی ارائه دهند تا مصرف‌کنندگان با کمبود و گرانی کاغذ مواجه نشوند.



اولین و تنها

ارائه دهنده چاپگرهای صنعتی بووی رول به رول در ایران

WIT-COLOR
Digital



سریعترین و قویترین نسل چاپگرهای بووی در دنیا



Ricoh GEN5

100 m²/h 4-7 PL

Adopted RICOH GEN5 All Steel Industrial Print Head
Maximum Speed of 100 m²/h
Drop Volume of 4-7PL

عرض چاپ: 320 cm و 520 cm

www.FaraRang.com

فارانگ
فیرانگ تبلیغ

نماینده انحصاری در ایران

Tel : 021 6656 50 50

Maad Roll Label Printing

صنایع چاپ ماد رول
چاپ پرچسب رول و فویل آلومینیوم

دو سال پی در پی برگزیده جشنواره چاپ بعنوان برترین تولید کننده لیبل کشور

gallus

تکنولوژی روز اروپا، ساخت کشور آلمان در خدمت صنایع کشور



ماشین چاپ ۹ رنگ فلکسو | ماشین چاپ ۷ رنگ فلکسو | ماشین چاپ ۶ رنگ فلکسو | دستگاه ماشین چاپ ۴ رنگ فلکسو | دستگاه دایکات، برش و طلاکوب قابلیت چاپ بر روی انواع کاغذ پشت چسبدار، پلی اتیلن، پلی پروپیلن، پی وی سی کاغذ و PP متالایز، انواع فویل آلومینیوم دارویی، چاپ دو رو (روی قسمت پشت چسب دار)، چاپ شریک، چاپ ساشه

جاده مخصوص کرج، بلوار ایران خودرو
خیابان زامیاد، ابتدای خیابان گلها، پلاک ۲
تلفن: ۷۰۰-۶۰۰۱۹۴ ۴۴ | فکس: ۵۶ ۲۳ ۹۲ ۴۴

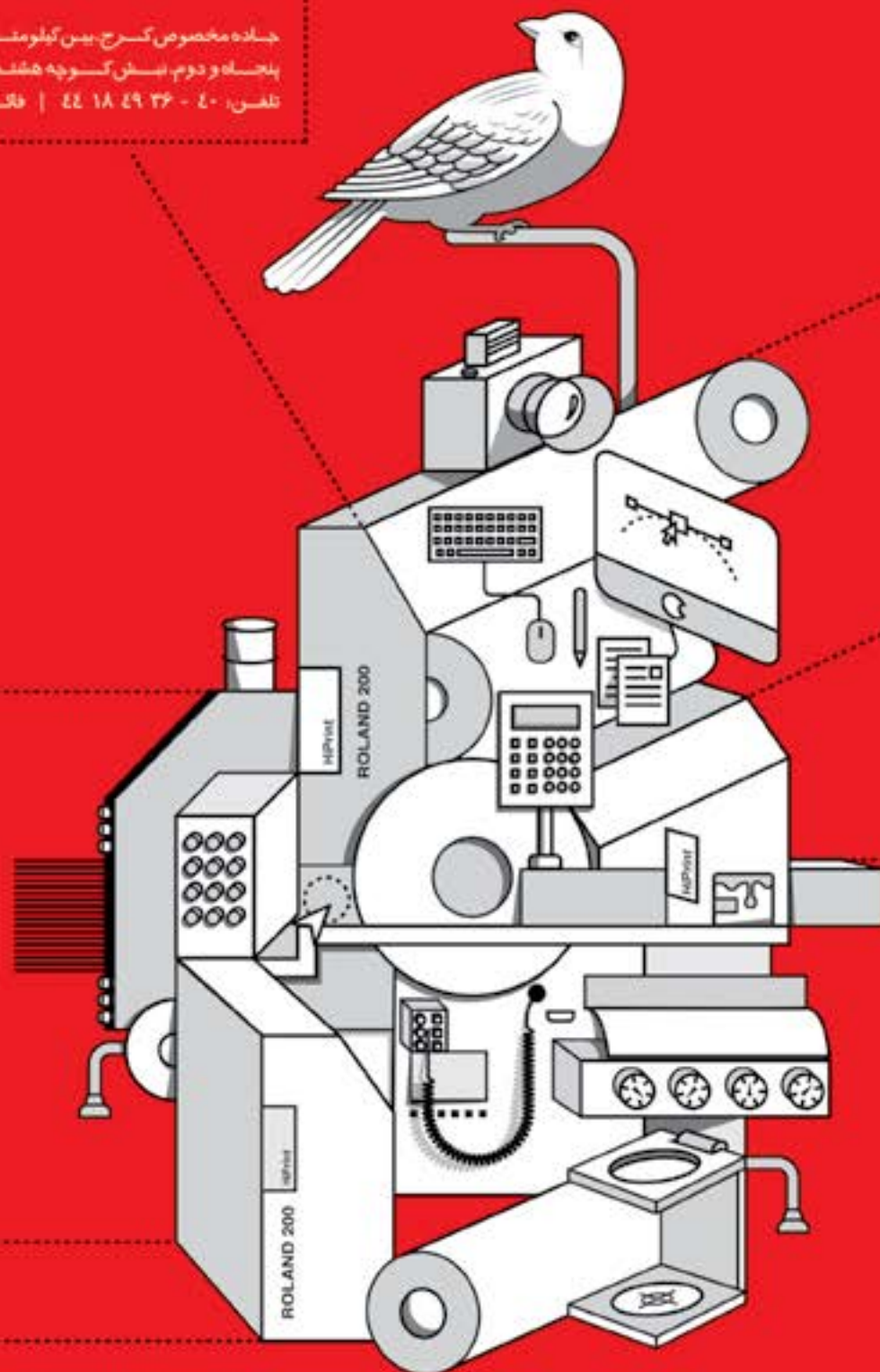
www.maadroll.ir

Hoodis Pars

Printing Complex

مجتمع چاپ هودیس پارس

جاده مخصوص کرج بین کیلومتر ۱۵ و ۱۶، خیابان
پنجراه دوم، پست گنجینه هشتم شهرک ۳
تلفن: ۰۲۱ - ۴۹۳۶۱۸ | فاکس: ۰۲۱ - ۴۹۳۶۱۹



WHEN QUALITY MATTERS

چاپ افست دوورقی پنج رنگ با لاک واتریس Roland 200 HiPrint
چاپ افست دوورقی پنج رنگ (Roland 200) خشک کن IR
لیتوگرافی | سلفون کشی | دایکات فول اتوماتیک ۱۰۰×۷۰ | تاکنی
لترپرس | جعبه چسبانی | امباس | آتلیه طراحی | عکاسی
صنعتی | فیلمبرداری صنعتی و ساخت تیزرهای تبلیغاتی



عشق پدر، شوق پسر

پای صحبت‌های سید ابراهیم میران، چاپچی خودساخته

■ میلاد حاتمی

وقتی پای صحبت‌های چاپچیان قدیمی می‌نشینم انگار با مرد و مردمانی از سیاره دیگر سخن می‌گوییم! نسل آنها زیاد کهن نیست و سایه بسیاری از آنها هنوز بر سر صنعت است اما چیزی که می‌گویند برای ما نسل‌های جدیدتر غریب به نظر می‌رسد، آن‌ها مردانی از جنس دیگرند، افرادی خودساخته که با صنعتی نوین و دائم متغیر کنار آمده‌اند و تقدیر را شکست داده‌اند.

این شماره برای بخش چهره ماندگار سراغ یکی از چاپچی‌های قدیمی اما قیصر و خنده‌روی صنعت چاپ رفتیم. سید ابراهیم میران مؤسس و مدیر چاپ میران ما را پذیرفت تا با او قدم به روزگار گذشته بگذاریم و دوره‌های نزدیک را مرور کنیم.



■ از ۱۳ سالگی...

اینجانب سید ابراهیم میران، متولد سال ۱۳۳۷ در طالقان هستم. من از همان نوجوانی و زمانی که تنها ۱۳ سال داشتم به کار چاپ وارد شدم. یک اتفاق خوب که همواره از آن به مبارکی یاد می‌کنم آشنایی‌ام با مرحوم ندایی است؛ من به واسطه ایشان با چاپ آشنا شدم. من به سال ۱۳۵۰ در اولین سابقه کاری‌ام در عرصه چاپ وارد چاپخانه جاویدان شدم و دو سالی در آن مشغول بودم. سال ۵۲ به چاپ شب‌نم پیوستم و پس از سه سال کار در آنجا به سال ۱۳۵۵ به چاپخانه فروزان واقع در پیچ شمیران رفتم. در آنجا با پسران مرحوم ندایی همکاری می‌کردم و سال‌های شیرین جوانی‌ام در کنار این دوستان خوب شیرین‌تر شد. در همان سال‌ها بود که در خرید یک دستگاه ملخی برای چاپخانه سرمایه‌گذاری کردم و شریک شدم. من تا زمان تعطیلی چاپ فروزان در سال ۱۳۶۷ در آنجا کار کردم و پس از آن دوباره به چاپ شب‌نم رجعت کرده و نزد مرحوم جواد موصلی مشغول به خدمت شدم.

سال ۱۳۵۳ بود که ازدواج کردم و ثمره آن دو فرزند پسر است؛ حسین و علی هر دو به شغل پدری علاقه نشان دادند و امروز هر دوی آنها چاپچیان زبده هستند. سال ۱۳۷۹ بود که به پشتوانه پسرانم جواز تأسیس چاپخانه گرفتم و کارمان را در بهارستان شروع کردیم. یادم هست که همان زمان در حدود نیمی از دستگاه‌های چاپ شب‌نم شریک بودم. کار ما خوب بود و با شیب



ملایمی همواره در حال توسعه بودیم؛ وجود دو فرزندم و همکاری‌شان در انجام کارها برای من دلگرمی بود و با این پشتوانه‌ها بود که ترسی از ریسک کردن و انجام کارهای بزرگتر نداشتم. پنج سال به این منوال گذشت تا در سال ۸۴ از بهارستان به محل فعلی منتقل شدیم و چاپ میران را در مکان فعلی آن (خیابان منوچهری، کوچه ژاندارک) تأسیس کردیم.

در حال حاضر بیش از ۴۰ نفر در مجموعه ما مشغول به چاپ هستند و هر روز کار ما و تعداد افرادی که با همکاری می‌کنند در حال افزایش است که از این بابت خداوند را شاکرم. در پی پیاده‌سازی برنامه‌های توسعه‌ای که مد نظرمان است، در سال جاری چاپخانه‌ای را در جاده مخصوص کرج تأسیس کرده‌ایم و در حال تکمیل ماشین‌های لازم آن هستیم. در این چاپخانه یک دستگاه ۴/۵ ورقی در حال کار است و در قسمت پس از چاپ هم دستگاه یووی و سلفون کشی راه اندازی شده‌اند و علاوه بر اینها بخش صحافی ما هم تکمیل است و تمامی دستگاه‌های آن را در اختیار داریم. طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده به زودی یک دستگاه دو ورقی CD هم به این مجموعه اضافه خواهد شد. با راه افتادن کار این چاپخانه پرسنل ما به حدود ۱۳۰ نفر رسید و ما به یکی دیگر از هدف‌هایمان که اشتغال‌سازی بود دست یافتیم.

■ دفترچه‌های پنج زاری

خاطرات بسیار خوبی از این سال‌ها در توشه عمر من مانده اما همواره بهترین سال‌های کارم را دوران مشغولیت در چاپ فروزان و روزگاری که با دوستان گذشت، می‌دانم. مرحوم ندایی و چهار پسرش، داریوش، مسعود، علی و محمود، جو دوستانه‌ای در چاپ فروزان برقرار کرده بودند و ایام کار در آنجا بیشتر تفریح بود تا کار. ما هنوز با آنها رابطه دوستانه نزدیکی داریم و اتفاقاً همین چند روز پیش جناب داریوش ندایی اینجا بود و از قدیم‌ها یادی به میان آمد و خاطره‌ای بیان شد که گفتن آن خالی از لطف نیست.

این خاطره به سال ۱۳۶۳ برمی‌گردد؛ مرحوم ندایی بازاریابی از کل هتل‌های تهران را به من واگذار کرده بودند تا از آنها بازدید کنم و کار چاپی بگیرم. بسیاری از آنها مرا می‌شناختند و سفارشاتشان را به صورت تلفنی به من اعلام می‌کردند. روزی مسئول کارهای یکی از این هتل‌ها با من تماس گرفت و ده دسته صد برگی یادداشت سفارش داد. نمی‌دانم چطور شد که این اشتباه فاحش رخ داد اما من به جای ۱۰ دسته،



شرکت لیتوگرافی بهروز
نماینده رسمی فروش و سرویس پرسورهای گلنز



Suprasetter A75
Manual loading

Year : 2011
Online processor

سوپرستتر ۷۵



Kodak
Magnus Q800

مجهز به ترمال هر ۳
پرسور آن لاین و استگر
مولتی کاست - تولید ۶۰ پلیت در ساعت

Online processor
Multi cassette loader



پرسور گکو پلاس ۸۵ تی



Creo Trendsetter TS8

مجهز به هر ۴۰ وات
کارکرد ۳۸۵ ساعت
تا ۴۰ پلیت در ساعت
ریپ پرایتری اهل
سرور دل اریجینال

بابل : بلوار امام رضا - روبروی جرفیل شیردل تلفن : ۰۱۱ - ۳۲۲۸۴۰۴۰ - همراه : ۰۹۱ - ۱۱۱ - ۰۹۱۱

جهت کسب اطلاعات بیشتر به آکهی درج شده در بخش بیش از چاپ سایت www.bazarchap.com مراجعه فرمایید

از سلامت و کسب رضایت آن کارگر خرسند بودم. اتفاق همیشه پیش می‌آید این نحوه رفتار ما است که می‌تواند تأثیر خوبی بگذارد و اوضاع را درست کند یا برعکس کار را خراب‌تر کند. هر اتفاقی را من به چشم تجربه نگاه کرده‌ام و سعی کرده‌ام در لحظه بهترین تصمیم را اتخاذ کنم.

■ پسر تاج باید همی از پدر

من و پسرانم، حسین و علی با هم و در کنار هم به هر چه که داریم رسیده‌ایم. ما شانه به شانه هم دادیم و تلاش کردیم و این دستاوردها نتیجه همکاری هر سه ما بوده است. من این اواخر حتی زیاد به چاپخانه نمی‌آیم و همه کارها را به فرزندانم واگذار کرده‌ام. باور کنید اگر از من مدل دقیق دستگاه‌هایی که در کرج به کار گرفته‌ایم را بپرسید نمی‌توانم به شما پاسخ کاملی بدهم. من به وجود چنین پسرانی افتخار می‌کنم و مطمئنم که اگر یک ماه هم به چاپخانه نیایم هیچ خللی در کار آنها وجود نخواهد داشت، آن‌ها به خوبی کار را می‌شناسند و به تمام قضایا اشراف دارند.

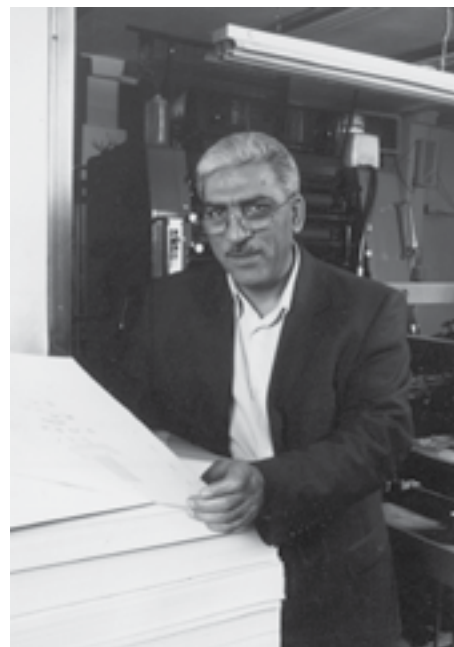
کمتر چاپخانه‌ای یافت می‌شود که پدر و پسران اینچنین مستمر با هم همکاری داشته باشند و این برای من باعث مباهات است. اتفاقاً در صنف چاپ بسیاری شغل را از پدر به ارث برده‌اند و همکاری داشته و دارند اما روابطشان در این حد نزدیک و همکاریشان مداوم و برابر نیست؛ به نظرم این اتفاق به دو علت رخ داده، یا پسر توانا است و پدری مقتدر و قدرت‌طلب است و نمی‌گذارد پسران پیشرفت و رشد داشته باشند یا اینکه پسران بی‌دست و پا هستند و از موقعیتی که پدر در اختیارشان قرار داده به خوبی استفاده نمی‌کنند. پسران من افرادی کاردان و پر تلاش هستند و من همیشه از وجود آنها در کنارم افتخار کرده‌ام، از طرفی سعی هم کرده‌ام که تا می‌شود نگاه همیاری به ایده‌های آنها داشته باشم و روابط کاریمان بیشتر دوستانه و همکاری باشد تا پدر و پسری. آنان مصداق خوبی برای عصای دست پدر بودن، هستند.

■ چاپ میران

مجموعه چاپ میران امروز گسترده‌تر و باکیفیت‌تر از پیش به فعالیت خود ادامه می‌دهد. دستگاه‌های جدید ما امکان چاپ بر مقواهای گراماژ بالا را در اختیار ما قرار داده است، ما به خوبی در بخش بسته‌بندی فعالیتیمان را آغاز کرده‌ایم و برنامه‌های ویژه را برای گسترش این بخش مد نظر داریم.

طی این سال‌ها مرتباً به مطالعه و بررسی بازار پرداخته‌ایم و هوشمندانه گام برداشته‌ایم. توسعه همواره افق دید ما را به خود اختصاص داده است، چاپ میران قبل از این با چاپ کارهای گراماژ بالا مشکل داشت که الان این محدودیت را رفع کرده است. ما کارهای افست را از کارت ویزیت، سربرگ و فاکتور تا ساخت جعبه و چاپ بر روی مقواهای پشت طوسی را به انجام می‌رسانیم.

طی این سال‌ها بارها لازم شده که به اتحادیه و وزارت ارشاد برویم و خوشبختانه تا به حال بدون هیچ مشکلی تعاملات ما انجام پذیرفته است. ما برای وارد کردن دستگاه با وزارت بازرگانی و فرهنگ و ارشاد اسلامی طرف بودیم و همچنین بارها شده به پشتیبانی اتحادیه نیاز پیدا کرده‌ایم و در هیچکدام از این تعاملات تاکنون به مخاطره نیافتاده‌ایم. ما با اتحادیه و هیات مدیره‌های سابق و فعلی آن همکاری داشته‌ایم و رابطه ما بیش از اینکه کاری بوده باشد دوستانه و با دیدگاه حل مشکل بوده است، آن‌ها برای اعتلای این صنعت تلاش کرده‌اند و تا حدود زیادی هم موفق بوده‌اند، از این بابت باید قدردان زحمات آنها باشیم.



آموختنی و ماندگار است، تجربه‌ای است که رهنمون آینده‌کاریت خواهد شد.

آن زمان که در بهارستان بودیم (بین سال‌های ۱۳۷۹ تا ۸۴) یک کارگر به نام محمد دقیق داشتیم که اپراتور ماشین تکرنگ ما بود. پنج شنبه بود و من با پسر بزرگم حسین در چاپخانه بودیم، تصمیم گرفتیم که این روز آخر هفته‌ای را کمی زودتر به خانه برویم. چندتایی از بچه‌ها هنوز خرده کاری‌هایی داشتند و در چاپخانه بودند که ما رفتیم؛ به محض اینکه پا در خانه گذاشتیم تلفن زنگ خورد و خبر دادند که دست محمد زیر دستگاه رفته و آسیب شدید دیده است. سراسیمه و با سرعت خود را به چاپخانه رساندیم و او را به درمانگاه بردیم، آن‌ها معاینات اولیه را انجام دادند و گفتند نمی‌توانند کار بیشتری انجام دهند و این جراحی احتیاج به درمان بیشتری دارد. از آنجا به بیمارستان آبان رفتیم اما محمد نمی‌دانم به چه علت حاضر نشد که در آنجا بستری شود، به سرعت خودمان را به بیمارستان تهران رساندیم و او را به تیم پزشکی سپردیم.

دست او صدمه شدیدی خرده بود اما با رسیدگی‌هایی که انجام شد خیلی زود سلامتی خود را باز یافت. تمام کارکنان چاپخانه مثل فرزندان خود من بودند، من به عنوان یک کارگر ساده وارد این عرصه شدم اما هیچ وقت رفتار بدی از اهالی این صنف ندیدم و چه آن موقع و چه بعدترها که خودم صاحب چاپخانه شدم، سعی کردم که هرگز باعث رنجش کسی نشوم. آن روز نزدیک ۸۰۰ هزار تومان هزینه درمان کارگر من شد که در آن روزها مبلغ معتناهایی بود اما من از آن ناراحت نبودم بلکه

۱۰ هزار دسته را در دستور کار قرار دادم! عدد بزرگ بود و وقتی آقای ندایی آن را دید متعجب شد اما من با اطمینان روی حرفم بودم. برای کار کاغذ و دیگر ملزومات تهیه شد و کل ماشین‌ها و کاربران بسیج شدند. مقداری از سفارشات آماده شد و من آنها را بار زده و برای تحویل به آدرس هتل بردم. مسئول آن موقع تحویل خشکش زده بود و کمی طول کشید تا به خودش بیاید.

یک ماشین باری پر از دفترچه یادداشت جلوی هتل او حاضر بود و او تنها ۱۰ دسته از آنها را لازم داشت؛ اگر آن سفارش توسط هتل تحویل گرفته می‌شد مطمئنم هنوز داشت از آنها استفاده می‌کرد و هنوز چند هزارتایی از آنها در انبار داشت. برای رفع مشکل و قطع ادامه کار سریعاً با چاپخانه تماس گرفتیم و آن مسئول به آقای ندایی شرح ماوقع داد. ادامه کار متوقف شد اما ضرر بزرگی متوجه چاپخانه بود و از همین‌رو اجازه گرفتیم تا دفترچه‌هایی که به سفارش و با آرم آن هتل ساخته شده بود به صورت آزاد به فروش برسانیم. این شد که هر شب بعد از کار، دفترچه‌ها را برداشته و در پارک شهر بساط می‌کردیم و آنها را با قیمت پنج زار تا یک تومان به فروش می‌رساندیم.

■ خاطره به مثابه تجربه

مگر می‌شود سال‌ها کار کنی و اتفاق بدی که به خاطره‌ای تلخ تبدیل شده باشد برایت رخ ندهد؟! در کار ما هم خاطره خوب و بد زیاد است اما خود من همواره می‌گویم خاطره بدی ندارم، دوست دارم به جای این لفظ بگویم تجربه، چرا که معتقدم بیش از هر چیز آنچه از این اتفاقات

Self Adhesive Labels

کارلا

برچسب

تولید کننده انواع
اتیکت پشت چسبدار
برای محصولات:

- غذایی
- بهداشتی
- دارویی
- صنعتی
- شیمیایی

با دستگاه‌های چاپ فلکسو اروپایی
در مدل‌های 2008، 2010، 2014، 2015 و 2016
دارای امکانات:

- چاپ تا ۱۶ رنگ
- چاپ دورو
- چاپ UV
- طلاکوب سرد و گرم
- چاپ برجسته

کارلا برچسب

دفتر مرکزی: تهران، نرسیده به شهرک اکباتان، خیابان تورج فلسفی، کوچه دهم شرقی، پلاک ۴، ساختمان **UV برچسب**

تلفن: ۰۲۱ - ۴۴۶۵۵۰۰۹ ، فکس: ۰۲۱ - ۴۴۶۴۹۸۲۷

کارخانه: تهران، کیلومتر ۲۱ جاده مخصوص تهران-کرج، بعد از نفت پارس، پلاک ۹۶، ساختمان **UV برچسب**

تلفن: ۰۲۱ - ۴۶۰۷۶۰۱۶ - ۴۶۰۷۶۰۵۴ - ۴۶۰۷۶۰۵۳ ، فکس: ۰۲۱ - ۴۶۰۷۵۹۸۷

kalaharhasb@yahoo.com



استقبال چاپخانه‌داران از آموزش‌های مدیریتی ایران روتاتیو

بر اهمیت آموزش در صنعت چاپ بارها و بارها تاکید شده اما متأسفانه نه تنها به لحاظ آکادمیک بسیار ضعیف عمل شده بلکه مؤسسات و دوره‌های جسته و گریخته پیشین نیز به طور پایه‌ای و متداوم نبوده‌اند. ایران روتاتیو با توجه به جایگاه مشاوره‌ای خود در صنعت چاپ تصمیم گرفته تا در امر آموزش پشتیبان و همراه صنعتگران باشد. موفقیت یک چاپخانه و یا هر واحد تولیدی دیگر، تنها در گرو بهره‌وری است. اما تعریف بهره‌وری چیست؟ آیا چاپخانه‌های ایران در مسیر صحیحی برای رسیدن به حداکثر بهره‌وری و سودآوری قرار دارند؟ مدیران صنعت چاپ ایران تا چه اندازه از علم مدیریت در سازمان خود بهره می‌گیرند؟ چاپخانه‌ها چگونه می‌توانند از طریق شیوه‌های تاکتیکی برای موفقیت کسب و کار، تولید خود را به اوج بهره‌وری نزدیک کنند؟ چالش‌هایی همچون تقاضای روزافزون برای تنوع بیشتر در محصولات، کاهش تیراژهای چاپی همزمان با نیاز به کاهش قیمت، رقابت داخلی و با کشورهای همسایه بر سر کیفیت، نیاز روزافزون به سرعت در تحویل محصولات و... پیش روی چاپخانه‌هاست و می‌دانیم که مسیری جز مدیریت فرآیندمحور نمی‌تواند پاسخ مناسبی برای این چالش‌ها باشد. شرکت ایران روتاتیو در دوره آموزش مدیریت به پرسش‌هایی از این قبیل پاسخ داده است و با ارتقای سطح دانش مدیران صنعت چاپ به دنبال افزایش توانمندی آنها برای رسیدن به سودآوری بیشتر است.

فرآیندهای بهینه تولید برای رسیدن به حداکثر بهره‌وری است.

وی در این باره به چاپ و نشر می‌گوید: «از ابتدای قرن حاضر، محیط صنعت با مشکلات بزرگی نظیر افزایش هزینه‌ها، رقابتی شدن بیش از پیش بازار و افزایش سطح انتظار مشتری دست به گریبان بوده است. در کشور ما، صنعت چاپ نیز از این موضوع مستثناء نیست و در سال‌های اخیر با چالش‌های زیادی روبه‌رو بوده است که از آن جمله به موارد مهمی می‌توان اشاره کرد؛ بالارفتن قیمت تمام شده محصول چاپی، ثابت ماندن یا حتی پایین آمدن قیمت خدمات چاپی، لزوم تربیت نیروی انسانی ماهر در کوتاه‌ترین زمان، مهم‌تر شدن تأثیر دانش فنی نسبت به تجربه، تغییر سریع تکنولوژی و کوتاه شدن طول عمر رقابتی تکنولوژی‌های پیشرفته، پایین آمدن تیراژ کارهای چاپی به ویژه در بخش چاپ تجاری، عرضه شدن هر روزه راه‌حل‌های تولیدی و خدماتی جدید از طرف رقبای، ورود رقبای خارجی به بازار مصرف داخلی، ضرورت کاهش قیمت تمام شده کالای چاپی به منظور حضور در بازارهای منطقه‌ای و جهانی و... با این تفاسیر تفکر غالب در میان مدیران صنایع کشور باید به این گونه باشد که ضمن به‌کارگیری فناوری‌های مدرن و پیشرفته روز، جهت نوسازی خطوط تولید، سیستم‌های مدیریتی حاکم بر فرآیندهای عملیاتی، پشتیبانی و مدیریتی واحدهای صنعتی نیز مطابق با استانداردهای جهانی و پایاپای کشورهای پیشرو صنعتی، اصلاح و به‌روز شود.»

بخش اول از دوره آموزش مدیریت ویژه صنعت

شاهین اسفراجانی نایب رئیس هیات مدیره و مدیرکل فروش و بازاریابی شرکت ایران روتاتیو در پاسخ به پرسشی درباره چرایی برگزاری دوره آموزش مدیریت گفت: «امروز کمپانی‌های پیشروی جهان همچون هایدلبرگ، بخش عظیمی از نیروی انسانی و منابع تحقیقاتی خود را در خدمت آموزش مشتریان اختصاص داده‌اند تا آگاهی را پیش از تکنولوژی به مشتریان خود عرضه کنند. باید بدانیم که با بهبود شرایط اقتصادی و باز شدن درهای صنعت به روی بازار جهانی، تنها مراکز موفق خواهند بود که علاوه بر دانش روز، از ساختار سیستمی و مهم‌تر از همه علم مدیریت برخوردار باشند. به عبارتی صنعتگران برای موفقیت علاوه بر ارتقای دانش فنی نیازمند آموختن شیوه‌های مدیریتی تولید و سازمانی هستند. ایران روتاتیو در ادامه اهداف آموزشی بلندمدت خود اقدام به برگزاری اولین دوره‌های آموزش مدیریت برای مدیران صنعت چاپ نمود. این دوره‌ها گامی در راستای ارتقای سطح مدیران این صنعت و بهبود بهره‌وری در تولید می‌باشند. لازم به ذکر است که مواد آموزشی این دوره با در نظر گرفتن شرایط صنعتی و تجاری ایران و به تناسب نیازهای صنعت چاپ انتخاب و مورد تأیید شرکت ایران روتاتیو قرار گرفته بوده است.»

مدرس این دوره دکتر خدایار صادقی عضو هیات علمی دانشگاه، مدیر گروه کارشناسی چاپ دانشگاه هنر تهران و فارغ‌التحصیل دکترای صنایع نیز معتقد است: یکی از تهدیدهای صنعت چاپ ایران نبود سیستم‌های مدیریتی در چاپخانه‌ها و ضعف در تعریف



خدمات پس از چاپ

ارتقا

یووی تمام اتومات تا ابعاد ۵۰×۷۰

● موضعی ● برجسته ● اکلیلی ● شنی

سلفون حرارتی تمام اتومات

تا ابعاد ۱۰۰×۷۰

لتپرس دهنه ۷۷

۳۳ ۱۱ ۵۵ ۰۲



۳۳ ۱۱ ۵۶ ۲۸



ظهرالاسلام



کوچه آزادبخواه

کوچه کاویانی، پلاک ۲۶



Gloss Matt

Silver
Gold
Metallize



High Quality



LeterPress

Derfilm UV
Soft Touch



دانش مدیریت نیز همچون تکنولوژی نیازمند سرمایه‌گذاری است. قطعاً سرمایه‌گذاری در یادگیری و ارتقای دانش سازمانی، نقش موثری در موفقیت مراکز چاپی خواهد داشت

چاپ در مجموعه آموزشی و نمایشگاهی چاپ ایران روتاتیو PTEC در پنج مبحث شامل مبانی مدیریت کسب و کار، مدیریت استراتژیک، بازاریابی و فروش، مدیریت منابع انسانی و کنترل تولید طی پنج جمعه برگزار شد. در این دوره که در آن امکان ثبت‌نام تک مبحثی نیز برای شرکت‌کنندگان وجود داشت، ظرفیت ثبت‌نام به دلیل افزایش میزان بازدهی کلاس‌ها محدود اعلام شده بود اما با این حال بیش از ۳۵ شرکت‌کننده از تهران، اصفهان، کرمانشاه، مازندران و اراک در دوره حاضر و موفق به اخذ گواهینامه آموزشی گردیدند.

شاهین اسفراجانی در رابطه با موفقیت برگزاری این دوره به نقش انگیزشی چاپخانه‌ها در توسعه و سرمایه‌گذاری بیشتر برای ارتقای دوره‌های آموزشی با اشاره به این که مجموعه آموزشی و نمایشگاهی چاپ ایران روتاتیو PTEC در سال ۱۳۸۳ با هدف ایجاد زیرساخت آموزشی و آگاه‌سازی با سرمایه شخصی خانواده اسفراجانی به عنوان باسابقه‌ترین مشاور در صنعت چاپ ایران تأسیس شد، می‌گوید: «از آن زمان تا کنون بیش از ۱۰۰ سمینار اطلاع‌رسانی، دوره آموزشی فنی و کارگاه‌های تخصصی در این مجموعه برگزار کرده‌ایم اما دوره آموزش مدیریت اولین تجربه ما از این نوع موضوع بوده است که خوشبختانه با همکاری آقای دکتر صادقی و پشتوانه دانش ایشان توانستیم با بررسی موضوعات و تطابق آنها با شرایط تولید داخلی و همچنین در تناسب با چالش‌های چاپخانه‌داران به چارچوب موفق از موضوعات آموزشی دست یابیم.»

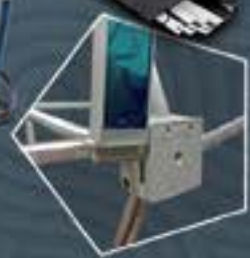
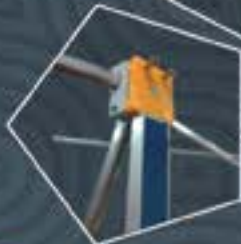
وی درباره اقبال چاپخانه‌داران به این دوره آموزشی معتقد است: «قطعاً استقبال چاپخانه‌داران از این دوره موجب انگیزش بیشتر ما برای توسعه دوره‌ها شده و اشتیاق ما در جهت سرمایه‌گذاری برای استفاده از منابع، مدرسين و متخصصین خارج از کشور، ارتباط با مراکز عالی آموزشی و ارتقای اعتبار دوره‌ها دوجندان شده است. صنعتگران حوزه چاپ می‌دانند که دانش مدیریت نیز همچون تکنولوژی نیازمند سرمایه‌گذاری است. قطعاً سرمایه‌گذاری در یادگیری و ارتقای دانش سازمانی، نقش موثری در موفقیت مراکز چاپی خواهد داشت.»

اسفراجانی در ادامه به آینده برنامه‌های آموزشی مجموعه PTEC اشاره کرده، می‌افزاید: «قطعاً این دوره برای ما یک شروع محسوب می‌شود، زیرا هدف و تلاش ما استفاده از زیرساخت‌های سخت‌افزاری مجموعه PTEC به عنوان بزرگ‌ترین مجموعه آموزشی در صنعت چاپ کل خاورمیانه است. یکی از برنامه‌های آتی ما بهره‌گیری از شرکای تجاری خود همچون گروه هایدلبرگ، گالوس، چروتی، سوما و دیگر کمپانی‌های پیشرو در صنعت چاپ برای برگزاری دوره‌های تخصصی تر و فنی برای چاپخانه‌داران است. کمپانی‌هایی همچون هایدلبرگ از امکانات گسترده‌ای در حوزه آموزش‌های تخصصی معتبر برخوردار هستند و ما با توسعه برنامه‌های مجموعه PTEC قطعاً از این امکانات بهره‌گیری خواهیم نمود.»

گفتنی است، قرار است بخش دوم از دوره آموزش مدیریت در فصل پاییز ۱۳۹۶ و در طی پنج جلسه با موضوعات عملیاتی مدیریت کیفیت، مدیریت موجودی (انبار)، مدیریت تعمیر و نگهداری، مدیریت عملکرد و بهره‌وری و مدیریت زنجیره تأمین برگزار شود. اطلاعات و شرایط ثبت‌نام در دوره دوم آموزش مدیریت به زودی برای علاقه‌مندان اعلام خواهد شد.



ارازرایگان حواله فرس



پلات و لمینیت با نازلترین قیمت برای همکاران محترم

نقشه ساز

NAGHSHSAZEH

انواع استند فلکه ای (سفید ، طوسی و آلومینیومی)
انواع کانتر ریلی و مگنتی (دو نفره ۲x۲) ، (تک نفره ۲x۱)
انواع پاپ آپ ۳x۳ و ۴x۳ (ایرانی : ریلی و مگنتی) ، (خارجی : فتری)
کانتر PVC استند رومیزی لوله و گوشه قاب فنری
کانالوگ استند (ایرانی و خارجی)

تلفن تماس : ۸۸۷۹۰۶۴۹ - ۸۸۲۰۲۴۴۷
www.naghshavar.com



Naghsh.sazeh



09334018107

ارسال فایل از طریق ایمیل و تلگرام

alphafix@yahoo.com



تولید کننده و وارد کننده

انواع ملزومات مرکب مواد مصرفی چاپ اگست



دوستان شیمی
Doustan Chemie

تولیدی مهندس کاوافیان

+۹۸ ۲۱ ۷۷۷ ۹۳ ۱۹۳
+۹۸ ۲۱ ۷۷ ۳۲ ۹۲ ۶۴
+۹۸ ۲۱ ۷۷ ۱۲ ۵۲ ۶۵
+۹۸ ۲۱ ۷۷ ۱۲ ۴۲ ۳۸
+۹۸ ۲۱ ۷۷ ۹۶ ۴۸ ۱۱

www.doustanchemie.ir/com





صنعت و هنر به هم گره خورد

گفت‌وگو با مدیران مجموعه کارا
تدبیر هنر و گروه صنعتی پارس

■ میلاد حاتمی

برای تولید کالایی که در عین زیبایی، کارا باشد و بتوان با آن بازار را فتح کرد، باید تدبیر داشت. رسیدن به این هدف در وضع فعلی، خود هنر است و تنها از دست هنرمندانی عیارشناس بر می‌آید. برای رسیدن به توسعه نمی‌شود بی‌پشتوانه و به صورت فردی عمل کرد، باید گروه خبره‌ای را در اختیار داشت. کارهای صنعتی در سرزمین ایران و نزد مردان پارس سابقه‌ای طولانی و درخشان دارد و بی‌شک وقتی هنر و صنعت به هم پیوندند، موفقیت حتمی است. با چاپ و نشر در گفت‌وگو با علی مهتاب‌خواه و حسن اسماعیل‌بیگی، مدیران هنرمند و خوش‌فکر مجموعه کارا تدبیر هنر و بازدید از کارخانه‌های گروه صنعتی پارس و مصاحبه با مدیر عامل آن، مرد خستگی‌ناپذیر صنعت، علی‌اکبر اخوت، همراه باشید.

■ این ایده ساخت جلد سررسید با چرم لیزری از کجا می‌آید؟ مزیت آن نسبت به دیگر انواع جلد‌های مورد استفاده در سررسیدسازی چیست؟

مجموعه کارا تدبیر سال ۹۵ با آشنایی مختصری که با مجموعه پارس داشت به تولید جلد سررسید با جنس چرم لیزری دست زد. این تکنیک در صنعت چرم و سررسیدسازی وجود داشت اما کارا تدبیر اولین تولیدکننده ایرانی بود که آن را در کشور تولید کرد. این چرم بیشتر در صنایع دیگر کاربرد داشت اما طرحی در ذهن ما بود که برای پیاده‌سازی‌اش به این جنس نیاز داشتیم؛ خواسته‌هایمان را با حاج آقا اخوت در میان گذاشتیم و ایشان هم جواب مثبت دارند و مراحل آزمایشگاهی کار آغاز شد. همان نمونه‌های اولیه نیاز ما را برطرف کرد و دقیقا همان چیزی شد که در ذهن ما بود.

برای ما فعالان صنف سررسید ثبت لوگو و رنگ بسیار مهم است و در کار گروه صنعتی پارس دست ما در انتخاب کاملا باز بود. ما در مجموعه کارا تدبیر سال‌ها است که در تولید سررسید هستیم و تحقیقا به شما می‌گویم که پس از ورود هات استمپ و یا همان ترمو و استفاده از آن در جلدسازی، اتفاق و نوآوری دیگری در سطح بازار رخ نداده بود تا اینکه ما با بررسی‌های زیاد به چرم لیزری دست یافتیم. این یک پیشنهاد به صنف تولیدکنندگان سررسید بود و فصل جدیدی از کیفیت را آغاز کرد. لیزر در اکثر صنایع جهان کاربرد داشت اما در کار ما بدون کاربرد بود که با حرکتی که آغاز شده می‌توان گفت که پرکاربرد خواهد شد. با ظرافتی که طرح چرم لیزری دارد در مارک لباس‌ها و برندسازی بسیار پرکاربرد است. در این شیوه دقت طرح آنقدر بالا است که می‌توان به کمک آن خطی به باریکی یک مو بر چرم ترسیم کرد که این ظرافت دست طراح را باز نهاده و زیبایی خاصی به کار شما خواهد بخشید. پیاده‌سازی طرح به کمک لیزر شاید زمان بیشتری از کلیشه برد اما دقت آن بسیار بیشتر از کلیشه است.

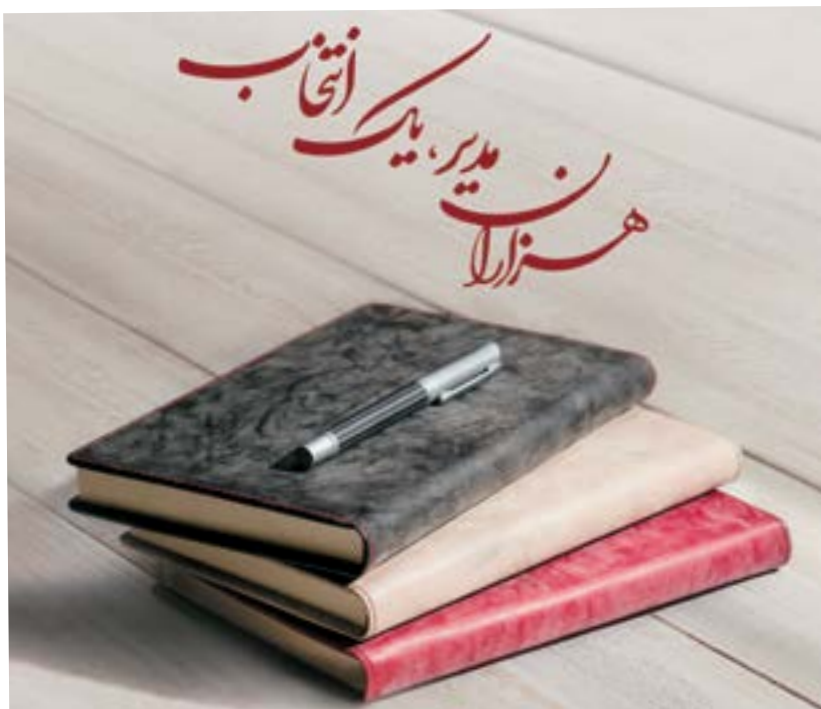
■ مزیت‌های کار با این گروه صنعتی چه بود که شما فعالان را با آن ادامه دادید و نمایندگی فروش آن را اخذ کردید؟

در کار با گروه صنعتی پارس چند نکته اساسی توجه ما را به خود جلب کرد، اولین نکته که برای مشاغلی چون ما بسیار حائز اهمیت است بحث حفظ طرح اختصاصی است. چرم پارس از محدود گروه‌هایی است که منافع سفارش‌دهندگان و مشتریان را همیشه محفوظ می‌دارد. یکی از دغدغه‌های همیشگی صنف تولیدکنندگان سررسید بحث کپی کردن طرح‌های اختصاصی هر تولیدکننده است. مجموعه پارس به شما این اطمینان را می‌دهد که با هیچ وعده و هیچ قیمتی طرح اختصاصی شما را برای تولیدکننده دیگری عرضه نخواهد کرد. علاوه بر آن این مجموعه توانایی آماده‌سازی هر طرح و رنگ و مدلی را که مورد

ما در چاپ و نشر به واسطه حوزه فعالیتیمان در ماه‌های اول و آخر سال با سیلی از محبت‌های دوستان علی‌الخصوص در صنف تولید سررسید روبرو می‌شویم. در بین سررسیدهای واسله به دفتر مجله یک جنس و طرح خاص نظر ما را جلب کرد. پرسیدیم و گفتند چرم مصنوعی است که چاپ لیزری روی آن انجام شده است. خیلی دلمان می‌خواست ته و توی ماجرا را در بیاوریم اما وقت نشد تا امروز که دوباره در استفاده از یک ست شیک چشممان به برند کارا خورد که با دقت و ظرافت زیادی بر روی چرم خودنمایی می‌کرد. تماس گرفتیم، همکاری کردند، هماهنگ کردیم، رفتیم، پرسیدیم، شنیدیم، آشنا شدیم اما بسمان نبود؛ بخوانید و ببینید.

■ از چگونگی آشنایی خود با گروه صنعتی پارس بگویید.

ما به عنوان تولیدکنندگان سررسید سال‌ها است که در این کار حضور داریم، ما بارها برای تولیداتمان از محصولات چرمی استفاده کرده‌ایم؛ وقتی با محصولات گروه صنعتی پارس آشنا شدیم کیفیت و تنوع آن در رنگ و شکل ما را مجذوب خود کرد. به نظر من چون این مجموعه خودش جزو مصرف‌کنندگان تولیداتش است به خوبی محصولش را آزمون کرده و بالاترین کیفیت ممکن را برای تولیداتش در نظر گرفته است. ما در سال ۱۳۹۴ یک خرید کوچک از مجموعه چرم پارس داشتیم و پیرو آن در سال ۹۵ با تجربه‌ای شیرین که از مصرف کالای چرم پارس عایدمان شده بود، مقدار سفارشات بیشتری از این کارخانه اخذ کردیم.



نظر افرادی از صنف من است، دارا است اما طبیعی است که سفارشات که تا این حد خاص هستند باید در متراژهایی سفارش داده شوند که به صرفه کارخانه و مشتری باشد، به طور مثال یک سفارش هزار متری خاص با توجه به اینکه احتیاج به ملزوماتی از قبیل نوردی خاص برای تولید دارد در این متراژ به صرفه نیست، در غیر این صورت با شناختی که ما از گروه صنعتی پارس داریم هیچ کاری از این قبیل نشدنی نیست.

یکی دیگر از مزیت‌های این کارخانه قیمت رقابتی آن نسبت به محصولات وارد شده و مشابه است؛ وقتی برابری و حتی در برخی مواقع برتری تولید داخلی از هر لحاظ قابل وصول است چرا باید تولیدکننده داخلی از تولیدکننده وطنی مواد اولیه خود حمایت نکند؟!

این کارخانه به راحتی در کوتاه‌ترین زمان ممکن می‌تواند سفارشات من را به دستم برساند و همکاران ما می‌دانند که در دسترس بودن منبع در این کار چقدر مهم و حیاتی است، مضاف بر اینکه با خرید از محصولات داخلی، من تولیدکننده امکان انتقاد و پیشنهاد هم دارم. به طور مثال جنس تحویل داده شده از کیفیت مورد انتظار و بر حسب نمونه اولیه برخوردار نیست، مطمئن باشید گروه صنعتی پارس انتقاد شما را پذیرفته و از تولیدات خود حمایت می‌کند. من در کار با این مجموعه می‌توانم به تولید سفارشات خود نظارت داشته باشم و نظرات خود را اعمال کنم، این مزیتی است که در هیچ جای دنیا برای من مقدور نمی‌شود. من معتقدم چون خود جناب اخوت از تولیدکنندگان زحمت کش کشور است که از صفر شروع کرده و طی این سال‌های فعالیت تجربه‌های زیادی دارد، به خوبی درد تولیدکنندگان را می‌شناسد و از این رو می‌توان روی همکاری و درک ایشان حساب کرد.

لطفا در مورد چگونگی پیاده‌سازی طرح اختصاصی و حفظ انحصاری آن کمی بیشتر توضیح بدهید.

بگذارید در این رابطه مثالی بزنم؛ اگر یک سفارش‌دهنده در صنف ما برای تولید سرسیدهای سال جدیدش طرح خاصی را در ذهن داشته باشد و برای تولیداتش نیاز به ده هزار متر چرم از نوع و طرحی منحصر به فرد بخواهد، می‌تواند به این گروه مراجعه کرده و خواسته‌های دلخواهش را مطرح کند. این گروه یک بخش آزمایشگاهی دارد که طرح اولیه را تا زمانی

که مطلوب نظر تان باشد و به تایید شما برسد، به طور نمونه‌ای تولید می‌کند.

این بخش اطمینان به تولید انحصاری یک طرح برای صنف من بسیار بااهمیت است، ما نمی‌گوییم که تمام ایده‌های ما بکر است، عموم ما چشم به محصولات و تولیدات جدید اروپایی و آمریکایی داریم اما این الگوبرداری عمدتاً در حد الهام‌گیری از طرح‌ها است. شغل ما به صورت واقع در سال ۴ ماه فعالیت دارد و با ریسک زیادی مواجه است، یک طرح خوب و منحصر به فرد می‌تواند در مقبولیت کار ما موثر باشد و از این رو بحث اطمینان و عدم کپی‌برداری برای من نوعی بسیار حائز اهمیت است.

قبل از استفاده از محصولات داخلی کالای مورد نیاز خود را از کجا و چگونه تهیه می‌کردید؟
قبل از آشنایی ما با گروه صنعتی پارس هم کار ما همین تولید سرسید بود. هر سال با کلی مکافات جنس‌مان را از کشورهایمانند چین تهیه می‌کردیم. من و سایر همکاران می‌رفتیم و مثلاً ۲۰ هزار متر از چهار رنگی که به نظر خودمان خوب و پرفروش بود تهیه می‌کردیم و با خواب سرمایه زیاد به واردات مبادرت می‌کردیم. اما اصطلاحاً جنس ما جور نبود؛ موقع سفارش‌گیری بارها شده بود که برای نداشتن یک رنگ و جنس خاص و مد نظر مشتری، ما از انتخاب آنها خارج شده بودیم و این برای یک شغل با مشتریان خاص و فصلی آسیبی بزرگ است.

همکاران من می‌دانند که قیمت هر متر ترمو در کشوری مثل ترکیه بین ۳/۷ تا ۳/۹ یورو بوده است و اگر قرار باشد از قیمت آن تخفیف بگیرند، کارخانه‌های خارجی از کیفیت خود می‌کاهند و دیگر جنس آن چیزی نیست که ما می‌خواستیم. تازه این قیمت خرید پایه است و به آن هزینه حمل و نقل و گمرک و ترخیص هم اضافه می‌شود که بهای آن را از قیمت کالای داخلی بسیار بالاتر می‌برد.

شما خود تولیدکننده محسوب می‌شوید؛ هدف شما از اخذ نمایندگی فروش این واحد تولیدی چه بود؟ آیا برنامه خاصی برای تولیدات امسال دارید؟
هدف ما این بود که مشتری بتواند به راحتی در مرکز شهر به محصولات کارخانه دستیابی داشته باشد تا به این وسیله به کاهش مراجعه به کارخانه هم کمک شود و مراجعات به زمان عقد قرارداد نهایی موقوف شود.

ما امسال با هماهنگی‌هایی که انجام دادیم قرار شده که محصولات چرم مصنوعی را در دو بخش در اختیار همکاران عزیز در بخش تولید سرسید قرار دهیم، یکی تولیدات عمومی و دیگری سفارشی و خاص. گروه صنعتی چرم پارس با همکاری کارا تدبیر با شناخت کامل بازار سرسید ترتیبی داده که حتی اگر کسی یک طاقه چرم عمومی هم بخواهد به راحتی بتواند تهیه کند تا به این وسیله مشتری‌های خرده بازار هم بتوانند خرید کنند. در کنار آن اگر مجموعه‌های کلان و بزرگ‌تر طرحی را به صورت اختصاصی بخواهند، قابل اجرا است و ما می‌توانیم به آنها سرویس‌دهی کنیم.

در این گفت‌وگو آنقدر از گروه صنعتی پارس سخن به میان آمد که ما مشتاق شدیم سری هم به آنجا بزنیم. این بازدید کار جدید و جالبی به نظرمان آمد، شانس هم با ما همراه بود و همه چیز دست به دست هم داد تا سفر ما به شهر عجایب آغاز شود! با هماهنگی‌های که انجام شد همان صبح از دفتر کارا تدبیر به سمت کارخانه چرم پارس حرکت کردیم.

گروه صنعتی پارس واقع در کیلومتر ۱۶ جاده مخصوص کرج پذیرای ذهن کنجکاو ما بود. این گروه در سه کارخانه مجزا واقع شده و از تولید پلیمر (به عنوان مواد اولیه ساخت چرم و کفی کفش) تا ساخت چرم و تولید کفش فعالیت دارد. با ما در بازدید از خط تولید چرم مصنوعی این کارخانه و گفت‌وگو با مدیرعامل آن، مرد سخت‌کوش صنعت، علی‌اکبر اخوت همراه باشید.

■ از ۴۲ تاکنون

بنده علی‌اکبر اخوت مدیرعامل گروه صنعتی چرم و کفش پارس و پلیمر پارس هستم. سابقه نام و برند پارس به سال ۱۳۴۲ برمی‌گردد، زمانی که پدرم در سن بیست سالگی در محلی کوچک‌تر از ده متر، تولید کفش را شروع کرد. در سال ۱۳۶۶ بنده وارد کار پدر شدم و شغل او را از کار دستی به نیمه اتوماتیک و ماشینی ارتقا دادم. سال ۱۳۷۰ دستگاه‌های کفش‌سازی وارد کردیم، تولیدکننده پلی اورتان شده و از آن پس وارد تولید کفش ماشینی شدیم.



با آغاز سال ۱۳۹۵ با توجه به مصرفی که هاتاستامپ در تولید سرسید دارد، وارد این بازار شدیم و روی این دست از تولیدات تمرکز کردیم که با کمک دوستانی چون مجموعه خوشنام کارا تدبیر با استقبال خوبی هم روبرو شدیم. آنها راهنمای ما بودند و به ما نظر دادند که تولیدکنندگان سرسید به چه محصولی نیاز دارند و وقتی می‌گویند به ترمو احتیاج داریم، دقیقا چه چیزی مد نظرشان است. ما در این راه تمام تلاش خود را به کار خواهیم بست تا هرچه بیشتر نیاز مصرف‌کننده داخلی را مرتفع کنیم و به این واسطه خروج ارز از بازار کشور را کاهش دهیم.

■ **مزیت‌ها**

در خرید محصول ما چندین مزیت برای یک تولیدکننده داخلی وجود دارد، یکی از مهم‌ترین آنها بحث اعتماد است. مشتری ایرانی می‌تواند با اطمینان کامل خرید خود را به انجام برساند و تضمین‌های لازم را در دست داشته باشد. شما حساب کنید که مصرف‌کننده داخلی چند کانتینر بار از خارج کشور تهیه کرده و حالا موقع استفاده متوجه عیب و ایرادی در محصول وارداتی می‌شود، چه باید بکند؟ ارتباط‌گیری با آنها و آگاه کردن‌شان از ایراد محصول و یا این نکته که تولید آنها باب میل نبوده و نتوانسته توقعات را در زمان تولید برآورده کند، و دست یافتن به روندی برای جبران خسارت کار بسیار مشکلی است.

نکته بااهمیت دیگر متوجه سرمایه در گردش این عزیزان به عنوان یک تولیدکننده است. با خرید محصول داخلی سرمایه در گردش آنها به مقدار قابل توجهی کاهش پیدا می‌کند چرا که اگر کسی بخواهد محصولی را به کشور وارد کند باید حداقل سه تا چهار ماه قبل از زمان مورد نظر خریداری کرده و این مشکل در معامله گاهی باعث می‌شود که مبالغ هنگفتی از سرمایه بدون استفاده مانده و به اصطلاح تاجر دچار خواب سرمایه شود.

در این راستا می‌توان به نکات زیادی اشاره کرد که قبل و یا هنگام تولید می‌تواند خریدار داخلی را با مشکل روبرو کند. به طور مثال در همین کار ما، تولیدکننده داخلی خرید خود را انجام داده و حتی بدون هیچ مشکلی در زمان تحویل و کیفیت خروجی دست به تولید زده اما سفارشات به شکلی رقم خورده که حالا احتیاج به مقدار بیشتری از یک رنگ خاص پیدا کرده و یا اصلا سفارشی به او ارجاع داده شده که رنگی خاص طلب می‌کند که توسط تولیدکننده از قبل پیش‌بینی و تهیه نشده است، حالا چه باید کرد؟ ما در گروه صنعتی پارس تمهیداتی اندیشیده‌ایم که می‌توانیم در کوتاه‌ترین



■ **کاگولیشن**

سال ۱۳۹۴ در روند توسعه و نوگرایی، گروه صنعتی پارس خط تولید وت را هم راه‌اندازی کرد. وت (wet) به معنای خیس است و همانطور که از اسمش برمی‌آید به معنای چرم خیس است که در دنیا به چرم کاگولیت معروف است. امروز ما جزو محدود تولیدکنندگانی هستیم که در ایران چرم مصنوعی یا همان کاگولیشن تولید می‌کند، این نوع چرم همان است که در بازار ایران با نام ترمو هم شناخته و عرضه می‌شود. نمی‌دانم این اسم از کجا آمده اما اسم جهانی و بین‌المللی آن در بین مصرف‌کنندگان هاتاستامپ (hotstamp) است، یعنی با استامپ داغ ضرب می‌زنند تا شکل و رنگ آن به دلخواه تغییر پیدا کند. در سال اخیر که همکاری ما با دوستان تولیدکننده سرسید قوی‌تر شده به کار با لیزر روی چرم، که باز یک نوع کاگولیشن است تمایل بیشتری پیدا کرده‌ایم.

تمام تلاش‌های ما و هدف تعریف شده گروه صنعتی پارس ایجاد اشتغال و رونق بخشی به بازار داخلی است. به گفته مقام معظم رهبری امسال سال ایجاد اشتغال و کار است و ما نیز با این هدف‌گذاری در سال جاری همت‌مان را برای رسیدن به این مهم مضاعف کرده‌ایم. ما باید کاری کنیم که لاقل در این عرصه آنچنان ظاهر شویم که کمکی به اعتلای صنعت کشور شود و مشکل کمبود شغل هرچه بیشتر کاهش پیدا کند.

یک دهه بعد، یعنی در سال ۱۳۸۰ گروه صنعتی پارس اولین خط تولید چرم مصنوعی خود را با مارک ماتکس (MATEX) از کشور ایتالیا وارد کرد. سال ۱۳۹۳ ما یک گام دیگر به خودکفایی نزدیک‌تر شده و کارخانه پلیمر پارس را بنا نهادیم. ما از کفش به چرم رسیدیم چرا که تولیدی ما توسعه پیدا کرده بود و تولیداتمان افزایش یافته بود و ما نیاز به مواد اولیه و با کیفیت دلخواه خودمان بودیم. بعد از چرم هم به سمت ساخت پلیمر متمایل شدیم و این حرکت باز هم به خاطر نیاز ما در بخش ساخت کفش و تولید چرم مصنوعی صورت پذیرفت.

■ **گروه صنعتی پارس**

گروه صنعتی چرم پارس امروز حدود ۴۰۰ نفر پرسنل مستقیم دارد و بیش از هزاران کار غیرمستقیم به واسطه فعالیت ما در بخش چرم و کفش و پلیمر پارس، به وجود آمده است. ما یک خانواده بزرگ چند هزار نفری را تشکیل می‌دهیم.

تمامی ماشین‌های مورد استفاده ما از برندهای شناخته شده و به‌روز اروپا است که ما برای رسیدن به کیفیت مطلوب و توان رقابت با تولیدات خارجی مجبور به استفاده از آنها هستیم مضاف بر اینکه این ماشین‌ها در داخل کشور تولید نمی‌شوند و کشور ما هنوز به این میزان از توسعه و تکنولوژی نرسیده است. اما سرویس و تامین و نگهداری این ماشین‌ها توسط صنعتگران توانای داخلی ما صورت می‌گیرد و در این حوزه گروه صنعتی پارس از نیروی خارجی استفاده نمی‌کند.

■ **چرا چرم مصنوعی**

مردم علاقه زیادی به استفاده از کالاهایی داشتند که از پوست حیوانات ساخته می‌شوند. با ازدیاد این درخواست‌ها دانشمندان چرم مصنوعی را جایگزین استفاده از چرم طبیعی کردند تا به این وسیله نیاز جوامع مرتفع شود. در دنیا افراد زیادی وجود دارند که ما آنها را دوستداران محیط زیست می‌نامیم، آنها با کشتار حیوانات برای دستیابی به پوستشان مخالف هستند و یکی از دلایل مهم سوق دادن بازار به سمت استفاده از چرم مصنوعی هم همین مورد بوده است.

اساس مواد اولیه ما اصولا از پتروشیمی‌ها اخذ می‌شود، یعنی پایه اکثر آنها یا گاز طبیعی است یا نفت و یا آب دریا که فرآوری شده و طی روندی تبدیل به چرم مصنوعی می‌شود.



اروپایی و از کشورهای ابرصنعتی چون آلمان و ایتالیا اخذ شده‌اند.

■ صادرات

گروه صنعتی پارس از سال ۱۳۷۳ به صادرات کفش‌های تولیدی‌اش پرداخت و در آغاز با صادر کردن محصول به کشور روسیه این روند را آغاز کرد. پس از آن به کشورهای مختلفی چون انگلستان، کشورهای آفریقایی مانند نیجریه، تمامی کشورهای حوزه خلیج فارس، همسایگان شرقی غربی مهم از عراق و افغانستان و پاکستان، کشورهای آسیای میانه مثل قزاقستان، قرقیزستان، ازبکستان، آذربایجان، گرجستان، مولداوی و اکراین صادرات داشته ایم و متأسفانه در سال‌های اخیر با تحریم‌هایی که به وجود آمد این حوزه تا مقدار زیادی محدود شد. ما همچنان امیدواریم که با به تعادل رسیدن و پایداری وضع موجود بتوانیم صادرات را از سر گرفته و بیش از پیش در این زمینه کوشا باشیم. یکی از راه‌های شکوفایی اقتصاد داخلی همین صادرات و جذب بازارهای جهانی است که در اهداف مجموعه ما تعریف شده است.

اطمینان صنایع زیادی قرار بگیریم، می‌توان گفت که امروز هر جا که چرم هست ما به نوعی حضور داریم.

■ تولیدکننده تولیدمحور

رویکرد ما همیشه به این صورت بوده که تا می‌شود ارزش افزوده کار در کشور خودمان به خرج برسد تا اشتغال‌سازی شود و اقتصاد رونق بگیرد، از همین‌رو همواره به صنایع بالادستی خود نگاه کرده‌ایم و تمام توان خود را روی تولید مبانی و اساس کار قرار داده‌ایم. همین نگاه ما را از تولید کفش دست‌دوز به تولید چرم و بعد به تولید پلیمر که در هر دو صنعت کفش و چرم‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد، کشاند. ما تا جایی که توانایی داشته‌ایم تولیدمحورانه پیش رفته و سعی کرده‌ایم مواد اولیه مورد استفاده کارمان را خودمان تولید کنیم، اما به هر حال در تهیه ماشین‌ها و برخی مواد اولیه ضروری مجبور به استفاده از محصولات خارجی هستیم که در انتخاب آنها همیشه کیفیت برای گروه صنعتی پارس از هر فاکتور دیگری بااهمیت‌تر بوده است. دستگاه‌های ما و موادی که از آن یاد شد و هنوز قادر به تولید آن نیستیم از بهترین و شناخته‌شده‌ترین برندهای

زمان ممکن نیازهای اینچنینی مشتریان‌مان را مرتفع کنیم.

مضاف بر اینکه همه می‌دانیم برای رونق اقتصادی کشور تا حد امکان باید از کالای تولید داخل استفاده کرد تا به این وسیله کارگر ایران بیکار نماند و چرخ صنعت، در گردش خود دچار مشکل نشود. مصرف‌کننده عمده این کالا می‌تواند با قیمتی حتی کمتر از مشابه‌های خارجی این محصول را خریداری کند. ما هم چون دیگر تولیدکنندگان از اقتصاد آزاد استقبال می‌کنیم و قیمت‌هایمان تماماً رقابتی است و در کنار آن همیشه نفع مصرف‌کننده را در نظر داریم. ما هرگز به کار خود نگاهی صرفاً منفعت‌طلبانه نداشته‌ایم و می‌دانیم که برای ورود به بازار جهانی باید در کنار کیفیت، قیمت محصول‌مان بتواند تولیدات خارجی دیگر را به چالش بکشد و رقیب و جایگزین خوبی برای آنها باشد.

■ تولیدات متنوع، مشتریان متنوع

تولیدات گروه صنعتی پارس امروز در صنایع و بخش‌های زیادی استفاده می‌شود. ما در صنایع تجهیزات خودرو، مبلمان، البسه، کفش، کیف و کمر بند، انواع جلد‌های سررسید و صنایع تزئینی خدمات رسانی می‌کنیم. می‌شود گفت تنوع رنگ محصولات ما نامحدود است چرا که ما برای هر سلیقه‌ای تولیدات داریم و وقتی رنگ دلخواه مشتری به دست آمد، بر اساس آن سفارشاتش را تولید می‌کنیم. اگر شما آرشیمو ما را از بدو تاسیس این گروه صنعتی ملاحظه کنید، بالغ بر ۳۰۰۰ رنگ و مدل، طرح و ضخامت منحصر به فرد خواهید یافت. محصولات ما تنوع زیادی دارد چرا که ما یک مجموعه خصوصی هستیم که نیازمان را در ارتباط با مشتریان می‌دانیم و مهم‌ترین اصل در واحد ما مشتری‌مداری و احترام به خواسته‌افرد است، ما به این درک رسیده‌ایم که سلیق‌های مختلفی بر کار ما حکم‌فرما است و معتقدیم که کسی در این بازار موفق است که بتواند خواسته‌های مشتریان را به بهترین وجهی برآورده کند.

ما با شرکت‌ها و برندهای فراوانی در صنایع متعددی همکاری داشته‌ایم و توانسته‌ایم آنها را به عنوان مشتریان ثابت خود جلب کنیم. می‌توانم به طور مثال در صنایع مبلمان اداری به شرکت‌هایی چون اروند، نیلپر و داتیس اشاره کنم که هر کدام به عنوان سرشاخه صنف خود محسوب می‌شوند و مبلمان اداری امکانی چون ساختمان اجلاس سران کشورهای اسلامی و مکان‌هایی از این دست را تجهیز کرده‌اند. در زمینه مبلمان خانگی هم شرکت‌های معتبری مشتری محصولات ما هستند.

در صنعت خودروسازی شرکت‌هایی چون خودرو آذین و یا شرکت برنز که تجهیزات و مبلمان داخلی اتومبیل‌های ایران خودرو را تولید می‌کند از مشتریان عمده تولیدات ما است. در ساخت جلد‌های سررسید با برندهای شناخته‌شده‌ای چون کارا تدبیر و برگ سبز و دیگر دوستان همکاری داشته‌ایم. در صنعت کفش که خود مجموعه یک سابقه طولانی در تولیدش دارد، هم‌اکنون بیش از هزاران همکار در صنف تولیدکنندگان کیف و کفش از تولیدات ما استفاده می‌کنند؛ آنها به واسطه اینکه چرم ما را در محصولات تولیدی بخش کفش ملاحظه کرده‌اند به کیفیت آن اطمینان دارند. ما با تلاش و توسعه مداوم کار توانسته‌ایم نامی شناخته‌شده در صنعت تولید چرم مصنوعی باشیم و مورد



■ بازدید از خط تولید

ما در واقع دو بخش عمده داریم، یک بخش موادسازی اولیه کاغولیشن و بخش دوم تولید خود کاغولیشن است که بعد از آن وارد کتینگ می‌شویم و مجموع این کارا با هم مراحل تولید چرم مصنوعی را تشکیل می‌دهند.

■ ارتباط با مراکز عرضه محصولات

یک دفتر با نام چرم پارس در خیابان خیام، کوچه منوچهرخانی، پاساژ منوچهرخانی، پلاک ۷۹ موجود است که دوستان می‌توانند برای سفارش به این دفتر مراجعه کنند و علاوه بر آن از دوستان دیگری هم در عرصه عرضه و توزیع محصولات استفاده می‌کنیم. شرکت کارا تدبیر واقع در خیابان عباس‌آباد، خیابان سرافراز، کوچه یازدهم، پلاک ۱۰، واحد ۲۶ یکی دیگر از مکان‌هایی است که دوستان متقاضی اخذ سفارش می‌توانند به آنجا مراجعه کنند.

در خود کارخانه هم دفتری برای فروش موجود است، اما هدف ما این بوده که بار مراجعه به کارخانه کاهش یافته و مشتری بتواند به راحتی در مرکز شهر به محصولات ما دسترسی داشته باشد و برای سفارشات عمده، تنها در زمان قرارداد نهایی به کارخانه مراجعه شود.



در این قسمت مواد اولیه‌ای که برای مجموعه می‌آید تبدیل می‌شود به محصول ابتدایی که برای ساخت مصنوعات چرمی مورد استفاده قرار می‌گیرد.



بعد واحد PVC ما است که در آن مواد آماده شده، توزین شده و بنا به نوع تولید با مواد دیگری مخلوط می‌شود.



بعد از این قسمت یک بخش کنترل کیفیت بر خروجی کار نظارت می‌کنند و همکاران ما در آزمایشگاه مجموعه پارس آن را با نمونه اصلی مطابقت می‌کنند.

در بخش بعدی مواد به دست آمده را رول به میلینگ می‌کنند و آنها را به ۳۰ میکرون می‌رسانند، در واقع در این مرحله آنقدر این مواد به هم زده و مخلوط می‌شوند تا مش آنها به میزان ۳۰ میکرون برسد. در مرحله‌ای دیگر آماده‌سازی رنگ‌ها صورت می‌گیرد و مش رنگ به ۵ میکرون می‌رسد، سپس مواد اولیه آماده شده با رنگ به دست آمده ترکیب می‌شوند.



رنگ در پلاستی سایزر آماده شده و ما آن را به مواد اولیه‌مان اضافه کردیم و آنقدر ترکیب کردیم تا به مش استاندارد برسد و با هم همگن بشوند. عموماً این صنعت و بیشتر بخش رنگ‌سازی و ترکیب آن با مواد اولیه جزو کارهای آلوده‌کننده هستند، اما همانطور که می‌بینید ما تا جایی که می‌شود نظافت محیط کار را رعایت کرده‌ایم و اثر چندانی از رنگ بر زمین و لباس‌ها مشاهده نمی‌شود.



مواد به دست آمده در دستگاه ریخته شده و چرم اولیه آماده است، در مرحله بعدی نقوش دلخواه توسط دستگاه روی آن نگاشته می‌شود. بر اساس نوع محصول در مراحل بعدی نوبت به استفاده از رولینگ، دستگاه چاپ رول کت، امباس‌ها، لمینیشن، بافینگ، کامبلینگ و دیگر دستگاه‌های پرتابلی که داریم می‌رسد. باید توجه داشت که این مراحل روی همه محصولات اجرا نمی‌شود و بنا به نوع کار این دستگاه‌ها روشن و به کار گرفته می‌شوند. دانستن این نکته هم بد نیست که اکثر ماشین‌های مورد استفاده ما قابلیت‌های فراوانی دارند تا به واسطه آن بتوانیم کارهای مختلفی روی چرم به انجام برسانیم.



یکی دیگر از مراحل بخش دیسلیشن کار و در واقع برگشت مواد DMF سیستم و جداسازی آب از آن است، این برج را برج تقطیر نیز می‌نامند که بخشی از خط تولید کاکولیشن ما محسوب می‌شود.



در نهایت هم به ماشین عرض و طول ساخت کاکولیشن رسیدیم که به خاطر تامین و نگهداری و اورهال در حال کار نبود اما طول ۱۲۰ متری آن هر توجهی را جلب می‌کرد.



تلفن: ۸۸۵۰۲۱۲۴

ارتباط با مراکز عرضه محصولات

خیابان خیام، کوچه منوچهرخانی، پاساژ منوچهرخانی، پلاک ۷۹
خیابان عباس‌آباد، خیابان سرافراز، کوچه یازدهم، پلاک ۱۰، واحد ۲۶
www.demotco.com www.pars-leather.com



تلفن: ۹۶۶۲۳۴۵۶

موسسه کاج

واردکننده ملزومات لیتوگرافی، چاپ و صفافی

حداکثر سرعت لمینیتور ۱۰۰ متر در دقیقه
ضخامت کاغذ از ۸۰ تا ۶۵۰ گرم
توان ماشین ۱۸ تا ۴۵ کیلو وات
همخوان و مناسب با موادی همچون OPP-PET-NYLON



دستگاه لمینیتور KDX



ارائه کننده انواع سلفون های مات، براق، متالایز، مخملی و طرح دار



انواع یوی سیلندری، سیلک و مات

ظهر الاسلام، خیابان خانقاه، مجتمع تجاری خانقاه، طبقه همکف، پلاک ۱۶-۱۷

www.kajprint.com

تلفن: ۷۷۵۰۷۰۷۵ - ۷۷۶۲۳۱۵۶ - ۷۷۶۱۲۰۷۷ فکس: ۷۷۶۱۱۵۱۶

Email: info@kajprint.com

موسسه کاج

واردکننده ملزومات لیتوگرافی، چاپ و صحافی
ارایه‌کننده انحصاری مرکب‌های پائیری و ترنال و لئون



ارایه‌کننده خدمات زه لاستیک جهت انواع ماشین‌آلات چاپ

مرکب‌های ایرانی، انواع لاستیک‌های سیلندر، آسترلن‌های پشت‌چسب‌دار، داروهای آب‌الکل، الکل ایزوپروپیل، داروهای شستشو، پارچه نورد و پارچه شستشوی اتوماتیک، زینگ PS و ctp داروی روتوش، چسب صحافی، چسب پایه، مفتول، قطعات ماشین چاپ و انواع فیلترهای یخچال ماشین چاپ

انواع مرکب یووی



ظهیرالاسلام، خیابان‌خانقاه، مجتمع تجاری خانقاه، طبقه همکف، پلاک ۱۶-۱۷

www.kajprint.com

تلفن: ۷۷۵۰۷۰۷۵ - ۷۷۶۲۳۱۵۶ - ۷۷۶۱۲۰۷۷ فکس: ۷۷۵۱۱۵۱۶

Email: info@kajprint.com



نقشی که الماس می زند

گفت‌وگو با سعید حاجیلو، مدیرعامل مجتمع چاپ نقش الماس

(بخش دوم)

■ میلاد حاتمی

کربن تحت فشار و حرارت بسیار زیاد الماس می‌شود. الماس سختی بیش از حدی کشیده تا در عین زیبایی شگفت‌انگیز، سخت‌ترین جسم جهان باشد؛ و به چه زیباست نقشی که الماس می‌زند.



بگیرند، این در حالی است که پلیت‌های معمول بازار، بسته به لیزرشان تقریباً ساعتی ۲۰ ورق توان زینک‌گیری دارند. همانطور که اشاره شد دستگاه‌های مگنوس مجموعه ما همزمان پنج هم انجام می‌دهند که باعث می‌شوند رجیستر آن‌ها در ماشین‌های چاپ بالا رفته و اپراتور ماشین چاپ می‌تواند در هنگام عملیات چاپ، سریعتر و بدون باطله کار را تنظیم کند.

قبل از به بازار آمدن دستگاه مگنوس، پنج به صورت دستی انجام می‌شد و بیشتر خطاهای کار معمولاً در همین قسمت رخ می‌داد. بر اساس سیستم قدیمی، اپراتور چاپ، باید زینک را به صورت دستی تنظیم کرده و لایه‌گذاری می‌کرد که در صورت کوچک‌ترین ناهمگنی، خروجی کار با ایراد همراه می‌شد. پنج توسط دستگاه مگنوس دقت این قسمت کار چاپ را افزایش داده و در یک جمله می‌توان گفت، سرعت بالا، ترام‌گذاری سریع و پنج کردن همزمان، از مزیت‌های آن به شمار می‌روند.

نقش الماس از نرم‌افزارهای مختلف و پیشرفته‌ای استفاده می‌کند و در زمینه دانش نرم‌افزاری همواره در حال به روز رسانی است. ما در قسمت لیتوگرافی از نرم‌افزار استانداردسازی رنگ استفاده می‌کنیم که طسی آن فایل‌ها در فرم‌های عمومی طبق خاصیت کاغذ و پروسه تولید محصول، تنظیم می‌شوند. نرم‌افزار دیگری هم به نام کنترل تصویر (Image Control) داریم که در هنگام چاپ از آن بهره می‌جوییم. این نرم‌افزار شیر مرکب‌های ماشین‌های چاپ را طبق رنگ‌های شیت چاپی، تنظیم می‌کند و ضمن افزایش دقت کار دخالت انسانی را نیز حذف می‌کند و با استفاده از آن دیگر به کنترل اپراتور برای این قسمت نیازی نیست.

در شماره پیشین مجله در گفت‌وگو با سعید حاجیلو جوایز بی‌نظیر سالانه و ماهانه مجموعه نقش الماس معرفی شد. نقش الماس یکی از مجموعه‌های بزرگ و توانای بازار است که توانسته با نوآوری‌هایش موفقیت‌های زیادی کسب کند؛ اینکه یک مجموعه چاپ توانایی اهدای جایزه تا این حد را دارد جالب است و دست مریزاد دارد اما جالب‌تر از آن ابزار کار، روند کار، راز موفقیت و خلاصه شناخت دیگر مقدمات آن تا رسیدن به قله کیفیت و محبوبیت است. آشنایی با چنین مجموعه‌ای کار یک مقاله و یک شماره نبود، از این‌رو بنا بر قراری که گذاشته شد، هر نوبت به بخشی از کار پرداخته خواهد شد. همانطور که خواندن تاریخ می‌تواند درس عبرت بدهد، آشنایی با یک کسب و کار موفق هم می‌تواند شما را در راه موفقیت یاری کند. در این شماره عمده گفت‌وگوهای ما پیرامون معرفی دستگاه‌های به کار گرفته شده در چاپخانه‌های نقش الماس شکل گرفت.

■ همه چیز زیر یک سقف

امروز نقش الماس در حدود ۹۰ ورق ماشین چاپ CD را زیر یک سقف گرد هم آورده است. در بخش لیتوگرافی، ما از وجود دو دستگاه لیتوگرافی مگنوس (۸۰۰ کدک فول‌توماتیک با کاست ۵۰۰ تایی) بهره می‌بریم که هر دو آنها به پنج مجهز هستند. این دستگاه مدرن در بازار شناخته شده است و چاپخانه‌های زیادی از آن استفاده می‌کنند، با این تفاوت که عمدتاً دستگاه‌هایشان به ابزار پنج مجهز نیست.

آنچه این دستگاه‌ها را ممتاز می‌کند، سرعت بالای آنها است. هر کدام از آنها می‌توانند ظرف یک ساعت تا ۶۰ ورق (در سایز دو ورقی) را زینک



(حمل) بالشستک بادی که ماشین‌های چاپ CD دارند (کار بیسن لایه باد عبور می‌کند تا به برج‌های بعدی انتقال بیابد) کار به هیچ عنوان نه پشت‌زدگی دارد و نه روی آن خطی می‌افتد.

نقش الماس در بخش عملیات پس از چاپ خود از سه دستگاه سلفون‌کشی استفاده می‌نماید. یک دستگاه سلفون‌کشی تمام اتوماتیک دو کاره (سرد و گرم) و دو دستگاه سلفون‌کشی تمام اتوماتیک حرارتی، ماشین‌های این بخش را تشکیل می‌دهند. در کنار آنها از یک دستگاه تمام اتوماتیک لمینیتور اتوباند (Autobond) هم سود می‌بریم که برای لمینیت‌های با میکرون بالا کاربرد دارد و اختصاصاً به سفارش نقش الماس، توسط شرکت اتوباند انگلستان ساخته شده است.

در قسمت پوشش‌های پس از چاپ نقش الماس دو دستگاه یووی تمام اتوماتیک (ساکورایی سایز ۴/۵ و ۲ ورقی)، یک دستگاه یووی سیلندری (دو ورقی)، یک دستگاه سیلک یووی نیمه‌اتوماتیک به علاوه یک دستگاه طلاکوب (تمام اتوماتیک هایدلبرگ) در حال کار است.

دو دستگاه دایکات ۴/۵ و دو ورقی تمام اتوماتیک بویست (ماشین ساخت کشور چین است که در بازار به طرح بویست معروف است)، دو دستگاه دایکات ۶۰×۹۰ و سه دستگاه پوشال‌گیر تمام اتوماتیک در بخش دایکات مجموعه وجود دارند و به همراه ۱۲ دستگاه برش، سه دستگاه پاکت‌سازی (تمام اتوماتیک) و دو دستگاه پانچ کارت ویزیت دورگرد BOSCH (که برای کارت ویزیت‌های دورگرد استفاده می‌شود و ساخت کشور آلمان) بخش اصلی مجموعه را تکمیل می‌کنند.

در بخش کارت‌های هوشمند (شخصی‌سازی و مگنت‌گذاری) یک دستگاه جنیوس ۵ رنگ داشتیم و یک دستگاه جدید دیگر هم (جنیوس ۵ رنگ با لاک) خریداری کرده‌ایم که در راه است و به زودی در مجموعه نصب و راه‌اندازی خواهد شد. یک دستگاه پخت لمینیت کارت‌های اعتباری و هوشمند هم در مجموعه وجود دارد (زیرا کارت‌های هوشمند و اعتباری چون از چند لایه مختلف تشکیل شده‌اند پخته می‌شوند تا منسجم‌تر گشته و ضمن همگن شدن، لایه‌ها در استفاده‌های متوالی از هم جدا نشوند). در آن بخش ۳ دستگاه پانچ هم داریم که یکی از آنها دارای محور ماتریس است و دو عدد دیگر در ساخت کارت‌های هوشمند استفاده می‌شوند. یک دستگاه چاپ GTO هم در این بخش فعال است که همه اینها مختص چاپخانه تهران ما است.

نقش الماس همواره به فکر بالا بردن کیفیت و جلب رضایت مشتری است و با استفاده از دانش نرم‌افزاری روز دنیا کار خود را ارتقا می‌دهد. ما علاوه بر نرم‌افزارهای اشاره شده با استفاده از سخت‌افزار و نرم‌افزار کنترل دستیابی (Access Control) رنگ‌های شیت چاپی را با دقت کنترل می‌کنیم تا خروجی دستگاه ما از نهایت کیفیت برخوردار باشد. ما بعضی از این نرم‌افزارها را تحت لیسانس تهیه کرده‌ایم؛ هزینه‌ای به عنوان پایه پرداخت کرده و سالانه باید آبونمان داده و حق استفاده از آنها را تمدید کنیم.

نقش الماس اولین دستگاه چاپ هایدلبرگ با فناوری CD خود را در اردیبهشت ماه سال گذشته در مجتمع چاپ خود نصب و راه‌اندازی نمود و در ادامه با مشاهده کارایی بالای آن، به سرعت خط تولید خود را به آنها ارتقا داد. قبل از این در مجتمع چاپ ما پنج ماشین اسپیدمستر دو ورقی مشغول به کار بود و اکنون به پنج ماشین CD ارتقا یافته است و تنها یک دستگاه (اسپیدمستر دو ورقی چهار رنگ) از ماشین‌های قبلی را برای کارهای خاص و چاپ برخی سفارش‌های گراماژ پایین‌تر، نگاه داشته‌ایم. هم اکنون دو دستگاه ماشین چاپ ۴/۵ ورقی پنج رنگ و چهار رنگ هایدلبرگ (CD-۱۰۲) و دو ماشین چاپ دو ورقی پنج رنگ (CD-۷۲) و یک دو ورقی چهار رنگ با لاک ناوگان ماشین‌های ما را تشکیل می‌دهند.

با این تغییرات هم سطح تولید مجموعه افزایش یافته و هم کیفیت خروجی کار ارتقا پیدا کرده است. بیش از آن نهایت ضخامت استاندارد کاغذ قابل استفاده ما در چاپ، کاغذهای با گراماژ ۳۰۰ بود که این محدودیت با تغییر و نوسازی خط تولیدمان برداشته شد. ما امروز به راحتی از مقوایی استفاده می‌کنیم که به سفارش خودمان ساخته شده و به های بالک (High Bulk) معروف است. ضخامت این مقوا بالا است و زیردست آن به ۳۵۰ گراماژ می‌رسد اما دستگاه‌های موسوم به CD به خوبی و با کیفیت بالا روی این مقوا عملیات چاپ را به انجام می‌رسانند. گفتنی است که این دستگاه‌ها قادر هستند مقوای تا گراماژ ۷۰۰ را بدون هیچ مشکل و محدودیتی به چاپ برسانند.

در ماشین‌های چاپ قبلی گاهی با مشکل پشت‌زدگی روبرو می‌شدیم و یا کارهایمان به اصطلاح خط داشت و طبعاً اینها برای مجموعه‌ای که کیفیت در آن حرف اول را می‌زند، مشکلات زیادی ایجاد می‌کرد. اما خبر خوش اینکه، این مشکلات و نظایر آنها در ماشین‌های چاپ CD جدیدی که به کار گرفته‌ایم مرتفع شده است. با توجه به ترنسفر





■ نقش الماس البرز

چاپخانه نقش الماس البرز واقع در کرج در فضای تقریباً سه هزار متر مربعی دایر است و شکل کار آن مانند تهران بوده و در آنجا هم فرم‌های عمومی به چاپ می‌رسد. این مجموعه دارای یک دستگاه لیتوگرافی معمولی (پرسرعت نیست) و سه دستگاه ۴ رنگ و ۵ رنگ رولند (۲۰۴ و ۲۰۵ های پرینت) است. در بخش پوشش‌ها از سه دستگاه سلفون‌کشی، دو ماشین پیووی و دو دستگاه لترپرس استفاده می‌شود، مضاف بر آن سیستم صحافی چاپخانه نقش الماس البرز هم کامل است. در این مجموعه سه ماشین برش به اضافه یک دایکات نیمه اتوماتیک در حال فعالیت است و یک دایکات تمام اتوماتیک خریداری کرده‌ایم و در راه است که به زودی به این مجموعه اضافه خواهد شد.

■ محل الماس‌ها!

محل چاپخانه فعلی نقش الماس (با مترآزی نزدیک به چهار هزار متر مربع) در خیابان مجاهدین اسلام واقع شده است، علاوه بر آن کارگاه دایکات (با مساحت ۵۰۰ مترمربع) در نزدیکی آن واقع شده (که ماشین‌های طرح بوست و لمینیت در آن قرار دارد) و قرار است طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده در ماه‌های انتهایی سال جاری، بخش صحافی تهران را به صورت حرفه‌ای راه‌اندازی کنیم که سیستم صحافی نیز در ساختمانی جداگانه، نزدیک به آنها قرار خواهد گرفت.

گفتن این نکته الزامی است که نقش الماس به هیچ عنوان نمایندگی در هیچ استانی از کشور ندارد. در کرج هم فقط چاپخانه داریم، دفتر نداریم. ما معتقدیم که نمایندگی زدن به صلاح ما نیست، ما اگر در اصفهان یا شیراز چاپخانه بزنیم قطعاً موفق نخواهیم بود، چون در شهرستان‌ها نسبت به همکار نوعی ترس و محافظه‌کاری وجود دارد که این خصایص سرعت رشد مجموعه‌هایی که پویایی بالایی دارند را مختل می‌کند.

■ اوج شکوفایی

اوج شکوفایی نقش الماس زمانی بود که ما به محل جدید در خیابان مجاهدین اسلام نقل مکان کردیم؛ قبلاً در خیابان ظهیرالاسلام بودیم و دو ماشین دو ورقی (یک رنگ و دو رنگ) با یک دستگاه پیووی و دو دستگاه برش، ماشین‌های ما را تشکیل می‌داد. در آن زمان دستگاه لیتوگرافی و سلفون‌کشی در مجموعه وجود نداشت؛ در سال ۱۳۸۷ به خیابان مجاهدین اسلام نقل مکان کردیم و فضای گسترده‌تری را به عنوان چاپخانه مورد بهره‌برداری قرار دادیم. وسعت ساختمان جدید باعث شد به فکر اضافه کردن دستگاه‌های جدیدی بیافتیم و اینگونه بود که راه پیشرفت هموار شد و مجتمع چاپ نقش الماس تالو گرفت.

طی این سال‌ها همواره در پی تغییر و توسعه بودیم؛ ابتدا ساختمان مجتمع چاپ را (که استیجاری بود) خریداری کردیم و در وهله دوم به نوسازی و افزایش دستگاه‌ها پرداختیم. دو دستگاه چاپ دو ورقی چهار رنگ خریداری شد و از آن پس روند توسعه ما سرعت گرفت. یکی دیگر از مواردی که به ما در پیشرفت کار کمک شایانی کرد، نرم‌افزار اختصاصی‌مان بود که از اواخر سال ۸۵ تا اوایل ۸۶، (حدود یک سال و نیم) طول کشید تا آماده بهره‌برداری شود اما ارزش انتظار کشیدن داشت و بسیاری از انتظارات

ما را برآورده کرده و فاصله نقش الماس را از سایر رقبا بیش از پیش افزایش داد.

■ مجموعه جوان

نقش الماس یک مجموعه جوان است و جالب است که بدانید میانگین سنی پرسنل اداری و کارگاهی آن بین ۳۰ تا ۳۵ سال است. کارکنان شرکت در تهران و کرج در مجموع حدود ۳۰۰ نفر هستند که همگی در استخدام بوده و نقش الماس در مورد آنها از شرایط قانون کار تبعیت می‌کند.

علاوه بر آن گفتنی است که ۱۰ هزار واحد شغلی، که عموم آنها را کانون‌های تبلیغاتی، دفاتر اداری و فنی، بازارایبان صنف چاپ، تابلو سازها و امثال آن در سراسر ایران تشکیل می‌دهند، مشتری ما هستند (از ما جنس تهیه کرده و در بازار به فروش می‌رسانند و سفارش‌هایشان را برای تولید به ما ارجاع می‌دهند) و به صورت مداوم و مرتب با ما همکاری دارند که از این منظر، اگر حتی هر واحد شغلی را یک نفر حساب کنیم که آن فرد سرپرست یک خانوار ۳ نفر باشد می‌توان گفت که از کار ما بیش از ۳۰ هزار نفر به صورت غیرمستقیم ارتزاق می‌کنند.

■ ریسک سنجیده شده

ما وقتی تصمیم به توسعه گرفتیم، یک ریسک سنجیده شده انجام دادیم. ما بازار را ارزیابی کرده بودیم و خیالمان از بابت کاری که می‌خواستیم صورت بدهیم مطمئن بود، ما این توانایی را در خود می‌دیدیم و این باور تا حدی بود که در همان آغاز کار به یک ماشین بسنده نکردیم و دو ماشین خریداری کرده و در مجموعه راه‌اندازی نمودیم و از مقروض شدن مجموعه ترسی به دل راه ندادیم. ما فکر بکری در سر داشتیم و بنا بر آن کار خاص و ویژه‌ای را شروع کردیم، قبل از ما چاپخانه‌ای به این کار مبادرت نکرده بود و ما در آن زمان رقیب و همکاری نداشتیم.

خود بنده بیش از یک دهه در این بازار کار کرده بودم و به خوبی نقاط ضعف و قوت آن را می‌دانستم. نقش الماس هرگز از رقیب و رقابت نمی‌ترسد؛ خود من معتقدم کاری که رقیب نداشته باشد بی‌فایده است و توسعه در آن شیب کمی دارد، بدون رقیب انگیزه پیشرفتی نیست. باید دانست که تا رقابت نباشد مشتری تفاوت‌ها را متوجه نخواهد شد. مطمئناً با وضع این بازار کسی اینقدر برای این کار سرمایه‌گذاری نمی‌کند مضاف بر اینکه این کار آنقدر ریزه کاری و





به خارج از کشور سفر می‌کنیم آنها از اجناسی که ما به منظور چاپ کارت ویزیت خریداری می‌کنیم متعجب می‌شوند! به طور مثال کارت ویزیتی از جنس PVC بیشتر برای ساخت کارت‌های بانکی و هوشمند به کار می‌رود در حالی که این جنس در بین مشتریان ما طرفداران زیادی دارد. برخی از کارت‌های ویزیت ما از تلق‌های خشکی که به صورت چهار گوش و لبه تیز برش می‌خورند، ساخته می‌شوند. این مدل از محصولات در خارج کشور باب نیستند و تنها به خاطر ماندگاری بالایشان در کارهایی چون چاپ منوهای رستوران به کار برده می‌شوند اما در کشور ما طرفداران زیادی دارد که این هم به نوبه خود جالب است.

ویزیت عمدتاً یا سلفون مات و براق هستند یا کتان، که آن هم در سطوح مدیریتی قابلیت استفاده دارند. شما اگر به سایت ابرشرکت‌های این حوزه مراجعه کنید، و سایت شرکت‌هایی چون یس پرینت، یونایتدپرینت یا مثلاً جی‌آل پرینت یا شرکت ممتاز ترکیه که شرکت قدری است را مشاهده نمایید، خواهید دید که از لحاظ جنس، مدل‌های محدودی وجود دارد و نهایتاً به چهار تا پنج نوع محدود می‌شود. یس پرینت در اروپا ابر قدرت این کار محسوب می‌شود اما با این حال تنوع چندانی ندارد. آن‌ها مجموعه‌های وسیعی هستند که در کشورهای مختلفی هم نمایندگی و چاپخانه دارند و از ماشین GTO تا ماشین‌های عظیم و پیشرفته ۹ ورقی را در چاپخانه‌های آنها مشاهده می‌کنید. تولید آنها بسیار زیاد است اما به هر حال همانطور که گفته شد از لحاظ جنس کارت‌ها تنوع خاصی را در بین آنها نخواهید یافت. برخی اوقات که برای خرید بعضی اجناس خاص

مشکل دارد و آنقدر حاشیه سود آن کم است که کسی به صرافت ورود به این حوزه نخواهد افتاد اما در عین حال این کار به چشم ما خلاقیت می‌طلبد و در آن عشق وجود دارد. این کار تنوع دارد همین خصایص خستگی ما را رفع می‌کند.

■ دنیای کم‌تنوع، ایران گوناگون

ما در نمایشگاه‌های مختلفی در سراسر دنیا شرکت کرده‌ایم و سفرهای کاری و سیاحتی زیادی رفته‌ایم؛ این طبیعی است که شما به هر جای دنیا بروید، نگاهی هم به کار خود دارید و شغل همکاران خود در دنیا را با شغل خود مقایسه می‌کنید. دانستن این نکته می‌تواند جالب باشد که در هیچ جای دنیا به اندازه کشور ما، تنوع محصول وجود ندارد. ما در نقش الماس، فقط از نظر جنس کارت ویزیت در حدود ۷۰ نوع محصول ارائه می‌کنیم. این در حالی است که در کل دنیا کارت‌های





مدیرانی برای تمام فصول

گفت‌وگو با مدیران
مجتمع چاپ نامی نقش
به همراه مصاحبه با مدیر فروش
شرکت ماشین‌های اداری توتالیا

■ میلاد حاتمی

خوش‌فکران می‌توانند تعریف‌ها را عوض کنند! «دیر آمده و زود می‌خواهد برود» یک ضرب‌المثل است با این مفهوم که شخصی کار را تازه شروع کرده اما می‌خواهد زود نتیجه بگیرد. با مثال‌های زیادی می‌توان ثابت کرد که علم مدیریت امروز این کار را ممکن نموده است.

اگر در کار چاپخانه امروز با این بازار رقابتی، روابط عمومی بالا را چاشنی کار نکنی سابقه‌ات کمک چندانی به تو نخواهد کرد. بسیاری کسانانی که سابقه چاپچی بودن را از پدر به ارث نبرده‌اند اما نقشی که می‌زنند گوارا است و راضی‌کننده، آن‌ها خلاق‌اند و با شناخت مخاطب و آشنایی با تکنولوژی و تکنیک روز نقشی زیبا و نام‌آور می‌زنند.



یک تغییر اساسی در گفتار و رفتار ما ایرانیان رخ داده است! قبل از این وقتی یک کارمند و حقوق‌بگیر برای مقایسه حقوق و مزایا از کاسب کاری وضع اقتصادی و کسب‌وکارش را می‌پرسید، «خدا را شکر می‌گذرد» می‌شنید. امروز قبل از احوال‌پرسی و هر سوالی خودشان ناله می‌کنند که کار خوب نیست و بازار خراب است و چه و چه. به راحتی می‌توان با حرف‌های آنها ترسید و افسرده شد. حالا در این بین چقدر خوب و امیدوارکننده است که کسی کسادی بازار را بهانه نکند و دنبال اشکال در کار خودش بگردد و دائم رشد و توسعه را مد نظر داشته باشد.

بی‌تعارف این اواخر هر جا که می‌روی و در هر محفلی که صحبت بر سر کسب‌وکار است، نام چند مجموعه و شخص را به عنوان کسب‌وکارهای موفق می‌شنوی. نامی‌نقش یکی از این مجموعه‌ها است. چاپ و نشر هنر دست نامی‌نقش است و از این‌رو گذر مسا زیاد به این مجموعه می‌افتد. بنا به تصمیمی که گرفته شد قرار است در این مجله کسب‌وکارهای موفق مربوط به چاپ، مدیران موفق و مجموعه‌های نامی و ظفرمند را معرفی کنیم و راز پیروزی‌شان را جویا شویم؛ شاید که در این بین بتوانیم یک گره از کار این صنعت بزرگ و در حال رکود باز کنیم. اگر کسانانی توانسته‌اند در همین بازاری که مشخصه اول این روزهایش کسادی است، داغ و پرکار باشند، پس دیگران هم می‌توانند.

به سراغ محمدتقی کوچک‌زاده رفتیم، فردی موفق و کاردان که هیچ وقت پشت میز نیست! او را در بخش لیتوگرافی با آستین‌های بالا زده و دریل به دست یافتیم! با اصرار پشت میز نشاندیمش و با او گفت‌وگو کردیم. محسن آبادیگر (دیگر مدیر نامی‌نقش) هم به جمع ما پیوست و در تکمیل مباحث کمک شایانی کرد تا حدی که می‌توان گفت نتیجه این مصاحبه به راحتی می‌تواند بسط پیدا کرده و کتابی در مورد چگونگی مدیریت یک چاپخانه در وضع کنونی باشد.

در حین گفت‌وگو بحث به دستگاه جدیدی کشیده شد که نامی‌نقش با آن بخش صحافی‌اش را تجهیز کرده است. مصاحبه‌ای با سعید اعتدال‌منفرد، مدیرعامل شرکت توتالیا (نماینده و عرضه‌کننده کمپانی دوپلو و چند برند دیگر) به پیوست این مطلب اضافه شد تا بحث روشنی بیشتری پیدا کند و مدیران موفق این شماره افزایش بیابند. با ما همراه باشید.

■ از تبلیغات تا چاپ

پایه‌گذاری نامی‌نقش به سال ۱۳۷۹ برمی‌گردد، ما ده سال قبل از آن شرکت تبلیغاتی داشتیم. شرکت‌های تبلیغاتی ما با نام‌های کیمیا، سهند و تک فعالیت داشتند و هر کدام بر روی یک بخش خاص و متفاوت متمرکز بودند و با برندهای مختلفی همکاری داشتند. یکی از آنها فقط در حوزه ظروف چینی کار می‌کرد و تخصص دیگری در بازار مواد غذایی بود. شرکت دیگر هم بیشتر روی بخش مبلمان و لوازم خانگی متمرکز داشت. هر کدام از این شرکت‌ها با تلاش و تخصصی که داشتند خود را در بازار به عنوان یک برند مطرح کرده بودند.

کار در حیطه تبلیغات ما را با چاپخانه‌ها مرتبط کرده بود. آن زمان چاپخانه‌ها بسیار سنتی کار می‌کردند و تنوع خاصی در کار آنها دیده نمی‌شد، آن‌ها کارهای تعریف شده را ملاک قرار داده و در برابر هر نوع ابداع و بدعتی مقاومت می‌کردند. ما ایده‌هایی خاص در ذهن داشتیم و با اینکه چاپخانه‌ها امکانات پیاده‌سازی آنها را داشتند اما گویا حوصله اجرای آن را نداشتند و یا اینکه آنقدر از کارهای روتین خود درآمد داشتند که حاضر نبودند خود را به دردسر انداخته و شیوه جدیدی را امتحان کنند. در آن زمان برعکس اکنون، درآمد‌ها بالا و هزینه‌ها پایین بود و هر چه ما می‌کردیم آنها زیر بار نمی‌رفتند و نوآوری عملاً نشدنی می‌نمود. آن‌ها تکنیک را می‌فهمیدند اما نمی‌دانستند چطور باید آن را اجرا کنند، این بود که بعد از مدتی به این فکر افتادیم تا جای کوچکی را گرفته و با تجهیزات کم و در حدی که جوابگوی کارهای ما باشد فعالیت را شروع کنیم و خواسته‌ها و نیازهایمان را به این طریق مرتفع سازیم.

■ تولد نامی‌نقش

ما مجموعه نامی‌نقش را با هدف پیاده‌سازی ایده‌هایمان راه‌اندازی کردیم اما در ابتدای کار سرمایه زیادی نداشتیم و در اینجا هم باز از کارهای تبلیغاتی شروع کردیم. البته در آن زمان (سال ۱۳۷۹) بهترین و رایج‌ترین دستگاه نزد چاپخانه‌داران، ماشین چاپ دو رنگ بود و ما هم با همین دستگاه شروع کردیم، با این تفاوت که بیش از آنکه به دنبال کسب درآمد باشیم در پی اجرای ایده‌ها و نظراتمان بودیم. ما با همان دستگاه کارهای ۸، ۶ و ۱۰ رنگ اجرا کردیم

سوق داد. اگر در وضعیت رکود بتوانی توجه بازار را به خود جلب کنی و شیفت‌های چاپخانه‌ها را پر کنی هنر کرده‌ای و رشد مجموعه‌ها را تضمین نموده‌ای. در این وضعیت بازار، من مدیر چاپخانه و دیگر هم‌تایانم نباید پشت میز بنشینیم تا سفارش به سمت‌مان بیاید، بلکه باید کف بازار باشیم و برای کسب و کارمان بازاریابی کنیم.

■ نقش تبلیغات

شاید باورتان نشود اما یک وقتی بود که چاپخانه‌ها کارت ویزیت نداشتند! وقتی به آنها مراجعه می‌کردی شماره و یا آدرسشان را روی یک تکه کاغذ می‌نوشتند و به تو می‌دادند. کوزه‌گر از کوزه شکسته آب می‌خورد! این اولاً به آن علت بود که تبلیغات را نمی‌شناختند و دوماً به این خاطر که مشتری بر حسب احتیاج به آنها مراجعه می‌کرد و آنها نیازی برای عرضه خود نمی‌دیدند. امروز چاپچی به خوبی با دنیای تبلیغات و بازاریابی آشنا شده؛ اکنون اگر کسی توان رقابت، نوسازی و نوآوری نداشته باشد به طور خودکار از بازار حذف خواهد شد.

ترکیه سپرده می‌شد و امروز با رشد و توسعه‌ای که صورت گرفته قریب به ۹۰ درصد این کارها در کشور صورت می‌پذیرد.

طی این سال‌ها تکنولوژی پیشرفت کرد، تنوع زیاد شد و خواسته‌ها و توقعات بالا رفتند. یک روز مشتریان چاپخانه را هیولایی ناشناخته فرض می‌کردند اما امروز می‌بینیم که مشتریان ما که به کارهای مختلفی مشغولند اکثراً چاپ را به خوبی می‌شناسند؛ آن‌ها از ما مدل دستگاهمان را می‌پرسند، تکنیکی که به کار می‌بریم را جویا می‌شوند و برای سفارشاتشان پیشنهادهایی ارائه می‌دهند.

■ دوران شکوفایی

سال‌های آغازین دهه ۸۰، دوران شکوفایی نامی نقش بود. به نظر من تا سال ۱۳۸۹ کل صنایع کشور یک رشد و بالندگی را تجربه کرده و به مرحله جدیدی وارد شدند. در این سال‌ها تسهیلات خوبی به صنایع تخصیص یافت، مرزها باز بود و تکنولوژی روز به خوبی وارد شده و تا حد زیادی بومی‌سازی شد، در آن سال‌ها سفارش فراوان بود و کارها خوب پیش رفت.

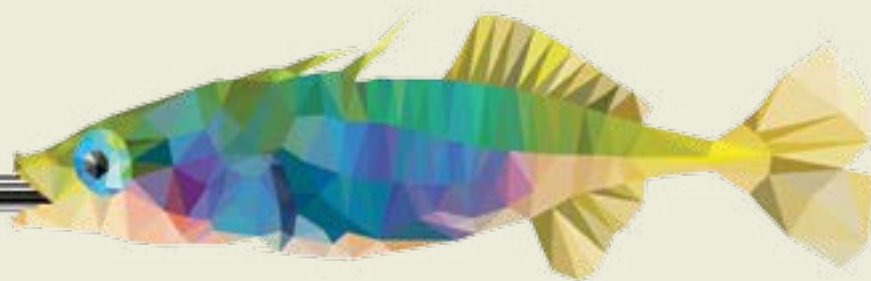
و کارهای متالیک، مختلط و ترکیبی را با آن به عمل رساندیم. ما به دنبال نوآوری و تفاوت بودیم و آنقدر در این راه پافشاری کردیم که کار مجموعه کوچک‌مان مورد توجه سایرین قرار گرفت.

این تفاوت در روش کار باعث شد نامی‌نقش مورد توجه گرافیست‌ها قرار بگیرد. آن‌ها هم مشکلاتی نظیر ما داشتند و این روال‌های محدود باعث شده بود هنر و ذوق آنها حد زده شود و آنطور که دلشان می‌خواست آزادی عمل نداشته باشند.

■ تکنیک، تاکتیک، تکنولوژی

ما تکنیک‌های جدید را به دستگاه‌های قدیمی تحمیل کرده بودیم. این تکنیک‌ها، دستگاه‌های مخصوصش و مرکب‌های مورد نیازش همه در اروپا موجود بود اما ما به آنها دسترسی نداشتیم و از این‌رو خودمان آنها را ابداع کرده بودیم. روی نرده‌ها اکلیل می‌پاشیدیم و کارهای متالیک انجام می‌دادیم. تفاوت در کار باعث شد که تقاضا برای کار با نامی‌نقش افزایش پیدا کند و سفارشات مین روز به‌روز بیشتر شود. استقبال مشتریان سبب شد

ش مجتمع چاپ نامی نقش



گاهی اسم برخی از افراد و یا مجموعه‌هایی که دیر شروع کرده‌اند اما در زمانی کوتاه به موفقیت‌های چشم‌گیر رسیده‌اند به عنوان لطمه زنان به صنعت و بازار، برده می‌شود اما من معتقدم که آنها خوش‌فکر و با استعداد بوده‌اند و اگر کسی به دنبال پیشرفت است، باید از فکرش استفاده کند. مثلاً با ترغیب‌هایی می‌شود قیمت تمام شده را کاهش داد و یا امکانات و کیفیتی عرضه نمود که مشتری مجاب به سفارش دادن بشود. من عقیده دارم اگر در زمان رکود بازار و زمانی که آب گل‌آلود است، بتوانی با چشمانی باز ماهی صید کنی، در زمان رونق بازار می‌توانی به اوج برسی و از سایرین جلوتر قرار بگیری.

یادم می‌آید که اواسط دهه ۸۰ اوج رکود کارخانه‌های ماکارونی بود و در همان سال‌ها تک ماکارون آمد و مجهزترین و بزرگترین کارخانه خاور میانه را افتتاح کرد؛ کارخانه آرد آن در جوار کارخانه تولید بنا نهاده شده است. این کمپانی با خوش‌فکری دست به تبلیغ زد؛ نیامد حرف‌های تکراری بزند، آمد ما را آگاه کرد. آن‌ها ماکارونی را برای ما شرح دادند، تنوع در پخت آن را به ما آموختند و مزایای ماکارونی‌های فرآوری شده را برای برشمردند. پنه، پاستا و لازانیا غذاهایی بودند که با تبلیغات چنین شرکت‌هایی رواج پیدا کردند.

■ خلاقیت

خلاقیت، اصلی اساسی در موفقیت است. با کار خوب و ابزار خوب می‌توان تا حد زیادی پیشرفت کرد اما اگر از آن افرادی باشی که عادت به توسعه و پیشرفت دارد بالاخره یک جایی روند کاریت کند

روزهای خوب برای همه خوب است. شما در دو ماه آخر سال به هر چاپخانه‌ای مراجعه کنید سرش شلوغ است. مردم و صاحبان مشاغل همه به دنبال خرید کردن هستند و از این‌رو پول در گردش است و بازار رونق دارد. صنایع چاپ مثل شیشه‌برها در صنعت ساختمان هستند؛ ته خط ساخت و سازها به شیشه برها ختم می‌شود؛ ساختمان که ساخته شد آن وقت به شیشه برها سپرده می‌شود. ته خط عمده صنایع هم بسته‌بندی و چاپ است که حوزه کاری ما است. از روی کار ما می‌توان وضعیت بازار را فهمید؛ سر ما شلوغ باشد یعنی صنایع پرکار است اما با این حال می‌شود این معادله را عوض کرد و سهم بیشتری از بازار گرفت.

سفارشات یک چاپخانه از اواسط پاییز رو به افزایش می‌گذارد و این روند در پایان سال به اوج خود می‌رسد اما نیمه اول سال است که عمدتاً با کساد کاری چاپخانه‌ها همراه است. گاهی این کساد فصلی و گذرا است اما برخی اوقات هم هست که رکود دامنگیر صنعت شده و چند سالی بازار را زمین گیر می‌کند. با همه این احوال همه ما کسب و کارهایی را سراغ داریم که در همین دوره رکود به شکوفایی رسیده و موفقند. قدرت مدیریت و پیش‌بینی بازار است که می‌تواند یک مجموعه را از سایر رقبایش پیش بباندازد و این تنها با خوش‌فکری و ریسک‌پذیری امکان وقوع دارد.

فرض کنید کارهای ما در دوره شکوفایی به روزی ۱۰۰ فرم چاپی برسد و در دوره رکود این مقدار به ۲۰ فرم تقلیل پیدا کند. در این وضعیت باید با شگردهایی چون ارائه بهتر کار بازار را به سمت خود

که دائماً به فکر پیشرفت باشیم، این پیشروی نه تنها در تکنولوژی ماشین‌ها بلکه در فکر و عمل‌مان هم تأثیرگذار بود.

این روند رو به جلو ما را به کشورهای اروپایی کشید. به آلمان رفتیم و ماشین‌های مجهز و مدرن آوردیم و در کنار آن به دنبال یادگیری و به کارگیری تکنیک‌های جدید بودیم، مثلاً ۱۵ روز به آلمان می‌رفتم و تنها چند روز اول را به یافتن و خرید دستگاه اختصاص می‌دادم، مابقی روزهای مسافرت ما در چاپخانه‌ها و فروشگاه‌های مختلف در جستجوی تکنیک‌های جدید چاپ و مدل‌های نوین بسته‌بندی، می‌گذشت. ما به همراه یک مترجم در چاپخانه‌ها گشت می‌زدیم و از چاپ‌های خاصی که آنها به عمل می‌آوردند می‌پرسیدیم. گاهی پیش می‌آمد که پول ما به خرید دستگاهی خاص نمی‌رسید اما با آموختن عمیق، تکنیک آن را برای دستگاه‌های خودمان تعریف می‌کردیم و عمدتاً با ترکیب چند دستگاه و چند بار آزمون و خطا به خواسته خود می‌رسیدیم.

مجموع این تلاش‌ها به علاوه آشنایی با تکنیک‌های تبلیغاتی و استفاده از آنها باعث شد در کوتاه مدت نامی‌نقش بر سر زبان‌ها بیفتد و نام ما از مجموعه‌مان بزرگ‌تر شود. ما برای جذب مشتری وارد مجموعه‌های زیادی شده و برای هر شاخه‌ای از بازار تبلیغ خاصی را پیش گرفتیم که موفق بود و بعدها توسط مجموعه‌های دیگر دنبال شد. جالب است بدانید قبل از این در صنایعی چون شیرینی و شکلات‌سازی، سفارشات چاپ و بسته‌بندی به خارج از ایران و به کشورهای چون

یابد. همین کار و امثال آن که به نظر بسیار ساده و کوچک می‌آیند به خوبی می‌توانند روی کار شما تأثیر گذاشته و فروش شما را افزایش دهند.

■ تغییر یک قانون است

ما با خود فکر کردیم که مشتری عادت داشته هر چند وقت یک بار تغییراتی را در نامی نقش ببیند و حالا دو سه سالی است که اتفاق خاصی در وضعیت ما روی نداده است. پاسخ اول و دم دستی این اتفاق، وجود رکود در بازار است اما این جواب حداقل برانزده نامی نقش نیست. مجموعه ما باید متفاوت باشد، اگر رکود برای همه هست، نباید برای ما باشد، ما باید یک فرقی با دیگران داشته باشیم. نامی نقش شکست‌ناپذیری و گریز از بحران را همواره در دستور کار خود داشته است. این بود که فکر کردم باید حتماً تغییری به هدف بهبودی در مجموعه رخ دهد.

دستگاه صحافی نامی نقش به خوبی کار می‌کرد و هیچ مشکلی نداشت اما من تصمیم گرفتم مدل بالاتری تهیه کنم. درست است که شاید مشتری من اصلاً این دستگاه‌ها را نبیند اما مطمئناً تغییر در کار را حس می‌کند. من معتقدم همیشه باید مواد اولیه خوب و با کیفیت مصرف کرد و به جای وقت گذاشتن برای رسیدن به حداقل کیفیت به فکر حداکثر کردن آن بود. وقتی یک دستگاه بهتر را به کار می‌گیری مجموعه تو مدرن تر جلوه می‌کند و این خود یک پیشرفت و تبلیغ است. به علاوه این می‌توانی بر مشتری منت بگذاری که من برای جلب رضایت تو هزینه کردم و به این طریق او را نیز تطمیع کنی.

■ دوپلو

هشت سال پیش یک دستگاه صحافی دوپلو به مجموعه نامی نقش اضافه شد. قبل از آن کارها مرحله‌ای و با دست و به کمک دستگاه‌های ابتدایی صورت می‌پذیرفت. ابتدا باید کار چاپ شده را خط تا می‌زدیم و بعد با فرم تا کنی آن را تا می‌کردیم و به همین ترتیب منگنه و دوخت می‌خورد و در نهایت هم کار ما زیگزاگی از آب درمی‌آمد و یکسان نبود. این دستگاه سرعت عمل ما را بسیار بالا برد، ۲۴ خانه را روی هم می‌ریخت، دوخت می‌زد، برش می‌داد و خروجی یک دست و تمیزی را تحویل می‌داد. اتفاقاً مجله چاپ و نشر از اولین کارهایی بود که ما با این دستگاه انجام دادیم.

این دستگاه هشت سال بدون هیچ مشکل خاصی برای مجموعه کار کرد و تمامی مشتریان هم از آن راضی بودند؛ این در حالی است که هر کس دوپلو را از بیرون ببیند می‌گوید دستگاهش اداری است و بیشتر به درد دفاتر فنی می‌خورد تا مصارف صنعتی. روزهایی بود که ما با این دستگاه ۲۰ هزار مجله می‌زدیم. این دستگاه عالی بود. وقتی مطلع شدیم که مدل بالاتر آن با امکانات بیشتر در دسترس است معطل نکردیم و سریع آن را سفارش دادیم.

ما عادت داریم که برای هر عملی که می‌خواهیم انجام دهیم مشورت می‌گیریم. جالب است بدانید که وقتی این مساله را با دوستان و همکاران دیگر مطرح کردیم بیشتر آنها ما را از این کار نهی کرده و این عمل را یک ریسک نالازم می‌دانستند. می‌شود یک خط تولید چسب گرم دست دوم را با ۲۰ میلیون تومان خریداری کرد و با آن یک سوله را پرکرد اما ما این دستگاه را ۵۳۰ میلیون خریدیم، آن هم فقط برای دوخت و منگنه



از سالنش خالی است، از چاپخانه‌های مملو از دستگاه، بیشتر کند.

البته باید توجه داشت که اگر می‌خواهید کارتان درست پیش برود، حرف تنها کافی نیست؛ اگر سخن شما غلوآمیز باشد به سرعت دستتان رو می‌شود و آنگاه به جای تبلیغ و جذب مشتری، ضد تبلیغ صورت می‌گیرد. کسی پیش من می‌آید و سفارش بسته‌بندی می‌دهد؛ او می‌گوید می‌خواهم طرح بسته‌بندی‌ام مثل فلان برند باشد. من می‌گویم آن که چیزی نیست، بهتر از آن را برای من می‌سازم اما در نهایت این جنس تو است که در آن بسته قرار می‌گیرد؛ اگر آن محصول بی‌کیفیت باشد، با زور تبلیغات و بسته‌بندی جذاب باز هم نهایتاً می‌توان یکبار آن را به مشتری فروخت. برای موفقیت در بازاری که دچار رکود است و رقبا بسیاری در آن حضور دارند، باید همواره به فکر آموختن و تحصیل باشی، در کار چاپ امروز، اگر بگویی حوصله آموزش ندارم، در طولانی‌مدت، از بازار عقب می‌مانی و سفارشات کاهش پیدا می‌کند.

■ تولیدکننده خوب

تولیدکننده خوب ابتدا باید فروشنده خوبی باشد. یک قسمت کار تولید خوب است؛ قسمت دیگر باید بازاریابی و فروش خوب باشد. الان می‌شود با صرف هزینه کمی به فرمول برندهای موفق صنایع غذایی رسید اما اگر بتوانی دقیقاً همان محصول را تحت برند خودت تولید کنی آیا می‌توانی بازاری مطابق با برند معروفی که از آن تعدی کرده‌ای، بیایی؟

ما در عین حال که به پیشرفت تکنولوژیک و توسعه مجموعه‌مان می‌اندیشیدیم روی بخش فروشمان هم کار کردیم. به عنوان مثال آمدیم کاتالوگی را برای خودمان چاپ کردیم که در هر صفحه آن با تکنیکی خاص و جنسی منحصر به فرد تولید شده بود؛ وقتی مشتری آن را می‌دید و لمس می‌کرد در موردش سوال می‌پرسید و می‌توانست با کمک آن به مدل دلخواهش دست

می‌شود و آن موقع است که خلاقیت ناچی شما می‌شود. یکی از دوستان من بدون سرمایه زیاد و تنها با تکیه بر هوش و خلاقیتش دست به یک کار خوب و پول‌سازی زد. او استندهای چند خانه و جالب توجهی را تولید کرد و آنگاه در آنها تبلیغات شیک و مدرن صاحبان کالا و مشاغل را قرار داد و آنها را در جاهای پر رفت و آمد نصب کرد. به سرعت از کار او استقبال شد و سفارشات چاپی‌اش افزایش یافت، آنقدر که خود من هم به صرفت افتادم که از ابزار او برای تبلیغاتم استفاده کنم.

در کنار خلاقیت باید به آموزش هم توجه شود. امروز فردی را می‌بینی که قبلاً با دستگاه تک یا دو رنگ کار می‌کرده و امروز مدرن‌ترین دستگاه روز را تهیه کرده؛ این پیشرفت خوب است اما به شرطی که کار با آن را هم بلد باشی. او حتی نحوه محاسبه کردن قیمت تمام شده را هم نمی‌داند! کار را با دستگاه چهار رنگ چهار ورق و نیمی زده و قیمت آن را بر اساس دو رنگ دو ورقی محاسبه می‌کند! افراد زیادی را می‌شناسیم که در بازار امروز فقط به صرف به‌روز کردن خط تولید دستگاه‌های فضایی و مدرنی را می‌آورند که نحوه کار صحیح آن را نمی‌دانند و با این کار هم دستگاه را مستهلک کرده، هم خود را ورشکسته می‌کنند و در عین حال بازار را هم با قیمت‌های غیرکارشناسانه‌شان خراب می‌کنند.

■ روابط عمومی بیاموز

سخنی که از دل برآید لاجرم در دل نشیند؛ حقیقت را بگو، حرفت را باور می‌کنند و به تو اعتماد می‌کنند. این مشتری‌مداری علی‌الخصوص در کار ما بسیار مهم است. بخش عمده این توانایی ذاتی است و باید طرف استعداد آن را داشته باشد اما آنقدر مهم هست که اگر می‌بینید آن را بلد نیستید بهتر است به کلاس‌های روابط عمومی بروید و طریقه برخورد صحیح با دیگران را بیاموزید. دانستن تکنولوژی در کنار ارتباطات بالا می‌تواند سفارشات یک چاپخانه را که نیمی

کمی سکوت گفتم: شما گردنتان خشک نشد از بس که به یک طرف نگاه کردید؟ اینطور دنباله روی بی چون و چرا هم خوب نیست، به اطراف هم نگاه کنید. من نظرم را آن روز بر این مبنا دادم؛ گفتم که باید تغییر دیدگاه داد، نباید دنباله رو صرف بود، باید برای خودمان چالش درست کنیم، قبل از اینکه بازار ما را غافلگیر کند. تنها با آمادگی و ورزیدگی است که می توان برای هر مشکلی آماده بود و از تغییر نترسید.

به نظر من این لطفی ندارد که ما دنباله رو دیگران باشیم. الان خیلی ها به این صورت عمل می کنند اما مطمئن باشید با تقلید از دیگران هرگز نمی شود از آنها جلو زد. فقط خلاقیت و نوآوری است که امکان سبقت را فراهم می آورد. خود من همان ابتدا که می خواستم وارد این کار شوم تصمیم داشتم یک دستگاه چهار رنگ تهیه کنم اما یکی از دوستان چاپخانه دارم که طرف مشورت من بود اصرار داشت که به جای آن دو تا دستگاه دو رنگ بگیرم که اگر یکی خراب شد کارم نخوابد. یک زمانی از روی ترس کسی جرات نداشت دستگاه چاپ CD بخرد! می گفت اگر خراب شد تجهیزات و قطعاتش را از کجا گیر بیاورم. این دستگاه را من همان موقع تهیه کردم و هنوز هم خراب نشده و حالا حالاها هم خراب نمی شود. نباید مقطعی و بسته فکر کرد. باید دائم تغییر کرد، وقتی این را خط مشی خود و مجموعه ات قرار دادی دیگر درجا نمی زنی و روان می مانی. می دانید چرا از باتلاق می ترسید اما در کنار رودخانه منزل کردن را دوست دارید و از ساعتی در کنار آن بودن لذت می برید؟ چون آب آنجا ساکن نیست و جریان دارد؛ برای موفقیت باید مثل رودخانه بود.

برای آشنایی بهتر با دستگاه دوپلو که از آن نام برده شد تصمیم گرفتیم به سراغ فروشنده آن شرکت توتالیا برویم و با سعید اعتدال منفرد، مدیرعامل این شرکت گفت و گویی داشته باشیم. هماهنگی ها همان موقع انجام شد و قرار مصاحبه گذاشته شد اما قبل از آن به عنوان حسن ختام و به خاطر جمع بندی مباحث از مدیر چاپخانه نامی نقش راز موفقیتش را پرسیدیم.

■ راز موفقیت

برای موفقیت این مجموعه من و سایر همکارانم تلاش های زیادی کردیم اما به طور شاخص اگر بخواهم دلیل اصلی آن را معرفی کنم به نظرم تغییر دیدگاه بود. یادام می آید که حدود ده سال پیش در سمیناری که به منظور آموزش شیوه های نوین بازاریابی و فروش برگزار می شد، شرکت کردم. در این سمینار دکتر روستا سخترانی می کرد و افراد دیگری چون دکتر دهقان و دها تن دیگر از نام داران این حوزه در کنار خیل عظیمی از علاقه مندان حضور داشتند. افراد زیادی پشت تریبون می رفتند و اظهار نظر می کردند، بقیه افراد هم که پول داده بودند فرصت را غنیمت شمرده و سریع نت برداری می کردند که مبادا چیزی از قلم بیافتند.

نوبت به سوال و پرسش رسید و من هم یکی از افرادی بودم که دستم را بلند کردم. نوبت که به من رسید خواهش کردم که در صورت امکان پشت تریبون بیایم و از آنجا سوالم را مطرح کنم. موافقت شد و من پشت تریبون رفتم؛ میکروفون را از آنجا برداشتم و به گوشه سالن رفتم؛ همه متعجب حرکات من را دنبال می کردند. بعد از

زدن. الان همکار من یک دستگاه دوخت و منگنه را با ۲۵ میلیون تومان می خرد و کارش را با آن راه می اندازد؛ می بینید که اختلاف در قیمت بسیار زیاد است. ما اگر این پول را در بانک می گذاشتیم قریب به ماهی ۱۰ میلیون تومان برایمان سودآوری داشت اما تصمیم گرفتیم در این راه سرمایه گذاری کنیم. شاید این دستگاه در ماه های اول سوددهی چندانی نداشته باشد اما ما نامی نقش را با این هدف بدهکار می کنیم که کار تمیز و یک دست به مشتری تحویل داده شود.

تکنولوژی این دستگاه با مدل های دیگر فرق می کرد. این دستگاه ابتدا فرم ها را مرتب می کند و بعد خط تا می زند و به این ترتیب وقتی تعداد فرم ها زیاد شود کارها به خوبی روی هم می خوابند و دیگر باد نمی کنند. بعد از این مراحل دستگاه روی کار اطو می کشد و بعد می توانی تنظیم کنی که کار از جلو، بغل و یا به صورت ترکیبی برش بخورد. البته ما قبل از اینکه کاغذ را داخل ماشین قرار دهیم برش نهایی آن را می زنیم تا کار به راحتی، با دقت و سرعت بیشتری آماده شود.

امروز اگر مشتری بیاید و در مجموعه ما گردش کند تکنولوژی پیش رفته و ۲۰۱۷ می بیند و ناخودآگاه نامی نقش را با چاپخانه های دیگری که دیده و یا خواهد دید مقایسه می کند و به مدرن بودن ما اعتراف خواهد کرد. به این شکل اعتماد مشتری و سفارش دهنده بالا می رود و پی آمد آن بالا رفتن سهم مجموعه از بازار است. این ها مواردی هستند که آینده یک کسب و کار را تضمین می کنند. ما از لحاظ تکنولوژی در قله قرار گرفته ایم و حالا می خواهیم به آن وجه تبلیغات را هم اضافه کنیم.





توتالیا

توتالیا به عنوان یک شرکت تجاری از سال ۱۳۴۸ کار خود را شروع کرد. در بدو کار بیشتر تمرکز ما روی عرضه سیستم‌های محاسباتی معطوف بود. آغاز دهه ۸۰ بود که با توجه به نیاز بازار، توتالیا به عرضه ماشین‌های تکمیلی در حوزه چاپ و نشر پرداخت. ما بررسی کردیم و دیدیم در دو حوزه صنایع تکمیلی (فناوری که مناسب تیراژ پایین باشد) و بخش لیبل و صنایع بسته‌بندی، بازار تشنه خدمات و ماشین‌های با کیفیت است. به این شکل بود که توتالیا به سمت عرضه ماشین‌های دیجیتال سوق پیدا کرد.

یکی از قسمت‌های مورد نیاز بازار نشر امروز، ماشین‌های شورت‌لاین صحافی (که خط تولیدشان کاملاً اتوماتیک بوده و فضای کمی را اشغال می‌کند) بود. اینجا بحث بر سر سنتی و صنعتی و دیجیتال بود، امروز خبری از ۵۰ هزار تیراژ نیست و سفارشات صحافی نهایتاً به ۲ تا ۵ هزار تیراژ کاهش پیدا کرده است. توتالیا بر مبنای وضع موجود دستگاه‌هایی را تهیه کرد که بتوانند به سرعت و با کیفیت نیاز چاپخانه‌ها و صحافی‌ها را برطرف کنند. الان ما در این حوزه دستگاه‌های مختلف را با کاربری‌های متفاوت در اختیار مشتری‌هایمان قرار می‌دهیم و دست آنان را در انتخاب باز می‌گذاریم. در بخش سلفون‌کشی، صحافی مجله و سیستم‌های چسب گرم هم دستگاه‌های شورت‌لاین، مدرن و عمدتاً دیجیتالی را در اختیار مشتری قرار داده‌ایم. به طور کلی توتالیا برای هر چیزی که از ماشین چاپ خارج می‌شود و احتیاج به کارهای ثانویه دارد، دستگاه‌های تکمیلی عرضه می‌کند. خط مشی توتالیا این است که ضمن تکمیل و ایجاد تنوع در دستگاه‌هایش، تولیدکننده داخلی را با تکنولوژی‌های روز دنیا آشنا ساخته و آنها را از مزایای استفاده از ابزار مدرن آگاه سازد.

دوپلو

در سال ۸۶ ما ماشین‌های سیستم ۵ هزار آوردیم و حدود ۲۰ عدد از آنها را در بازار به فروش رساندیم. این دستگاه فرم‌ها را مرتب می‌کرد و می‌توانست با توجه به برنامه‌ای که به آن داده‌ایم فرم‌ها را برش زده، بدوزد و مفتول کند. این دستگاه کاملاً اتوماتیک بود و می‌توانست کمتر از یک ساعت یک تیراژ پنج هزار تایی را صحافی کند. یکی از اولین مجموعه‌هایی که از این سیستم مدرن و کارا استقبال کرد، نامی نقش بود. ما طی این سال‌های همکاری، جناب کوچک‌زاده را به عنوان فردی نوآور شناخته‌ایم که همیشه از تکنولوژی‌های پیشرفته استقبال کرده و همواره می‌خواهد مجموعه‌ای پیشرو و پیشتاز داشته باشد. ایشان همان موقع روی این سیستم سرمایه‌گذاری کرد و با توجه به اینکه اکنون هم از خرید مدل بالاتر استقبال کرده، گمان می‌کنم که از عملکرد آن کمال رضایت را داشته است.

دستگاهی که اخیراً نامی نقش از توتالیا تهیه کرده است (DBMi Saddle SYS-

TEM) مدل جدیدی از همان ماشین پیشین (Pro ۵۰۰۰ SYSTEM) است. این دستگاه سرعت و دقت بالاتری دارد اما مهم‌ترین تغییر آن نسبت به مدل‌های قبلی توانایی در صحافی فرم‌هایی با اندازه‌های بزرگتر (بیازی) تا سایز ۳۵ در ۶۱ است. علاوه بر آن این دستگاه ضمن تا زدن خط تا هم می‌اندازد. این ماشین فعلاً پیشرفته‌ترین فناوری دوپلو است. ما این ماشین را به جناب کوچک‌زاده پیشنهاد دادیم و گفتیم اگر علاقه‌مند باشند می‌توانیم دستگاه قبلیشان را به فروش رسانده و مدل جدید را جایگزین آن نماییم که ایشان هم استقبال کردند و کارها به سرعت به پیش رفت و این دستگاه امروز در نامی نقش در حال بهره‌برداری است. یک نکته که هنگام تعویض ماشین‌ها پیش آمد و برای خود من بسیار جالب بود، کنتور و تیراژ ریپورتر (گزارش کارکرد) ماشین قبلی دوپلو بود که بیش از ۱۸ میلیون صحافی را نشان می‌داد! با توجه به این رقم می‌توان گفت که این دستگاه به طور تقریبی در حدود سالی دو میلیون مجله را صحافی کرده بود و در ضمن هنوز هم بدون هیچ مشکلی

چاپخانه‌ها عمدتاً از راه‌اندازی بخش صحافی در کنار کار خود واهمه دارند و احساس می‌کنند که این سرمایه‌گذاری به زحمت آن نمی‌ارزد در حالی که ما با کمک فناوری روز این بخش را به لذت بخش‌ترین و پرسودترین بخش چاپخانه آنها تبدیل کرده‌ایم



ROTATEK BRAVA 450

دستگاه چاپ رول فلکسو پیوی و افست

TOTALIA
توتالیا

Totalia Co. P.J.S. نترکت توتالیا



JBI EX 610

دستگاه پانچ اتوماتیک کاغذ

DERPROSA Films

انواع فیلم سلنون



و باتجربه را پشت سر گذاشته و سهم قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص دهند. این رشد سریع به خاطر استفاده از تکنولوژی جدید و آشنایی با فنون و تکنیک‌های مدرن صورت گرفته است؛ به نظرم همین نوگرایی و تجدد آنها را پیش انداخته است که چاپخانه‌های قدیمی ریسک پذیرفتن آن را قبول نمی‌کنند.

چاپخانه‌ها عمدتاً از راه‌اندازی بخش صحافی در کنار کار خود واهمه دارند و احساس می‌کنند که این سرمایه‌گذاری به زحمت آن نمی‌آرزد در حالی که ما با کمک فناوری روز این بخش را به لذت بخش‌ترین و پرسودترین بخش چاپخانه آنها تبدیل کرده‌ایم. تمام هدف ما هم همین است؛ کمک به پیشرفت چاپخانه‌ها و نوسازی خط تولید آنها تا رسیدن به بهره‌وری بالاتر. الان نامی‌نقش در زیر یک سقف علاوه بر دستگاه‌های مدرن چاپ، دستگاه‌های لیتوگرافی، سلفون‌کشی، طلاکوب، صحافی و سایر تجهیزات لازم را گرد هم آورده و این به آن معنی است که از صفر تا صد کار در این چاپخانه به انجام می‌رسد. این یک نمونه و مصداق موفقیت با کمک نوگرایی و پذیرفتن تکنولوژی است.

در حال کار بود؛ خود این کارکرد یک رکورد بی‌نظیر در بین دستگاه‌های صحافی است. توتالیا از سال ۱۳۵۳ نمایندگی دوپلو را در اختیار دارد. هیچ دست‌اندرکاری در حوزه چاپ این توانایی بی‌نظیر را باور نمی‌کند اما کیفیت خوب این دستگاه طی سال‌هایی که ما نمایندگی‌اش را داشته‌ایم ثابت شده است. این ماشین‌ها علی‌الخصوص مدل اخیر آن به صورت فول اتوماتیک بوده و جالب است بدانید که حتی کارهایی چون تعویض سایز، انتخاب سایز مفتول و تنظیم فاصله برش از هر طرف، به وسیله کامپیوتر و بدون دخالت دست انجام می‌پذیرد.

■ نمایندگی‌ها

شرکت توتالیا علاوه بر نمایندگی شرکت ژاپنی دوپلو (Duplo)، نمایندگی برندهای معتبری چون مولتی‌گراف (Multigraf) سوئیس، فولیانت (Foliant) چک، ماشین‌های پانچ و فنر JPI فرانسه، EBI آلمان، بی‌متیک (B.matic) ایتالیا و دستگاه‌های جلد ساز فست بایند (Fastbind) فنلاند را دارا است. توتالیا با ورود به بازار دستگاه‌های لیبل، نمایندگی شرکت روتاتک (Rotatek) اسپانیا را نیز اخذ کرده است که علاوه بر دستگاه‌های لیبل، ماشین‌های چاپ UV را نیز تولید و عرضه می‌کند.

تسریع رشد با نوسازی خط تولید در خلال بررسی‌هایی که برای نیازسنجی بازار صورت دادیم متوجه شدیم که یکی از عمده مشکلاتی که سرعت رشد صنعت چاپ کشور را کاهش داده، تفکر سنتی در این حوزه است. برای رفع این مشکل توتالیا تصمیم گرفت که به چاپخانه‌ها، لیتوگرافی‌ها، صحافی‌ها و صنایع وابسته دیگر ورود پیدا کرده و ضمن آشناسازی آنان با تکنولوژی روز، فواید و مزایای به کارگیری این دستگاه‌ها را برای آنان شرح دهد. امروز مجموعه‌هایی را می‌بینیم که با سابقه‌ای کمتر از ده سال توانسته‌اند چاپخانه‌های قدیمی



FOLIANT Pollux 760SF

دستگاه سلفون کش و لب‌نیت



DUPLO iSaddle Duetto System

سیستم کامل صحافی مجله

GOLDEN WIDE

PRINT MATERIAL IMPORTER COMPANY



PHAEON (Width 320cm) برند:
UD3278K مدل:
SEIKO 510 / 4 & 8 Head (50Picoliter) هد:
4 Color تعداد رنگ:
160 Mph سرعت چاپ (در ساعت):



PHAEON (Width 320cm) برند:
UD3276P مدل:
SEIKO 510 / 4 & 6 Head (50Picoliter) هد:
4 & 6 Color تعداد رنگ:
80 Mph سرعت چاپ (در ساعت):

SOLVENT MACHINE

SOLVENT MACHINE

GOLDEN WIDE
GOLDEN WIDE



- ▶ GALAXY (Width 181 & 211cm)
- UD181LC / UD1812LC / UD211LC / UD2112LC
- EPSON DX5
- 4 Color
- 50 Mph

برند:
مدل:
هد:
تعداد رنگ:
سرعت چاپ (متر بر ساعت):
قابلیت چاپ بر روی:

بذر، فلکس، مش، استیکر، کاغذ دیواری، پلی پیپر، بک لایت و انواع کاغذ

ECO SOLVENT MACHINE



- ▶ GALAXY (Width 250cm)
- UD - 2512 UFC
- EPSON DX5 / 2 Head
- 4 Color
- 20 Mph

برند:
مدل:
هد:
تعداد رنگ:
سرعت چاپ (متر بر ساعت):

FLATBED ECO SOLVENT MACHINE



SK4
Phaeton ink

▶
DX5-ECO
ECO-Solvent ink



۰۹۱۲۷۳۳۰۳۳۴

مدیر فروش :

۵% تخفیف
ویژه نمایندگان

▶ telegram.me/goldenwidecompany

GOLDEN WIDE

PRINT MATERIAL IMPORTER COMPANY

گلدن واید نماینده رسمی و انحصاری

wantong

واردات دستگاه چاپ بنر با تکنولوژی

KONICA HEADS 512i

BOSSRON®
— 宝仕龙 —

Head Made In JAPAN

Made In CHINA



WT-3308L

▲ سرعت چاپ ۸ هد ۳۰۰ متر در ساعت
سرعت چاپ ۴ هد ۱۶۰ متر در ساعت



WT-3304L

GOLDEN WIDE

انواع دستگاه چاپ اکو سالونت و چاپ پارچه در عرض ۱۷۰، ۱۸۰ و ۳۲۰

انتخاب هد در زمان قرار داد (۱ هد و ۲ هد) / رول به رول، FLATBED و...

RICOH - Epson DX5 & Epson DX7

قابلیت چاپ انواع بنر، فلکس، مش، استیکر، بک لایت

کاغذ دیواری، PP ساده، PP چسبدار، چرم، پارچه بوم، PVC



▶ **WT-1802A**



▶ **WT-1700G**



▶ **WT-1802K**



▶ **WT-1802H**



▶ **WT-2000D**

۰۹۱۲۷۳۳۰۳۳۴

مدیر فروش :

[telegram.me/goldenwidecompany](https://t.me/goldenwidecompany)

۵% تخفیف
ویژه نمایندگان



افزایش فروش با طرح مطلوب بسته‌بندی

بخش هفدهم و پایانی

مطلبی که در زیر می‌آید از کتاب «مبانی طراحی در بسته‌بندی» تألیف مهندس مصطفی امام‌پور از مرکز مطالعات و پژوهش‌های لجستیکی است که در هر شماره بخش‌هایی از آن به حضور خوانندگان عزیز ارائه می‌شود. امید است بتواند به غنای فرهنگ بسته‌بندی کشورمان کمک کند.



موجود دوباره ذوب می‌کنند. این کوره‌ها از نظر حفاظت‌های محیطی ایمن هستند و تشعشعات آنها کاهش می‌یابد.

آلومینیوم حاصل عمدتاً برای ساخت اجزای ریخته‌گری در صنعت خودکار مورد استفاده قرار می‌گیرد، مثل سرسیلندر و قطعات موتور. در این موارد کم وزن بودن اقلام منجر به صرفه‌جویی در سوخت می‌شود. بازار نهایی نیز مطمئن و رو به رشد است و از آینده‌ای روشن برای بازیافت فویل آلومینیوم نوید می‌دهد.

■ شیشه

شیشه، یکی از قدیمی‌ترین موادی بوده که در تاریخچه آدمی برای ساخت ظرف مورد استفاده قرار گرفته است. کاربرد آن حداقل به پنج هزار سال پیش به بین‌النهرین و مصر بازمی‌گردد. اما ابداع آن به



■ صرفه‌جویی حتی یک قوطی

جمع‌آوری مصرف‌کننده نیز در بازیافت قوطی فولادی نقش مهم و روزافزونی بر عهده دارد. برای بازیافت، انگیزه‌های پولی و محیطی قوی وجود دارد و عمدتاً مدیون این عامل هستند که قوطی آلومینیوم تماماً آلومینیومی است و بدون ایجاد صدمه به کیفیت، می‌توان آن را بازیافت کرد. در واقع چنین برآورده شده است که خرید، بازیافت و برگشت به قفسه فروشگاه یک قوطی تنها شش هفته به طول می‌انجامد؛ این فرآیند، بازیافت «حلقه بسته» نام دارد.

■ بازیافت حلقه بسته قوطی‌های آلومینیومی

یکی از مزایای عمده این فرآیند این است که ذوب دوباره قوطی آلومینیومی استفاده شده، تنها به ۵ درصد انرژی لازم برای تولید فلز دست اول نیاز دارد. بازیافت قوطی آلومینیومی اساساً برای مصرف‌کننده انگیزه ایجاد می‌کند و منافع محیطی و مالی دارد که این هم ضامن موفقیت آن به شمار می‌رود، زیرا قوطی مصرف شده منبع ارزشمندی از ماده خام برای صنعت محسوب می‌شود، صرفه‌جویی بالایی در انرژی تولید می‌کند و صنعت نیز می‌تواند در بازیافت قوطی‌های آلومینیومی در مردم انگیزه ایجاد کند. با توجه به این مسئله که هر قوطی حدوداً یک پنی ارزش دارد، هزاران نفر و چندین موسسه خیریه فعالانه در این امر شرکت می‌کنند.

■ پردازش فویل آلومینیوم

فویل را اغلب در صنعت ثانویه در کوره‌های ارتعاشی



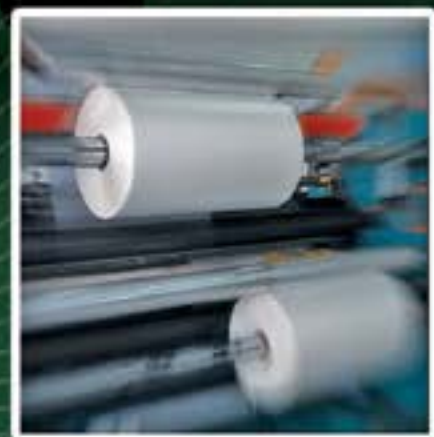
فروشگاه سلفون

بهارگی

عرضه کننده سلفون واترپیس و حرارتی مات و براق
شیرینگ بسته بندی، استرج و انواع چسبهای سلفون کشی

نمایندگی چسب شایا شیمی

انواع ورقهای لمینت A3 و A4 و ۱۵۰ میکرون



آدرس فروشگاه: چهارراه سیروس، به طرف بل ری

کوچه آل آقا کوچه خشک بز بلاک ۳

تلفن: ۳۳۵۰۶۶۴۷ ۳۳۵۰۶۶۳۸

فکس: ۳۳۹۱۱۲۴۵ موبایل: ۰۹۱۲۱۳۸۰۴۳۳

آدرس کارگاه: باقر شهر،

مجتمع صنعتی تجریشی، فاز ۱،

بلوک A، پلاک ۱۷



- در حال حاضر مصرف‌کنندگان، توزیع‌کنندگان محصولات مختلف، تولیدکنندگان و تمام اجزاء تشکیل‌دهنده صنعت بسته‌بندی در دنیا با این سؤال مواجه هستند که در جهت بازیافت و یا از بین بردن باقیمانده‌های این پلاستیک‌ها در محیط چه باید بکنند؟

در این راستا برخی از تولیدکنندگان مواد پلاستیکی در جهت تولید پلاستیک‌هایی که به صورت کاملی در محیط زیست تخریب می‌شوند برآمده‌اند. این



پلاستیک‌ها توسط میکروارگانیزم‌ها مورد حمله قرار می‌گیرند و به صورت کامل تجزیه می‌شوند. تخریب کامل اینگونه پلاستیک‌ها قابل مقایسه با تخریب مواد طبیعی مانند نشاسته، سلولز یا پروتئین است. این پلاستیک‌ها خوشبختانه به راحتی قابل تولید هستند و از نظر شاخص‌های عملکردی و کیفیتی بسیار خوب عمل می‌کنند.

دسترسی هستند که این درجات به منبع و درجه ماده خام بازیافتی بستگی دارند. مقواها و لاینرهای دو لایه و سه لایه از ترکیبات کاغذ کرافت، لاینرهای بازگشتی و لاینرهای تکه شده نیز تهیه می‌شوند.

■ پلاستیک

بسته‌بندی‌های پلاستیکی با تمامی مواد دیگر در بسته‌بندی متفاوت هستند. این مواد خانواده بزرگی را تشکیل می‌دهند که به تنهایی یا در ترکیب با مواد یا پلاستیک‌های دیگر برای تولید انواع و اقسام بسته‌بندی‌ها به کار می‌روند.

تجدید پردازش ترموپلاستیک‌ها فرآیندی منحصر به فرد است. این مواد در دمای پایین ۳۰۰ درجه سانتی‌گراد ذوب می‌شوند و وقتی ذوب شدند، پیش از تبدیل به شکل کاربردی‌شان می‌توانند از صافی عبور داده شوند و از آلوده‌کننده‌های درشت پاک شوند. در حالت خالص ارزش بالایی دارند. گرچه بازار اصلی پلاستیک زباله، به مقادیر مازاد محدود است اما تکه‌های پردازش شده این پلاستیک‌ها را می‌توان به سادگی مورد استفاده قرار داد، زیرا ویژگی‌ها و منشأ آنها شناخته شده‌اند.

بنا به دلایل ذیل نمی‌توان بسته‌های تهیه شده از مواد پلمیری را مجدداً در صنعت بسته‌بندی به کارگیری کرد، این دلایل عبارتند از:

- پلاستیک انواع بسیار متنوعی دارد و جدا کردن آنها پس از مصرف، از نظر اقتصادی مقرون به صرفه نیست.
- کدهایی که انواع عمده پلاستیک را مشخص می‌کنند، روز به روز بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ اما فقط زمانی می‌توان از آنها استفاده کرد که دسته‌بندی مواد به صورت دستی انجام نشود.

زمان‌های پیش‌تر از آن تعلق دارد. در ابتدا میزان تولید انرژی و استخراج منابع زیرزمینی و حجم استفاده دوباره از بطری شیشه‌ای نتیجه فرآیند تولید بوده است. امروزه شیشه در کاربردهای فراوانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. مقتضیات حفظ انرژی و منابع در این صنعت دلیل عمده تقاضا برای شیشه‌خرده بوده است. با تغذیه ۸۰ درصد شیشه‌خرده و ۲۰ درصد مواد خام در کوره شیشه، ۲۰ درصد انرژی صرفه‌جویی می‌شود. در استفاده از ماسه، سنگ آهک و خاکستر سودا، کوره را می‌توان با موفقیت با ۸۰ درصد شیشه‌خرده راه انداخت؛ مشروط بر اینکه شیشه‌خرده ویژگی‌های مخصوصی را دارا باشد.

■ کاغذ و مقوا

تمامی اجزای اصلی کاغذها و مقواها (الیاف و افزودنی‌ها) را می‌توان از دیدگاه نظریه‌ای بازیافت کرد. زباله کاغذ تمیز و نو، البته چاپ نشده طی فرآیند تولید در دستگاه کاغذسازی به دست می‌آید. فیبرها را برخلاف شیشه می‌توان کاملاً بازیافت کرد، زیرا این ماده طی فرآیندهای تولید کیفیت خود را از دست می‌دهد، کوتاه‌تر می‌شود و قابلیت پیوستگی در آنها نیز کم می‌شود. اگر بنا باشد که کیفیت کاغذ یا مقوا به خصوص از نظر خواص رنگی و استحکامی حفظ شود، مقدار کاغذ بازیافتی در مخلوط با خمیر دست اول را باید محدود کرد.

این نکته را باید به خاطر داشت که بسیاری از درجات و انواع مختلف کاغذ و کاغذ بازیافتی وجود دارند که برای بسته‌بندی مناسب نیستند. به طور کلی، کاغذ و کاغذ روزنامه بازیافتی برای تولید مجله مناسب نیست. منابع عمده مواد برای بسته‌بندی‌های کاغذ و مقوای بازیافتی عبارتند از: لفاف‌های کاغذی، سینی و جعبه‌های موج‌دار که خمیر بازیافتی حاصل از این منابع را می‌توان برای ساخت لاینر لایه‌های میانی جهت تبدیل دوباره به جعبه‌های موج‌دار یا برخی از انواع مقوای جعبه‌های ناشو مورد استفاده قرار داد. در حوزه وسایل موج‌دار لاینرهای کرافت و لایه‌های میانی نیمه‌شیمیایی اغلب از فیبر جدید، خمیر سولفات و فرآیندهای نیمه‌شیمیایی ساخته می‌شوند. اغلب مقدار کمی از خمیر بازیافتی را به کار می‌برند تا در ساخت مقوا به قابلیت‌های بهتری برسند. این مواد تازه یا دست اول از ویژگی‌های استحکامی عالی برخوردارند؛ این ویژگی‌ها عمدتاً مدیون حفظ طول فیبر است. خمیر بازیافتی که برای لاینرها و لایه‌های میانی بازیافتی به کار می‌رود، در درجات مختلفی در



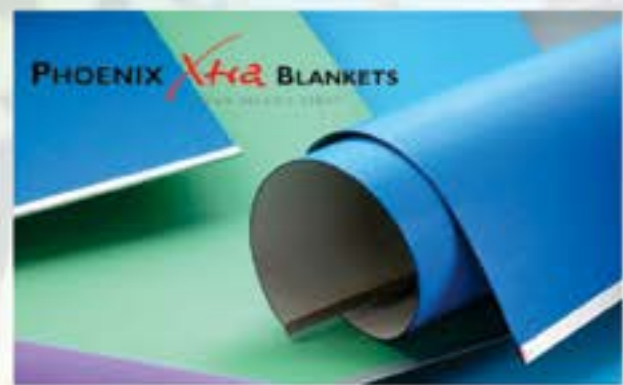
فرونتگاہ شمیران

واردات و عرضه کلیه ملزومات چاپ ، صحافی و لیتو گرافی

سیلک
داروی آب
افزودنیها

افست یووی
فلکسو حلالی روتوگراور
فلکسو پایه آب

افست ورق
افست رول
افست حلب



TOYO INK Flint Group

CoMax

PHOENIX

BRANCHER

SPEEDMASTER
offset inks

sasol
reaching new frontiers

Xtra
BLANKETS

همراه : ۰۹۱۲۱۷۸۰۹۴۹

نشانی - تهران - سعدی جنوبی کوچه علیپور پلاک ۱۰ : تلفن : ۳۳۱۱۸۵۳۳ - ۳۳۹۳۴۱۱۳

Email:tehranco2002@yahoo.com



طراحان فقط یک نام نیست

معرفی مجتمع چاپ طراحان در گفت‌وگو با امین خانی مدیرعامل این مجموعه

■ میلاد حاتمی

در کار با فرم عمومی در مجموعه‌های بزرگ عمدتاً کسی وقتی برای طراحی ندارد و در دسرهای آن را متقبل نمی‌شود در حالی که به نظر می‌رسد مشاوره آنها به عنوان افرادی که روزانه با طرح‌های مختلفی سر و کار دارند می‌تواند به شدت راهگشا باشد. بازار ایران در حال جایگزینی نسل است و امروز جوانان زیادی را در کسب و کارهای موفق سراغ داریم که گاهی در عین جوانی و پویایی، پختگی در رفتار و امیالشان به چشم می‌خورد و این نشان از استفاده از تجربه‌های اندوخته شده دیگران دارد. نمی‌شود همه چیز را شخصاً تجربه کرد و باید در بسیاری موارد از دیگران سرمشق گرفت و این ملزم کنار گذاشتن غرور جوانی و تجربه‌پذیری است. در عصر آنلاین (!) اتلاف وقت برای خرید توجیهی ندارد، امروزه تقریباً هر چیز را می‌توان به وسیله اینترنت تهیه و یا هر خدماتی را رزرو کرد. این موج از تکنولوژی آیدمی شده و روز به روز ابعاد گسترده‌تری به خود می‌گیرد. با این اوضاع کسب و کاری موفق است که بتواند با تکنولوژی روز خود را هماهنگ کند و از تمام مواهب آن نهایت استفاده را ببرد. آیا کسی و یا مجموعه‌ای یافت می‌شود که تمامی این خصلت‌ها را داشته باشد؟ ما طراحان را می‌شناسیم.



بر روی خوش‌قولی و تحویل به موقع کار به مشتری تمرکز می‌کردیم و این باعث شده بود هر کدام از مخاطبان ما به یک رسانه برای تبلیغ طراحان تبدیل شوند.

■ مجتمع چاپ طراحان

از دید مشتری باعث شد ما به فکر گسترش بیش از پیش مجموعه بیافتیم تا بتوانیم به واسطه آن خدمات بیشتری به مشتریانمان برسانیم. اندیشه پیشرفت و روند رشد در ما ادامه داشت و کارگاه نوپای ما در آغاز دهه ۹۰ بعد از پنج سال ممارست و تلاش تبدیل به مجتمع چاپ طراحان شد که امروز بیش از ۵۰ پرسنل به صورت مستقیم در آن مشغول به کار هستند.

ما یک دستگاه چاپ چهار رنگ هایدلبرگ (۷۴-SM) با میز کنترل (۲۰۰۰CPC) و چند دستگاه به روز دیگر تهیه کرده‌ایم و اکنون که با شما صحبت می‌کنم در صد تهیه دستگاه‌های تکمیلی هستیم. ما اکنون یک مجتمع تقریباً کامل هستیم اما روند توسعه‌ای را سرمشق خود قرار داده و خود را ملزم به پیشرفت روزافزون کرده‌ایم.

■ آغاز راه

قبل از ورود به کار چاپ، شاگرد عمومی در کاغذفروشی بودم. عمومی یکی از بزرگان تجارت کاغذ است، خیلی از دست‌اندرکاران عرصه چاپ، یعقوب‌خانی را می‌شناسند. ایشان قدیم‌ترها یک صحافی هم داشت و به خاطر همین من از کودکی درگیر کار صحافی و کاغذ بودم و حسن اینکار برای من آشنایی خوب با انواع کاغذ بود. جنس، گرماژ و اینکه چه چاپی روی چه کاغذی بهتر می‌نشیند را می‌دانم و چون عمومی هم در کار توزیع کاغذ است به راحتی و بدون هیچ مشکلی می‌توانم کاغذ متناسب با هر بهره‌وری را انتخاب و تهیه نمایم.

همکاری من با عمو تا سال ۸۶ ادامه داشت و از آن پس تصمیم گرفتم تا کسب و کار اختصاصی خود را راه بیندازم. من کارم را از برش کاری شروع کردم، یک دستگاه برش پرفکت داشتم و با آن کارهای برش چاپخانه‌های دیگر را به انجام می‌رساندم اما همچنان با کار کاغذ رابطه‌ای نزدیک داشتم. بعد از مدتی جعبه‌سازی و بسته‌بندی هم به کارهایم اضافه شد، یک دستگاه لمینت و یک دایکات تهیه کردم و با آنها مشغول به کار شدم. مجموعه من روز به روز توسعه پیدا می‌کرد، دستگاه‌هایم زیادتر می‌شد و کارم پیشرفت می‌کرد اما هدفی که همچنان در ذهنم بود و به تمام تلاش‌هایم انگیزه می‌داد، تأسیس یک چاپخانه اختصاصی بود.

■ هدف، کار آفرینی

برای رسیدن به هدفم و اینکه بتوانم در حوزه فعالیتیم همه کارهایم را خودم انجام بدهم و کمتر به مجموعه‌های دیگر وابسته باشم خیلی سخت کار کردم. در این راه من پشتوانه بزرگی نداشتم، خودم بودم و خودم اما خیلی دوست داشتم شرایطی را ایجاد کنم که ضمن پیشرفت شخصی بتوانم کار آفرینی نیز داشته باشم.

لطف خدا شامل حال من شد و کسب و کار کوچکی که سال ۸۶ با یک دستگاه برش آغاز شده بود در سال ۱۳۹۱ به عنوان یک کارگاه خدمات پس از چاپ قدم علم کرد.

در ابتدای کار یکسری خدمات پس از چاپ داشتیم، سلفون‌کشی، دایکات و برش یووی از جمله کارهایی بود که در طراحان به انجام می‌رسید. به خاطر التزام به انجام کار با کیفیت و مشتری‌مداری هرچه جلوتر رفتیم مشتری‌ها افزایش پیدا کردند و این ما را متعهدتر و کارمان را دقیق‌تر و با کیفیت‌تر می‌کرد. ما



قبلاً مجموعه طراحان دستگاه لیتوگرافی نداشت که الان اضافه کرده‌ایم و بخش قبل از چاپ ما تکمیل شده است. خدمات چاپ هم داریم و در بخش بعد از چاپ هم از دستگاه‌های سلفون‌کشی، یووی، لترپرس، دایکات و برش بهره می‌بریم.

■ حرف اول، کیفیت

یکی از مواردی که همواره برای مجتمع چاپ طراحان از اعلا درجه اهمیت برخوردار است بحث کیفیت کار است که چون امروز همه کارها زیر یک سقف انجام می‌پذیرد و بر نحوه انجام درست آن نظارت کاملی صورت می‌گیرد، این مهم به خوبی برآورده شده است. مشتریان ما امروز از سرعت تحویل و کیفیت نهایی کار ما کمال خرسندی را دارند؛ مخصوصاً در فرم‌های عمومی و سفارشات کارت ویزیت که اصولاً جزو سفارشات‌های خرد محسوب می‌شوند و به همین خاطر اصولاً در چاپخانه‌های دیگر به عنوان کاری درجه دوم به آنها نگاه می‌شود و از کیفیت کمتری نسبت به دیگر کارهای چاپی برخوردارند. ما به گفته مشتریانمان جزو چاپخانه‌هایی هستیم که در حین سرعت کار با کیفیت انجام می‌دهیم و کم و بیش سفارش در بازده نهایی ما تأثیری ندارد.

یکی دیگر از موارد رقابتی و منحصر به فرد ما قیمت پایین تولیداتمان است، تا حدی که مدعی هستیم پایین‌ترین قیمت فرم عمومی در ایران را برای همکار داریم و این در حالی است که کیفیت بالای کارمان را نیز تضمین می‌کنیم.

■ فاکتوری به نام سرعت

سرعت در کاری که ما می‌کنیم مهم است، متأسفانه مشتریان کارت‌های ویزیت تا زمانی که تمام کارت‌هایشان تمام نشود و نیاز مبرمی نداشته باشند سفارشات خود از این بابت را عقب می‌اندازند و یا طرحی جدید دارند و برای دیدن کار نهایی بی‌طاقت‌اند و به هر زعمی هر وقت برای سفارش می‌آیند برای دریافت آن عجله دارند. چون امروز توانسته‌ایم تمام ملزومات کار را زیر یک سقف

گرد هم آوریم تا حدود زیادی توانسته‌ایم بر این مشکل فائق آمده و سرعتمان را افزایش دهیم. خرید دستگاه‌های جدیدی که به آنها اشاره شد و قرار است به زودی به مجموعه اضافه شوند نیز در همین راستا شکل گرفته است.

هدف دیگری که در ذهن‌مان است، ایجاد یک مجموعه خیلی بزرگ‌تر با افراد بیشتر و با شعب بیشتر است. می‌توان گفت که طراحان امروز در تمام شهرستان‌ها مشتری دارد و با آنها در رابطه مداوم کاری است ولی در جایی شعبه اختصاصی نداریم و یکی از هدف‌هایمان این است که شعبه‌هایی را در استان‌های دیگر بزیمیم تا مشتریان شهرستانی ما به راحتی بتوانند از شعبه‌های شهرستان ما کارشان را سفارش بدهند و بدون هزینه حمل و نقل سفارششان را در محل خود دریافت کنند که با برنامه ریزی‌هایی که انجام پذیرفته و پیگیری‌هایی در حال انجام است این مهم به زودی به وقوع خواهد رسید.

در پی تلاش‌هایمان برای افزایش دادن سرعت، نرم‌افزاری را جدیداً تهیه و نصب کرده‌ایم که با تنظیمات نهایی که انجام خواهد گرفت، به زودی به بهره‌برداری خواهد رسید. این نرم‌افزار پیشرفته ویژگی‌های خاصی دارد و مصرف آن در بخش فرم‌های عمومی است و کمتر مجموعه داخلی آن را دارا است. این نرم‌افزار دقت و هزینه‌هایی را می‌طلبد و مقتضیاتی دارد که هر شرکتی قادر به استفاده از آن نیست و شاید در کل کشور دو یا سه مجموعه باشند که قادر به استفاده از این ابزار هستند.

با استفاده از این نرم‌افزار پیگیری کار از سوی مشتریان به شکل آنلاین انجام می‌پذیرد که این فاکتور به کار ما سرعت بیشتری می‌بخشد مضاف بر اینکه ارتباط ما با مشتریان شهرستان را تسهیل بخشیده و خدمات‌رسانی ما را قوی‌تر می‌کند تا بتوانیم هرچه بهتر و سریع‌تر سفارش‌ها را در اختیار آنان بگذاریم. این نرم‌افزار حتی وضعیت ارسال‌های تهران ما را هم تغییر می‌دهد و به این ترتیب سفارش‌دهنده می‌تواند با صرف هزینه‌ای کمتر از نصف هزینه پیک‌های معمول، در هر جای تهران بزرگ سفارشش را تحویل بگیرد که این ویژگی سرعت کارمان را دو برابر می‌کند.

■ همیشه پاسخگو

یکی از مزیت‌ها و نقاط قوت مجموعه طراحان کارکنان مجرب و متعهد آن است، اگر از کسانی که به صورت مداوم و در حجم انبوه با ما همکاری دارند در مورد سبب انتخاب طراحان بپرسید اولین مزیتی که به آن اشاره خواهند کرد روابط عمومی بالا و پاسخگویی تمام‌وقت و در دسترس بودن ما است.

بخش اعظمی از کار ما به فرم‌های عمومی اختصاص دارد. کارت‌های ویزیت، تراکت و بروشور به خاطر قیمت پایینی که دارند مورد استقبال زیادی قرار دارند و در فصل‌های کاری خاصی حجم سفارشات آن‌ها در تیراژهای چندین هزار تایی افزایش می‌یابد و این استقبال کار پیگیری سفارش و پاسخگویی را بسیار مشکل می‌کند اما کارکنان مجموعه با آموزش‌هایی که دیده‌اند به خوبی و بدون کوچکترین مشکلی کارها را ترتیب می‌دهند و ما تا به حال از این بابت مورد مواخذه مشتریان قرار نگرفته‌ایم که این خود یک رکورد است. مشتریان ما به خوبی با روال کاری ما آشنا هستند و خیالشان از پاسخگویی و رسیدگی ما جمع است.

کارهایی که توسط مجتمع چاپ طراحان به چاپ می‌رسند همگی دارای گارانتی هستند و ما تا جلب رضایت مشتری در خدمت او هستیم. طراحان معنی واقعی پشتیبانی از تولیدات و گارانتی محصول را به مخاطبینش نشان داده است. هرگز موردی وجود نداشته که این تعهد را خدشه دار کند و ما بر ایستادگی‌مان بر این مرام افتخار می‌کنیم. تا به حال پیش نیامده که ما کاری را انجام دهیم و بعد جوابگو نباشیم و مشتری در چشم ما به معنای واقعی ارباب رجوع بوده است.



جوایز جشنواره چاپ طراحان

بدون محدودیت

بدون قرعه کشی



تبلت لنوو ۷ اینچ
۲ مپ کورت - ۴GB
۱۶ گیگابایت حافظه داخلی
پررنگه ۴ هسته ای
۱۰ ساعت تگ بازی شارژ



دوربین عکاسی دیجیتال
۱۶ مگاپیکسل با قابلیت زوم ۸ برابر
تکنولوژی تصویربرداری
تکنولوژی تشخیص چهره
فوکوس حالت ماکرو



قهوه ساز هاردستون
به همراه ۲ فنجان

به ازای خرید هر ۵ میلیون تومان

به ازای خرید هر ۳ میلیون تومان

به ازای خرید هر ۱ میلیون تومان

برای دریافت اطلاعات بیشتر به کانال تلگرام مجموعه مراجعه کنید

زمانی در خرید، به مشتریان اهدا می‌شود. بر اساس این طرح در ازای خرید هر ۱۰ میلیون تومان یک عدد کنسول بازی پلی‌استیشن ۴، هر پنج میلیون تومان یک تبلت لنوو (۷ اینچ)، هر سه میلیون تومان یک دوربین عکاسی دیجیتال (۱۶ مگاپیکسلی سامسونگ) و به ازای هر یک میلیون تومان خرید یک دستگاه قهوه ساز (هاردستون به همراه دو فنجان) به یاران و همراهان طراحان اعطا می‌شود.

علاوه بر این یک سری طرح‌های مناسبتی هم برگزار خواهد شد که دوستان و علاقه‌مندان می‌توانند با عضویت در کانال تلگرام ما به آدرس [Telegram.me/tarahan_printing](https://t.me/tarahan_printing) از جزئیات آنها باخبر شوند.

ما این طرح‌ها را با مطالعه بازار و رفتارهای مشتری پیشنهاد کردیم و تا کنون هم بازخورد خوبی از این بابت گرفته‌ایم و استقبال خوبی از طرف مشتریان مشاهده کرده‌ایم. امیدواریم این روند رو به رشد ادامه پیدا کند و اعتماد مشتری نسبت به همواره متزاید شود. ما این نکته را دریافته‌ایم که در بازار رقابتی باید قدردان هر توجه و انتخابی بود و از این‌رو همواره به دنبال بالا بردن کیفیت، افزایش سرعت و صرفه‌جویی در زمان، کنترل قیمت، دسترسی آسان و تقویت پاسخگویی مجموعه هستیم.

■ از طراحی تا تحویل

طراحان فقط یک اسم نیست؛ در مورد کارت‌های ویزیت و فرم‌های عمومی عمدتاً خود مشتری طرح ارائه می‌دهد اما در صورت درخواست می‌توانیم با بهره‌گیری از تجربه و افراد متخصصی که در اختیار مجموعه قرار دارند به‌روزترین و متنوع‌ترین طرح‌ها را بنا به نوع کسب و کار و کاربری کارت‌ها به مشتری پیشنهاد دهیم. علاوه بر این گاهی مشتری از ما مشاوره و نظرخواهی می‌کند که ما در این صورت هم در خدمات‌رسانی کوتاهی نخواهیم کرد.

در این مورد گاهی پیش آمده که ما مجبور به دخالت هم شده‌ایم. به طور مثال یک مشتری طرحی را برای چاپ آورده که از لحاظ رنگ مشکل داشته و ما پیشنهاد بهتری به او داده‌ایم و رضایتش را جلب کرده‌ایم. گاهی پیش آمده که بر همین اساس طرح مشتری کاملاً عوض شده است اما تجربه به ما نشان داده آن ریزه کاری‌هایی که مشتری روی آنها پافشاری می‌کند در نهایت و به زودی فراموش می‌شوند و آنچه که در خاطر مشتری می‌ماند کیفیت نهایی محصول تولید شده است.

بیشتر، به تخفیف و یا جوایز قرعه‌کشی رو آوردیم که از راهکارهای معمول بازار هستند اما همواره با خود می‌گفتیم که طراحان چون دیگر بخش‌های کاریش باید با دیگران متفاوت باشد و کار ویژه‌ای در این مورد انجام دهد.

ما بررسی کردیم که مشتری در هنگام تخفیف گاهی مظنون می‌شود که شاید کار این مجموعه کم و کاستی دارد که ارزان است و یا از جایی کم می‌گذارد و از این دست تعبیرهای عام. در مورد قرعه‌کشی هم حرف‌ها بر همین منوال بود، تکه کلام‌هایی جا افتاده در این مورد وجود دارد، می‌گویند اینها همه تبلیغ است و کسی برنده نمی‌شود یا اینکه گفته می‌شود همه اینها شلوغ بازی است و آخر سر جایزه را به دوستان و آشنایان خودشان می‌دهند. ما به خوبی این موضوعات را درک کردیم و گفتیم باید حسن‌نیتمان را ثابت کنیم و مشتری‌مداری‌مان را نشان بدهیم از این رو آمدیم برای تمامی مشتریان و خریداران محصولاتمان سقف‌های متفاوتی برای میزان خرید مشخص کردیم.

طبق این روش هر خریداری که تا حد مشخص شده‌ای خرید کند بدون قرعه‌کشی و هیچ منع دیگری، از طراحان هدیه دریافت خواهد کرد. این هدایا هم اندیشیده شده هستند و شما به وضوح می‌توانید ارزندگی آنها را متوجه شوید. این کاری بود که به این شکل و با این کیفیت تا به حال در ایران به انجام نرسیده است و یا حداقل من ندیده و نشنیده‌ام. اگر به سایت ما مراجعه کنید خواهید دید که هر روز هم این جوایز به‌روز شده، افزایش یافته و به سید محصولاتمان جوایز جدیدی افزوده می‌شود (می‌توانید با مراجعه به سایت ما به نشانی www.tarahanprinting.com از سایر جوایز و قیمت محصولات و جزئیات کار ما آگاهی یابید).

ما جوایز ارزنده‌ای را برای قدردانی از مشتریان ثابت‌مان در نظر گرفتیم که طی آن در طرحی ماهانه و با ریتمی افزایشی در قبال خرید مشتریان عزیز به آنها سکه بهار آزادی هدیه می‌دهیم. طرح تیر ماه ما (از ۵ تیر تا ۵ شهریور) بر این اساس بود که با خرید هر ۵ میلیون تومان از محصولات ما یک سکه تمام بهار آزادی، هر سه میلیون خرید یک نیم سکه و هر دو میلیون خرید یک ربع سکه هدیه می‌دادیم که همان طور که مشاهده می‌کنید ابلاغ لفظ ارزنده براننده آنها هست.

علاوه بر این جوایز که به صورت ماهانه هستند و محدودیت زمانی دارند یک سری جوایز نفیس هم وجود دارد که به صورت مادام و بدون هیچ محدودیت

■ برسام

نام دفتر ما و برندی که با آن در بازار شناخته می‌شویم، طراحان است که در برج بهارستان واقع در خیابان ملت قرار دارد اما مجتمع چاپ ما برسام نام دارد و در خیابان ظهیرالاسلام قرار گرفته است. برسام در بن‌بست خاورمیانه (روبروی پاساژ شقایق) واقع است و از این رو بارانداز خوبی دارد و بارگیری در آن به راحتی و بدون راه‌بندان انجام می‌پذیرد که این موقعیت با توجه به در مرکز بازار بودن و دسترسی آسانش یک حسن است.

طراحان کارش را دوست دارد و از انجام آن لذت می‌برد، مدارا و پاسخگویی ما از همین جا سرچشمه می‌گیرد. کار چاپ به خودی خود وقت‌گیر است و با کارهایی که ما به آن اضافه کردیم ایم وقت‌گیرتر هم شده است؛ این شغل به خاطر دقت و ظرافتی که می‌طلبد مستقیماً روی اعصاب تأثیر می‌گذارد و اگر علاقه در آن دخیل نباشد و تنها به چشم یک کار و به صرف درآمدزایی به آن نگاه شود واقعا غیر قابل تحمل می‌شود، این را خیل افرادی که تنها به گمان سود آمده‌اند و بعد از مدتی بریده‌اند و در این کار ماندنی نشده‌اند، ثابت می‌کنند.

ما این کار را خودمان انتخاب کرده‌ایم و از این رو از آن رضایت کامل داریم. ما تلاش کرده‌ایم تا همواره بتوانیم خدمات بیشتر و بهتری ارائه بدهیم و این خط مشی هنوز در کار ما وجود دارد. هدف ما جذب مشتری بیشتر است و در این راه مشخصاً باید شعب و نیروهایمان را افزایش بدهیم، باید چاپخانه‌های وسیع‌تری داشته باشیم و امکانات بیشتری را مهیا کنیم، باید همواره چشمی به تکنولوژی روز داشته باشیم و دائم خود را به‌روز سازیم؛ این تفکر توسعه‌پذیری ملکه ذهن ما شده و برای رسیدن به آن از هیچ کوششی فروگذار نیستیم. ما تمام تلاشمان را کرده‌ایم و خواهیم کرد تا اسممان همچنان جایگاه معتبر خود را داشته باشد و به خوبی در بازار مطرح شود.

■ فکر بکر

ما امسال یک کار جدید کردیم، در سال‌های گذشته ما هم چون دیگران برای تبلیغ و فروش

زمانی

کسول بازی پلی استیشن 4
قابلیت اتصال به دوربین برای استیشن 4
پورت و رای فلای
کنترلر DualShock 4

به ازای خرید هر 1 میلیون تومان

ما در مجموعه طراحان تا جایی که زمان به ما اجازه دهد و فرصت داشته باشیم در امر مشاوره در طراحی و چاپ به مشتربان عزیز خدمات رسانی خواهیم کرد. طراحان از طراحی تا تحویل کار و اطمینان از رضایت مشتری در کنار او حضور خواهد داشت و هر عابری را به مهمانی همیشگی تبدیل می کند.

■ های ورژن

طراحان در نظر دارد از نرم افزاری پرده برداری کند که از جدیدترین و کاملترین برنامه های نوشته شده در مارکت خریدهای آنلاین است. ما قبلاً هم از ورژن دیگری از این نرم افزار استفاده می کردیم اما مدل نوین آن بسیار کامل تر است که به زودی در مجموعه طراحان راه اندازی خواهد شد. این نرم افزار به اصطلاح یوزر فرند بوده و کار با آن بسیار ساده است، تا حدی که هر شخصی با هر میزان تحصیلات و آگاهی از فضای مجازی می تواند توسط آیکون های شکلی و واضح آن سفارش خود را به ثبت برساند. با کمک این نرم افزار خرید آنلاین راحت تر و وسیع تر خواهد شد و سفارش به طراحان مثل خرید از سایت های مطرح و نامی دنیا دیگر هیچ احتیاجی به تماس تلفنی یا حضوری ندارد و تمام پرسش و پاسخ ها و پیگیری ها به صورت آنلاین انجام خواهد شد.

این نرم افزار کار سبک و نگهداری و آرشیو را بسیار راحت می کند و احتمال ایجاد خطا را تا حد زیادی کاهش می دهد. همان موقع که شما سفارش خود را مشخص کرده و خرید انجام می دهید چه در تهران باشید و چه در سایر شهرستان ها (که در آنها ارسال سفارشات توسط اتوبوس های بین شهری، ترمینال و باربری ها صورت می پذیرد و هزینه باربری هم توسط طراحان پرداخت می شود) می توانید زمان و نحوه ارسال سفارشات را انتخاب کنید و آن را با صرف هزینه کمی (کمتر از نصف هزینه های جاری و معمول حمل و نقل با پیک یا به صورت ارسال باربری) در محل مورد نظر خود تحویل بگیرید.

ما شاید به نسبت مجموعه های دیگر نوپا محسوب شویم اما قرار نیست که همه چیز را خودمان شخصاً تجربه کنیم و هر راهی را آزمون و خطا نماییم. طراحان همواره کوشش کرده از تجربیات دیگران بهره برد و در این راه شیوه تعالی مجموعه های موفق بازار را سرمشق خود قرار داده است. طراحان سعی کرده در عین جوان بودن و حفظ روحیه پویایی، پختگی هم داشته باشد و من مطمئن هستم هر کدام از همکاران عزیزی که یک بار با ما همکاری کنند مشتری ثابت ما خواهند شد.





از سیر تا پیاز بسته‌بندی

بخش پنجم

بسته‌بندی یکی از ترفندهای موثری است که با توسل به آن چه در حد بسته‌بندی حجیم، چه بسته‌بندی جزئی و در سطح مصرف‌کننده، چه در محل تولید و چه در محل فرآیند میزان ضایعات و هدررفت مواد غذایی را به حداقل رساند.

بسته‌بندی و جلب مشتری

یکی از اصلی‌ترین دلایل بسته‌بندی مواد غذایی جلب مشتری است، به گونه‌ای که بسته‌بندی، چشمک زدن کالا (ماده غذایی) به مصرف‌کننده (خریدار) می‌باشد. امروزه صنایع بسته‌بندی، به منظور جلب مشتری از رنگ‌ها، طرح‌ها و ابعاد خاص استفاده می‌نمایند تا در جوامع، اثرات قابل توجهی برای جلب بیشتری داشته باشند. به عنوان مثال رنگ‌های قرمز با ویژگی تند در کشورهای عربی طرفداران بیشتری داشته و به کار بردن این رنگ در بسته‌بندی مشتری بیشتری را به هنگام خرید وسوسه می‌نماید. طرح روی بسته‌بندی نیز از عوامل مؤثر در جلب مشتری به هنگام انتخاب کالا می‌باشد.

بسته‌بندی مواد غذایی باید به گونه‌ای باشد تا مصرف‌کننده بتواند به آسان‌ترین روش از ماده غذایی بسته‌بندی شده استفاده کند، به عبارتی بسته‌بندی باید به راحتی باز و یا بسته شود تا مصرف‌کننده آن را انتخاب نماید. به ویژه آنکه مصرف‌کننده‌های امروزی انتظار دارند مدت زمان کمتری را صرف این قبیل کارها نمایند.

بسته‌بندی‌هایی که در هنگام استفاده از محتوای آن، راحتی مصرف‌کننده را مدنظر قرار ندهند، در انتخاب بعدی مورد استقبال قرار نخواهند گرفت از سویی، امروزه ابعاد بسته‌بندی‌ها از عوامل مهم در انتخاب کالا توسط خریدار می‌باشد.

بسته‌بندی و راهنمای مصرف مواد غذایی

بسته‌بندی یکی از راه‌های کمک به انتخاب کالا توسط خریدار است، به گونه‌ای که مصرف‌کننده می‌تواند شکل کالای خود را از طریق بسته‌بندی، انتخاب نماید. بدین سبب اکثر تولیدکنندگان سعی در کشیدن تصویر کالای درون بسته بر روی بسته‌بندی می‌نمایند، به عنوان نمونه تصویر گوشت بر روی بسته‌بندی گوشت.

آلودگی میکروبی

میکروارگانیسم‌ها، اصلی‌ترین عامل ضایعات مواد غذایی محسوب می‌شوند. منشأ این آلودگی‌ها ممکن است از مزرعه و باغ باشد که محصول در حال رشد یا دام را مورد تهاجم قرار دهد. سپس علائم قابل رویت فساد طی حمل و نقل، انبار کردن و یا مصرف محصول به چشم آید.

میکروارگانیسم به منظور حیات خود نیاز به مصرف مواد غذایی دارند، لذا به عنوان رقیب انسان‌ها در دسترسی به مواد غذایی عمل می‌کنند. البته طی مصرف مواد غذایی توسط میکروارگانیسم‌ها، آن ماده غذایی از مصرف انسانی خارج می‌شود پس مواد غذایی بایستی از دسترس میکروارگانیسم خارج شوند.

میکروارگانیسم‌ها در همه‌جا پراکنده می‌باشند برخی از آنها برای حیات نیاز به اکسیژن دارند و برخی دیگر بدون نیاز به اکسیژن، حیات خود را ادامه می‌دهند. همچنین این میکروارگانیسم در دماها و رطوبت‌های مختلف قادر به ادامه حیات هستند لذا بسته‌بندی مواد غذایی باید به گونه‌ای انجام شود که حتی الامکان موارد فوق را مدنظر قرار دهد و به این ترتیب تا حد ممکن از ضایعات سریع مواد غذایی جلوگیری نماید.

تغییرات متابولیکی

تغییرات متابولیکی غیرمعمول که به دلیل گرم‌زدگی، سرمازدگی، کمبود اکسیژن یا تنش دی‌اکسید کربن روی می‌دهد ممکن است به لک افتادن، گودافتادگی، نرم‌شدگی بیش از حد، تغییر رنگ، تغییر بافت و... منجر شود.

تنش‌های فیزیکی

تنش‌های فیزیکی طی برداشت مکانیکی، حمل و جابجایی و... وارد می‌شود و سبب ضربه‌دیدگی، سایش و تغییر فیزیکی محصول می‌گردد.

بسته‌بندی باید به گونه‌ای باشد که سلامت کالا را مد نظر قرار دهد به طور کلی مواد غذایی طی حمل و نقل دچار صدمات فیزیکی می‌گردند. همچنین مواد غذایی تحت تأثیر تغییراتی قرار می‌گیرند که می‌تواند سبب افزایش رطوبت و یا کاهش رطوبت، خشک شدن و چروکیدگی مواد غذایی گردد.

بسته‌بندی باید به گونه‌ای انجام شود که ماده غذایی علاوه بر سلامت بهداشتی و فسادپذیری، از نظر سلامت ظاهری (از جمله عدم ضربه‌دیدگی، فرسودگی، پاره‌شدگی، نرم شدن، چروکیدگی و...) نیز مشکلی نداشته باشد تا خریدار در زمان انتخاب مواد غذایی آن را انتخاب کند.

در ایران هم طبق گزارشات و آمار وزارت جهاد کشاورزی سالانه بیش از ۳۵ درصد از محصولات کشاورزی در مراحل مختلف از بین می‌روند. ضایعات را می‌توان با اعمال فرآیندهایی مثل کسرو کردن، انجماد، خشک کردن، بسته‌بندی و... کاهش داد.



IRADAR

PSA LABEL INDUSTRY

ایران دار

پترچسب دار

با ضمانت فنی

کیفیت چاپ ، چسبندگی و مقاوم در برابر تنش های محیطی

تکنولوژی تولید اروپا با دستگاه های تمام اتومات

دِکسی

DIXIE
Tape Industry

ستیو

CETIC
PSA Label Industry

۰۱۷-۳۲۲۵۱۶۱۳

۰۹۱۲۰۶۸۳۲۱۸ - ۰۹۱۲۵۲۲۷۸۹۱

s.alinasiri@gmail.com



مواد غذایی نیاز ضروری در بسته‌بندی آنها است. البته مواد غیرشفاف مانند سینی‌های سفید رنگ نیز در حد وسیعی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این سینی‌ها مانع از آن می‌شوند تا مصرف‌کننده هر دو طرف ماده غذایی را ببیند که در برخی موارد مانند بسته‌بندی گوشت از عدم اعتماد و مقاومت خریدار می‌کاهد.

■ رطوبت

کنترل تغییرات رطوبت موجود در ماده غذایی در طول نگهداری آن بسیار مهم است. برخی فرآورده‌های غذایی مانند چیپس، پفک و بیسکویت باید در موادی بسته‌بندی شوند که نفوذپذیری آنها به رطوبت خیلی کم باشد تا تردی آنها محفوظ بماند.

■ کنترل گازها

کنترل نفوذپذیری مواد بسته‌بندی نسبت به گازها مانند اکسیژن و گاز کربنیک نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در مواقعی که مواد بسته‌بندی انتخاب شده نتواند به اندازه کافی گازهای تنفسی را منتقل نمایند، از ورقه‌های مشبک یا سوراخ‌دار استفاده می‌شود. در خصوص مواد بسته‌بندی گوشت تازه باید به اندازه کافی اکسیژن از بیرون به داخل بسته‌بندی نفوذ نماید تا رنگ سطحی گوشت در حد مطلوب باقی بماند. از طرف دیگر مواد غذایی که حاوی چربی زیادی هستند مانند لبنیات در صورتی که در معرض اکسیژن زیادی قرار گیرند اکسیده می‌شوند و به همین علت اغلب در خلأ و یا اتمسفر اصلاح شده بسته‌بندی می‌گردند و از ورقه‌های با نفوذپذیری خیلی پایین استفاده می‌شود.

■ تحمل تغییرات درجه حرارت

بسیاری از محصولات غذایی بلافاصله پس از فرآوری یعنی به صورت گرم و داغ در داخل بسته‌بندی وارد می‌شوند و همچنین بسیاری از محصولات را به شکل آماده به مصرف تولید می‌کنند و تنها در هنگام مصرف نیاز به حرارت‌دهی مجدد جهت گرم کردن نهایی وجود دارد. بنابراین مقاومت حرارتی ماده بسته‌بندی حائز اهمیت است.

■ عدم تأثیر متقابل سوء بین محصول و ماده بسته‌بندی

در این مورد اثر محصول غذایی بر روی ماده بسته‌بندی و اثر ماده بسته‌بندی بر روی محصول به طور متقابل مطرح می‌باشد.

■ مواد عمدۀ مورد مصرف در بسته‌بندی مواد غذایی

- کاغذ و محصولات کاغذی پوشش دار
- فلزات: ورقه حلبی، آلومینیوم، فولاد زنگ‌نزن، مفرغ
- شیشه
- پلاستیک
- پوشش‌های خوراکی
- ترکیبات دیگر مانند چوب، پارچه و غیره

■ ویژگی‌های مهم مواد مورد استفاده در بسته‌بندی مواد غذایی

- شفافیت و درخشش سطح آن برای رضایت و جلب نظر مصرف‌کننده
- کنترل در انتقال رطوبت
- کنترل در انتقال گازها
- تحمل تغییرات درجه حرارت به هنگام نگهداری و استفاده
- عدم تأثیر متقابل سوء بین محصول و ماده بسته‌بندی
- فقدان مواد سمی
- ارزان بودن
- مقاومت در مقابل ضربه
- کم بودن وزن مخصوص ماده بسته‌بندی

■ شفافیت

مصرف‌کننده دوست دارد آنچه می‌خرد ببیند و بنابراین شفافیت و شیشه‌ای مانند بودن بسته‌های

درج زمان تولید و تاریخ انقضا به مصرف‌کننده در مصرف ماده غذایی با کیفیت و با ارزش غذایی بالا کمک شایان توجهی می‌نماید. همچنین نوشتن ارزش تغذیه‌ای ماده غذایی بسته‌بندی شده، علاوه بر آگاهی دادن به خریدار، انتخاب کالا را تسریع می‌کند. همچنین امروزه مناسب است اطلاعات تغذیه‌ای ارائه شده بر روی بسته‌بندی‌ها، واقعیت بیشتری داشته باشند و یا اطلاعات کامل‌تری را در اختیار خریدار قرار دهند.

نوشتن شرایط نگهداری و یا شرایط پخت ماده غذایی بسته‌بندی شده بر روی بسته نیز می‌تواند کمک فراوانی به نحوه نگهداری و روش پخت خریدار نماید.

ضمناً با توجه به گستردگی کاربرد مواد غذایی، با ارائه موارد مصرف، می‌توان به خریدار در انتخاب کالا کمک نمود.

از دیگر مواردی که بر روی بسته‌بندی ماده غذایی باید درج شود، میزان صحیح مصرف می‌باشد و یا اینکه نوشته شود این ماده غذایی بسته‌بندی شده برای مصرف چند نفر می‌باشد.

درج شناسنامه تولیدکننده بر روی بسته‌بندی مواد غذایی، به مصرف‌کننده اطمینان می‌دهد که کالای مورد نظر در محل قابل قبول و تحت نظر متولیان سلامت کشور، تولید شده است. پس بسته‌بندی خود می‌تواند به عنوان راهنمای مصرف‌کننده عمل کند و به او در انتخاب صحیح کمک نماید.

■ وضعیت بسته‌بندی مواد غذایی در ایران

در حال حاضر، در کشور ما بیشتر مواد غذایی به ویژه محصولات کشاورزی، بدون بسته‌بندی عرضه می‌شوند شاید یکی از دلایل آن افزایش قیمت بسته برای محصولات است. از سویی، استقبال از مواد غذایی بسته‌بندی شده، به دلیل عدم اطمینان از اطلاعات عرضه شده، کمتر می‌باشد. بنابراین بسیاری از خریداران، مواد غذایی را به صورت غیربسته‌بندی شده خریداری و سپس در منزل به صورت اولیه بسته‌بندی می‌کنند و تا زمان مصرف در فریزر قرار می‌دهند به همین دلیل، موارد زیر را باید مدنظر قرار دهند:

- خروج هوا از بسته ماده غذایی
- درج تاریخ بسته‌بندی شدن ماده غذایی بر روی برچسب بسته‌بندی
- درج نوع ماده غذایی بسته‌بندی شده و تعداد مصرف‌کننده بر روی برچسب بسته‌بندی
- البته در سال‌های اخیر اقدامات خوبی در رابطه با بسته‌بندی مواد غذایی به ویژه توسط شرکت‌های بزرگ صورت گرفته و با توجه به تبلیغات انجام گرفته حداقل در شهرهای بزرگ استفاده از مواد بسته‌بندی در حال افزایش است.





24th

Printing, Packing & Related Machinery EXHIBITION

TEHRAN 13th - 16th Dec., 2017
Venue: Tehran International Permanent Fairground

چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی و تجهیزات نمایشگاهی



۲۲ لغایت ۲۵ آذر ماه ۱۳۹۶

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

مجری: شرکت نمایشگاهی آروین مهر فخریما همکاری
اتحادیه‌های کلیشه و لیتوگراف چاپخانه داران، صحاف تهران،
صادرکنندگان صنعت چاپ ایران و انجمن مدیران صنایع کارت و ورق

www.iranpackprint.ir
www.iranpackprint.com

تلفن ستاد برگزاری: ۷۷۶۱۴۷۶۸، ۷۷۶۲۵۲۲۷، ۷۷۶۵۶۵۶۰

فکس: ۷۷۶۱۴۷۱۲



معرفی استانداردهای جهانی بسته‌بندی

استاندارد، معانی متفاوتی دارد. مثلاً بعضی آن را «نمونه‌ای برای سرمشق» می‌دانند که قبول عام یافته باشد، بعضی هم آن را وضع قوانین و مقررات برای تعیین کیفیت و مشخصات مطلوب کالا یا خدمات دانسته‌اند و البته تعاریف دیگر.

در صنعت بسته‌بندی نیز استانداردهای گوناگونی تعریف شده است که هر کدام دارای ویژگی‌هایی خاص است. ویژگی‌هایی که بنابر مصرف، مولفه‌های متغیری را می‌پذیرد اما در عین حال آن‌ها را در یک حالت معین برای کاربرد معین تعریف می‌کند. در این راستا، چاپ و نشر به معرفی الگوها و استانداردهای تعریف‌شده و جهانی بسته‌بندی می‌پردازد.



■ **ساختار زوائد فلزی پیرامون جعبه‌های چوبی**
تخته‌های الوار از انواع گونه‌های چوب نرم مناطق معتدله، به استثنای درختان دریایی، کاج و شعاعیان بوده و نباید از چوب‌های سخت مناطق گرمسیری و معتدل استفاده شود.

الوارها باید به خوبی اره و صاف شده و عاری از شکاف، ترک، گره‌های مرده و یا سایر عیوب باشد، تا قدرت مقاومت جعبه را کاهش ندهد. موارد ذکر شده نباید بیش از ۱۷ درصد باشد. رطوبت الوارها در زمان ساخت جعبه ±۴٪ تا ۱۶ درصد خواهد بود.

لبه‌های فلزی باید آبکاری شده و بر اساس استاندارد ۱۰۲۳، ToVBS EN یک‌نواخت و پیوسته، پرداخت کاری شده و پوششی (Coating) $E_{0.6/0.6}$ و ضخامت $0.3/0.3$ میلی‌متر داشته باشند. لبه‌های فلزی انتهایی، حداقل ۳ میلی‌متر روی هم خم یا تا خواهد شد. لبه‌های فلزی پرداخت کاری شده و کاربرد آن‌ها تنها باید بر اساس بند ۷/۶ و اشکال ۱ الی ۴ معین در استاندارد انجام شود.

■ جفت و بست‌ها

تمام میخ‌های D باید ۳۰ میلی‌متر طول، $2/36$ میلی‌متر قطر، گالوانیزه و با پوشش رزین و سرپرچی سیمی بر اساس حداقل مقدار پرچ، باید ۶ میلی‌متر و در جهت و همسوی با الیاف‌ها باشد.

همه میخ پرچ‌ها، سر بیضی شکل با قطر ۴ میلی‌متر از جنس فولاد داشته و دارای شکاف چند منظوره بر اساس استاندارد BS 4894 بوده که آبکاری نیکل نیز دارند.

حداقل فرورفتگی میخ پرچ برای اتصال لبه فلزی، ۲ میلی‌متر و برای تسمه یا زه، ۳ میلی‌متر، خواهد بود.

تمام تسمه‌ها از جنس قلع، مس یا فولاد گالوانیزه با نوک‌های متفاوت سمبهای، خواهند بود. بخش عرضی سیم حداقل ۱ میلی‌متر، طول تاج حداقل ۱۲ میلی‌متر، طول پاها 1 ± 15 میلی‌متر و بلندتر از ضخامت الوار و بر اساس استاندارد MDF یا OSB خواهد بود.

■ ساختار

تمام جعبه‌ها مطابق با ابعاد معین شده در قرارداد، با 0 ± 0 میلی‌متر ساخته خواهند شد.

■ زوارها

تمام زوارها، بر اساس اندازه اصلی 36×170 میلی‌متر و بر اساس استاندارد EN 1313-1 و BS خواهند بود.

■ قیدها

قید (پایه) جعبه‌ها حداقل ۳۰ میلی‌متر پهنا، خواهند داشت (مگر اینکه موارد خاصی در قرارداد ذکر شده باشد).

قید (پایه) در زیر قسمت کف جعبه، قرار گرفته و با لبه‌های خارجی که در قسمت انتهایی جعبه قرار دارند به طول 5 ± 50 میلی‌متر، فاصله خواهند داشت.

طول (قیدها)، مساوی با پهنای خارجی جعبه، خواهد بود.

■ میخ، پرچ‌ها

تمام میخ، پرچ‌ها باید طوری میخکوبی گردند که سر، تاج و نوک آن‌ها از سطح دیگر الوار، پالت، MDF یا OSB بیرون نباشد.

میخکوبی بیش از حد، تا $12/5$ درصد ضخامت عضو (بدنه) اتصال، مجاز خواهد بود. میخکوبی بیش از اندازه (میخ‌های دو سر) تا ۵۰ درصد ضخامت یا قطر تخته مجاز خواهد بود.

میخ‌پرچ‌ها از سمت سطح داخلی جعبه، پرچ گردیده و نباید هیچگونه ترک یا شکافی بعد از پرچ، ایجاد گردد. میخ پرچ‌ها از میان قیدها، کف جعبه و از سطح داخلی جعبه پرچ خواهند گردید.

میخ‌پرچ‌ها، در یک ردیف خط میانی قید، قرار داشته و حداکثر، ۷۵ میلی‌متر Pitch فاصله خواهند داشت. فاصله بین میخ‌پرچ آخری، با انتهایی پایانی قید، 2 ± 25 میلی‌متر، خواهد بود.

■ موارد مهم چوب‌های مقاومت و ساختار اصلی

در این استاندارد مدل جعبه‌های مختلف A و C با بدنه‌ای از جنس تخته‌های روکش دار، پایه و درب چوب الواری، OSB یا MDF معرفی شده‌اند.

در تقسیم‌بندی جعبه‌ها هر کدام با توجه به مواد اولیه در ساخت و تهیه آن‌ها طبقه‌بندی شده‌اند.

دلایل اصلی آن قابلیت‌هایی می‌باشد که برای کاربری انتظار می‌رود. به عنوان مثال جعبه‌هایی با بدنه تخته‌ای توپر که ابعاد، پهنا و ارتفاع آن‌ها کمتر

از ۲۵۰ میلی‌متر می‌باشند، وقتی که طول جعبه از ۱۰۰۰ میلی‌متر بیشتر تر بوده و بیش از یک تخته در پهلو، درب و پایه نیاز داشته باشد، استفاده می‌گردد.

همچنین جعبه‌هایی که پهنای داخلی یا ارتفاع آن‌ها بیش از ۱۵۰ میلی‌متر می‌باشند، برای ساخت بدنه انتهایی آن‌ها از دو تخته داخلی با بعد بلندتر و یا الیاف‌های هم سو با پهنای تخته میخکوبی شده به





ماشین چاپ ساکورایی چهاررنگ دو ورقی مدل ۲۰۰۳ الیور
با میز کنترل فول بسیار تمیز

ماشین چاپ ساکورایی چهاررنگ دو ورقی مدل ۲۰۰۴ الیور
با میز کنترل فول بسیار تمیز

برش پلار دهنه ۱۱۵ مدل ۲۰۰۲ بسیار تمیز با مانیتور رنگی

فروش فوری با قیمت فوق العاده

۰۹۱۲۵۴۳۲۰۶۰ ۰۹۱۲۱۸۱۹۲۲۰ ۴۴۹۰۸۲۱۵

انالله وانا الیه راجعون

خانواده محترم اسکویی

با اندوه فراوان درگذشت شادروان حاج علی اکبر اسکویی را به جنابعالی و خانواده محترم تسلیت عرض نموده، از خداوند متعال برای آن مرحوم، طلب آمرزش و برای خاندان معزز، صبر و شکیبایی مسئلت داریم.

از طرف خانواده و پرسنل چاپ صلاحی



■ تمرین استانداردسازی برای بسته‌بندی تجاری

در این استاندارد تمامی مشکلات و تمهیدات ایمنی ذکر نشده است و در صورتی که مواردی هم ذکر شده باشد در رابطه با کاربرد آن خواهد بود و اتخاذ تدابیر صحیح امنیتی و بهداشتی بر عهده کاربران این استاندارد می‌باشد و باید قبل از به‌کارگیری این استاندارد، محدودیت‌های آن را بررسی کنند.

تحویل یک محموله به مقصد آن با حداقل خسارت به بسته از اهداف تولیدکننده و عرضه‌کننده کالا می‌باشد و هیچ‌گونه صدمه به محتوای داخل بسته وارد نمی‌نماید.

این استاندارد الزامات حفاظت جاری، بسته‌بندی تجاری، یکی کردن بسته‌ها و آماده‌سازی آن‌ها برای تدارکات را خاطر نشان می‌سازد و شامل حداقل الزامات برای حفاظت مکانیکی و فیزیکی بسته بوده و شامل انواع جابه‌جایی‌های مختلف و ارسال بارگیری با روش‌های گوناگون و ذخیره‌سازی تا یک سال در محیط بسته بدون خسارت دیدن به محصول می‌باشد. همچنین این استاندارد شامل بسته‌بندی تعدادی از اقلامی است که برای توزیع بدون نیاز به بسته‌بندی مجدد و یا علامت‌گذاری مناسب می‌باشند.

الزامات این استاندارد باید مورد استفاده قرار گیرد مگر آنکه مطلب دیگری در قرارداد یا سفارش آمده باشد. این دستورالعمل، استفاده از آیین‌نامه‌های فدرال و یا روش‌های بسته‌بندی نظامی برای مواد را نه الزامی می‌شمارد و نه مانع از آن می‌شود و منابع تدارکاتی بهتر است از روش‌های بسته‌بندی پیشرفته استفاده شوند.

حفاظت بسته‌بندی، علامت‌گذاری انجام شده توسط منابع تأمین باید چنان باشد که حداقل الزامات را تأمین نمایند. اقلام می‌بایستی عاری از هرگونه کثیفی و سایر مواد آلوده‌ای باشد که ممکن است موجب فاسد شدن کالا شود و یا نباید چنان آلوده باشد که مصرف‌کننده قبل از مصرف مجبور باشد آن را تمیز کند. روکش‌های محافظتی که بر روی اقلام استفاده می‌شوند تا آن‌ها را محافظت نمایند، مواد آلوده‌کننده تلقی نمی‌شوند.

اقلامی که در معرض خوردگی و یا خراب شدن می‌باشند باید توسط روکش‌های محافظتی باز دارنده‌های فرار خورنده و یا بسته‌های ویژه محافظت شوند.

اقلامی که نیازمند حفاظت در برابر خسارات مکانیکی و یا فیزیکی بوده و یا شکستنی هستند

دور تخته بیرونی و برای ابعاد بلندتر، هم جهت با ارتفاع جعبه به‌کارگیری می‌شود و نیز در جعبه‌هایی با پهنا داخلی و با ارتفاع بیش از ۱۵۰ میلی‌متر برای ساخت بدنه انتهایی آن‌ها از یک تخته با الیاف‌های هم سو (یا بعد بزرگ تخته) و در صورت تساوی بودن ابعاد تخته‌ها، الیاف‌ها هم جهت با پهنا جعبه مناسب می‌باشند.

این استاندارد در خصوص میخکوبی نیز آورده شده است که برای اتصال پایه (کف جعبه) به پهلوها و قسمت انتهایی، از میخ‌های سر پهن استفاده شود و برای سایر موارد، از میخ‌های D شکل یا ساده استفاده می‌شود. برای تمام موارد اتصال، قطر میخ‌ها، حداقل ۴/۲ میلی‌متر می‌باشد و در صورتی که طول میخ‌ها، بیش از ۵۰ میلی‌متر باشد، در این صورت قطر میخ‌های به کار رفته باید حداقل ۳۰ میلی‌متر باشد.

میخکوبی به صورتی انجام خواهد گرفت که قسمت وسط یا نوک انتهایی، از سطح دیگر الوار یا تخته خارج نگردیده و فرو رفتن میخ، بیش از اندازه تا ۱۲ درصد ضخامت مجاز میخکوبی اولیه باشد. طول میخ به اندازه کافی برای نفوذ، حداقل ۳۰ میلی‌متر به قطعه (اندام) دریافت‌کننده بوده و یا در صورت عبور کامل از تخته، حداقل ۹ میلی‌متر باید استحکام را در محل فراهم نماید.

هر میخی که در تخته‌ها یا الوارها به لبه تخته‌ها یا زهوارها کوبیده می‌شود، باید در امتداد خط میانی لبه یا زهوارهای دریافت‌کننده باشد. از میخکوبی در فاصله ۱۰ میلی‌متر نقاط تقاطع الوارها (نقاط متصل) اجتناب گردد. در خصوص دستگیره‌ها نیز تمام دستگیره‌ها باید بر اساس استاندارد Stan Def ۸۱-۲۹ بوده و تهیه آن‌ها منوط به سفارش در قرارداد می‌باشد.

دستگیره‌های چندگانه معرفی شده برای جعبه‌های طبقه‌بندی شده در این استاندارد با توجه به ابعاد، حجم و توانایی تحمل وزن بسته‌بندی شده‌اند.

در صورت نیاز، قیدهای دستگیره، تا حد ممکن می‌تواند در نزدیک لبه انتهایی بالای جعبه باشد. بین لبه بالایی قید دستگیره و لبه بالایی بدون قید جعبه، باید حداقل ۶۵ میلی‌متر فاصله وجود داشته باشد. بین لبه بالایی قید دستگیره و بست بالایی انتهایی قیددار جعبه، باید حداقل ۴۰ میلی‌متر فاصله وجود داشته باشد (به استثنای دستگیره‌های نوع سه در این استاندارد).

در سایر موارد، قسمت انتهایی بالایی قید دستگیره ممکن است هم‌سطح با لبه بالایی جعبه بوده و یا به جفت بالایی جفت شود.

باید با لفاف پیچی، بالشتک‌گذاری، تقسیم‌بندی، کارتنی کردن و یا سایر تمهیدات حفاظت شوند تا ارتعاش و لرزشی را که به هنگام جابه‌جایی و حمل و نقل به آن وارد می‌شود، کاهش دهد.

یک بسته کالا باید چنان طراحی و ساخته شده باشد که کالای درون آن را بدون هیچگونه صدمه‌ای به هنگام جابه‌جایی و ذخیره‌سازی حفظ نماید و جابه‌جایی‌های بعدی را نیز ممکن سازد.

در هر بسته باید یک کالا و یا یک مجموعه و یا یک سری بسته‌بندی شده باشد مگر آنکه مطلب دیگری گفته شده باشد، همانند سخت‌افزارهای صنعتی که ممکن است به جز اقلام سبک وزن به صورت ۱۲ تایی، ۵۰ تایی، ۱۰۰ تایی، یا فله‌ای و یا سایر موارد بسته‌بندی شود که این تعداد برابر خرده‌فروشی مناسب می‌باشند. در مواردی هم می‌توان بسته‌بندی فله‌ای انجام داد مگر آنکه خلاف این امر در قرارداد و یا در سفارش آمده باشد.

استفاده از این نوع بسته‌بندی به ویژه در مواردی که فعالیت‌های جابه‌جایی، توزیع و کنترل موجودی را بهبود می‌نماید، در استاندارد مذکور توصیه شده است. این نوع بسته‌بندی برای آسان‌تر کردن فعالیت جابه‌جایی و موجود دیگری لازم است. به ویژه در مواردی که تعداد بیش از یک عدد و ابعاد بسته ۶۴ اینچ مکعب یا ۰/۰۰۱۰۴ متر مکعب و یا کمتر باشد، مگر اینکه مطلب دیگری در قرارداد و یا سفارش قید شده باشد.

در مواردی که بسته‌بندی‌های واحد بار و بسته‌بندی‌های میانی کالا نتوانند شرایط مناسب برای ارسال کالا را تأمین نمایند باید از بسته‌بندی کانتینری (جعبه‌ای) استفاده شود.

این کانتینرها باید طبق آیین‌نامه‌های باربران بوده و شرایط تحویل این کالا را به مراکز توزیع با کم‌ترین هزینه‌های تعرفه‌ای تأمین کند. از این کانتینرها باید در شرایط مناسب برای چندین بار جابه‌جایی به مدت یک سال بتوان استفاده نمود.

در صورت امکان باید بارها را برای جابه‌جایی یک دست نمود. انجام این کار محدود به استفاده از یک پالت و یا یک کانتینر نمی‌شود. در جابه‌جایی اقلام و ارسال آن‌ها به وزارت دفاع، اقلام باید به یک بار واحد تعدیل شوند به طوری که این واحد بار را بتوان به عنوان یک کالا در سراسر سیستم توزیع جابه‌جا کرد.

با بیست سال سابقه درخشان



Shigh-Pack®

شای پک

بازرگانی کیهان

وارد کننده ملزومات چاپ، کارتن سازی، جعبه سازی و قالبسازی



دستگاه برش لیزر



چاپ فلکسو ۰۲، ۰۳ و ۰۴ رنگ



لمینت کارتن (دستی، اتومات، نیمه اتومات)



دایکات فکی و طلاکوب در ابعاد مختلف



دایکات نیمه اتوماتیک و اتوماتیک



خط کش و برش ورق کارتن



سلفون کش حرارتی (واتر بیس)



جعبه چسبانی



دوخت کارتن (اتومات، نیمه اتومات، پدالی)

آدرس: تهران، سعدی شمالی، جنب بیمارستان امیر اعلم، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷
تلفن: ۶۶ ۷۱ ۶۶ ۹۵ - ۶۶ ۷۲ ۶۴ ۸۸ - ۶۶ ۷۵ ۷۸ ۲۰ - ۶۶ ۷۵ ۰۷ ۳۷

ابوالحسینی ۰۹۱۲۳۵۸۰۰۸۶

www.shigh-pack.com

shighpack@yahoo.com

گفت‌وگو با داود یاراحمدی تبلیغات در کشور، از چاله به چاه...!

■ بهروز هادی

داود یاراحمدی متولد ۱۳۵۰ خرم‌آباد لرستان، کارشناس و طراح گرافیک، کارتون‌ساز، مجسمه‌ساز، عکاس و روزنامه‌نگار است. وی با رسانه‌های مکتوب و دیجیتال کشور از سال ۷۴ تاکنون به عنوان گرافیست، کارتون‌ساز، تصویرساز، عکاس و مدیر هنری، همکاری داشته است. بخشی سوابق اجرایی او عبارت است از: ریاست حوزه هنری سمنان، مشاور هنری و مسئول واحد گرافیک دفتر امور رسانه‌ای ریاست جمهوری، مدیر هنری روزنامه جام جم، مدیر هنری مجلات چهاردهمین جشنواره تولیدات صدا و سیما و مراکز استان‌ها، دبیر علمی و برنامه‌ریزی اولین جشنواره جهانی «هنر در رسانه» معاونت مطبوعات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. یاراحمدی در زمینه فیلم و هم فعال است وی انیماتور و دستیار کارگردان فیلم انیمیشن «صعود»، کارگردانی فیلم کوتاه داستانی «گل کاغذی»، فیلمبردار فیلم داستانی «چهل سرود» بوده است. سازنده ۲۰ انیمیشن ۳ دقیقه برای اتحادیه رادیو تلویزیون‌های جهان اسلام و کارگردان سریال مستند ۱۳ قسمتی «فرزندان ظلمت» بوده است.



برخی از نمایشگاه‌هایی که یاراحمدی در آنها شرکت کرده است از این قرار است: نمایشگاه انفرادی کاریکاتور تحت عنوان (شهر، انسان، بی‌نهایت) در خرم‌آباد و الیگودرز، نمایشگاه جمعی کاریکاتور با موضوع (کسوف) در اصفهان، بروجرد و خرم‌آباد، نمایشگاه جمعی عکس عاشورایی در تهران، نمایشگاه جمعی پوستر عاشورایی در گالری «شیت» تهران، نمایشگاه جمعی نقاشی در فرهنگسرای نیوران تهران و نمایش آثار در بیش از ۱۰۰ نمایشگاه جمعی بین‌المللی (عکس، کاریکاتور، گرافیک، نقاشی) و چاپ آثار در کاتالوگ‌های جشنواره معتبر جهانی، بلژیک، کره، لهستان، ترکیه، چین، هلند و... داوود یاراحمدی جوایز بسیاری از جشنواره‌های مختلف در رشته‌های مختلف دریافت کرده است که مختصری از آنها عبارت است از: نفر اول در بخش بهترین صفحه آرایشی نشریات کشور، پانزدهمین جشنواره مطبوعات و خبرگزاری‌های کشور، نفر برگزیده و دریافت دیپلم افتخار از هشتمین جشنواره هنرهای تجسمی جوانان سراسر کشور در رشته کاریکاتور-اصفهان، اثر برگزیده از ایران در جشنواره جهانی کاریکاتور آیدین دوغان ترکیه، جایزه عالی از جشنواره کاریکاتور «آلام» چین. داود یاراحمدی همچنین تألیف «پرواز را با کتاب تجربه کنید / کارتون» و چاپ «پریسکه / آلبوم عکس» را در کارنامه خود دارد. چاپ و نشر گفت‌وگویی در باره وضعیت اکنون و آینده تبلیغات در کشور با او انجام داده است که از نظر مخاطبان گرامی می‌گذرد.

■ اگر بخواهید از منظر طراحی و design به وضعیت تبلیغات در کشور نگاهی بیندازید؛ ارزیابی‌تان در این زمینه چیست؟ «دیزاین» در زبان فارسی «طراحی» ترجمه شده و به کار می‌رود؛ در صورتی که «طراحی» ترجمه لغت Drawing است. پس شاید بهتر باشد بگوییم: هر آن چه را که پیش از شروع فرآیند ثبت یک طرح رخ می‌دهد، دیزاین نامید. کلمه دیزاین (Design) به معنای بیان کردن، مشخص نمودن

و طراحی کردن ترجمه شده است. دیزاین در زبان انگلیسی «اسم و فعل» است که هم بیان کردن و هم طراحی کردن را در خود مستتر دارد. در قالب مقصود، هدف و غایت را در بر می‌گیرد و در معنای طراحی، اجرای یک برنامه در قالب اسکیس، اتود، ترکیب‌بندی بصری و غیره است. متناسفانه باید گفت که دیزاین (Design) در گرافیک و تبلیغات کشور از چاله درآمده و به چاه افتاده است. طی سالیان گذشته گرافیک و تبلیغات دچار یک دور باطل تکرار و در خیلی از موارد دچار مبحث کپی‌کاری شده است. در این میان خیلی از اساتید و پژو هشرگان به این روند خرده گرفتند و قلم‌فرسایی‌های مختلفی انجام دادند که مانع این اتفاق نشود. خیلی از دفاتر تبلیغاتی هم برای دوری از این رویکرد به سمت عاریه گرفتن از ایده‌های خارجی میل پیدا کردند.

به همین سبب بسیاری از دفاتر تبلیغی و گرافیکی از بی‌اطلاعی سفارش‌دهندگان خود سسو استفاده کرده و در خیلی از موارد عین تا عین یک اثر تبلیغی (تیزر، آنونس، پوستر، لوگو و...) خارجی را کپی کرده و در اختیار مشتری قرار می‌دادند. گفتنی است این روند تا جایی پیش رفته که همین آثار در جشنواره داخلی عرضه و بعضاً مقام‌هایی را به دست می‌آورد و این جای تأسّف است که اثری به بالاترین بخش و دریافت جایزه برسد بدون اینکه داوران آن جشنواره اطلاعی از کپی‌کاری اثر داشته باشند.

همین عامل باعث می‌شود که علاوه بر اینکه گرافیک و تبلیغات کشور به سمت ناکجاآباد سوق پیدا کند، ضرر و آسیب فراوانی به صاحبان کالا و سفارش‌دهندگان وارد شود.

اگر چه به دلایل، نبود متن درست تبلیغی مناسب در کنار تصاویر تبلیغی، نداشتن مطالعه کافی هنرمندان عرصه تبلیغات و خلق اثر بدون توجه با رفتار مصرف‌کننده در جغرافیای محل عرضه یک محصول و یا کالا، نبود یک تیم ورزیده و خلاق در دفاتر تبلیغاتی اعم از برنامه‌ریز، پژوهشگر، کارشناسان بازاریابی و بازرگانی، جامعه‌شناس، روانشناس، طراح، لی اوت کار حرفه‌ای، استفاده از ناآشنایی سفارش‌دهندگان، نبود بررسی‌های تبلیغاتی در عرصه گرافیک و تبلیغات کشور که به آثار تولید فاخر امتیاز و تسهیلات خاصی در نظر گرفته شود و برعکس مانعی بر سر راه آثار کپی و تکراری و... باشد.

دسترسی آسان به نرم‌افزارهای تبلیغی و اطلاع‌رسانی و یادگیری آن‌ها که همین امر باعث ورود خیلی عظیمی از افراد ناآشنا به عرصه تبلیغات شده است. از سوی دیگر نبود روابط عمومی‌های متخصص در ادارات، سازمان‌ها، مراکز اداری و خصوصی که بتواند خاستگاه درست یک سازمان سفارش‌دهنده را به درستی به کارشناسان تبلیغی ارائه نماید. از عوامل دیگری است که گرافیک و تبلیغات کشور را طی سال‌های گذشته تا امروز دست خوش خود قرار داده است.

■ همانطور که می‌دانیم، تبلیغات محیطی از دهه ۳۰ آغاز شده، در طول این مدت گذشته از فرآیندهای سیاسی و اجتماعی چه عوامل دیگری در نوع و روش ارائه تبلیغات تأثیرگذار بوده‌اند؟ طراحی عامل اصلی ایجاد پوستر به شمار می‌آید و سابقه آن در ایران شاید به دوران قاجار بازمی‌گردد، زمانی که



بازرگانی اسکویی

OSKOU EI Trading Co.

وارد کننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی



مرکب فیلینت گورپ



مرکب یور پرینت اروپا



الکل ال جی اورجینال



الکل ساسول / الکل پتروکم / مرکب گومکس / مرکب پاستل / مرکب برانچر فرانسه

تلفن: ۸۴ و ۸۸۱۴۱۷۸۰-۸۸۱۴۱۵۹۹ همراہ: ۰۹۱۲۷۹۹۵۵۲۱-۰۹۱۲۳۱۱۰۱۷۶

۸۸۱۴۱۶۴۶

<https://t.me/oskueiii>

روزنامه‌های آن دوره به شکل چاپ سنگی منتشر می‌شد. اگر چه پیشتر از آن نیز مواردی تصویرسازی، کتابت‌ها و حاشیه نگاری‌هایی نیز بوده است ولی شاید از زمانی که پای تبلیغ و سواد رسانه به میان می‌آید نشود آن را در کنار آثار دیگر، مورد بررسی قرار داد. از آن زمان تا کنون همانطوری که روزنامه‌ها تابع شرایط تغییر شدند، بی‌شک محث تبلیغات در تمامی ابعاد خود تابع شرایط اجتماعی قرار گرفته و خواهد بود. شاید بشود گفت که در این دوران تغییر و تحولات، هنرمند خود نیز بخشی از این جامعه بوده و تأثیرپذیرفته و در اثر این تأثیرپذیری تابع شرایط محیطی، فرم و شکل قرار می‌گیرد و در نهایت به همان مدیوم و کالبد، اثر خلق می‌کند و از خلق به خلق می‌رسد. در

همین راستا اگر شما به پوسته‌های تولیدی طی گذشته توسط هنرمندان نگاهی داشته باشید به راحتی به این تغییر و تحولات ساختاری و محتوایی پی خواهید برد. ضمن اینکه تغییر و به روز شدن تکنولوژی و ملزومات مورد نیاز هنرمند، خلق ایده‌های جدید را در تولید یک اثر تبلیغی سبب می‌شود.

در این میان سه عامل موضوع، محتوا و ساختار نیز ارتباط مستقیم با خلق اثر تبلیغی داشته و غالب شدن هر کدام از موارد یاد شده بر دیگری، محصول نهایی را دستخوش یک روند کارکردی بصری خواهد کرد. اگر چه یک اثر تبلیغی (تیزر، آنونس، پوستر، لوگو و...) علاوه بر موارد یاد شده، تابع شرایط ساختاری مواد و متریال آن اثر تبلیغی در قالب نوع تکنولوژی خواهد بود. اما در نهایت تأثیرگذاری یک اثر تبلیغی خود مرهون شناخت ۷ مورد یاد شده در سؤال قبل می‌باشد.

■ رسانه‌های جدید افراد را مداوم در معرض تصاویر قرار می‌دهند. به نظر شما تأثیر این رسانه‌ها بر سواد بصری افراد جامعه از منظر تبلیغاتی چگونه است؟

«سواد بصری» گونه‌ای از بازنمایی تصویری و قواعد بصری برای درک عملکرد و معنی آنهاست. در این میان بحث سواد رسانه‌ای به دو مورد، اول با توجه به شناخت به مقدار درک و فهم سطح سلیقه افراد می‌توان سواد بصری آن‌ها را تحت تأثیر قرار داد ثانیاً اینکه طی گذشت زمان عوامل بصری ارائه شده در تصاویر مختلف ارتقاء سواد رسانه‌ای مخاطبان را به همراه خواهد آورد. اما اینکه چگونه، به چه صورت و تحت چه قالب‌بندی، نمای‌های برای مخاطب سازه شود، خود جای گفتمان دارد که مستقیماً بر می‌گردد به مقدار سواد کارشناسان دفاتر تبلیغی و اهدافی را که می‌باید دنبال کنند. چرا که اثر تولید طی گذشته زمان، رفتار مصرف‌کننده یا مخاطب را در جامعه به دنبال خواهد آورد. شاید ما خیلی راحت از کنار بیلبردهای تبلیغاتی، تبلیغات تلویزیونی، پوسترها و تبلیغات منتشره در رسانه‌های مختلف عبور کنیم. غافل از اینکه خیلی از رفتار مردم در جامعه و فرهنگ ارتباطی و زندگی روزمره‌شان نسبت به همدیگر و خودشان، برگرفته از همین تولیدات بصری تبلیغی است.

■ شما به عنوان شخصی که سال‌ها در زمینه گرافیک کار و تدریس کرده‌اید، ضعف آموزش گرافیک و طراحی در ایران را در چه می‌بینید؟
عموماً نبود چارت و سرفصل تدریس مشخص و کارشناسی شده از سوی اساتید دانشگاه‌های هنر مهم‌ترین عامل در بخش آموزش است. گاهی اوقات شما دروس و سرفصل‌های ارائه شده در این دانشگاه با دانشگاه هنر دیگر کاملن متفاوت است... حتی در دانشگاه‌های آزاد یا ملی هم نگاهی به چند دانشگاه هنر داشته باشید به راحتی متوجه این اتفاق خواهید شد. همین عامل باعث خواهد شد فارغ‌التحصیلان

کارشناسی یا مقاطع بالاتر در بخش گرافیک و یا تصویرسازی و... این دانشگاه با دانشگاه دیگر سطح اطلاعاتی‌شان زمین تا آسمان متفاوت باشد. مضافاً اینکه چارت و سرفصل تدریس این سال با سال بعد در همان دانشگاه تغییر می‌کند. همچنین نبود کارشناسان و اساتید روزآمد در بعضی از دانشگاه‌ها تا جایی که جزوه از دست برخی اساتید جدا نمی‌شود. یعنی اینکه اطلاعات استاد در سطح یک جزوه خلاصه شده است. از سوی دیگر خیلی از دانشجویان هنر دیگر به مفهوم کلمه «دانش‌جو» نیستند. و بیشتر دنبال حاشیه‌های هنر هستند تا اصل هنر و خلاقیت. از سوی دیگر نبود فضای مناسب در دانشگاه‌ها در راستای کارهای عملی، نبود دروس مناسب و به روز و



■ چه باید کرد که تبلیغات ما برای جذابیت و تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطبان، همزمان از عناصر بومی و مدرن روز استفاده کنند، اصولاً آیا جمع این دو ممکن است؟

واقعیت این است تا به امروز آنچنان باید و شاید کارشناسان و بزرگان گرافیک این مرز و بوم هنوز به این نتیجه نرسیده‌اند که باید دور هم بنشینند و یک کارشناسی و بازنمایی درباره به کارگیری عناصر بومی و منطقه‌ای خاص جغرافیایی در قالب «هویت فرهنگی» ایران انجام دهند!

گرافیک ما به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های فرهنگ، دچار نوعی آشفتگی است، به همین خاطر است که عموماً خالقان آثار تبلیغی به جای اینکه آثارشان را از درون هویت فرهنگی خود جستجو و استخراج کنند، همیشه به دنبال این هویت در گذاره‌هایی از پیش تعیین شده آثار خلق شده از دل فرهنگ غیرهستند.

برای به نتیجه رسیدن «هویت فرهنگی» در قالب آثار تصویری می‌باید؛ در ابتدا «تجزیه» و سپس «تحلیل» اتفاق بیفتد و در نهایت، تجمیع ساختاری شکل گرفته و هویت تازه‌ای از «محتوا» در گرفت و گیر عناصر در جغرافیای تصویر بوجود بیاید و در این زمان است که خلق مایه‌های فرهنگی از دل این آثار متبلور و زایش پیدا می‌کند.

از سوی دیگر با الهام گرفتن یا نحوه به کار بستن نمادهای بومی، سنتی و به طور کلی ایرانیزه کردن فرم، شکل و عناصر تشکیل دهنده یک قاب تصویری می‌توان به نتایج بومی خوبی رسید، از این پس است که در به روز کردن و مدرن‌سازی آن با مشکل خاصی از سوی گرافیک ایران و جهان روبرو نخواهیم شد.

■ از نگاه شما، چگونه می‌توان نظارت در زمینه تبلیغات و طراحی‌ها را بهبود بخشید؟

سال‌هاست که انجمن گرافیک ایران نقش ساماندهی گروه‌ها و گرافیست‌های فعال در گرافیک را به عهده دارد. اما نکته حائز اهمیت اینجاست که این تشکل با تمام فعالیت‌هایش در راستای هویت دهی، چاپ آثار، برگزاری نمایشگاه‌ها، قیمت‌گذاری و کارمزدها و... از این نکته مغفول مانده که چگونه می‌شود آثار تولیدی گرافیکی و تبلیغاتی در سطح کشور را مورد ارزیابی و سنجش قرار داد. در همین راستا نیز فعالین عرصه گرافیک و تبلیغات به لحاظ ترازبندی و توانمندی به مثابه دفاتر مهندسی و خیلی از صنوف دیگر، دارای رتبه و درجه خاص هنری نیستند، تا در هر سطح روند کارکردی تری، چه از لحاظ تولید اثر و چه از لحاظ کارمزد برای مخاطب شناخته‌تر باشد.

علاوه بر این، با توجه به اینکه کلیه مجوزهای مؤسسات فرهنگی، هنری و تبلیغی از سوی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار می‌شود، می‌باید در کنار این اتفاق، طبق قانون نقش نظارتی خود را با هماهنگی انجمن گرافیک ایران به نحو احسن انجام داده و مانع رشد بی‌رویه گرافیست‌های نرم افزاری در کشور بشود.

شاید هم بشود در یک روند سختگیرانه‌تر، به این نتیجه رسید که کلیه آثار تبلیغی که قرار است از صداوسیما و بیلبردها و... اطلاع‌رسانی شود، در کارگروه انجمن گرافیک ایران مورد بررسی و مهر انتشار دریافت کند.

■ با این وصف چشم‌انداز طراحی و تبلیغات در ایران را چگونه می‌بینید؟

تصور بنده بر این است که اگر گرافیک کشور نتواند از چمبره موارد گفته شده خود را رها سازد، قطعاً در آینده جایگاه مناسبی از گرافیک جهان را در اختیار خود نخواهد داشت و در یک حلقه تکرار گرفتار خواهد ماند.

متناسب با رشته‌های گرافیک و تبلیغات و... همه و همه خود بخشی از عوامل مشکلات گرافیک در ایران می‌باشد.

■ از شاخص‌های عمده در طراحی به‌روز بودن و همراهی آن با خلاقیت و نوآوری است. آیا طراحان ما به این موضوع توجه دارند؟ ارزیابی شما چیست؟

متأسفانه طرح‌های ارائه شده از سوی کارشناسان و طراحان گرافیک از خلاقیت و نوآوری مناسب برخوردار نیستند. یکی از مشکلات اساسی که در همین راستا باید به آن اشاره شود این است که یک فارغ‌التحصیل کارشناسی گرافیک و یا مقاطع بالاتر به لحاظ مطالعاتی تنها در بستر کارکرد و چیدمان عناصر بصری، فرم، شکل، رنگ، لیاوت و... درگیر هستند و سعی و تلاش دارند در بهترین شیوه ممکن در چهار چوب موارد یاد شده یک اثر تبلیغی مناسب با رنگ و لعاب هر چه بیشتر برای مخاطب خود خلق کنند.

غافل از اینکه به این نکته توجه کنند قبل از خلق هر اثر تبلیغی می‌باید به سؤالات زیر فکر کنند و در راستای آن بحث خلاقیت و ایده را در هم عجین کنند. مشتری من کیست؟ چه سن و سالی دارند؟ چه جنسیتی دارد؟ در چه جغرافیایی زندگی می‌کنند؟ سلیقه و ذائقه آنها چیست؟ سطح تحصیلات مخاطبین چه اندازه است؟ چه مدت قرار است این تبلیغات در بین مخاطبین منتشر شود؟ آیا این شیوه طراحی، اجرا، فرم، شکل، رنگ و... ایجاد انگیزه در مصرف‌کننده به همراه خواهد داشت؟ چقدر در باره رفتار مصرف‌کننده تحقیق داشته‌ایم؟ ویژگی‌های کالای من کدامند؟ مزیت‌های (ارزش‌های) کالای من کدامند؟ مزیت متمایز کالا و خدمت من کدام است؟

پس پاسخ دادن به هر کدام از سؤالات یاد شده خود نیاز به یک تیم کارشناسی، پژوهشی و تحقیقی توانمند دارد که ماحصل آن خلق یک اثر خلاقه، نو و بدیع است.

شاهکار هایدلبرگ

ماشین ۴/۵ ورقی هایدلبرگ ۱۲ رنگ

با قابلیت چاپ ۵ رنگ با ورنی واترپرسی پشت و رو

در مجتمع نقش رنگ خجستگان



مجموعه ای کامل و متنوع
در صنعت چاپ ایران

تهران | کیلومتر ۲ جاده قدیم | جنب کارخانه بستنی پاک

کوچه ارداچی ۴ | پلاک ۶

تلفن: ۶۶۳۹۷۶۹۶ (ده خط) فکس: ۶۶۳۹۷۶۹۹

www.khojastegan.com

۰۹۹۰۰۱۱۵۳۱۱

- چهار و نیم ورقی ۱۲ رنگ هایدلبرگ مدل ۲۰۰۶ ، با قابلیت چاپ ۵ رنگ پشت و رو همزمان با لاک (ورنی واترپرسی)، فول اتومات
- چهارونیم ورقی هشت رنگ هایدلبرگ با قابلیت چاپ یووی و متالیز
- چهارونیم ورقی هشت رنگ هایدلبرگ ZP با CP2000
- چهارونیم ورقی دو رنگ ساکورایی ZP سه دستگاه
- دو و نیم ورقی چهار رنگ ساکورایی ZP
- دو و نیم ورقی ۶ رنگ رولند ZP یا لاک (ورنی واترپرسی)
- BOBST چهارونیم ورقی دو دستگاه
- دو ورقی دو رنگ کوموری ZP
- لترپرس ۳ ورقی
- یووی سیلک اسکرین ساکورایی سایز ۱۲۰x۸۰
- خط کامل چسب گرم تمام اتوماتیک با قابلیت تولید روزانه ۲۰۰ هزار جلد کتاب و مجله
- خط کامل مفتول با قابلیت تولید روزانه ۳۰۰ هزار جلد کتاب و مجله
- خط کامل جلد سخت - پانچ و فنر با قابلیت تولید روزانه ۳۰ هزار جلد کتاب



تحلیل سوات یا ماتریس SWOT

بر اساس کتاب مدیریت استراتژیک فرد دیوید

آرش حبیبی

تحلیل SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی‌های درونی سازمان است. پایه و اساس این ابزار کارآمد در مدیریت استراتژیک و همین طور بازاریابی، شناخت محیط پیرامونی سازمان است. حروف SWOT که آن را به شکل‌های دیگر مثل TOWS هم می‌نویسند، ابتدای کلمات Strength به معنای قوت، Weakness به معنای ضعف، Opportunity به معنای فرصت و Threat به معنای تهدید است. ماهیت قوت و ضعف به درون سازمان مربوط می‌شود و فرصت و تهدید معمولاً محیطی است. در اینجا به معرفی آنالیز SWOT پرداخته شده است و نحوه اجرای آن شرح داده نشده است.

■ شناسایی عوامل داخلی و خارجی

ابتدا عوامل داخلی و عوامل خارجی شناسایی می‌شود. پس از مشخص شدن تمامی نقاط ضعف و قوت و تهدیدها و فرصتها، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) تشکیل می‌شود. نقاط ضعف و قوت داخلی در ماتریس IFE و فرصتها و تهدیدات خارجی در ماتریس EFE تجزیه و تحلیل می‌شوند. پس از مشخص شدن و نمره دهی عوامل درونی و بیرونی، این عوامل در جدول ماتریس استراتژی‌ها قرار می‌گیرند. سپس استراتژی‌های اتخاذ شده با استفاده از ماتریس QSPM نمره دهی شده و اولویت اجرای هر کدام مشخص می‌شود.

با استفاده از ادبیات پژوهش و مصاحبه‌های تخصصی مهم‌ترین شاخص‌های هریک از معیارهای فوق شناسایی می‌شوند و سپس در قالب نقاط ضعف و قوت دسته‌بندی خواهند شد. به روش مشابه با استفاده از ادبیات پژوهش و مصاحبه‌های تخصصی مهم‌ترین شاخص‌های هریک از عوامل خارجی شناسایی شده و سپس در قالب فرصتها و تهدیدها دسته‌بندی خواهند شد.

■ تعیین اوزان عوامل داخلی و خارجی

پس از شناسایی عوامل داخلی و خارجی و دسته‌بندی آنها در قالب نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدها، باید میزان اهمیت هریک از آنها مشخص شود. با استفاده از مدل فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی وزن هریک از شاخص‌های عوامل داخلی و خارجی مشخص می‌شود. بنابراین خروجی تکنیک AHP می‌تواند میزان اهمیت هر شاخص تصمیم‌گیری استراتژیک را نشان دهد.

■ ایجاد ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) ابتدا نقاط قوت و سپس نقاط ضعف را لیست کرده و به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص می‌دهیم. در اینصورت جمع ضرایب وزنی اختصاص داده شده باید مساوی یک باشد. این وزن می‌تواند با استفاده از تکنیک AHP محاسبه شود.

به هریک از این عامل‌ها نمره ۱ تا ۴ می‌دهیم. نمره ۱ بیانگر ضعف اساسی، نمره ۲ ضعف کم، نمره ۳ بیانگر نقطه قوت و نمره ۴ نشان دهنده قوت بسیار بالای عامل است.

قوت قوی	قوت ضعیف	ضعف ضعیف	ضعف قوی	گزینه انتخابی
۴	۳	۲	۱	انتخاب

جدول ۱- امتیاز دهی به معیارهای داخلی

فرصت عالی	فرصت	تهدید جدی	تهدید	گزینه انتخابی
۴	۳	۲	۱	انتخاب

جدول ۲- امتیاز دهی به معیارهای خارجی برای تعیین نمره نهایی هر عامل، ضریب هر عامل را در نمره آن ضریب کنیم. مجموع نمره‌های نهایی هر عامل را محاسبه کنیم تا نمره نهایی سازمان مشخص شود. اگر میانگین آن‌ها کمتر از ۲/۵ باشد یعنی سازمان از نظر عوامل داخلی دچار ضعف بوده و اگر نمره میانگین بیشتر از ۲/۵ باشد سازمان دارای قوت می‌باشد.

نویسجات	انتخاب	وزن	عوامل استراتژیک داخلی
۴	۳	۲	لیست نقاط قوت
			لیست نقاط ضعف
		۱	جمع کل

جدول ۳- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) نیز مانند قبل عمل می‌شود.

■ طراحی مدل تحلیلی SWOT

برای تجزیه و تحلیل هم زمان عوامل داخلی و خارجی از ماتریس داخلی و خارجی استفاده می‌شود. این ماتریس برای تعیین موقعیت صنعت یا سازمان به کار می‌رود و برای تشکیل آن باید نمرات حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی را در ابعاد عمودی و افقی آن قرار داد تا جایگاه صنعت یا سازمان در بازار مشخص گردد و بتوان استراتژی‌های مناسبی را برای آن مشخص کرد. این ماتریس منطبق بر ماتریس SWOT است و استراتژی‌های مناسب برای سازمان را مشخص می‌کند.



شکل ۱- الگوی ارزیابی و انتخاب استراتژی روش تجزیه و تحلیل SWOT به شکل نظام‌یافته هر یک از عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها را که در مرحله قبل شناسایی شده‌اند مورد تحلیل قرار داده و استراتژی‌های متناسب با موقعیت را منعکس می‌سازد.

در مدل SWOT پس از فهرست نمودن هر یک از عوامل چهارگانه قوت، ضعف، فرصت و تهدید که در مرحله قبل شناسایی شده و نوشتن آنها در سلول‌های مربوطه به خود بر حسب ترتیب

Path to the
FUTURE



interpack
alliance



interpack و drupa
برگزار می کنند
تخصصی ترین نمایشگاه
چاپ و بسته بندی در ایران



نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی

The International Exhibition of IPAP and pacprocess Printing and Packaging

EXHIBIRAN Fairground, Shahr-e Aftab Complex
12 to 15 October, 2017
Visiting Hours: 10 AM - 6 PM

نمایشگاه بین المللی شهرآفتاب
۲۰ الی ۲۳ مهرماه ۱۳۹۶
ساعت بازدید: ۱۰ الی ۱۸



شرکت بروساز رویداد پارس | تلفن های تماس: داخلی ۵۰۴۹ ۵۱-۳۱۵۱۹ | ۵۱-۳۵۰۹۹۶۳۰-۹ | ۵۱-۸۸۳۰۱۸۰۶ | ۰۹۱ ۸۲۹ ۶۲۳۸

www.pacprocess-tehran.com www.ipapexpo.ir www.eventsportal.ir www.exhibiran.com info@ipapexpo.ir

امتیاز وزن دار از محل تلاقی هر یک از آنها استراتژی‌های مورد نظر حاصل می‌گردد. بنابراین همواره این ماتریس منجر به چهار دسته استراتژی ST، WT، WO، SO می‌شود. در جدول ۱ ماتریس تجزیه و تحلیل SWOT نشان داده شده است.

عوامل استراتژیک	فهرت ضعیفها (W)	فهرت قوتها (S)
استراتژی‌های WO	استراتژی‌های SO	فهرت فرصتها (O)
استراتژی‌های TW	استراتژی‌های ST	فهرت تهدیدها (T)

جدول ۴- ماتریس تجزیه و تحلیل SWOT استراتژی‌های SO: در اجرای استراتژی‌های SO می‌توان با استفاده از نقاط قوت داخلی از فرصت‌های خارجی به نحو حداکثری، بهره‌برداری کرد. هر سازمانی علاقه مند است که همیشه در این موقعیت قرار داشته باشد تا بتواند با بهره‌گیری از نقاط قوت داخلی از فرصت‌ها و رویدادهای خارجی حداکثر استفاده را ببرد.

استراتژی‌های WO: هدف از استراتژی‌های WO این است که از مزیت‌هایی که در فرصت‌ها نهفته است در جهت جبران نقاط ضعف استفاده شود.

استراتژی‌های WT: هدف در اجرای استراتژی‌های WT کم کردن نقاط قوت و ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. در چنین موقعیتی وضعیت نامناسب بوده و در وضع مخاطره آمیز قرار خواهیم گرفت و باید سعی کنیم با انحلال، واگذاری، کاهش عملیات، ادغام و سایر روش‌ها از چنین وضعیتی پرهیز نماییم.

استراتژی‌های ST: در این نوع استراتژی تلاش می‌گردد تا با استفاده از نقاط قوت داخلی برای جلوگیری از تأثیر منفی تهدیدات خارجی، ساز و کارهایی در پیش گرفته شود و یا تهدیدات را از بین برد.

به این ترتیب با استفاده از ماتریس SWOT فهرستی از استراتژی‌های مختلف در چهار گروه متفاوت بدست می‌آید. با استفاده از ماتریس QSPM می‌توان این تحلیل را پایان داد. علاوه بر ماتریس سوات و تحلیل QSPM می‌توان از رویکردهایی مانند AHP- TOPSIS نیز استفاده کرد.

تحلیل SWOT به زبان ساده

با چشمان باز اگر بخواهیم قدم برداریم، حتماً باید نگاهی بیندازیم اول به خودمان و وضعیتی که در آن هستیم (ضعف‌ها و قدرت‌هایمان) و سپس فرصت‌ها و تهدیداتی را که رو به رویمان است، بررسی کنیم و این یعنی تحلیل SWOT: مخفف کلمات strengths: نقاط قوت، Weaknesses: نقاط ضعف، Opportunities: فرصت‌ها، Threats: تهدیدها، است. این روش برای اولین بار توسط این افراد: «Kenneth Andrews»، «Roland Christensen»، «Learned»، «William D. Book» مطرح شد.

تحلیل SWOT قبل از ورود به هر بازار و به طور کلی هر زمانی که می‌خواهیم بازخورد فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغاتمان را افزایش دهیم بسیار ضروری است. در این روش، همه اِلمان‌های داخلی و خارجی شرکت بررسی می‌شود و با کشف نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها، شرکت شما آمادگی بیشتری در برابر پیش آمدهای آتی بازار خواهد داشت.



موارد اصلی کاربرد تحلیل SWOT این موارد سه گانه زیر است:

- در ابتدای طراحی کمپین‌های بازاریابی
- اتخاذ سیاست‌های کاری متفاوت در کسب و کارتان
- کشف موقعیت‌های مناسب برای اعمال تغییرات در شرکت

آندرو چارژ، مدیرعامل شرکت Money Crashers در این باره استفاده از تحلیل swot می‌گوید: «اشتباه اکثر مدیران این است که روند چنین تحلیلی را نادیده می‌گیرند و به یک حساب سرانگشتی و ذهنی راضی می‌شوند. اما هر کسب و کاری نیازمند دقیق‌ترین نوع تحلیل SWOT است.» نیز شاوون والش، مدیر و مالک شرکت Paradigm Computer Consulting اعتقاد دارد که تحلیل SWOT باید به صورت تیمی صورت گیرد او در این باره گفته است: «بهتر است که علاوه بر رئیس شرکت و مدیران بازاریابی، دیگر کارمندان شرکت نیز درگیر فرآیند تحلیل SWOT باشند و آن‌ها نیز در شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها و نقاط قوت و ضعف شرکت، سهمی داشته باشند. به نوعی تحلیل SWOT کسب و کارتان را به صورت تیمی انجام بدهید.»

معمولاً تهدیدهای خارجی و نقاط ضعف داخلی شرکت را رو به روی هم قرار نمی‌دهیم؛ هرچند ممکن است گاهی نیاز باشد تا آن‌ها را کنار هم داشته باشیم تا مثلاً بتوانیم از تمام خطرات جدی شرکت، یک‌جا آگاه شویم و بتوانیم برای آن راهکار بیندیشیم (این موضوع در مورد نقاط قوت و فرصت‌های شرکت نیز صادق است.) وقتی که از همه ریسک‌های کسب و کارتان مطلع شدید، می‌توانید تصمیم بگیرید که آیا: «نقاط ضعف داخلی کسب و کارم را برطرف کنم؟» یا فعلاً قید آن بخش از بازار را که تهدیداتی برایم دارد بزنم و بگذارم برای وقتی دیگر که آمادگی مقابله با آن را دارم.

عوامل درونی

دو حرف اول (S) و (W) که بیانگر نقاط قوت و ضعف هستند، هر دو از عوامل درونی مربوط به کسب و کارتان هستند. عوامل درونی مانند موارد

زیر که شما باید ببینید که در هر کدام از آن‌ها چه نقاط ضعف و قوتی دارید:

- مسائل مالی: مانند بودجه، منبع درآمد، بدهی و...
- ارتباطات بازاریابی: ویزیتورهای باتجربه، سیستم توزیع کالای قوی، خوش‌نامی و...
- منابع فیزیکی: مانند موقعیت مکانی شرکت‌تان (همان آدرس دفتر)، امکانات و تجهیزات شرکت‌تان و...
- منابع انسانی: کارکنانتان، طرفداران برندتان (و البته منتفران از برندتان!) و...

مسائل حقوقی: ثبت اختراع، حق مالکیت معنوی (که در ایران عملاً کاربردی ندارد)، ثبت برند و سایر مسائل حقوقی و... ممکن است نقاط قوت یا ضعفی خارج از دسته‌بندی فوق داشته باشید. این دسته‌بندی صرفاً یک نوع راهنما برای بهتر پیدا کردن نقاط قوت و ضعف‌تان است.

عوامل بیرونی

این عوامل، یا به صورت مستقیم یا به صورت غیرمستقیم بر کسب و کار شما تأثیر خواهد گذاشت. حالا ممکن است از دل آن فرصت‌هایی بیرون بیاید، یا از بخت بد، تهدیدهایی را به کسب و کارتان تحمیل کند:

- وضعیت بازار: مانند محصولات جدید، تکنولوژی جدید یا مثلاً تغییر نیازهای مشتری
- وضعیت اقتصادی: وضع اقتصادی شهر، کشورتان یا جهان
- بودجه‌رسانی: مثلاً وام‌های مختلف یا تخفیف‌های مالیاتی و...
- ارتباطات: فرصت‌ها و تهدیداتی که در ارتباطات‌تان (مثلاً با تامین‌کنندگان، سهام‌داران، شرکای تجاری و...) پیش می‌آید.
- وضعیت سیاسی: قوانین جدید مجلس، طرح‌های ریاضت اقتصادی، طرح‌های حمایت از تولید داخلی و...
- تقویم: ماه رمضان، زمستان سرد، عید نوروز، گرمای تابستان، ایام امتحانات و...

زمانی که نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها را شناسایی کردید چنان که پیش از این گفته شد می‌توانید از ماتریس SWOT برای طراحی یک استراتژی مناسب برای فعالیت‌هایتان کمک بگیرید. موفق باشید.

صنایع بسته بندی و الا

چاپ فلکسو ۲، ۳ و ۴ رنگ



- PLC با صفحه نمایش لمس قابلیت ذخیره سازی و شتاب دادن به تغییر دستورالعمل را دارد.
- تمامی سیلندرها و غلطک ها جهت رسیدن به سبکی ایده آل با کرم پوشیده شده اند.
- المنت الکتریکی، المنت پنوماتیک و باتلاق از برندهای معروف این المثل می باشد.
- مواد و قسمتهای مونتاژ شده دستگاه از کیفیت بالایی برخوردار است.

دایگات فلی در ابعاد مختلف



دایگات اتومات



دایگات طلاکوب اتومات



سلفون کشی مدارلی تمام اتوماتیک



پنجره مسبانی اتومات



معبه و کارتن مسبانی نیمه اتومات



دوخت کارتن پدالی نیمه اتومات



دوخت دوپرتیکه تمام اتومات



استاکر



مک پالت در سایز مختلف



لمینت دستی



دستگاه لمینت اتومات





مذاکره موفق، سود حداکثری برای طرفین

■ آرش حبیبی

یکی از کارهای معمول و روزانه صاحبان مشاغل و حرف مذاکره با ارباب رجوع است. ارباب رجوع تمایل دارد قانع شود که حداکثر منفعت مالی را در انجام کار توسط صاحبان حرف نصیب خود کرده است. این تمایل دست‌کم برای تعداد زیادی از صاحبان مشاغل نیز هست. چه باید کرد؟ این مطلب در باره حداکثر کردن منافع طرفین مذاکره برای صاحبان مشاغل با مشتریان است. خواندن آن خالی از فایده نیست.

در مذاکرات باید به منافع موجود در موضوعات توجه کرد و نباید تمرکز خود را بر وضع عنوان شده و گفتارها و خواسته‌های ظاهری طرف معطوف کنیم، به عبارت دیگر، در مذاکرات باید به آنچه موجب ایجاد منافع برای دو طرف می‌شود، توجه کرد و تمرکز بر موضع، الزامات موجب یک توافق منطقی نخواهد شد.

هدف مذاکره درگیر کردن طرفین مذاکره‌کننده با بخشی از منافع موجود در مذاکره نیست، بلکه هدف مذاکره درگیر کردن طرفین مذاکره با حداکثر منافع مشروع موجود در مذاکره است.

به عبارت دیگر، هدف مذاکره سازش یا حد وسط چیزی را گرفتن نیست، هدف مذاکره، بازی کردن با تمامی شرایط موجود در موضوع مذاکره است که هر کدام از طرفین به‌رغم تفاوت در نوع نگاهشان به موضوع، بتوانند از حداکثر منافع بالقوه بهره‌برداری کنند. همان‌طور که عنوان شد، برای رسیدن به این منافع باید نیاز طرف را درک کرد، نه خواسته وی را.

وقتی به نیاز طرف متمرکز می‌شویم، دلیل و چرایی بروز خواسته را متوجه می‌شویم. پس، در مواردی که قادر نیستیم خواسته یا موضع طرف را برآورده کنیم یا قائل به برآورده کردن آن نمی‌باشیم، از طریق تمرکز بر روی نیاز می‌توانیم راه دیگری را برای رسیدن به منافع دو طرفه معرفی کنیم که هماهنگی بیشتری با شرایط وضعیت ما دارد. باید توجه کرد در بحث تجارت و صنعت، شرایط قراردادهای بسیار متنوع است.

متأسفانه بسیاری از افراد یا شرکت‌ها یا سازمان‌ها قبل از هر چیزی در مذاکرات خود به بحث قیمت می‌پردازند، باید دانست که قیمت آخرین موضوعی است که باید مورد بررسی قرار گیرد نه اولین آنها؛ زیرا با تغییر سایر شرایط قرارداد عملاً می‌توان ارزش قیمت یک کالا را بالا یا پایین آورد. از مواردی که می‌تواند بر ارزش قیمت‌گذاری تأثیر زیادی بگذارد، می‌توان شرایط پرداخت، تعداد یا دفعات درخواست محصول، گارانتی و تضمین‌های مختلف، مکان ارائه محصول و غیره را نام برد.

بنابراین مذاکره‌کننده باید بداند در صورت اصرار طرف روی یک قیمت معین می‌تواند از طریق سبک و سنگین کردن سایر شرایط، مسیری را طراحی کند که هر دو طرف به سودآوری لازم برسند. در مذاکرات، برای درک نیازهای شخصی مقابل، از کلمه یا مفهوم «چرا» استفاده می‌کنند که به آن «چرای مقدس» می‌گویند. البته استفاده از خود کلمه چرا می‌تواند در برخی مذاکرات مقداری بی‌ادبانه جلوه کند. بدین رو منظور اصلی از چرای مقدس آن است که دلیل خواسته در قالب جملات سوم شخص یا مجهول، به طرز مودبانه‌ای ادا شود. به جملات زیر توجه کنید:

الف) می‌توانیم دلیل درخواست مطرح شده را جویا شویم؟

ب) اگر اجازه بدهید، می‌خواستم ببینم چه چیزی باعث شده است که این درخواست مطرح شود؟

ج) اگر دلیل درخواست مطرح شده را بفهمم، قطعاً پاسخ بهتری می‌توانم بدهم.

انسان‌ها همانند یک کوه یخی هستند ده درصد آنها بالای آب و نود درصد آنها زیر آب است. در مذاکرات

بایستی با مطرح کردن مفهوم چرای مقدس، به نود درصد پنهان و قصد نامشخص آنها پی برد تا بتوان بهترین راه را برای حل مساله پیدا کرد. پس اولین قدم در این اصل پی بردن به منافع طرف مقابل است. همان‌طور که اشاره شد این موضوع با تکیه بر تشخیص نیازهای طرف و اینکه چرا این درخواست را دارد نه اینکه چه درخواستی دارد، انجام می‌شود. در مواقعی که به جای دو نفر تعداد بیشتری در مذاکره حضور داشته باشند، پیدا کردن منافع چند طرفه، کاری دشوار می‌شود ولی غیرممکن نخواهد بود.

در مثال بازرگانی که می‌خواست با خرید طعمی هم خود و هم طوطی و هم چهارپایش را تغذیه کند، می‌بینیم که فرد با انتخاب هندوانه و اختصاص هسته هندوانه به طوطی، پوست به چهار پا و خود میوه به خود با یک تصمیم قادر شد هر سه را به حداکثر منافع موجود در یک هندوانه برساند، در صورتی که می‌توانست با تقسیم بر سه کردن هندوانه، عملاً هر سه موجود را با بخش‌هایی از هندوانه درگیر کند که عملاً قادر به رفع نیازهای آنها نبود، شایسته تأکید است که در مذاکرات درک تفاوت بین نیاز و خواسته از ضروریات است. برای درک تفاوت بین نیاز و خواسته مثالی دیگر ارائه می‌شود.

استفاده از آب برای رفع تشنگی می‌توان از سایر نوشیدنی‌ها همچون آب میوه، چای، نوشابه و غیره استفاده کرد. اینکه آب را نیاز در نظر بگیریم، یعنی عملاً توانمندی خود را برای رفع نیاز واقعی طرف محدود کرده‌ایم و این‌گونه اشتباهات نیز می‌تواند مسیر مذاکرات را به سادگی منحرف کند.

در هنگام اجرای این اصل، پس از تشخیص نیازهای طرف مقابل بدون هیچ‌گونه پیش‌داوری یا قضاوت، منافع مشروع خود را نیز فهرست می‌کنیم. چون باید بدانیم که طی فرآیند مذاکره می‌خواهیم به چیزی برسیم. اینکه ما به منافع خود آگاه نباشیم، موجب می‌شود حداکثر در مورد موضوعاتی صحبت کنیم که منافع طرف مقابل را در پی خواهد داشت و منافع ما بدون توجه باقی خواهد ماند. پس از فهرست کردن منافع مشروع خودمان، برای آشنایی با آنها در هنگام مبادله امتیازات، آنها را ارزیابی می‌کنیم و پس از ارزیابی آنها به اولویت‌بندی آنها می‌پردازیم. اولویت‌بندی منافع از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا در صورت عدم اولویت‌بندی، امکان دارد در جایی که لازم نیست، امتیاز بیشتری از دست بدهیم یا برخی مواقع، بحث روی موضوعات بی‌اهمیت را بی‌دلیل طولانی‌تر کنیم. پس از اولویت‌بندی منافع خودمان، به منافع طرف مقابل نیز فکر می‌کنیم که قبلاً از طریق چرای مقدس در مورد آن تحقیق کافی کرده‌ایم. ماحصل فرآیندهای بالا در نهایت رسیدن به راه‌حل‌هایی است که بتواند طرفین را به منافع موردنظرشان برساند.

منبع: کتاب اصول، فنون و هنر مذاکره



برگزارکننده
نمایشگاه



ششمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی

چهارمین پاپوین چاپ دیجیتال مشهد
۱ الی ۴ آذرماه ۱۳۹۶ نمایشگاه بین‌المللی مشهد

The 6th International Exhibition of
PRINTING & PACKAGING

Mashad Int'l Exhibition Center
Opening Hours: 4-10 PM

22-25 Nov., 2017
ساعت بازدید: ۱۶ الی ۲۲



۰۹۰۱ ۸۲۹ ۶۲۳۸

۰۲۱-۸۸۳۰۱۸۰۶

۰۵۱-۳۱۵۱۹

شما برای این رویداد چه برنامه‌ای دارید!

www.eventportal.ir

info@eventportal.ir

info@ipapexpo.ir



طرح بازاریابی در فعالیت‌های خدماتی

■ امیر بختیابی، شادی گلچین‌فر

شروع فعالیت‌های تولیدی و سرمایه‌گذاری همیشه با مطالعه و برنامه‌ریزی علمی همراه است. در شرکت‌های بزرگ قبل از شروع عملیات تولید، گروه تحقیقات و بازاریابی برای امکان‌سنجی در مورد مقبولیت کالا و نیاز بازار فعالیت‌های خود را آغاز می‌کند. شروع فعالیت‌های تولیدی و سرمایه‌گذاری همیشه با مطالعه و برنامه‌ریزی علمی همراه است. در شرکت‌های بزرگ قبل از شروع عملیات تولید، گروه تحقیقات و بازاریابی برای امکان‌سنجی در مورد مقبولیت کالا و نیاز بازار فعالیت‌های خود را آغاز می‌کند. همچنین در شرایطی که کالاهای تولید شده، فروش نمی‌روند و یا در رقابت با کالاهای مشابه، از بازار مناسبی برخوردار نیستند لازم است تا گروه تحقیقات و بازاریابی وارد عمل شده و برنامه‌ریزی‌ها و مطالعات لازم را برای دستیابی به اطلاعاتی در مورد موقعیت بازار و کالا انجام دهد. تمامی فعالیت‌های گروهی و انفرادی برای بازاریابی یک کالا باید حساب شده و در قالب‌های مشخصی تدوین شود و فعالیت‌های بدون مطالعه و برنامه‌ریزی باید حذف شود. برای این منظور در بازاریابی هر کالا باید برنامه مربوط به آن کالا را با دقت و مطالعه فراوان تهیه کرد و در اختیار مدیران گذاشت تا تصمیم‌گیری‌های لازم را بر اساس آن انجام دهند.



مراحل آماده‌سازی طرح بازاریابی

طرح بازاریابی یکی از بخش‌های مهم طرح کسب و کار (Business Plan) به شمار می‌آید. از این رو فرآیند برنامه‌ریزی بازاریابی بخش مهمی از فرآیند برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی سازمان‌ها تلقی می‌شود. طرح بازاریابی اهداف بازاریابی را تعیین می‌کند و راهبردهای دستیابی به آنها را پیشنهاد می‌دهد. نباید فراموش کرد که این طرح تمام اهداف و راهبردهای سازمان را دربر نمی‌گیرد.

■ طرح بازاریابی چیست؟

اصطلاح طرح بازاریابی برای تشریح روش‌های به‌کارگیری منابع بازاریابی برای رسیدن به اهداف بازاریابی به کار می‌رود. تقسیم‌بندی بازار، شناخت جایگاه بازار، پیش‌بینی اندازه بازار و برنامه‌ریزی سهم عملی بازار در مفهوم طرح بازاریابی جای می‌گیرند.

■ مزایای طرح بازاریابی

طرح بازاریابی مزیت‌های قابل توجهی برای سازمان‌ها و شرکت‌ها ایجاد خواهد کرد. برخی از این مزایا عبارتند از: «استفاده بهتر از منابع شرکت»، «شناخت فرصت‌های بازاریابی»، «تقویت روحیه جمعی»، «تثبیت هویت سازمانی»، «کمک به سازمان در دستیابی به اهداف».

■ ساختار طرح بازاریابی

چارچوب کلی نوشتن یک طرح بازاریابی از ساختار زیر تبعیت می‌کند و محتوای آن نیز بر اساس برآوردها و مطالعات انجام شده تغییر خواهد کرد.

■ خلاصه مدیریتی

این بخش شامل اطلاعاتی جامع و سطح بالا از برنامه بازاریابی است که در اختیار مدیران قرار می‌گیرد و آنها را به مطالعه جزئیات طرح راغب می‌سازد. از آنجا که غالب مدیران همواره دچار کمبود وقت هستند، طرح بازاریابی را با عجله و نگاهی گذرا بررسی می‌کنند و در نتیجه ممکن است پیام و منظور اصلی طرح را به روشنی درک نکنند. از این رو لازم است چکیده کاملی از طرح را در یک و حداکثر دو صفحه تهیه کرده و در چند خط پایانی نیز اطلاعات مربوط به مسائل مالی مورد نیاز ذکر شود. این خلاصه به عنوان یک ابزار ارتباطی برای کارمندان و مشتریان بالقوه که می‌خواهند از ذهنیات و اندیشه‌ها آگاه شوند از اهمیت زیادی برخوردار است.

■ تحلیل موقعیت

یکی از بخش‌های مهم و برجسته در یک طرح بازاریابی تحلیل موقعیت است که از جنبه‌های مختلف تهیه و ارائه می‌شود. تحلیل شرکت، تحلیل مشتری، تحلیل رقیب، تحلیل همکاران، تحلیل محیط و تحلیل SWOT از جمله تحلیل‌هایی است که در این بخش می‌بایست صورت‌پذیرند. SWOT نوعی تجزیه و تحلیل سازمانی است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد منابع داخلی خود را در دوره‌های قدرت و ضعف تجزیه و تحلیل کرده و آنها را در برابر محیط خارجی در دوره فرصت‌ها و تهدیدها با هم هماهنگ کنند.

■ بخش‌بندی بازار

در این قسمت بر اساس اولویت‌های مختلف، نسبت به بخش‌بندی بازار اقدام می‌شود. اطلاعات مربوط به هر یک از این بخش‌ها بر اساس مواردی مانند درصد فروش، نیازهای بازار، نحوه مصرف، نحوه دسترسی و میزان حساسیت به قیمت، استخراج می‌شود.

■ راهبردهای بازاریابی تناوبی

این قسمت از کار با تهیه لیستی از پیشنهاد‌های مختلف قبل از رسیدن به راهبرد نهایی همراه است. برای این کار باید اولویت‌هایی را تعیین کرد. اولویت‌ها شامل تخفیف در قیمت محصولات، نحوه بازاریابی نام تجاری، موقعیت‌یابی به وسیله بازپزه دادن، محصولات با ارزش و... است.

راهبردهای گزینش شده بازاریابی: در این قسمت باید به علل گزینش یک راهبرد خاص پرداخت. برای این منظور می‌بایست شاخص‌های بازاریابی مختلط که شامل محصول، قیمت، توزیع و ترویج است مورد توجه قرار گیرند.

محصول: مباحث مربوط به محصول باید در مورد مزایای استفاده از محصول باشد و به تشریح مواردی از قبیل نام تجاری کالا، کیفیت، خدمات پس از فروش و... بپردازد.

قیمت: بحث در مورد راهبردهای قیمت شامل متغیرهای لیست قیمت، تخفیف‌ها، شرایط پرداخت و... می‌شود.

توزیع: موارد مربوط به توزیع شامل کانال‌های مختلف توزیع، واسطه‌ها، امور لجستیک شامل جابه‌جایی، انبار و پیگیری سفارشات است.

ترویج: شامل فعالیت‌های مربوط به روابط عمومی، برنامه‌های تبلیغاتی، فروش شخصی و... است.

■ برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت

در این قسمت بر اساس مراحل بالا برای پیاده‌سازی طرح، برنامه‌ریزی و زمان‌بندی‌های لازم صورت گرفته و زمان دستیابی به هر یک از اهداف تعیین شده ذکر می‌شود.

بخش پایانی شامل خلاصه‌ای است از مطالب تهیه شده در بخش‌های قبل که بیان‌کننده نتایج طرح است. از جمله موارد مربوط به این بخش می‌توان ضمیمه‌ها، آمار و برآوردهای بازار، جداول، سود و... را نام برد.

■ آماده‌سازی طرح بازاریابی

برای طرح‌ریزی برنامه بازاریابی می‌بایست از پیش اهداف و استراتژی‌های شرکت تعیین شده باشد. این اهداف و استراتژی‌ها توسط مدیران عالی شرکت تعیین خواهند شد. مراحل آماده‌سازی طرح بازاریابی در نمودار نشان داده شده است.

■ اهداف بازاریابی

پس از تجزیه و تحلیل وضعیت، می‌توان نسبت به تعیین اهداف بازاریابی اقدام کرد. هدف بازاریابی ایجاد تعادل بین محصولات و بازارهای شرکت است. در واقع هدف بازاریابی تعیین می‌کند که چه کالاهایی در چه بازارهایی به فروش می‌رسند. اهداف بازاریابی باید قابل تعریف و اندازه‌گیری باشند تا جهت‌گیری به سمت یک هدف دست‌یافتنی باشد. اهداف باید تعریف شوند تا بتوان عملکرد واقعی را با آنها مقایسه کرد. اهداف را می‌توان در قالب قیمت یا سهم بازار بیان کرد.

■ استراتژی بازاریابی

استراتژی بازاریابی عبارت است از روش رسیدن به هدف بازاریابی. استراتژی روش انتخاب شده برای دستیابی به هدفی مشخص و ابزار رسیدن به این هدف را در چارچوب زمانی تشریح می‌کند. البته این روش‌ها شامل جزئیات کار نیست که به صورت روزانه پیگیری می‌شود. به طور کلی استراتژی‌های بازاریابی به آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، ترویج و توزیع) مربوط می‌شوند.

■ تاکتیک‌های بازاریابی

تاکتیک‌های بازاریابی تبدیل استراتژی به برنامه‌های کار است. هر برنامه کاری شامل جایگاه فعلی شرکت، اهداف و فعالیت‌های شرکت، مسئولیت‌ها، زمان شروع و پایان کار و هزینه‌ها می‌شود.

■ اجرا، کنترل و ارزیابی

پس از تدوین برنامه بازاریابی می‌بایست برنامه مذکور اجرا شده و سپس نتایج به دست آمده به منظور ارزیابی اقدامات انجام شده با اهداف مقایسه شوند. پس از مقایسه نتایج با اهداف از پیش تعیین شده است که می‌توان در اهداف شرکت بازنگری کرد.

بازرگانی شالچیان

تنها وارد کننده انحصاری محصولات

Perfect

فنرهای دوبل

دستگاههای صحافی

دستگاههای لمینت

۱۱-۱۰۴۱۱۸۵۵ (۰۲۱)

۸۵۸۱۳۴۱۲۹

m e g h d a d 1 3 4 @ y a h o o . c o m

w w w . d a t i s - c o . c o m

بنیان ماتریکس

تعبیه تولید کننده زیر سازی خطوط جعبه و کارتن در ایران

تضمین کننده کیفیت و سرعت

همراه با قیمتی مناسب

آیا میدانید که استفاده از ماتریکس

علاوه بر بالا بردن سرعت تعداد باطله شما را

در هنگام جعبه چسبانی به حداقل ممکن می رساند

۳۳ ۹۵ ۷۲ ۳۳ - ۳۳ ۹۵ ۶۶ ۴۰

ابعاد ماتریکس	مورد استفاده پیشنهادی
1 × 0.3	مقوا کمتر از ۲۲۰ گرم
1.2 × 0.3	مقوا ۲۲۰ تا ۲۸۰ گرم
1.4 × 0.4	مقوا ۲۸۰ تا ۳۵۰ گرم
1.5 × 0.5	مقوا ۳۵۰ تا ۴۰۰ گرم
1.6 × 0.5	مقوا ۴۰۰ تا ۴۵۰ گرم
0.7 × 2.4	کارتن ای فلوت و بی فلوت به همراه لمینت





آشنایی با مالیات بر ارزش افزوده

■ دکتر محمدعلی حقی

مالیات مهم‌ترین ابزار انحصاری در اختیار دولت برای تحصیل درآمد و اعمال حاکمیت و پوشش دادن هزینه‌های عمومی در راستای اهداف اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی مورد انتظار جامعه است. دولت با دریافت مالیات از اشخاص حقوقی و حقیقی (بنگاه‌ها و افراد) از توانایی مالی و قدرت خرید آنان می‌کاهد و این توانایی را به خود منتقل می‌سازد. اخذ مالیات به هر صورت ضد انگیزه تولید و سرمایه‌گذاری است و از دیدگاه مؤدی نمی‌تواند مثبت تلقی گردد. از این روست که از دیدگاه فریدمن اقتصاددان معروف میزان مالیات هر چه کم باشد باز هم زیاد است و لذا اخذ مالیات از اشخاص در صورتی توجیه‌پذیر است که دولت در مقابل مالیات دریافتی کالاها و خدمات عمومی مورد نیاز جامعه را که ایجاد زیرساخت‌ها و برقراری فضا و امنیت لازم برای تولید و سرمایه‌گذاری و حفظ حقوق مالکیت اشخاص باشد فراهم سازد. باید مؤدیان توجیه شوند که دولت حداقل جبران عدم‌النفع مالیات دریافتی را می‌نماید. با جهانی شدن اقتصاد ابراز مالیاتی از حساسیت خاصی برخوردار گردیده و با افزایش آگاهی اشخاص مالیات ستانی دولت‌ها به سهولت گذشته نیست و بحث حاکمیت شایسته و نوع مالیات دریافتی بطوری که کمترین اثر بی‌انگیزگی تولید و سرمایه‌گذاری را داشته باشد مطرح است. در این مقاله با مالیات بر ارزش افزوده آشنا خواهید شد.

و مالیات‌های غیرمستقیم و یا مالیات بر مصرف و فروش از دیدگاه اقتصادی از مطلوبیت لازم برخوردار نبود، هر چند مالیات بر واردات به منظور حمایت از تولید داخلی و بر مصرف پاره‌ای کالاهای لوکس و غیرضروری و زیان‌آور در مواردی انحصاری نظیر دخانیات و مشروبات الکلی به دلیل عدم ضرورت و یا زیان مصرف آنها رایج بود.

بررسی تحولات مالیاتی کشورها نشان از آن دارد که با یکپارچگی اقتصادی و گسترش رقابت و کاهش شدید عمر سرمایه‌گذاری‌ها، به دلیل تغییرات روز افزون تکنولوژیکی نیاز به حفظ درآمد بنگاه‌ها برای تجدید سرمایه‌گذاری شتاب گرفته و دولت‌ها را بر آن داشته که نگرش خود را به نوع مالیات تغییر دهند و مالیات بر مصرف و یا فروش را جایگزین مالیات بر درآمد کنند و از بار مالیاتی بنگاه‌ها به شدت بکاهند و اصطلاحاً بار مالیاتی را از تولید به مصرف انتقال دهند تا انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری مجدد در بنگاه‌ها فراهم شود و زمینه اشتغال‌زایی و عرضه بیشتر کالاها و خدمات با بهای ارزان‌تر مهیا گردد و مصرف‌کننده نهایی که کالاها و خدمات را به بهای ارزان‌تر خریداری می‌کند مالیات دولت را پرداخت کند. بررسی نرخ تورم در دو دهه اخیر به خصوص در کشورهای توسعه‌یافته شاهد این نظریه است.

■ سرمایه کمیاب و نرخ تسهیلات بالا

مطالعات متعددی که در زمینه سرمایه‌گذاری‌ها صورت گرفته مبین آن است که حجم سرمایه‌گذاری‌ها در بنگاه‌های موجود و یا از طریق ادغام و اشتراک بنگاه‌های موجود در صحنه اقتصاد به خصوص در بخش صنعت، به مراتب بیشتر از سرمایه‌گذاری در ایجاد بنگاه‌های جدید است. به عبارت دیگر تهور و ریسک‌پذیری کارآفرینان حاضر در صحنه اقتصادی و انگیزه آنان برای سرمایه‌گذاری از محل درآمدهای درون بنگاه خویش به خصوص در کشورهای نظیر ایران که سرمایه عامل کمیاب است و نرخ تسهیلات نیز بالا است، مهم‌ترین منبع سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال است. معمولاً حدود ۸۰ درصد سرمایه‌گذاری‌ها به طریقی مستقیم یا غیرمستقیم توسط کارآفرینان موجود در صحنه اقتصاد اتفاق می‌افتد و لذا در اخذ مالیات به انگیزه و ریسک‌پذیری این کارآفرینان باید توجه نمود و مالیاتی را اخذ کرد که موجب افزایش انگیزه سرمایه‌گذاری گردد، به خصوص اگر نرخ بیکاری بالا باشد.

■ ضد انگیزه مالیات بر ارزش افزوده کم است

از ویژگی مهم مالیات بر ارزش افزوده آن است که بنگاه‌ها پرداخت‌کننده آن نیستند بلکه مصرف‌کننده نهایی پرداخت‌کننده است و لذا برای کارآفرینان و بنگاه‌ها ضدانگیزه به مراتب کمتری نسبت به مالیات بر درآمد دارد. در این نوع مالیات بنگاه‌ها به نمایندگی از دستگاه مالیاتی نقش مأمور وصول مالیات از مصرف‌کننده و پرداخت آن به دولت را دارند که

■ مالیات و شکنندگی بازار سرمایه

در شرایط رقابت آمیز امروز اقتصاد، حاشیه سود بنگاه‌ها آنچنان باریک و حساس شده که با مختصر تغییر در قوانین و مقررات مالیاتی، سرمایه‌ها نه تنها در سطح ملی و در بین بخش‌ها بلکه در سطح جهانی به سرعت جابه‌جا می‌شود و از کشوری به کشور دیگر انتقال می‌یابد. از این رو سیاست مالیاتی دولت در هدایت منابع به سوی اهداف خاصی چون سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی، کاهش نرخ تورم، تخصیص منابع و توزیع درآمد اهمیت خاصی دارد. بطوری که مجموع مقررات مالیاتی هر کشور و نوع مالیات می‌تواند به نحوی طراحی شود که انگیزه لازم برای هدایت سرمایه‌ها به سوی اهدافی خاص رهنمون گردد و موجب شود سرمایه‌گذار و کارآفرین با بهره‌گیری از توانایی‌های خویش و تأمین منابع از درون و برون بنگاه خویش به سرمایه‌گذاری و عرضه فراوان‌تر کالاها و خدمات روی آورد.

مالیات می‌تواند بر درآمد، بر ثروت و بر مصرف اشخاص وضع شود و وضع هر مالیات جدید و یا تغییر نرخ هر یک از مالیات‌های فوق تابع شرایط و نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه‌ای است که مالیات برای آن وضع می‌شود. چه وضع هر مالیاتی گروه و یا طبقات خاصی را بیشتر از سایر گروه‌ها و طبقات تحت تأثیر قرار می‌دهد و معمولاً موجب تغییر ساختار درآمد، تولید و مصرف در دراز مدت شده و عکس‌العمل‌هایی را در نفی و قبول آن در کوتاه‌مدت به همراه دارد.

مروری بر قوانین مالیاتی کشورها گویای آن است که هر سه مالیات، البته تحت نام‌های مختلف در بیشتر کشورها رایج است و دولت‌ها با تغییر نرخ و افزایش و کاهش دامنه شمول هر یک از آنها نیازهای مالی خود را تأمین و سیاست‌های مورد نظر خود را اعمال می‌کنند. دیدگاه‌های اقتصادی سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم و به خصوص دو دهه آخر قرن بیستم دگرگونی عمیقی را در نوع و ساختار مالیاتی کشورها بوجود آورده است. دیدگاه‌های اقتصادی قبل از جنگ دوم و تا حدی دو دهه بعد از آن مالیات مستقیم یا مالیات بر درآمد را بهترین می‌دانست و تلاش و توجه دولت‌ها بر اخذ اینگونه مالیات‌ها بود





www.ATZMEDIA.ir

زینک حرارتی

 MAX PLATE

- ◆ کیفیت و وضوح بالا
- ◆ کمترین میزان مصرف انرژی
- ◆ سازگار با تمام داروهای موجود در بازار
- ◆ مناسب برای طیف های گوناگون کارهای چاپی
- ◆ قابل ارائه در سایزهای مختلف با ضخامت ۰.۱۵ و ۰.۳ میلی متر

با MAX PLATE آرامش را تجربه کنید.

اصفهان ، خیابان میرداماد ، بن بست لاله ، ساختمان بهار ، واحد ۶

تلفن : ۰۳۱-۹۵۰۲۴۵۷۵-۸

   > ۰۹۳۸ ۰۰ ۵۶۰ ۰۱

بایوستن به اینستاگرام atz.media از پیشنهادات ویژه ما بهره مند شوید.

بی‌تردید بنگاه‌ها از قبول این زحمت و نگاهداری حساب‌های خویش بر اساس معیارهای دستگاه وصول مالیات و زحمتی که بر دوش آنها خواهد افتاد خوشحال نخواهند شد و این موضوع باید در طراحی فرم‌ها توسط دستگاه وصول مالیات کاملاً ملحوظ گردد.

طبق تعریف پذیرفته شده بین‌المللی مالیات بر ارزش افزوده مالیاتی است که در مراحل مختلف تولید توسط مؤدی مالیاتی (بنگاه‌های اقتصادی) جمع‌آوری می‌شود. در نظام مالیات بر ارزش افزوده از مؤدی خواسته می‌شود درصد معینی از ارزش کالاها و خدماتی را که می‌فروشد از خریدار دریافت کند.

■ پرداخت بخشی از مالیات بر ارزش دریافتی به دولت

این درصد در صورت حساب‌های فروش مؤدی به طور جداگانه ثبت می‌شود و خریدار باید از درصدی که از وی گرفته می‌شود کاملاً آگاه و مستند باشد و در فاکتور خرید وی درصد مربوطه ثبت شده باشد. در نظام مالیات بر ارزش افزوده مؤدی تمام مالیاتی را که از خریدار دریافت کرده به دولت پرداخت نمی‌کند، بلکه وی موظف است مالیاتی را که برای مصارف واسطه‌ای (خرید کالاها و خدمات برای فرایند تولید) و تشکیل سرمایه (سرمایه‌گذاری) خویش خریداری کرده از مالیات دریافتی از خریدار کالاها و خدمات تولیدی خود کسر کرده و ما به التفاوت را به دولت پرداخت کند.

میزان مالیات بر ارزش افزوده بر حسب نوع کالاها و خدمات عرضه شده و یا نوع خریدار می‌تواند متفاوت باشد. در ایران پرداخت مالیات بر مصرف هر چند سابقه نسبتاً طولانی دارد و فرآورده‌هایی چون سیگار، اتومبیل، مشروبات، سیمان، تلفن، فولاد و بسیاری از کالاها دیگر مشمول مالیات بر مصرف بوده‌اند ولی مالیات بر ارزش افزوده که در واقع نوعی مالیات بر مصرف است مالیات جدیدی است که حاکمیت درصد اخذ آن است. در این سیستم مالیاتی هر تولیدکننده یا فروشنده کالا یا خدمت مکلف به نگاهداری صورتحساب خرید و فروش کالاها و خدمات خود است. در این صورت حساب مشخصات کالاها و خدمات مورد معامله طبق ضوابطی که دستگاه مالیاتی مشخص می‌کند ثبت می‌گردد و فروشنده موظف به اخذ درصدی از فروش خود به نام مالیات بر ارزش افزوده از خریدار است. وی پس از کسر مالیات بر ارزش افزوده کالاها و خدمات خریداری خود برای فرایند تولید یا سرمایه‌گذاری مابه‌التفاوت را به دستگاه مالیاتی پرداخت می‌کند. تداوم این فرآیند موجب می‌گردد مالیات به عوامل تولید تعلق گیرد و تولیدکننده مالیاتی نپردازد.

■ حذف مالیات مضاعف

پرداخت مالیات بر ارزش افزوده موجب می‌شود که از کالاها و خدمات مالیات مضاعف اخذ نگردد و فقط خریدار نهایی مالیات پرداخت کند و این از جمله مزایای عمده این مالیات است. در حال حاضر که طبق قانون تجميع عوارض از پاره‌ای از کالاها ۳ درصد عوارض دریافت می‌گردد به دلیل روشن نبودن تعریف دقیق کالاها نهایی مصرفی و ناتوانی در تشخیص کالاها نهایی از کالاها واسطه‌ای و سرمایه‌ای از پاره‌ای از کالاها در مراحل مختلف مالیات ۳ درصد اخذ می‌گردد و به تورم دامن زده می‌شود ولی در مالیات بر ارزش افزوده امکان دریافت مالیات

مضاعف لاقفل از دیدگاه نظری منتفی است. البته مشکل عمده دریافت مالیات بر ارزش افزوده ایجاد مزاحمت برای مؤدی و کم اطلاعاتی بنگاه‌ها از مفهوم این مالیات و کمبود فرهنگ پرداخت مالیات توسط مصرف‌کننده است، مشکلی که در حال حاضر در مورد تجميع عوارض وجود دارد و تولیدکننده در بسیاری موارد مجبور است مالیات را خود پرداخت کند. برای دریافت مالیات بر ارزش افزوده لازم است قبل از اجرای قانون به خریداران و جامعه آگاهی لازم داده شود و مأموران دستگاه وصول نیز از آموزش لازم و کافی برخوردار گردند و تدارک لازم برای اجرای این مالیات فراهم گردد. چون اخذ مالیات بر ارزش افزوده با مشکلات اجرایی همراه است. بعلاوه از آنجا که در مراحل اولیه اجرا معمولاً بنگاه‌های بزرگ به خصوص صنایع که وابسته به مکانند (آدرس و مکان مشخص دارند) و بنا بر طبیعت تولید خود مجبور به

بر اساس نرخ ۳ درصد قانون مالیات بر ارزش افزوده نشان می‌دهد.

مراحل فروش	بهای فروش بدون مالیات	بهای فروش با مالیات	ارزش افزوده	مالیات دریافتی از خریدار	مالیات پرداختی به دولت
۱	۲	۳	۴	۵	۶
فروشنده پنبه	۲۵۰	۲۶۰	۱۰	۱۰	۰
فروشنده نخ	۶۰۰	۶۱۸	۱۸	۱۸	۰
فروشنده پارچه	۹۰۰	۹۲۷	۲۷	۲۷	۰
فروشنده لباس	۱۴۰۰	۱۴۴۲	۴۲	۴۲	۰
جمع	۰	۰	۱۰۰	۱۰۰	۰

مراحل محاسبه مالیات ارزش افزوده با نرخ ۳ درصد برای ۴ مرحله تولید



نگاهداری دفاتر حسابداری منظم برای تحلیل‌های مختلف و قیمت تمام شده هستند، در آستانه این مالیات قرار می‌گیرند و توزیع کنندگان و فروشندگان که معمولاً کارگاه‌های کوچک با میزان فروش احتمالاً بیشتر از بنگاه‌های صنعتی می‌باشند، ولی حساب و کتاب چندان مرتبی ندارند، معمولاً خارج از آستانه قرار می‌گیرند. اعمال آستانه مالیاتی در ایران به دلیل در دسترس نبودن اطلاعات کافی از بنگاه‌های غیرصنعتی نوعی تحمیل این مالیات به بنگاه‌های بزرگ صنعتی خواهد بود و انگیزه کوچک شدن بنگاه‌ها به منظور فرار از پرداخت این مالیات فراهم می‌گردد. روندی که مطلوب بنگاه‌های اقتصادی در دنیای رقابت‌آمیز اقتصاد امروز که بنگاه‌ها در یکدیگر ادغام و بزرگ‌تر می‌شوند نمی‌باشد. حال آنکه چون این مالیات به مصرف‌کننده تعلق می‌گیرد و مصرف‌کنندگان نیز معمولاً نیازهای خود را از خرده فروشان و توزیع کنندگان تأمین می‌کنند، باید در اخذ مالیات ارزش افزوده به این واقعیت توجه نمود. مهم‌ترین دلیلی که در پاره‌ای از کشورها مالیات بر مصرف (یا فروش) از طریق شبکه توزیع (مغازه‌های خرده فروشی و سوپرمارکت‌ها) و از طریق صدور فاکتور توسط فروشندگان صورت می‌گیرد ناشی از همین ویژگی و بار مسئولیتی است که در فرآیند تولید بر تولیدکنندگان تحمیل می‌گردد و هزینه وصول اخذ مالیات را به بنگاه‌ها انتقال می‌دهد. جدول زیر مراحل وصول مالیات بر ارزش افزوده را

- در جدول فوق فرض بر آن است که زارع تولیدکننده پنبه از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف است و لذا هر چه بابت تولید پنبه به عنوان نهاده خریداری کرده مالیاتی پرداخت ننموده است تا از ارزش افزوده خود کسر نماید ولی فروشنده پنبه با نرخ ۳ درصد از خریدار مالیات می‌گیرد.

- ستون یک جدول بهای فروش کالا در مراحل مختلف تولید است و فرض شده مالیات بر ارزش افزوده وجود ندارد.

- ستون ۲ بهای فروش کالا در مراحل محاسبه مالیات بر ارزش افزوده پرداختی به دولت است. یعنی فروشنده بهای فروش (ارقام ستون یک) را بعلاوه ۳ درصد مالیات ارزش افزوده از خریدار بعدی اخذ نموده است.

- ستون ۳ ارزش افزوده در مراحل مختلف تولید است که تفاوت بهای فروش هر مرحله از مرحله قبلی در ستون یک است.

- ستون ۴ مالیات ارزش افزوده دریافتی هر فروشنده در مراحل مختلف تولید از خریدار کالاها و خدمات مورد عرضه بنگاه خویش است که معادل مابه‌التفاوت مالیات دریافتی از خریدار از بهای فروش بدون محاسبه مالیات پرداختی وی به فروشنده قبلی است.

- ستون ۵ میزان مالیاتی است که هر فروشنده باید به دولت پرداخت کند که مبلغ آن معادل ما به



Caspian Paper Group

کاغذ و مقوای رستی

واردات و فروش انواع کاغذ

تحریر، گلاسه، پشت طوسی (رول و شیت)، ایندلیبرد

اخذ پروفرما، سایزهای اختصاصی، تحویل باراز بندر و بنگاه تهران



التفاوت دریافتی از خریدار از مالیات پرداختی به فروشنده قبلی است.

چنانکه ملاحظه می‌شود جمع مالیات پرداختی مراحل مختلف (۴۲ واحد) برابر با مالیات ارزش افزوده پرداختی توسط فروشنده نهایی (خریدار نهایی) یعنی: یا معادل ۴۲ واحد است.

■ ویژگی‌ها و آثار مالیات بر ارزش افزوده

قدمت اخذ مالیات به تاریخ تشکیل اولین حکومت‌ها برای تأمین هزینه امنیت عمومی باز می‌گردد. اینکه حکام مالیات جمع‌آوری شده را صرف تأمین امنیت عمومی یا تولید کالاها عمومی دیگری چون حفر قنات و ایجاد جاده و کاروانسرا و یا به مصرف منافع شخصی می‌رسانیدند به کرم و لطف حاکم بستگی داشت. با گذر از تولید کشاورزی و ورود به تولید صنعتی و اعمال حکومت مردم بر مردم و ایجاد مجالس قانونگذاری نوع مالیات نیز دچار تحول شد و نظام‌های قانونمندی بوجود آمد که دو اصل فایده و توانایی پرداخت معیار شکل‌گیری پایه‌ها و نرخ‌های مالیاتی شدند و نظام مالیاتی در برگیرنده مجموعه قوانین و مقرراتی گردید که قانونگذار در راستای نیل به اهداف اقتصادی و اجتماعی جامعه آن را وضع می‌کند. در واقع وظیفه دولت جمع‌آوری بهینه مالیات و هزینه کردن بهینه آن در جهت رفاه جامعه و پیشبرد اقتصاد شد.

دولت در چارچوب فلسفه حاکمیت و قدرت ناشی از ملت با اخذ مالیات از افراد. آنان را از یکی از حقوق مسلم خود که حق آزادی به مصرف رسانیدن درآمد خویش باشد، محروم می‌کند. حال دولت چگونه این درآمد را هزینه می‌کند و تا چه حد جامعه از هزینه دولت که جایگزین حقوق آنان شده بهره‌مند می‌شود و چگونه مالیات دریافتی می‌تواند موجب تحرک و پویایی اقتصاد شود به شایستگی دولت بر می‌گردد. مالیات‌ها معمولاً دو اثر عمده از خود باقی می‌گذارند:

- تأثیر بر تخصیص منابع و تأثیر بر توزیع درآمد: در برقراری مالیات نمی‌توان به یکی از آثار فوق توجه نمود و دیگری را نادیده گرفت. شرایط و اوضاع و احوال اقتصادی غالباً رهنمود دهند بر قراری نوع مالیات است. معمولاً سه گروه مالیات یعنی مالیات بر درآمد، مالیات بر ثروت و مالیات بر مصرف در دنیا رایج است، مالیات بر ارزش افزوده در گروه مالیات بر مصرف قرار می‌گیرد. این مالیات از ویژگی‌هایی برخوردار است که در انواع دیگر مالیات‌ها و یا مالیات‌های سنتی کمتر می‌توان یافت و دلیل رواج آن در کمتر از سه دهه ناشی از همین ویژگی‌ها و تأثیرگذاری آن بر پویایی اقتصاد است.

خنثی بودن مالیات بر ارزش افزوده:

مهم‌ترین ویژگی مالیات بر ارزش افزوده خنثی بودن آن است، به این معنی که بر سرمایه‌گذاری و کاهش اشتغال کمترین تأثیر را دارد و انگیزه سرمایه‌گذاری را به مراتب کمتر از مالیات بر درآمد با کاهش مواجه می‌سازد.

شفاف‌سازی اطلاعات مالی: در نظام

مالیات بر ارزش افزوده هر فروشنده و خریدار موظف به ثبت معاملات روزانه خویش است که در دراز مدت شفافیت اطلاعات مالی مؤدیان مالیاتی را در پی خواهد داشت و به کاهش اقتصاد زیرزمینی و قاچاق کمک خواهد کرد و

نظم‌پذیری و ثبت معاملات را جایگزین ذهنیت افراد می‌کند.

تداوم دریافتی‌های دولت: مالیات بر ارزش افزوده بر عکس مالیات بر درآمد که معمولاً در پایان سال مالی قابل وصول است چون بر مصرف کالاها و خدمات تعلق می‌گیرد که تقاضا برای آنها حالت استمرار دارد از کمترین نوسان برخوردار است و دولت در پرداخت‌های خود بامشکل نوسان درآمد مواجه نخواهد شد.

اثر توزیعی و بهبود الگوی مصرف: در نظام مالیات بر ارزش افزوده با معاف کردن پاره‌ای از کالاها و خدمات ضروری و مواد غذایی می‌توان از فشار مالیاتی بر طبقات کم درآمد کاست و با اخذ مالیات از کالاها و خدمات لوکس و غیرضروری توزیع درآمد در جامعه را بهبود بخشید و الگوی مصرف را اصلاح کرد و بر حجم پس‌انداز برای سرمایه‌گذاری افزود.

انعطاف‌پذیری: با توجه به شرایط رونق و رکود اقتصادی می‌توان نرخ مالیات بر ارزش افزوده را افزایش یا کاهش داد و قدرت خرید جامعه را سازگار با شرایط اقتصادی نمود.

گسترده‌گی پایه مالیاتی: از آنجا که مالیات بر ارزش افزوده در تمام مراحل تولید قابل اعمال می‌باشد و به سهولت بر تعداد زیادی از کالاها و خدمات قابل وضع است پایه مالیاتی را گسترش می‌دهد و از این رو می‌تواند درآمد خالص مالیاتی را بالا برد، نرخ مالیاتی را تعدیل کند و از بار مالیاتی جامعه بطور کلی و بنگاه‌های اقتصادی بطور اخص بکاهد.

کاهش هزینه دستگاه مالیاتی: محاسبه مالیات بر ارزش افزوده برای مؤدیان ساده و جمع‌آوری آن برای دستگاه مالیاتی با هزینه کم و سرعت زیاد همراه است. در نظام مالیات بر ارزش افزوده مؤدیان خود وظیفه مأمور وصول مالیات را بر عهده‌دارند.

افزایش نقدینگی مودیان مالیاتی: از آنجا که مودیان مالیاتی در فاصله‌های زمانی معین مالیات دریافتی را به دستگاه مالیاتی پرداخت می‌کنند. همیشه مقداری از مالیات‌های دولت نزد آنان باقی می‌ماند که به افزایش نقدینگی آنان کمک می‌کند.

آثار تورمی: برقراری مالیات بر ارزش افزوده در بدو امر موجب افزایش قیمت کالاها و خدمات خواهد شد و نوعی شوک تورمی به جامعه وارد خواهد کرد ولی اگر جایگزین بخشی از مالیات بر درآمد شود در دراز مدت بر عرضه کالاها و خدمات می‌افزاید و لذا می‌تواند آثار ضد تورمی داشته باشد.

فشار بر طبقات کم درآمد: از آنجا که مالیات بر ارزش افزوده نوعی مالیات بر مصرف است بر میزان مصرف خانواده‌های پرجمعیت و خانواده‌های کم درآمد اثر کاهندگی قدرت خرید و افزایش فقر خواهد داشت. معاف نمودن یا کاهش مالیات آنگونه کالاها و خدماتی که در سبد مصرفی این خانواده‌ها سهم عمده‌ای دارد

توجه به همین ملاحظه است، ضمن آنکه طبقات مرفه نیز از معافیت‌ها و کاهش برخوردار خواهند شد. البته سهم خانواده‌های پردرآمد از این گونه کالاها و خدمات چندان بالا نیست، هرچند قدر مطلق آن از مصرف خانواده‌های کم درآمد بیشتر است. نتیجه آنکه بهره‌مندی خانواده‌های پردرآمد کمتر از خانواده‌های کم درآمد از این مالیات نخواهد بود. بعلاوه چون بعد خانوارهای فقیر معمولاً بیشتر است و بار تکفل در این خانوارها بالا است، یعنی هر نفر شاغل هزینه چند نفر را بر دوش می‌کشد، احتمالاً می‌تواند موجب کاهش مصرف در این خانواده‌ها گردد. در جوامع پیشرفته بعد خانوار بین ۲ تا ۳ نفر است که معمولاً ۲ نفر از این خانوار به کار اشتغال دارند و بار تکفل چندان زیاد نیست. در ایران براساس آخرین آمار بار تکفل ۲/۸ است یعنی هر نفر شاغل معاش ۳/۸ نفر را بر عهده دارد. برگرداندن سهمی از مالیات به این خانوارها و یا معافیت بیشتر کالاها و خدمات مورد مصرف آنان از جمله راه‌های جبرانی مورد توجه است. تجربه جهانی نشان داده است هرچه دامنه معافیت‌ها و نرخ‌ها متفاوت باشد فرار مالیاتی بیشتر و فساد مالیاتی نیز افزونتر خواهد شد و بر هزینه وصول نیز افزوده می‌شود.

تحمیل هزینه به بنگاه‌ها: از آنجا که بنگاه‌های مشمول این مالیات موظف به نگاهداری اطلاعات کامل فعالیت‌های روزانه خویش براساس ضوابط و معیارهای دستگاه مالیاتی هستند و خرید و فروش‌ها باید به نحوی ثبت شود که مالیات دریافتی و پرداختی به سهولت قابل رسیدگی باشد، موجب تحمیل هزینه اضافی بر آنها خواهد شد. بعلاوه به دلیل اعمال آستانه و عدم پوشش کلیه بنگاه‌ها به خصوص در سال‌های اول اجرا کالاهای دو نرخی افزایش خواهد یافت و بر دامنه تولید کالاهای زیر پله‌ای با کیفیت پایین و غیراستاندارد افزوده می‌گردد و نوعی رقابت ناعادلانه رواج می‌یابد، تجربه‌ای که در اجرای قانون تجمیع عوارض در بخش صنعت به خوبی قابل مشاهده است. به عبارت دیگر اعمال آستانه در بخش صنعت موجب تنبیه بنگاه‌های با حسابداری مرتب و مدیریت مدرن شده و بنگاه‌های سنتی و فراری از مالیات را تشویق خواهد کرد.

آثار بر مودیان معاف از مالیات: مالیات بر ارزش افزوده لاقط در کوتاه‌مدت نمی‌تواند به نفع مودیان معاف از مالیات از جمله تولیدکنندگان کالاهای صادراتی در ایران باشد. زیرا این گروه از تولیدکنندگان مجبورند مالیات بر ارزش افزوده کالاهای واسطه‌ای خریداری خود را پرداخت نموده و پس از مدتی آن را از دستگاه مالیاتی وصول نمایند. در نتیجه هم گرفتار بوروکراسی ناشی از این مالیات هستند و هم مبالغی از نقدینگی آنان صرف پرداخت مالیاتی خواهد شد که مقرر است در فواصل معینی دستگاه مالیاتی به آنها پرداخت نماید.



110AX

www.110AX.com



FM 650 PDFM 1100

دستگاه های لمینت
طولی



400 S60C

دستگاه های چسب گرم
صنعتی و رومیزی



4605

868

دستگاه های برش
برقی و دستی



CS1200 & CS630 CT1200 & CT630

دستگاه های کاتر پلاتر



LM-22 & 32

دستگاه های لمینت
پرس کارت (رایسون و AX)



LBS700

دستگاه های لمینت
و سلفون کشی اتوماتیک



9100

5800D

2800

دستگاه های اسکانس شمار AX



HP CW 7588

EB-30

TD-200R

دستگاه های صحافی دوکاره،
دو بل، ماریج و پلاستیک



605C

AZA4130

SB815B

AZ805 & AZ85

دستگاه های کاغذ خرد کن
(البرز و AX)



دستگاه های منگنه زن
برقی و دستی

دستگاه های
فیش پرینتر و بارکد خوان



دستگاه های پرفراز و خط تا
دستی و برقی



دستگاه های گوشه
گرد کن دستی و برقی

لوازم مصرفی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ایرانشهر جنوبی، شماره ۹، واحد ۳ تلفن: ۸۸۸۳۳۳۱۱ و ۵-۸۸۳۲۷۹۶۴ دورنگار: ۸۸۸۴۵۵۱۱
لطفاً برای مشاهده لیست کامل محصولات از سایت ما دیدن فرمایید.

www.110AX.com

© 110AX.com - All rights reserved.

سیاست دولت در اجرای مالیات بر ارزش افزوده

بخش اول

دکتر حبیب‌الله سالارزهی
مصطفی سهرابی

یکی از برنامه‌هایی که دولت‌ها برای پیشبرد اهداف خود در جامعه از آن استفاده می‌کنند بحث اخذ مالیات به عنوان کسب درآمدی برای اداره کشور است. در این تحقیق بر آنیم تا سیاست‌های دولت‌ها در اخذ مالیات را به نحوی جامع و از طرفی کلی و کامل ارائه دهیم سپس به طور خاص یکی از مباحث اصلی مالیات به نام مالیات بر ارزش افزوده را توضیح می‌دهیم و این جنبه از مالیات که هنوز در سیاست‌های جامع ما گنجانده نشده را به بحث می‌گذاریم و از نقطه نظرات اساتید دانشگاه و مسئولین و مدیران در این مورد استفاده می‌کنیم.



مفهوم کلی مالیات

واژه مالیات که از مال گرفته شده از نظر فرهنگ شناسان در معانی زیر به کار برده شده است: «اجرو پاداش»، «زکات مال»، «سرپرستی و چراندن گله‌های گوسفند»، «در جریمه‌ای که حکومت بمناسبت ارتکاب جرائم ویژه از مرتکبین می‌گیرد»، «باج»، «خراج» و بالاخره مالی که دولت‌ها به طور سالانه از شهروندان خود می‌گیرند. اما در اصطلاح اقتصاددانان جدید مالیات اینگونه تعریف شده است: مالیات مقدار پول و یا مالی است که شهروندان یک کشور طبق قانون به دولت خود می‌پردازند تا در جهت اداره امور کشور تأمین کالاهای و خدمات عمومی و ضروری تضمین امنیت و دفاع همگانی و عمران و آبادانی توسط دولت مورد بهره‌برداری قرار بگیرد.

مالیات ریشه تاریخی طولانی و عمیقی دارد و عمر آن با پیدایش نخستین حکومت‌ها و سازمان‌ها همراه می‌باشد.

تنها نوع و مقدار مالیات و نحوه وصول آن متفاوت بوده است اصل آن هیچگاه متروک نمی‌شده است. در برخی از کشورهای جهان باستان از قبیل کلد و آشور در «بین‌النهرین» و «اتن» در فرنگ وصول مالیات از مردم تابع قوانین مدون بوده ولی در بسیاری از نقاط جهان مسئله مالیات از نظر چگونگی وصول و اندازه آن تابع اراده دولت مرکزی و یا پادشاه بوده است که در برابر دریافت مقداری پول و یا کالا در سال حکومت و فرمانداری مناطق گوناگون را به افراد واگذار می‌کرده است.

حاکم منطقه نیز که به یک طایفه و قبیله بلوک و منطقه و یا شهر و ایالتی منصوب می‌شد آن اندازه از پول و کالا جهت دولت مرکزی با افزودن مبالغ هنگفتی برای اداره امور منطقه و خود و ذخیره شخصی به طور سرانه و یا خانواری از مردمان زیر سلطه خود وصول می‌کرد و در نپرداختن آن برای پادشاه و حاکم منطقه هیچ عذری پذیرفته نبود و شعار یا سر بده یا مالیات و خراج برای همگان مفهوم رعب‌انگیز خود را داشت. عجیب است که این روش منحوس حتی در میان سلاطین و حاکمان ستمگر پس از اسلام در کشورهای اسلامی مانند بنی‌امیه و بنی‌عباس تا نادرشاه افشار و پس از او نیز رایج بوده است و نادرشاه گنجینه‌های افسانه‌ای خود موسوم به کلات نادری را بیشتر از این طریق گرد آورده بود.

از دیگر تفاوت‌های عمده مسئله مالیات در گذشته و حاضر این است که سلاطین و رژیم‌های گذشته مالیات را برای ایجاد عمران و آبادانی در کشور نمی‌گرفتند بلکه خراج‌ها باج‌ها و مالیات‌های وصول شده را جزو دارایی و گنجینه‌های شخصی خود قرار داده و برای گردش امور دربار، حرمسرا و تأمین زندگی شاهزادگان

و امیرزادگان عیاش و خوشگذران مورد بهره‌برداری قرار می‌دادند. حتی در بسیاری موارد حقوق سربازان از طریق صدور و فرمان «غارت همگانی شهرهای فتح شده و مغلوب» تأمین می‌شده است و نه از خزانه دولت.

اینگونه برخورد زشت زمامداران خود سر با مسئله مالیات و جایگزینی چپاولگرانه آن در ذهنیت مردم شرق موجب گشته تا اگر در مواردی هم مالیات در جهت مصلحت مردم به طور قانونی تنظیم گردد مردم سر باز زنند و بگونه‌ای از پرداخت آن گریز کنند و همچون مردم کشورهای که نظام قانونی بر آنان حاکم است مالیات را امری طبیعی و در برابر فعالیت‌های عمرانی و خدماتی واداری دولت ندانند. غافل از اینکه مسئله تحریم عشر واکنشی مناسب در برابر اسراف‌کاری‌های حکام غاصب و ستمگر آن عصر بوده است و نمی‌تواند گوناگون مفهوم مالیات در شرایط متفاوت تاریخی دلیل بر مطلب باشد.

این واژه بویژه در نظام جمهوری اسلامی دقیقاً در نقطه مقابل آن مفاهیم نادرست تاریخی قرار دارد و مالیات طبق قوانین و ضوابط معین خواهد شد و برای عمران و آبادی کشور و صیانت از بیضه اسلام مصرف می‌شود.

ازاینرو در عصر حاضر یکی از پایه‌های استوار کشورداری ترقی و پیشرفت و ارائه خدمات به مردم و در نتیجه دریافت مالیات می‌باشد دریافت مالیات از جامعه در کشورهای جهان امری طبیعی و بر اساس سیاست مالی می‌باشد و در برخی از کشورهای صنعتی جهان ۹۰ تا ۹۸ درصد بودجه عمومی از طریق مالیات‌ها تأمین می‌شود و مردم نیز هیچگونه واکنش منفی در برابر آن بروز نمی‌دهند.

انواع مالیات

مالیات را بر پایه میانی ملاک‌ها و اعتبارات گوناگون می‌توان تقسیم‌بندی کرد و انواع آن را مشخص نمود.

مالیات مستقیم و غیرمستقیم

براساس این تقسیم‌بندی مالیات از نظر چگونگی تعلق گرفتن به کالاهای مورد مالیات دو نوع می‌تواند باشد: مستقیم یا غیرمستقیم.

مالیات مستقیم: بدون هیچ واسطه‌ای روی درآمد افراد و یا سازمان‌ها و مؤسسات اقتصادی بسته شود و توسط مأمورین دولتی به طور مستقیم وصول شود. مانند مالیات سرانه‌ای که دولت براساس افراد ساکن در کشور و طبق آمارافراد هر خانوار مالیات می‌گیرد از این قبیل مالیاتی که دولت به طور مستقیم از حقوق کارمندان خود کسر می‌کند.



email:atlas55690157@gmail.com

ATLAS MOLDING



www.atlascut.ir

قالب سازی اطلس

سازنده انواع قالبهای برش ، جعبه ، کارتین اتیکت ، واشر و کارهای سراجی و ملامین و ... مجهز به دستگاه برش لیزر و خم کن اتوماتیک

همکاری با شما افتخار ماست



تلفن : ۵۵۶۹۰۱۵۷ فکس : ۵۵۶۹۰۲۶۸
همراه : ۰۹۱۲-۲۸۵۵۳۸۶

خیابان ۱۵ خرداد غربی ، جنب پمپ بنزین پاساژ فخریه ، طبقه دوم ، پلاک ۲/۵ و ۲/۶

خدمات پس از چاپ مرکزی

با بیش از بیست سال سابقه

تولید کننده ماشین های برش و ...
(از کوچکترین سایز تا ۵۰۰۰)

تولید کننده ماشین های (حتی ۹۰ گرم)
(از کوچکترین سایز تا ۲۰۰۰)

تولید کننده ماشین های برش و ...
(از کوچکترین سایز تا ۲۰۰۰)

فروع شعباتی شرقی میدان امام خمینی، بالاتر از بانک تجارت، پلاک ۱۳، طبقه سوم

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۴۵۲۸۷ ۰۲۱-۳۳۹۴۴۸۰۴
همراه: ۰۹۱۲-۳۴۵۵۸۵۴ ۰۹۱۲-۶۷۲۰۵۴۶

مزایده فروش



۲ دستگاه چاپ افست ۲ ورقی ۲ رنگ و ۵ رنگ KBA با سال ساخت ۲۰۰۹ در حال کار به شرح زیر به فروش می رسد:

۱- راپیدا ۷۵، پنج رنگ با برج لاک و خشک کن واتر بیس در وضعیت بسیار عالی با ۵۸ میلیون کارکرد

۲- راپیدا ۷۵، دو رنگ پرفکت دار با ۶۶ میلیون کارکرد وضعیت بسیار عالی

هر دو ماشین در سال ۲۰۱۷ توسط کمپانی KBA آپ گرید شده و کلیه پنجه ها و قطعات آن مطابق ماشین های سال ۲۰۱۷ به روزرسانی گردیده است.

علاقه مندان جهت شرکت در مزایده و بازدید از دستگاه ها، با شماره تلفن زیر تماس گرفته و قرار بازدید هماهنگ فرمایند.

تلفن: ۶-۷۷۱۴۵۰۶۳ شرکت واژه پرداز اندیشه

مالیات مستقیم اگر براساس میزان دارایی و یا درآمدشخص و مؤسسات استوار باشد و شامل درآمدهای سطح پایین نگردد در تأمین عدالت اجتماعی نقش بسزایی خواهد داشت.

مالیات غیرمستقیم: آن است که با واسطه و به طور غیرمستقیم از اصل درآمد شهروندان گرفته می‌شود و اغلب پرداخت‌کننده می‌تواند آنها را به اشخاص دیگری منتقل کند و خود وسیله پرداخت مالیات باشد.

مالیات غیرمستقیم در شکل‌های گوناگونی قابل پیاده شدن می‌باشد و پرداخت آن نیز با اینکه بر دوش همگان می‌باشد ولی محسوس نیست به طور معمول عموم مردم وجود آن را احساس نمی‌کنند. مانند عوارض گمرکی که بر ورود و صدور کالاها بسته می‌شود که در نهایت از نوع مالیات غیرمستقیم به شمار می‌آید. زیرا واردکننده کالا به میزان عوارضی که از این بابت به دولت می‌پردازد به نرخ فروش کالا در بازارهای داخلی می‌افزاید چنانکه صادرکنندگان کالاهای داخلی به خارج نیز در هنگام خرید و فروش میزان عوارضی را که باید بابت صدور کالا بپردازند از نظر دور نمی‌دارند.

مالیات بر فروش از دیگر شکل‌های مالیات غیرمستقیم می‌باشد و آن به این صورت است که ابتدا دولت روی یک کالای ویژه مالیات می‌بندد و در نتیجه به طور فهری قیمت آن برای مصرف‌کنندگان افزایش می‌یابد و در مجموع باید گفت: سنگینی مالیات‌های غیرمستقیم بر دوش اکثریت قشرهای کم‌درآمد و فقیر جامعه می‌باشد، زیرا در پرداخت این مالیات آن کس که دارد و آن کس که ندارد هر دو باید زیر یک بار بروند در این صورت فشار بر کسی است که ندارد.

■ تقسیمی دیگر از مالیات

از این دیدگاه که چند درصد مالیات گرفته شود و از چه نوع درآمدی و با چه محاسبه‌ای مالیات به سه نوع تقسیم می‌شود.

مالیات تصاعدی: به این صورت است که آنانی که از درآمد بیشتری برخوردارند بصورت تصاعدی مالیاتش افزایش می‌یابد و درصد بیشتری از درآمدشان را بایستی به عنوان مالیات پرداخت کنند. از این‌رو میزان مالیات هماهنگ با میزان رشد درآمد افزایش می‌یابد. در نوع تصاعدی ثروتمندان بمراتب بیشتری فقرا مالیات می‌پردازند و قشرهای فقیر جامعه در بلند کردن اهرم سنگین مالیات سهم بسیار کمتری دارند.

مالیات تنازلی: عکس روش تصاعدی است. یعنی نظام مالیاتی کشور به گونه‌ای تنظیم شده است که هر چه درآمد پایین‌تر باشد مالیات بیشتری باید بپردازد و در برابر آنانی که از ثروت بیشتری برخوردارند مالیات کمتری می‌پردازند. البته این چنین مالیاتی همیشه با ظاهری مردم پسند و در زیر شعارهای زیبا انجام می‌گیرد به عنوان نمونه می‌توان از مالیات‌های غیرمستقیم سخن راند که بسیاری آن را طرح می‌کنند در نتیجه بار سنگین مالیات به طور عمده بر دوش محرومان و کم‌درآمدهای جامعه خواهد بود. گرچه روش مالیات تنازلی می‌تواند هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم قابل اعمال باشد.

مالیات تعادلی: حد میانگین روش‌های تصاعدی و تنازلی است. یعنی درآمدهای بالا و درآمدهای پایین هر دو به طور مساوی مالیات می‌پردازند که البته این نوع مالیات نمی‌تواند روشی عدالت‌خواهانه باشد زیرا چگونه کسانی که از ثروت بیشتری برخوردارند و هر روز بر اندوخته‌های خود می‌افزایند، همانند کسانی که اندک درآمدی داشته باشند به طور مساوی مالیات بپردازند.

■ مضمون و متعلق مالیات

مالیات از این نظر نیز که دارای چه مضمونی است و متعلق آن یعنی مورد مالیات چه نوع کالا و خدمت و یا چه نوع امتیاز اقتصادی داشته باشد به انواع گوناگونی تقسیم می‌شود. البته باید توجه داشته باشیم که دو ملاک و اعتبار قبلی در تقسیم مالیات نیز در ضمن هر یک از انواع این قسم اخیر قابل تصور می‌باشند. براساس این اعتبار مهم‌ترین اقسام مالیات بقرار ذیل می‌باشد:

مالیات سرانه: و آن مالیاتی است که در برخی از کشورهای جهان از هر شهروند مبلغ و یا مقدار ویژه‌ای پول و یا کالا به عنوان مالیات می‌گیرند.

مالیات بر واردات: این همان چیزی است که حق گمرکی یا عوارض گمرکی نامیده می‌شود. این نوع ویژه کشورهایی است که دارای تجارت خارجی ملی شده نباشند و افراد حق وارد و صادر کردن کالا را داشته باشند. در حقیقت این مالیات جهت کنترل هر چه بیشتر واردات و تقویت تولیدات خارجی می‌باشد تا ضمن قابل رقابت بودن آن با کالاهای خارجی انگیزه تولیدکنندگان را برای تولید هر چه بیشتر و گرایش جامعه را برای خرید کالاهای داخلی افزایش دهد. از این‌رو وضع این نوع مالیات در دگرگونی اندازه و کیفیت کالاهای وارداتی تأثیر مشخص و روشنی خواهد داشت.

مالیات رأی: این قسم هم خود نوع خاصی از مالیات سرانه می‌باشد و منظور آن است که برای کسانی حق

کالاهای لوکس و تشریفاتی از قبیل این نوع مالیات است.

مالیات ارزش اضافی: مالیات خاصی است که در برخی از کشورها از سودی که از کالاها به دست آمده است گرفته می‌شود.

مالیات فراگیر: این نوع مالیات ویژه کشورهای بلوک شرق و سوسیالیستی مانند اتحاد جماهیر شوروی و اقمارش می‌باشد. در این کشورها دولت کارها و خدمات را با قیمت خاصی از تولیدکننده خریداری کرده و با قیمت اضافی تحویل مصرف‌کننده می‌دهد و در حقیقت اختلاف قیمت بین تولیدکننده و مصرف‌کننده همان مالیات فراگیری می‌باشد که به این شکل دولت از همه مصرف‌کنندگان دریافت می‌کند.

مالیات امنیت اجتماعی: در برخی از کشورها در برابر انجام برنامه‌های اجتماعی و امنیتی مالیاتی تنظیم می‌شود که به این نام دریافت می‌گردد.

مالیات بر شرکت‌ها: این مالیات را بخاطر داشتن شخصیت حقوقی جداگانه شرکت‌ها که درآمدی جدای درآمد افراد دارد وضع می‌کنند.

مالیات برای تأمین زندگی در سنین پیری: این نوع مالیات توسط دولت از افراد در برابر تعهدش نسبت به بیمه شدن آنان در سنین پیری در برخی از کشورها گرفته می‌شود.



■ مالیات بر املاک و مستغلات

مالیات بر دارایی‌ها: که به طور فراگیر از کلیه کسانی که دارایی‌هایی داشته باشند می‌شود. البته اقسام دیگری از انواع مالیات‌های وضع شده وجود دارد که بخاطر کم اهمیت داشتن آنها ذکرش خودداری می‌شود.

مالیات از منابع مهم درآمد دولت‌ها است. ثبات و تداوم وصول مالیات موجب ثبات در برنامه‌ریزی دولت برای ارائه خدمات مورد نیاز کشور در زمینه‌های گوناگون می‌شود.

تغییر و تحول در اقتصاد کشور و در نتیجه تغییر در نحوه تولید و توزیع ثروت و درآمد، مستلزم بازنگری و تجدید نظر در انواع مالیات‌ها و نحوه وصول آنهاست. اجرای مالیات بر ارزش افزوده در بیش از ۱۲۰ کشور جهان نشان‌دهنده مقبولیت و کارایی این نظام در فراهم کردن یک منبع درآمد قابل اتکا و مطمئن برای دولت‌هاست. اجرای این مالیات با نرخ ثابت و یکسان از یکسو پیش‌بینی میزان درآمد دولت و در نتیجه امکان برنامه‌ریزی بهتر را فراهم می‌نماید و از سوی دیگر، دوره‌های کوتاه‌مدت وصول آن، تداوم تأمین تقدینگی خزانه دولت را تضمین می‌کند. در ادامه مالیات بر ارزش افزوده را به عنوان فصلی جدید در درآمدهای مالیاتی کشور بررسی می‌کنیم.

رأی قائلند که همچون سرنوشت سیاسی در سرنوشت اقتصادی سهمیم باشند و خود را در تأمین اداره کشور مسئول بدانند. بدین جهت برای کسانی که حق رأی در انتخابات دارند مالیات ویژه‌ای تصویب می‌شود.

مالیات بر ارث: مقدار و درصد معینی از اموال و ثروت کسی که فوت شده باشد به عنوان مالیات از ورثه او دریافت می‌شود. معمولاً چنین مالیاتی بدان جهت از ورثه متوفا گرفته می‌شود که ثروت در برابر انجام کار و سرمایه‌گذاری بدست نیامده است و نیز وصول آن آسان‌تر به نظر می‌رسد.

مالیات بر مشاغل: این نوع بدان جهت از صاحبان مشاغل گرفته می‌شود که فقط داشتن درآمدصالت دارد و نیازها و اصالت‌های انسانی و اخلاقی را در تنظیم مالیات شرط نمی‌دانند. از این‌رو مراکز فساد و فحشاء و قمارخانه‌ها و مشروبات‌فروشی‌ها هم مالیات خاصی به دولت پرداخت می‌کند. یکی از راه‌های پر درآمد دولت‌ها گرفتن مالیات از این دسته از مشاغل است و رژیم ستم‌شاهی افزون بر ترویج این مراکز برای مقاصد سیاسی اخذ مالیات را وسیله‌ای برای کسب درآمدهای خود و نظام حاکم می‌دانست.

مالیات بر فروش: دولت در این نوع مالیات جهت و سوی مصرفی جامعه را به طور دلخواه یا مصالح جامعه معین می‌کند و برای کنترل مصرف جامعه مالیاتی به طور غیرمستقیم بر آن وضع می‌کند. دخانیات یا

پخش کلی و جزئی انواع کاغذ و مقوا

کاغذ و مقوای دلال زاده

تحریر گلاسه پشت طوسی پشت چسبدار

با ارسال علامت * به شماره ۳۰۰۰۱۵۱۲ ضمن عضویت در گروه کاغذ و مقوای دلال زاده در برنامه تلگرام، از آخرین قیمت انواع کاغذ تحریر و گلاسه مطلع شوید.



آدرس: خیابان ظهیرالاسلام، خیابان امید آزادیخواه، جنب صندوق جاوید، پلاک ۴۱

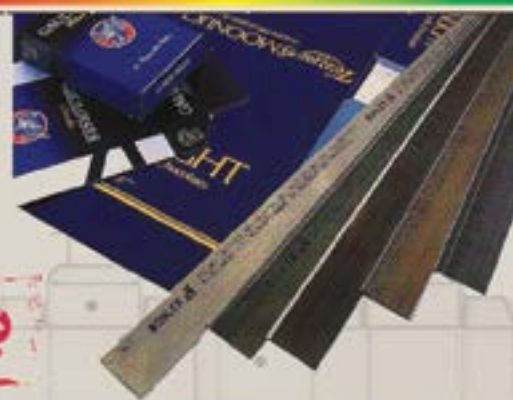
تلفن: ۳۳۹۰۴۵۳۹ - ۳۳۹۴۴۳۱۳-۱۴ - ۳۳۹۴۰۲۲۵ فکس: ۳۳۹۴۴۲۶۰



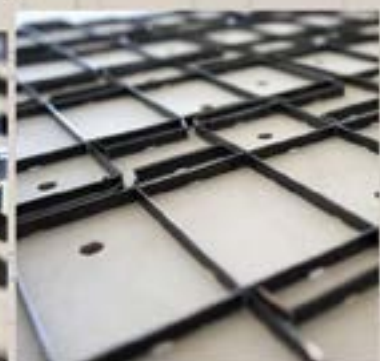
ghalebsazi_keyhan@yahoo.com

مؤسسه قالب سازی کیهان

مجهز به سیستم برش لیزری و خم کن اتوماتیک
سازنده انواع قالب های برش لیزری
جعبه، کارتن، اتیکت، واشر



با بیش از ۱۵ سال سابقه



با مدیریت ابوالحسینی

آدرس: تهران، سعدی شمالی، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷ تلفن: ۶۶۷۵۷۸۲۰ - ۶۶۷۲۶۴۸۸ - ۶۶۷۱۶۶۹۵ فکس: ۶۶۷۵۰۷۳۷



معرفی محصولات فرهنگی



استراتژی خوب / استراتژی بد
 نویسنده: ریچارد روملت
 مترجم: بابک وطن دوست
 ناشر: انتشارات آریانا قلم
 قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

این کتاب تمامی خرافات و تفکرات درهم و برهمی که اساس بسیاری از استراتژی‌هاست را کنار زده و راهی روشن برای خلق و پیاده‌سازی استراتژی قدرتمند اقدام‌محور در جهان واقعی را فراهم می‌سازد.

استراتژی خوب، پاسخی ویژه و منسجم به موانع پیش‌روی است. استراتژی خوب، قدرت را مهار کرده و آن را در جایی به کار می‌برد که بیشترین تأثیر را بر چالش‌ها خواهد گذاشت، چه این چالش‌ها پیاده کردن انسان بر روی کره ماه باشد، جنگیدن در نبرد باشد، ارائه محصول جدید باشد، پاسخ به پویایی‌های متغیر بازار باشد، راه‌اندازی مدرسه باشد یا اجرای برنامه دولت باشد.

استراتژی خوب به نحو شگفت‌انگیزی اغلب غیرمنتظره است، چرا که بیشتر سازمان‌ها فاقد آن هستند. سازمان‌ها اهداف مالی را با استراتژی اشتباه می‌گیرند و ملغمه‌ای از سیاست‌ها و اقدامات متعارض را دنبال می‌کنند.

این کتاب استدلال می‌کند که بینش، قلب استراتژی خوب است و به شما نشان می‌دهد که چگونه می‌توانید با استفاده از انواع ابزارهایی که برای هدایت تفکر تان فراهم شده‌اند، به بینش صحیح و واقع‌بینانه برسید.

تلفن: ۸۸۳۴۲۹۰۰ - ۸۸۳۴۲۹۱۰
www.aryanabook.com



بنویس تا اتفاق بیافتد
 نویسنده: دکتر هنریت آنه کلوز
 مترجم: مینا عسگری
 ناشر: انتشارات طاهریان
 قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

آرزوهای تان را تا زمانی که در جایی درج نکنید فقط در حد یک رؤیا باقی خواهند ماند؛ پس آنها را بنویسید.

نوشتن رؤیاها و آرزوها مانند فرستادن یک علامت است که می‌گوید: «آماده برای تجارت». با نوشتن اعلام می‌کنید که در یک بازی هستید. آوردن افکار روی کاغذ به قسمتی از مغز که به عنوان سیستم فعال‌کننده شبکه‌های شناخته می‌شود، هشدار می‌دهد و شما را وارد بازی می‌کند.

شما می‌توانید به هر روشی که می‌خواهید بنویسید و همچنان نتیجه بگیرید. اما اینکه چه بنویسید، چگونه بنویسید و چطور بفهمید که درست نوشته‌اید از جمله مهارت‌هایی است که با مطالعه کتاب «بنویس تا اتفاق بیافتد» به صورت کاملاً کاربردی به آن دست پیدا خواهید کرد.

نویسنده کتاب برای درک بهتر این توانمندی، داستان‌هایی واقعی از افرادی که با استفاده از این روش به اهداف خود رسیده‌اند ذکر کرده است.

تلفن: ۶۶۹۷۰۷۶۷ - ۶۶۴۹۲۷۳۳
www.taherianpress.ir



هفتاد مقاله درباره اقتصاد، تعاون، صنعت چاپ
 نویسنده: غلامرضا شجاع
 ناشر: مؤلف
 قیمت: ۱۱۰۰۰ تومان

این کتاب، یادداشت‌ها و مقاله‌های غلامرضا شجاع، مدیرعامل و عضو هیأت مدیره شرکت تعاونی لیتوگرافان ایران در حوزه اقتصاد، تعاون و چاپ را در بر دارد.

وی در مقدمه این اثر درباره علت قرار دادن واژه صنعت چاپ در کنار واژه‌های اقتصاد و تعاون، در عنوان اثر چنین بیان کرده است: «صنعت چاپ در محصولات تجاری مانند کاتالوگ، تبلیغات، اوراق و برگ‌های تجاری، کارت‌های تبریک، جعبه و بسته‌بندی محصولات مختلف، همچنین محصولات فرهنگی شامل کتاب، انواع مجلات و روزنامه‌ها نقش بسزایی دارد و می‌توان به جرأت پا را فراتر نهاده و رد پای این صنعت را در صنایعی مانند صنعت فضایی، هواپیمایی، پزشکی، الکترونیک، اتومبیل‌سازی، غذایی، پوشاک، کاشی، سرامیک، شیشه و... مشاهده کرد. صنایع کوچک و بزرگ دیگر بدون صنعت چاپ قادر به فعالیت نیستند و لازم و ملزوم یکدیگرند. حوزه اقتصاد و تعاونی نیز هر دو در یک مقوله بوده و هر فعالیت تعاونی نهایتاً جزئی از روش‌های اجرایی اقتصاد محسوب می‌شود.»

تلفن: ۷۷۵۳۲۶۹۷ - ۷۷۵۳۲۲۹۴
info@prepressco.ir

چاپ و نشر آمادگی دارد کتب ناشران، مؤلفان یا مترجمان در زمینه‌های «چاپ»، «نشر»، «بسته‌بندی»، «مدیریت»، «بازاریابی»، «تبلیغات»، «موفقیت» و «سبک زندگی» را در صفحه معرفی محصولات فرهنگی، به صورت رایگان معرفی نماید. در صورت تمایل، آثار خود را برای معرفی به دفتر نشریه ارسال و یا با دفتر نشریه تماس حاصل نمایید.

تلفن تماس: ۰۲۱-۷۷۲۴۰۶۹۰

وزیر سیزدهم دولت دوازدهم



پس از پیروزی انقلاب اسلامی یعنی در ۳۴ سال گذشته تاکنون ۱۲ نفر، مسئولیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را بر عهده داشته‌اند با رأی اعتماد مجلس به وزیر جدید وزارت ارشاد سیزدهمین وزیر خود را شناخت.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، از ادغام دو وزارتخانه «فرهنگ و هنر» و «برخی ارگان‌های وزارت علوم و آموزش عالی» تشکیل شد و در ۷ خرداد ۱۳۵۸ به وزارت ارشاد ملی تغییر نام داد.

این وزارتخانه یک‌سال بعد در سال ۱۳۵۹ نامش به «وزارت ارشاد اسلامی» تغییر کرد و در همان سال، تعدادی از واحدها از وزارت فرهنگ و آموزش عالی جدا و در وزارت ارشاد اسلامی ادغام شدند.

بنا بر این گزارش، در نهایت در تاریخ ۱۲ اسفند ۱۳۶۵ به موجب قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نام وزارت ارشاد اسلامی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تغییر یافت.

اسلامی ایران را بر عهده داشته است. او در آغاز کار دولت حسن روحانی، هفتاد روز سرپرست وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران بود. پیش از این در وزارت اطلاعات، مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری و معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام فعالیت کرده است. صالحی امیری دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشد علوم سیاسی و دکترای مدیریت دولتی از دانشگاه آزاد اسلامی (واحد علوم و تحقیقات) و دانشیار همان دانشگاه است.

سیدعباس صالح شریعتی (زاده ۱۳۴۲ در مشهد) معروف به سیدعباس صالحی فعال فرهنگی و حوزوی ایرانی است که معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی بود. او به واسطه حضور در منصب معاونت فرهنگی و سرپرستی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وارد عرصه سیاست و رسانه شد. در تاریخ ۱۷ مرداد ۱۳۹۶، به عنوان وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت دوازدهم به مجلس شورای اسلامی معرفی شد. و امروز رأی اعتماد نمایندگان ملت را کسب کرد.

سیدعباس صالحی متولد ۱۳۴۲ در مشهد است و دارای تحصیلات دکترای فلسفه از یکی از دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های وابسته به حوزه علمیه است؛ سیدعباس صالحی از سال ۱۳۵۱

وارد حوزه علمیه مشهد شد، دروس مقدماتی، سطوح مقدماتی و عالی را در حوزه علمیه مشهد گذراند؛ از سال ۶۰ به حوزه علمیه قم عزیمت کرد و دروس خارج را تا سال ۶۸ در آن حوزه گذراند و مجدداً به مشهد عزیمت کرد و در دروس خارج اساتید مشهد ادامه تحصیل داد، در سال ۷۶ مجدداً به حوزه علمیه قم مراجعت تحصیلی و علمی داشت. این روزهای پایانی مردادماه به انتظارها پایان داد. کلید ساختمان بهارستان وزارت ارشاد به مردی رسید که پیش از این معاونت فرهنگی این وزارتخانه را در کارنامه خود دارد. حالا ساختمان میدان بهارستان در خیابان کمال‌الملک نفس به آسودگی می‌کشد. آیا اهالی ادب و هنر و فرهنگ هم با خیال آسوده در فضای فرهنگی کشور نفس خواهند کشید یا چالش‌های دایمی وزیران ارشاد دامن او را هم خواهد گرفت؟

به هر صورت اکنون سیدعباس صالحی وزیری است که از گرد راه نرسیده باید مسئولیت خطیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به او تبریک گفت. برای او آرزوی روزهای سرشار از توفیق خدمت ملی در این پست را داریم.

محمدحسین صفارهرندی معاون مدیرمسئول و سردبیر کیهان، در دولت اول محمود احمدی‌نژاد از سال ۸۴ تا ۸۸ به عنوان وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی حضور داشت، هرچند در آخرین ماه کار دولت، برکنار شد اما به سرعت برای احداث خارج نشدن کابینه این برکناری منتهی شد.

سیدمحمد حسینی قائم مقام وزیر علوم در دولت نهم و رئیس دانشگاه پیام نور از سال ۸۸ عهده‌دار مسئولیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت دوم احمدی نژاد بود.

علی جنتی پسر ارشد احمد جنتی است، اما برخلاف پدرش در حلقه معتمدان اکبر هاشمی رفسنجانی جای داشت. جنتی از دانش‌آموختگان مدرسه حقانی قم است.

تاکنون ناصر میناجی، عباس دوزدوزانی، عبدالمجید معادی‌خواه، سیدمحمد خاتمی، علی لاریجانی، مصطفی میرسلیم، سید عطاءالله مهاجرانی، احمد مسجدجامعی و محمدحسین صفارهرندی به عنوان وزیر در رأس این وزارتخانه مشغول به کار بوده‌اند و سیدمحمد حسینی وزیر ارشاد دولت دهم جای خود را به جنتی داد و او با کناره‌گیری از وزارت، سکان ارشاد کشور را به سیدرضا صالحی امیری سپرد. اکنون با رأی اعتماد مجلس به سیدعباس صالحی سیزدهمین وزیر ارشاد در دولت دوازدهم بر صندلی وزارت تکیه می‌دهد تا امور فرهنگ و هنر و ارشاد کشور را به دست گیرد.

ناصر میناجی از یاران و همراهان علی شریعتی و از مؤسسان حسینیه ارشاد اولین فردی بود که در شورای انقلاب، مسئولیت وزارت ارشاد را برعهده گرفت و در دولت موقت مهدی بازرگان به عنوان وزیر تبلیغات و جهانگردی کارش را ادامه داد.

عباس دوزدوزانی از پایه‌گذاران سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، در دولت موقت مهدی بازرگان و کابینه محمدعلی رجایی، وزیر ارشاد بود.

عبدالمجید معادی‌خواه که در سال‌های نخست پس از انقلاب اسلامی، قاضی شرع دادگاه انقلاب بود در کابینه محمدجواد باهنر و پس از آن محمدرضا مهدوی‌کنی عهده‌دار وزارت ارشاد اسلامی بود که تا زمان برکناری‌اش در سال اول دولت میرحسین موسوی در این پست حضور داشت.

سیدمحمد خاتمی که سرپرستی مؤسسه مطبوعاتی «کیهان» را برعهده داشت در

سال ۶۱ به عنوان وزیر ارشاد اسلامی انتخاب شد و تا سال ۷۰ (دولت هاشمی رفسنجانی) طولانی‌ترین حضور را در این وزارتخانه داشت که با استعفا، جایش را به وزیر بعدی داد.

علی اردشیر لاریجانی که مسئولیت جانشینی ستاد کل سپاه پاسداران انقلاب اسلامی را برعهده داشت به عنوان وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط آیت‌الله هاشمی رفسنجانی به مجلس معرفی شد و رأی اعتماد گرفت و تا بهمن ۷۲ در این وزارتخانه حضور داشت.

مصطفی میرسلیم مشاور رئیس‌جمهور در امور تحقیقات، در دولت دوم هاشمی رفسنجانی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی شد و تا پایان دوره حضور داشت.

سید عطاءالله مهاجرانی که سابقه معاونت پارلمانی رئیس‌جمهور را داشت، سال ۷۶ در دولت اول سیدمحمد خاتمی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی شد که پس از تقریباً سه سال با استعفا کنار رفت.

احمد مسجدجامعی قائم مقام وزیر فرهنگ و ارشاد، در سال ۷۹ با گرفتن رأی اعتماد از مجلس، مسئول وزارت ارشاد شد و تا پایان دوره دوم خاتمی حضور داشت.



وی از نزدیکان محمد منتظری به شمار می‌رفت. از سال ۱۳۴۷ شروع به مبارزه مسلحانه علیه حکومت وقت کرد که همان سال توسط ساواک شناسایی و تحت تعقیب قرار گرفت. و ناچار به فرار از ایران شد و تا هنگام پیروزی انقلاب در کویت زندگی می‌کرد. سیاستمدار و دیپلمات

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ایران بود. جنتی بیشتر استاندار خراسان و خوزستان، سفير ایران در کویت، رئیس دفتر رئیس مجلس، معاون بین‌الملل وزیر ارشاد و عضو شورای نظارت بر صدا و سیما بوده است.

سیدرضا صالحی امیری (زاده ۱۳۴۰ در شهرستان بابل، شهر امیرکلا)، سیاستمدار و فعال علمی فرهنگی ایرانی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی بود. سیاستمداری که سابق بر این ریاست سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری





باغ کتاب و هویت فرهنگی تهران

ششصد و هشتاد و پنجمین جلسه دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور که با حضور رضا صالحی امیری وزیر سابق فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهین دخت ملاوردی معاون زنان ریاست جمهوری، مهدی چمران رئیس شورای شهر تهران، مجتبی عبداللهی معاون امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، سید مجید حسینی مدیر باغ کتاب و جمعی از مسئولان فرهنگی کشور در باغ کتاب برگزار شد.

به گزارش چاپ و نشر به نقل از پایگاه اطلاع رسانی باغ کتاب، سید رضا صالحی امیری در آغاز این جلسه ضمن تقدیر از اقدامات شهرداری و شورای اسلامی شهر تهران در افتتاح مجموعه باغ کتاب، اظهار کرد: باغ کتاب ظرفیت بزرگی برای کشور است. وی فقدان الگوی مصرف درست در حوزه فرهنگی را مسأله اصلی کشور در حوزه فرهنگ و کتابخوانی دانست و افزود: مشکل اصلی ما کتابخوانی نیست، بلکه الگوی مصرف است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی کشور با عنوان این مطلب که تاکنون نظام جامع مصرف فرهنگی تعریف نشده است، بیان کرد: باغ کتاب در شرایطی افتتاح شده است که هویت فرهنگی پایتخت کشور در خطر است و مجموعه باغ کتاب می‌تواند به هویت فرهنگی تهران کمک کند.

■ هدیه ۳۸ میلیارد تومانی کتاب به مدارس

مدیر باغ کتاب با اشاره به اینکه در سال‌های پیش ۳۸ میلیارد تومان کتاب به مدارس تهران هدیه کرده‌ایم، افزود: این هزینه باعث نشد سرانه مطالعه تهران با شهرهای دیگر تفاوتی داشته باشد. ما نتوانستیم از طریق تولید سرانه مطالعه را افزایش دهیم. البته تمام کشورها از طریق آموزش و پرورش پروژه مطالعه را افزایش می‌دهند.

حسینی سرانه مطالعه دبیرستان و دانشگاه را به ترتیب ۱۵ و ۱۰ دقیقه اعلام کرد و گفت: چرا هر چه مدارج تحصیلی افزایش پیدا می‌کند مطالعه افراد کاهش پیدا می‌کند؟ در باغ کتاب هدف ما ارتقا مطالعه است و هیچ هدفی برای ارتقا نشر نداریم. امروزه مسئله بچه‌ها این نیست که چطور کتاب بخوانند همه از ما می‌پرسند چرا باید کتاب بخوانیم. وی ادامه داد: مخاطب اصلی ما در باغ کتاب کودکان و نوجوانان هستند. این اتفاق در دهه ۶۰ در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان رخ داد و نسلی را تربیت کرد.

■ فروش ۲۰۰ میلیون تومانی فروشگاه‌های کتاب

مدیر باغ کتاب با اشاره به اینکه تمایل داریم کاری کنیم که مردم کتاب بخوانند نه فقط کتاب بخرند، عنوان کرد: جمعه هفته گذشته در باغ کتاب ۲۰۰ میلیون تومان کتاب فروش رفته است. اما برای ما مهم است این کتاب‌ها وقتی به خانه می‌روند مطالعه شوند.

■ بیشترین عرض پرده سینماهای کشور در باغ کتاب

مدیر باغ کتاب با اشاره به اینکه باغ کتاب را به یک چند محور فرهنگی تبدیل کرده‌ایم، افزود: ۱۰ سالن سینما، یک سالن تئاتر و مجموعه‌هایی که مردم بتوانند نمایش‌های کودکان و نوجوانان را ببینند و بیشترین عرض پرده سینماهای کشور را در باغ کتاب داریم. بزرگ‌ترین گالری هنری کشور با ۱۷۰۰ متر گالری هنرهای تجسمی برای بزرگسالان طراحی شده و هم اکنون ۳۰ میلیارد تومان اثر هنری در آن جانمایی شده است.

حسینی ادامه داد: ۲۰۰۰ صندلی سینما، ۱۴ هزار متر مربع سالن کودک و نوجوان که در بخشی از آن می‌توانید با کاراکترهای مورد علاقه بچه‌ها آشنا شوید. ۸۰ مجسمه اینجا داریم که تاکنون ۱۰ هزار عکس از این مجسمه‌ها از طریق شهروندان منتشر شده است.

مدیر باغ کتاب در خصوص وضعیت دانشگاه‌های کشور در مقایسه با کشور هند، تصریح کرد: در کشور ۲۴۰۰ دانشگاه داریم و هند حدود ۱۶۴۰ دانشگاه دارد. فقط در کلکته ۲۸ مرکز علم همانند باغ کتاب وجود دارد.

■ ارتقا سرانه مطالعه

وی ادامه داد: در مجموعه باغ کتاب مردم به راحتی می‌توانند کتاب بخوانند ولی نخرند. ۳ هزار متر لمکده برای این کار اختصاص داده شده است و مردم از این لمکده‌ها بیشترین استقبال را کرده‌اند. در سال گذشته وقتی آمار کنکور را گرفتیم یک نفر با برکه سفید توانست از ۱۷۵ هزار نفر پیش‌تر باشد و این ۱۷۵ هزار نفر کسانی هستند که از ۱۲ سال نظام آموزشی چیزی یاد نگرفته‌اند و تست‌ها را منفی می‌زنند.

■ ملت کتاب‌نخوان نیستیم

سمیه نوروزی مترجم آثار «رومن گاری» و «لویی فردینان سلین» در پاسخ به این پرسش که به عنوان یک مترجم و

کارشناس نشر فکر می‌کنید، گسترش فضاهای فروشگاه‌ها و نمایشگاهی کتاب در کشور تا چه اندازه می‌تواند در بالابردن سرانه کتابخوانی مؤثر باشد می‌گوید: ذائقه مخاطب دستمان نیست. به عبارت دیگر به مخاطب احترام نمی‌گذاریم. همه می‌دانیم این روزها بازار دست کسانی است که درست تبلیغ می‌کنند و اولین رکن تبلیغ نمایش است. اگر کتاب را هم کالایی در نظر بگیریم که احتیاج به تبلیغ داشته باشد (که من معتقدم کالاست و احتیاج دارد، به خصوص این روزها که بازارش نحیف شده) قطعاً گسترش فضای نمایش این کالا به دیده شدن، عرضه شدن و در نهایت خوانده شدن بیشتر کمک می‌کند.

مترجم آثار «رومن گاری» همچنین در پاسخ به این پرسش که آیا شده است که احساس کنید کتابی را ترجمه کرده‌اید و آن طور که باید و شاید دیده نشده است؟ به نظرتان دلیل این دیده نشدن چه بوده است؟ می‌گوید: بله. دو تا کتابم به حشاش نرسیدند به نظرم. یکی «ماجراجویی در سرزمین گاوچران‌ها» ست که انتشارات همشهری در سال ۱۳۹۲ منتشر کرد. البته کتاب، ۴ لاک پشت پرنده گرفته و نامزد لاک پشت طلایی شد. اما فکر می‌کنم در کتاب‌های بی‌ربط و باریب انتشارات گم شد و بعد هم مدیریت تغییر کرد... کتاب واقعا تصاویر زیبایی دارد و تمام بچه‌هایی که کتاب را دست گرفته‌اند، در یک نشست آن را خوانده‌اند. کتاب دیگر هم «گذار روزگار» است. که فکر می‌کنم به دلیل جای گرفتن در مجموعه‌ای جدید و پرت ماندن از مجموعه‌های دیگر ناشر که خوب دیده شده بودند، نیز پخش بد و تأخیر در تجدید چاپ و... به حق خودش نرسید.

این کارشناس نشر با اشاره به دلایلی که چرا کتابفروشی‌های ما اغلب فضای سرد و خشکی دارد، می‌گوید: ما دو نوع کتابفروش داریم؛ عده‌ای از کتابفروشان ما به کتاب علاقه دارند و عناوین جدید را به خاطر علاقه شخصی و نه اجبار شغل، رصد می‌کنند، عده‌ای دیگر فقط کارمندان و برایشان فرقی ندارد که از کتابفروشی امرام معاش کنند یا شغلی دیگر. به نظرم فضای کتابفروشی‌ها هم بستگی به کتابفروش دارد که اگر شما می‌گویید اغلب فضای سرد و خشکی دارند، پس بیشتر کتابفروش‌ها کارمندان نه علاقمند.

■ باغ کتاب در سایر شهرها

دکتر علی شاه‌حسینی از کارآفرینان موفق کشور که دکتری تخصصی مدیریت و برنامه‌ریزی امور فرهنگی دارد، بر این مسئله تأکید می‌کند که توسعه در بخش‌های مختلف، نیازمند توسعه کتابخوانی و گسترش فرهنگ مطالعه دارد. شاه حسینی می‌گوید: «در جوامع توسعه‌یافته، مردم کتابخانه‌های بزرگ‌تر دارند. اما کشورهای فقیرتر، آن‌هایی هستند که مردم تلویزیون‌های بزرگ‌تر دارند.»

شاه‌حسینی با اشاره به اینکه موفقیت خود را مدیون خواندن کتاب است می‌گوید: مهم‌ترین عامل ایستادن در این نقطه از موقعیت در زندگی‌ام را مرهون خواندن کتاب هستم. اولین عامل موقعیتیم، کتاب‌هایی هستند که خوانده‌ام و انسان‌هایی که با آن‌ها مراوده داشته‌ام و وقتی با آن‌ها گذرانده‌اند، عامل دوم موفقیت‌هایم هستند. جالب است بدانید که بسیاری از انسان‌ها با خواندن یک کتاب یا صفحه‌ای از یک کتاب، یا حتی سطر و جمله‌ای، مسیر زندگی‌شان تغییر کرده است و به سمت قلعه‌ها رفته است. این را زیاد شنیده‌ایم که شخصی عامل موفقیت خود را خواندن یا شنیدن یک جمله از یک کتاب یا یک شخص موفق دانسته است.

اِتود

طراحی چاپ دکوراسیون

لاپت باکس

کریستال



ضخامت ۱۰ میلی متر
پلکسی گلس با نور LED
قابل سفارش در سایزهای مختلف



تلفن: ۰۳-۸۸۱۴۱۴۰۱
www.etodgroup.com
etod.group@yahoo.com



تفویم نمایشگاه‌های جهان

exhibition CALENDAR

این رویداد تنها نمایشگاه متمرکز و مورد توجه در هند در صنعت چاپ و بسته‌بندی است و بیش از ۳۵۰ برند و شرکت بین‌المللی از سراسر هند و جهان در این نمایشگاه حضور دارند.

ارائه کنفرانس‌های همزمان و پنل‌های بحث و گفت‌وگو، نشست‌ها، میزگردهای پرسش و پاسخ و مطالعات موردی از دیگر خصیصه‌های این نمایشگاه است. مدیران و متخصصان صنعت چاپ و بسته‌بندی از ۳۰ کشور جهان، از جمله کشورهای هند، چین، آلمان، فرانسه، انگلستان، ایتالیا، کانادا، سوئیس و غیره در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی هند حضور دارند.



نمایشگاه ایران پلاست (Iran Plast) ۲ تا ۵ مهر ۱۳۹۶ تهران، ایران

یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست رویدادی برای فراهم کردن رونق بازار صنایع پلاستیک کشور ایران و تسهیل روند بازاریابی جهانی و حضور این بخش از صنعت ایران در بازارهای جهانی است. این نمایشگاه امروز بزرگ‌ترین رویداد صنعت پلاستیک در منطقه خاورمیانه به شمار می‌رود و در بین نمایشگاه‌های معتبر صنعت پلاستیک جهان طبقه‌بندی می‌شود. با توجه به برگزاری دوره‌های گذشته این نمایشگاه، نشان می‌دهد که با همه مشکلات و مسائل پیش رو توانسته است روند رو به رشدی را طی کند. به طوری که تعداد شرکت‌کنندگان در این نمایشگاه از ۲۹۴ شرکت داخلی و خارجی در دوره نخست به ۷۶۰ شرکت داخلی و خارجی در نهمین دوره افزایش یافته است. بر اساس برنامه ریزی‌های انجام شده، امسال نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست در چهار گروه مواد اولیه، کالاهای ساخته و نیمه ساخته شده، ماشین‌آلات و تجهیزات و خدمات برگزار خواهد شد. قدرت گرفتن صنعت پلاستیک کشور ایران تنها یکی از مزایای برگزاری این نمایشگاه بوده است. علاوه بر این در سایه برگزاری این نمایشگاه تشکلهای مختلفی نیز به منظور حضور موثرتر بخش‌های مختلف صنایع پلاستیک شکل گرفت که زمینه رقابت روزافزون و رونق بیشتر این صنعت شد.

paperworld

نمایشگاه نوشت‌افزار شانگهای (Paperworld China)

مکان: شانگهای، چین

زمان: ۳۰ شهریور تا ۱ مهر ۱۳۹۶
www.PaperworldChina.hk

نمایشگاه نوشت‌افزار شانگهای نمایشگاه پیشرو آسیا در زمینه نوشت‌افزار و صنعت تجهیزات اداری است. در این نمایشگاه شما مجموعه کاملی از محصولات برای مدرسه، اداره و خانه که ترکیبی از فرهنگ شرق و غرب را داراست، خواهید یافت. همچنین مجموعه برنامه‌های آموزشی توسط متخصصان صنعت به اشتراک گذاشته خواهند شد که امکان کسب دانش فنی در این زمینه را فراهم می‌کنند. هدف این نمایشگاه ارائه بهترین جایگاه ارتباطی برای متخصصان صنعت لوازم‌التحریر، لوازم اداری و صنعت تولید کاغذ برای تبادل دانش و تجارت است. چین، یکی از پایگاه‌های تولیدکننده اصلی در جهان نوشت‌افزار محسوب می‌شود که قادر به همکاری نزدیک با صنعت و عکس‌العمل سریع به تغییرات بازار است. با حضور در نمایشگاه نوشت‌افزار چین، نه تنها قادر به ارتباط با تأمین‌کنندگان خرد از تولیدکنندگان اصلی مختلف هستید، بلکه قادر به ارتباط با تأمین‌کنندگان با کیفیت در خارج از چین نیز خواهید بود.



نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی هند (Indi-) (aCorr)

۲۳ تا ۲۵ شهریور ۱۳۹۶
گری تر نویدا، هند

www.indiacorrexpo.com

نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی هند (IndiaCorr) مهم‌ترین نمایشگاه چاپ در هند است و جایگاه مناسبی برای ارائه تجهیزات و دستگاه‌های چاپ، شبکه و تکنیک‌های آموزشی رونق تجارت و حضور بین‌المللی در صنعت چاپ و بسته‌بندی محسوب می‌شود. رشد و پیشرفت چشمگیر و مداوم در نمایشگاه‌های قبلی اثبات می‌کند که این نمایشگاه نقش مهم و محوری داشته و به عنوان جایگاهی ایده‌آل برای فعالیتهای تجاری سطح بالا و مهم به حساب می‌آید. در این نمایشگاه شرکت‌های وابسته و پیشگام در صنعت چاپ و بسته‌بندی از سراسر دنیا حضور دارند.

امروز ضرورت و نیاز چاپخانه‌ها



Ramin
Digital Lithography

عضو رسمی انجمن واردکنندگان
ماشین آلات صنعت چاپ و بسته بندی
IPMA

نماینده انحصاری شرکت

ZM-SERVICE



پلیت ستر حرارتی

Kodak / CREO

HEIDELBERG



مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی پلیت سترهای کرئو، هایدلبرگ و کداک

تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰ وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات

با کادر مهندسی دوره دیده و مجرب

خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان ژاندارمری، پلاک ۸۲ تلفن: ۰۲۱ ۴۰۳۱۱۱ (خط ۵)

همراه: ۰۹۱۲ ۲۰۲۲۴۷۸ - ۰۹۱۲ ۱۳۵۷۴۴۴ تلفن آلمان: ۰۱۵۷۸۸۶۹۳۱۵۷ - ۰۱۵۷۸۴۰۵۸۵۶۰ (+۴۹)

Email: raminlitho@yahoo.com - ramtinias@yahoo.com



بین‌المللی چاپ کتاب و هزینه‌های صدور مجوز (در زمینه کتاب) مذاکره کنند. نمایشگاه کتاب فرانکفورت یک رویداد بازاریابی مهم برای رونق کتاب‌ها و نیز برای تسهیل مذاکره درباره فروش بین‌المللی و حقوق صدور مجوز می‌باشد. نمایشگاه کتاب فرانکفورت منشأ نوآوری‌های دیگری است که بدون این رویداد نمی‌توانستند وجود داشته باشد، این نوآوری‌ها پیوند نزدیکی با اهداف و ساختار مدیریتی نمایشگاه کتاب فرانکفورت دارند. هفت هزار غرفه‌دار از بیش از یک صد کشور و بیش از ۲۸۶ هزار بازدیدکننده در ۵ روز برپایی نمایشگاه، در این رویداد شرکت می‌کنند. نمایشگاه کتاب فرانکفورت به عنوان مهم‌ترین نمایشگاه کتاب در دنیا، برای معاملات و تجارت بین‌المللی در نظر گرفته شده است.



نمایشگاه چاپ و فناوری ارتباطات دوسلدورف (Viscom)
۲۶ تا ۲۸ مهر ۱۳۹۶
دوسلدورف، آلمان
www.viscom-messe.com

نمایشگاه چاپ و فناوری ارتباطات دوسلدورف تنها نمایشگاه تجاری تخصصی در اروپا است که یک نمای کلی ۳۶۰ درجه از ارتباطات بصری را فراهم می‌کند. در کنار همکاری‌های الهام‌بخش در بین شش موضوع چاپ فرمت بزرگ، علامت‌گذاری، طراحی داخلی - در حوزه مواد و تکنولوژی‌ها و نشان دیجیتال، نمایشگر محصولات و بسته‌بندی نمایشگرهای محصولات در حوزه نرم‌افزارها و بازاریابی این نمایشگاه یک ساختار شفاف را ایجاد می‌کند و به هر بخش فضایی برای معرفی خود می‌دهد. با ترکیب منحصر به فرد تکنولوژی‌ها و مواد خام با نرم‌افزارها و بازاریابی و نیز نمایان کردن آخرین پیشرفت‌ها و گرایش‌ها در زمینه ارتباطات بصری، نمایشگاه سمت و سوئی مؤثر را در بازار پیشنهاد می‌دهد که با تقاضاها و مدل‌های کسب و کار متعدد شناخته می‌شوند. نمایشگاه چاپ و فناوری ارتباطات فرانکفورت، مردم و ایده‌ها را دور هم جمع می‌کند تا فوت و فن‌های جدیدی را برای کسب و کاری درست تولید کنند.



نمایشگاه بین‌المللی کتاب مادرید (Liber)
۱۲ تا ۱۴ مهر ۱۳۹۶
مادرید، اسپانیا
www.ifema.es/liber

این نمایشگاه برای بزرگداشت ۳۵ سال برگزاری خود دوباره به شهر مادرید بازمی‌گردد. این رویداد به عنوان اولین نمایشگاه کتاب اختصاص داده شده به کتاب‌های اسپانیایی در اروپا و مرکز اصلی تبادل اطلاعات تخصصی در این حوزه را به تمامی بخش‌های فعال در زمینه چاپ و نشر کتاب می‌گشاید و توجه ویژه به محتوای دیجیتال، ناشران جدید، نشر رو میزی و مالکیت فکری معطوف خواهد کرد. نمایشگاه مادرید تمامی نویسندگان مستقل را قادر خواهد ساخت تا دانش خود را در رابطه با امکانات ارائه داده شده توسط سیستم نشر رومیزی و خدمات و ابزارهای قابل دسترسی گسترش دهند. همچنین با استفاده از ایده نوآورانه‌ای به نام برنامه Liber Mi-CRO فرصت حضور انتشارات کوچک و نوپا، کارآفرینان و استارت آپ‌ها را نیز فراهم کرده تا با خریداران و بازدیدکنندگان به روشی هوشمندانه و به صرفه ارتباط برقرار کنند. بیش از ۶۰۰ فعال حرفه‌ای از بیش از ۸۰ کشور جهان برای بازدید از این نمایشگاه با هدف بهبود روابط تجاری با شرکت‌کنندگان و افزایش اطلاعات از مجموعه‌های به نمایش درآمده در نمایشگاه، دعوت خواهند شد.



نمایشگاه کتاب فرانکفورت (FBF)
۱۹ تا ۲۳ مهر ۱۳۹۶
فرانکفورت، آلمان
www.buchmesse.de

این نمایشگاه براساس شمار ناشران حضور یافته و نیز تعداد بازدیدکنندگان، بزرگ‌ترین نمایشگاه کتاب جهان است. نمایندگان از شرکت‌های نشر کتاب و چند رسانه‌ای از تمام دنیا به نمایشگاه کتاب فرانکفورت می‌آیند تا درباره حقوق



نمایشگاه بسته‌بندی لاس وگاس (Pack Expo Las Vegas)
۳ تا ۵ مهر ۱۳۹۶
لاس وگاس، ایالات متحده آمریکا
www.packexpolasvegas.com

نمایشگاه بسته‌بندی لاس وگاس رویداد برجسته‌ای در حوزه بسته‌بندی به شمار می‌رود. با بیش از ۲۰ سال سابقه، این نمایشگاه فراتر از یک رویداد تجاری معمولی است. در دوره قبلی حدود ۲۹ هزار بازدیدکننده با دو هزار شرکت‌گرفته‌دار در فضایی به مساحت ۸۴۵ هزار مترمربع ملاقات نمودند. نمایشگاه صنعت بسته‌بندی لاس وگاس موثرترین راه برای به روز ماندن در مورد آخرین فناوری‌های بسته‌بندی و پردازش بوده و نیز بهترین مکان برای ملاقات با پیشگامان این صنعت محسوب می‌شود. این نمایشگاه آخرین و جدیدترین تجربیات صنعت بسته‌بندی را به صورت زنده به نمایش می‌گذارد. با شرکت در این رویداد، فرصت خواهید داشت تا با دیگر متخصصان از سراسر جهان ارتباط برقرار کنید. همچنین می‌توانید از جلسات آموزشی تخصصی که توسط متخصصان صنعت برگزار می‌شوند، منفعت ببرید.



نمایشگاه تبلیغات مسکو (Reklama)
۴ تا ۷ مهر ۱۳۹۶
مسکو، روسیه
www.reklama-expo.ru

این نمایشگاه شهرت بسیار خوبی در دنیای تبلیغات به دست آورده است. این نمایشگاه رهبران تولیدکننده تبلیغات در روسیه و شرکت‌های صنعتی اصلی خارجی را به یکدیگر پیوند می‌زند. در نمایشگاه تبلیغات مسکو تکنولوژی‌ها و راهکارهای اصلی، مواد جدید و ایده‌های طراحی، طیف وسیع بازاریابی، خدمات روابط عمومی و سیستم‌های فروش مؤثر ارائه می‌شود و ایجاد ارتباطات تجاری را فراهم کرده و آخرین تکنولوژی‌ها و دستاوردها را به نمایش می‌گذارد. در سال گذشته ۲۰۵ شرکت از ۹ کشور مختلف در نمایشگاه تبلیغات مسکو با زیربنایی بالغ بر سه هزار و ۶۷۱ متر مربع، شرکت کردند. نمایشگاه تبلیغات مسکو بزرگ‌ترین نمایشگاه بین‌المللی در روسیه و کشورهای مشترک‌المنافع است. این رویداد به نمایش توسعه و تحولات صنعت در ۲۰ سال گذشته می‌پردازد. این تبلیغات مسکو تنها نمایشگاه برای ارائه طیف گسترده‌ای از محصولات تبلیغاتی نوآورانه و خدمات مربوطه است.



صنایع بسته بندی

کارتن بامداد

BAMDAD CARTON

کارتن - جعبه - لمینت - هاردباکس
طراحی و چاپ و اینک
پایه تقویم، جلد هارد و کلاسور تبلیغاتی
با دستگاه فول اتومات



تلفن : ۳۳۱۱۴۴۱۱

۳۳۹۰۶۵۴۲

۳۳۹۷۲۲۳۰

فکس : ۳۳۹۷۲۲۳۱

bamdadcarton@yahoo.com
bamdadcarton@gmail.com
www.bamdadcarton.ir
www.bamdadcarton.com

نشانی : تهران - خیابان مصطفی خمینی - مقابل پمپ بنزین - نرسیده به پل خاور

کد پستی : ۱۱۱۷۶۱۳۵۱۱

پلاک ۵۶۴

نقش ارتباطات در توسعه پایدار



دکتر قربانعلی تنگشیر
مدرس دانشگاه و نایب رییس انجمن متخصصان روابط عمومی



امروزه ملاحظات جدیدی برای شناخت سطوح توسعه یافتگی جوامع و به تبع آن فردی و اجتماعی مطرح است. تحولات و تطورات زندگی بشر ما را ملزم می کند گذشته را بخوانیم و آینده را بنویسیم. برای نیل به این مهم باید به دانش و مهارت های جدیدی مجهز شد. قدرت تفکر (تفکر محاسباتی) و شناختی و مدیریت آن (مدیریت بازشناختی) در عصری که با انباشت اطلاعات و گسترش فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی مواجه هستیم از مؤلفه های مهم توانمندی سازی به شمار می رود. ارتباطات و اطلاعات بنیادی ترین سطح توانمندی برای زیستن در عصر جدید است باید بتوانیم با استفاده از روش های مناسب و هوشمندانه از آنها به امکان آفرینش و تولید برسیم. در فرهنگ جهانی و ارتباطات فراملی اطلاعات و ارتباطات مبین قدرت و نفوذ جوامع است که به توسعه پایدار منتهی می شود که در آن شهروندان به سطوح بالایی از دسترسی به اطلاعات و توانمندی بهره برداری از آن خواهند رسید. ظرفیت سازی به متن جامعه وارد می شود و تحرک و پویایی با توانمند کردن شهروندان محقق می شود به عبارت دیگر جامعه دانایی محور جامعه ای است که در آن رسانه ها و فناوری های اطلاعاتی صرفا به اطلاع رسانی اکتفا نکرده بلکه با توان افزایش و ظرفیت سازی آحاد مردم قدرت شناخت و نقد و نظر می آفریند توسعه و پیشرفت از طریق دانش افزایی، کار آفرینی و ایجاد ثروت، ارزش افزوده یک جامعه محلی یا ملی از طریق این مسیر حاصل می شود و در نهایت توسعه پایدار را رقم میزند. زیرا در دنیایی مملو از تغییرات پی در پی فهم پدیده ها امری بایسته است باید در برابر انبوه پیام ها منفعیل نبوده بلکه کنشگر باشیم. رفتار کنشگر مبتنی بر اداراک است. نباید سرمایه فردی و زمانی یک شهروند تحت الشعاع ابزارها و ماشین ها پامال شود. ماشین های هوشمند با هوش مصنوعی مدیریت می شوند و انسانها باید از هوش و توانمندی ذهنی و فکر خود بهره برداری صحیح داشته باشند. مزیت انسان قدرت تفکر هوشمندی و مدیریت ذهن است. از سوی دیگر تکیه صرف به افزایش ابزارهای فناورانه عامل توسعه یافتگی و مزیت رقابتی در فضای امروز نیست بلکه مهم آن است که اطلاعات را به حد و مناسب با نیازهای خود دریافت کنیم و بتوانیم آنها را مدیریت کنیم. رسانه ها در خدمت انسان ها هستند برای توسعه یافتگی و تمدن سازی هدایت و مدیریت جریان های اطلاعاتی که در نظریه برجسته سازی به مردم بگویند که به چه فکر می کنید؟ و بنا بر نیازسنجی و خواسته های مردم برای آنها برنامه ریزی می کنند. سواد محصول توانمندی است و کلید ورود به توسعه پایدار، خرد، تعقل و تفکر نقش بنیادی در این موارد دارند. دسترسی به اطلاعات و دانش برای کار آفرینی و خلق ثروت کوتاه ترین و کم هزینه ترین راه برای توانمندسازی و توسعه پایدار می باشد. هدایت و مدیریت جریان های اطلاعاتی از حیث فردی، اجتماعی و حکومتی حائز اهمیت است چون باید پیام را خوب دریافت کند و درک کرده و سپس عکس العمل نشان دهد تا باز خورد آن هم برای خود و جامعه مؤثر بوده و ماندگاری قابل قبولی داشته باشد. زیرا ما در همه جوامع به تعامل و همکاری برای دغدغه های جمعی مشترک احتیاج داریم.



فرار از خانه، ساکن شدن در مریخ

ایلان ماسک به هر دری زد تا فضا را فتح کند

ایلان ماسک مهندس، مخترع و کارآفرینی سرکش و خلاق در صنایع پیشرفته ایالات متحده آمریکا است. او بنیانگذار شرکت‌هایی همچون تسلا موتورز، پی‌پل (Paypal) که اکنون به شرکت eBay تعلق دارد و اسپیس‌اکس (SpaceX) است. او هم‌اکنون مدیرعامل و مدیر فنی در اسپیس‌اکس و مدیرعامل و طراح محصول در تسلا موتورز است. ماسک روی پروژه‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کند که پتانسیل تغییر دنیای اطرافمان را دارند. او نه تنها یک کارآفرین، بلکه یک مخترع، نوآور و مهندس است. او شخصاً در طراحی خودروهای برقی و سفینه‌های فضایی شرکت می‌کند.

ایلان ماسک به عنوان سی‌وهشتمین فرد قدرتمند جهان، پانزدهمین ثروتمند در حوزه تکنولوژی و صدومین میلیاردر جهان در سال ۲۰۱۶ شناخته شده است. دارایی خالص او در سال ۲۰۱۶، ۱۳/۹ میلیارد دلار و در حال حاضر ۱۱/۵ میلیارد دلار برآورد شده است.

■ دوران کودکی تا جوانی

ایلان ریو ماسک (Elon Reeve Musk) در ۲۸ ژوئن سال ۱۹۷۱ در پرتوریای آفریقای جنوبی به دنیا آمد. او فرزند ارشد یک خانواده پنج‌نفره بود. پدر او، ارول ماسک متولد آفریقای جنوبی و بزرگ‌شده انگلیس، مهندس و مادر کانادایی-انگلیسی او متخصص رژیم غذایی و مدل بود. او یک برادر و یک خواهر کوچک‌تر از خود دارد. ایلان ماسک دوران کودکی خود را در آفریقای جنوبی سپری کرد. ماسک ۱۰ ساله بود که پدر و مادر او از یکدیگر جدا شدند و ایلان اغلب اوقات را با پدرش در آفریقای جنوبی می‌گذراند. در سن ۱۰ سالگی اولین کامپیوتر شخصی خود، Commodore VIC-۲۰ را خرید. ایلان به برنامه‌نویسی علاقه‌مند شد و به تدریج شروع به یادگیری این مهارت کرد.

در سن ۱۲ سالگی با فروش بازی کامپیوتری Blastar که شخصاً آن را طراحی کرده بود، ۵۰۰ دلار به دست آورد. بیوگرافی افراد موفق معمولاً متشکل از قسمت‌های کلیدی است که پس از آن منجر به یک موفقیت چشمگیر می‌شود. در بیوگرافی ایلان ماسک هم حداقل دو قسمت کلیدی وجود داشته است. اول از همه تصمیمی است که ایلان ماسک در سن ۱۷ سالگی می‌گیرد؛ بعد از فارغ‌التحصیلی از دبیرستان، ماسک تصمیم گرفت که بدون حمایت خانواده به ایالات متحده مهاجرت کرده و خانه را ترک کند.

ایلان ماسک در سال ۱۹۸۹ از طریق بستگان مادرش به کانادا نقل مکان کرد. بعد از اینکه حق شهروندی کانادا را به دست آورد به مونترآل رفت. در ابتدا به هر شغل کم‌درآمدی راضی بود و تقریباً یک سال با فقر دست‌وپنجه نرم کرد. در سن ۱۹ سالگی در دانشگاه کوئینز در کینگستون انتاریو پذیرفته شد. در سال ۲۰۰۰ با همسر آینده خود به نام جاستین ویلسون که نویسنده‌ای با استعداد بود، آشنا شد. نتیجه ازدواج ایلان با این شخص، ۵ پسر (دوقلو و سه‌قلو) بود؛ در واقع ایلان ۶ پسر داشت، ولی یکی از آنها در دوران کودکی به دلیل بیماری از دنیا رفت. بسا این وجود رابطه ایلان با جاستین، بعد از ۸ سال (سال ۲۰۰۸) به هم خورد و در سال ۲۰۱۰ برای دومین بار و این‌بار با یک بازیگر بریتانیایی ازدواج کرد؛ اما این‌بار هم بعد از ۴ سال زندگی با او، در سال ۲۰۱۴ از همسر خود جدا شد.

ایلان ماسک به مدت دو سال در انتاریو مشغول تحصیل بود و پس از آن، در نهایت در سال ۱۹۹۲ رؤیای خود را به واقعیت تبدیل و به ایالات متحده نقل مکان کرد. او پس از دریافت بورس تحصیلی از دانشگاه پنسیلوانیا توانست زندگی خود را در ایالات متحده آغاز کند. او مدرک کارشناسی را در رشته فیزیک به دست آورد اما سال بعد تصمیم گرفت که در مدرسه وارتون دانشگاه پنسیلوانیا مدرک کارشناسی در رشته علوم اقتصادی را نیز به دست آورد.

■ زندگی حرفه‌ای Zip۲

ماسک در سال ۱۹۹۵ به همراه برادرش کیمبال ماسک، شرکت نرم‌افزاری زیپ ۲ را تأسیس کرد. شرکت یک «راهنمای شهری» برای صنعت انتشارات روزنامه را توسعه و به بازار ارائه داد. ماسک قراردادهایی با نیویورک تایمز و

شیکاگو تریبون بست و اعضای هیات مدیره را برای ادغام با شرکتی به نام سیتی سرچ منصرف کرد. شرکت کامپک، زیپ ۲ را با قیمت ۳۰۷ میلیون دلار در سال ۱۹۹۹ تصاحب کرد. ۷ درصد از فروش شرکت (۲۲ میلیون دلار) به ماسک رسید.

■ Paypal و X.com

در مارس ۱۹۹۹، ماسک X.com را به عنوان یک سرویس‌دهنده مالی و یک شرکت پرداخت ایمیلی تأسیس کرد. یک سال بعد شرکت با کانفینیتی ادغام شد که منجر به ایجاد یک شرکت تابعه به نام پی‌پل شد. Paypal و X.com هر کدام یک سیستم پرداخت فرد به فرد مبتنی بر ایمیل داشتند. ماسک علاقه بیشتری به برند پی‌پل نسبت به X.com نشان داد. در ابتدا برندسازی پی‌پل به کمک X.com، سپس انتقال X.com به زیردانه پی‌پل. تغییرات او به طور رسمی برند X.com را برای همیشه حذف کرد. به دنبال این تغییرات، هیات مدیره مؤسس پی‌پل پیتر تیل را به صورت موقت به عنوان مدیرعامل شرکت انتخاب کرد. در اکتبر ۲۰۰۲، ای‌بی با ۱/۵ میلیارد دلار به وسیله سهام پی‌پل را به دست آورد، که ۱۶۵ میلیون دلار آن به ماسک رسید. قبل از فروش، ماسک با مالکیت ۱۱/۷ درصد از سهام پی‌پل، بزرگ‌ترین سهام‌دار شرکت بود.

■ اسپیس‌اکس

در ژوئن ۲۰۰۲، ماسک سومین شرکت خود را در زمینه فناوری‌های اکتشاف فضایی با نام اسپیس‌اکس (SpaceX) تأسیس کرد. ماسک مدیرعامل اجرایی و مدیر فناوری بخش هاتورن شرکت است. اسپیس‌اکس توسعه‌دهنده و تولیدکننده وسایل نقلیه فضایی با تمرکز بر پیشرفت فناوری موشکی است. اولین وسیله‌های نقلیه این شرکت موشک‌های فالکن ۱ و فالکن ۹ و اولین سفینه فضایی این شرکت در اگن (فضاییم) است. ایلان ماسک به فکر ایجاد یک شرکت تکنولوژی اکتشافات فضایی (SpaceX) افتاد. این فکر از ایده بلندپروازانه کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل فضایی برای ترغیب مردم به منظور مهاجرت و ساکن شدن بر روی مریخ نشأت گرفت. اسپیس‌اکس (SpaceX) در سال ۲۰۰۲ تأسیس شد و در Hawthorne کالیفرنیا، ایالات متحده مستقر شده است.

ایلان ماسک با این ایده مهاجرت و سکونت در مریخ مسحور شد و Mars Oasis را ایجاد کرد. هدف این پروژه ایجاد گلخانه‌های خودکار بود که در آینده بتواند به پایه‌ای برای یک اکوسیستم خودکفا تبدیل شود. مشکل اصلی، هزینه زیاد تحویل گلخانه به مریخ بود. ماسک حتی تلاش کرد وسایل نقلیه‌ای از روسیه به دست آورد و راجع به آن با مقامات روسیه بحث کرد، اما در نهایت تصمیم گرفت که با آنها معامله نکند. بعدها ماسک ایده طراحی راکت و سفینه‌های فضایی قابل استفاده مجدد را عنوان کرد.

در ماه مارس سال ۲۰۰۶، ایلان ماسک بیش از ۱۰۰ میلیون دلار بر روی اسپیس‌اکس سرمایه‌گذاری کرد. محدوده قیمت هر راکت از ۱۵ میلیون دلار در فدراسیون روسیه تا ۶۵ میلیون دلار در ایالات متحده است و این

هوفرز

HOOWERZ®



سلفون کشی اتوماتیک دو کاره چسبی و حرارتی هوفرز



چاپ کارتن



چاپ کارتن IN LINE



لعبت اتوماتیک / سرعت 1000 برگ



لعبت اتوماتیک / سرعت 2000 برگ



سلفون کشی اتوماتیک حرارتی



انواع جعبه چسبان تک باتم، چهار نقطه و شش نقطه



کارتن چسبان اتوماتیک



دایکات اتوماتیک



دایکات اتوماتیک فلکوب



دایکات فلکوب



دایکات استاندارد آمریکا



دایکات روتاری



دایکات



سلفون کشی حرارتی نیمه اتوماتیک

TELEPHONE

+98 21 88 53 52 14
+98 21 55 27 00 33

MOBIL

+98 912 127 27 46
+98 912 812 58 34

WEB

www.hooverz.com
hooverzpack@gmail.com

@hooverzco

یک سال گارانتی واقعی

SHENGTIAN®
盛田

نمایندگی انحصاری کارخانه سنگتیان در ایران



قیمت‌ها برای یک کارآفرین بیش از حد بالا به نظر می‌رسیدند. او محاسبه کرد که هزینه تمام قطعات مورد نیاز برای ساخت یک راکت تنها ۲ درصد قیمت راکت در ایالات متحده بود. این موضوع ماسک را خشمگین کرد. او ریشه این مشکل را در دیوان‌سالاری صنعت هوا و فضا، رقابت کم شرکت‌های بزرگ و تلاش‌های تحمیلی برای جلوگیری از ورود شرکت‌های جدید دید. ماسک مطمئن بود که هزینه‌های ایجاد و راه‌اندازی راکت و سفینه‌های فضایی را می‌تواند تا ۱۰ برابر کاهش دهد.

اسپیس‌اکس در سال ۲۰۰۲ بر روی سیستم راکت فالکون ۱ مشغول به کار شد. ساخت این راکت تقریباً ۴ سال طول کشید و برای طراحی آن صدها میلیون دلار از سرمایه‌گذاری‌های شخصی مصرف شد. در بازه زمانی بین سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۵، چندین شرکت و موسسه به اسپیس‌اکس علاقه‌مند شدند و چندین مورد از تست‌های راه‌اندازی راکت فالکون ۱ را اجرا کردند.

در ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ سه پرواز اول این راکت با شکست همراه بود. در ۲۸ سپتامبر سال ۲۰۰۸، چهارمین تلاش فالکون ۱ در نهایت نتیجه داد. اگر چهارمین تلاش آن هم با شکست روبرو می‌شد شاید دیگر اسپیس‌اکس وجود نداشت. ناسا با این دستاورد تحت تأثیر قرار گرفت و با این شرکت یک قرارداد ۱/۶ میلیارد دلاری برای پرواز فضانوردان آمریکایی از مدار زمین امضا کردند. ناسا هم‌اکنون برای پرواز ۱۲ محموله با استفاده از فضایی‌های رباتیک دراگون (Dragon) و راکت فالکون ۹ برنامه‌ریزی می‌کند.

در اکتبر سال ۲۰۱۲، اسپیس‌اکس چندین نمونه از موتورهای راکت را آن هم بدون هیچ حمایتی از سوی دولت آمریکا توسعه داد که عبارتند از Kestrel، Merlin ۱، Draco و Super Draco. موتور آخری که ذکر شد برای استفاده در خانواده فالکون‌ها که فالکون ۱، فالکون ۹ و فالکون Heavy هستند و همچنین استفاده در سفینه فضایی دراگون توسعه داده شد.

با این وجود، در این زمان ایلان برای عرضه جهانی سهام حاضر نشد. بنا به گفته ایلان ماسک، همه این دستاوردهای اسپیس‌اکس پیش‌زمینه‌ای برای تحقق رؤیای بزرگ و یعنی سفر به مریخ هستند. اسپیس‌اکس در حال طراحی فرآیند حمل‌ونقل برای مهاجرت به مریخ است. همچنین مهندسين ماسک، به منظور حمل افراد از زمین به مریخ در حال کار بر روی موتورهای نوآورانه‌ای از راکت (راکت‌های Grasshopper و فالکون ۹) و سفینه فضایی Red Dragon - که نسخه‌ای اصلاح شده از کپسول دراگون است - هستند.

در ۱۲ فوریه سال ۲۰۱۵، راکت فالکون ۹ در سومین تلاش ایلان ماسک برای فرود سالم این راکت، موفق شد فالکون ۹ را به مدار بفرستد و در پایگاه نیروی هوایی کیپ کارنوال، این راکت را سالم به زمین بنشانند. در این مأموریت ناسا، NOAA و نیروی هوایی ایالات متحده با اسپیس‌اکس همکاری کردند. این ماهواره به منظور شناسایی و اطلاع از تولید گازهای گلخانه‌ای شدید از سوی خورشید که می‌تواند بر روی زیرساخت ارتباطات، نزدیک شدن ماهواره به زمین و شبکه‌های قدرت تأثیر بگذارد، توسعه داده شد.

ماسک مدیرعامل شرکت از طریق توییتر درباره فرود عمودی نرم این راکت در اقیانوس مطالبی منتشر کرد. از آنجایی که ممکن است همیشه مکانی مناسب در طیفی وسیع برای فرود وجود نداشته باشد، این مورد می‌تواند نویدی برای فرود موفق در دریا در آب و هوایی غیرطوفانی باشد. بنا به گفته این کارآفرین موفق، در بازه بین ۱۰ تا ۲۰ سال آینده، هر داستان علمی تخیلی به واقعیت می‌پیوندد.

■ تسلا موتورز

تسلا موتورز در ژوئیه ۲۰۰۳ توسط مارتین ابرهارد و مارک تارپینگ تأسیس شد. این شرکت از همان ابتدای کار، خود را به عنوان اولین سری تولیدکننده وسایل نقلیه الکتریکی معرفی کرد و بنیانگذاران آن در رؤیای بی‌نیاز ساختن مشتریان از سوخت بنزین به سر می‌بردند. ایلان ماسک از حامیان چنین اقدامات آرمانی بود.

بالاخره در سال ۲۰۰۴ با سرمایه‌گذاری در این استارت‌آپ و با سهم شخصی ۷۰ میلیون دلاری خود

در این پروژه شریک شد. او در ابتدا به عنوان مدیر اجرایی و طراح محصول مشغول به کار شد. ماسک در طراحی اولین اتومبیل الکتریکی مشارکت کرد که در واقع یک خودروی اسپورت بنام تسلا روداستر بود. ایلان ماسک اصرار داشت که به منظور به حداقل رساندن وزن خودرو، استفاده از ماژول باتری و حتی برخی از المان‌های ظاهری مانند چراغ‌های جلوی ماشین، از مواد کامپوزیت فیبر کربن در بدنه ماشین استفاده کنند. تا اینکه در سال ۲۰۰۶ این پروژه در روزنامه‌ها منتشر شد و ایلان ماسک هم برای طراحی تسلا روداستر جایزه Global Green ۲۰۰۶ را دریافت کرد. تسلا موتورز به رشد خود ادامه داد و در حال حاضر، تعداد زیادی از سرمایه‌داران بر روی این پروژه سرمایه‌گذاری کرده‌اند؛ از جمله آنها می‌توان به



مؤسسين گوگل اشاره کرد. مبلغ کل سرمایه‌گذاری به بیش از ۱۰۰ میلیون دلار رسیده است.

با این حال هنگامی که تسلا روداستر در سال ۲۰۰۷ وارد مرحله تولید شد، ایلان ماسک با بدشانسی روبرو شد. برخی عیب‌های مدیریتی منجر به این امر شد که قیمت واقعی فروش این وسیله نقلیه الکتریکی، تقریباً دو برابر قیمت اصلی ۹۲ هزار دلاری شود. علاوه بر این، مارتین ابرهارد هم مسبب یک اشتباه استراتژیک بود. در طول این بحران ایلان ماسک مدیریت خود را نشان داد؛ او هرکسی را که باعث توقف این پروژه شده بود اخراج کرد که از جمله آنها می‌توان به ابرهارد و تعدادی از کسانی که نقش کلیدی در شرکت داشتند، اشاره کرد. بعد از این ماجرا، ایلان ماسک به تنهایی این شرکت را رهبری می‌کرد. پس از آنکه یک مدیرعامل موقت به نام مایکل مارک جایگزین ابرهارد شد، ابرهارد به دادگاه شکایت کرد ولی این مشکل به صورت مسالمت‌آمیز حل شد به طوری که هیچ جزئیاتی از این موضوع به بیرون درز نکرد.

در دسامبر سال ۲۰۰۷، Ze'ev Droni به عنوان مدیرعامل و رئیس تسلا موتورز انتخاب شد. ایلان ماسک نسبت به Ze'ev Droni مدیرعامل بهتری بود و به این ترتیب نائب رئیس شد ولی در نهایت Ze'ev در دسامبر سال ۲۰۰۸ این شرکت را ترک کرد. در آستانه بحرانی که ذکر شد، ایلان ماسک با کاهش

مؤثر هزینه‌ها به کار خود ادامه داد؛ تعدیل نیرو کرد، از تأمین‌کننده‌های قطعات، تقاضای قیمت پایین‌تر کرد و برخی از دفاتر را تعطیل کرد و در نهایت تسلا روداستر در سال ۲۰۰۸ با حدود ۲۰ هزار دلار افزایش قیمت عرضه شد.

ماسک برای حفظ تسلا موتورز، مجبور شد که شرکت توسعه نرم‌افزار Everdream را به قیمت ۱۲۰ میلیون دلار به دل (Dell) بفروشد؛ ایلان از سهامداران اصلی این شرکت بود. او این بودجه اضافی را به تسلا موتورز تزریق کرد.

در ۲۹ ژوئن سال ۲۰۱۰، تسلا موتورز فروش اولیه سهام (IPO) خود را آغاز کرد. این کمپانی دومین شرکت ماشین‌سازی (بعد از فورد) در تاریخ ایالات متحده بود که به بازار فروش اولیه سهام وارد شد. با این حال که تسلا موتورز به مدت ۱۰ سال سودآور نبود، با ۱۷ دلار در هر سهم بر NASDAQ ذکر شد و بیش از ۲۲۵ میلیون دلار بر روی آن سرمایه‌گذاری شد و این بهترین زمان برای ورود به بازار فروش اولیه سهام بود.

در ۵ فوریه سال ۲۰۱۵، یک سهم از سهام تسلا موتورز، به ارزش ۲۲۰/۹۹ دلار قیمت‌گذاری شد و ارزش کل بازار آن به ۲۷/۴۴ میلیارد دلار رسید. ایلان ماسک صاحب ۳۰ درصد از سهام تسلا موتورز است.

ایلان ماسک معتقد است که جهان کاملاً وابسته به نفت است. این وابستگی منجر به تغییرات آب و هوایی و تنش‌های ژئوپولیتیک دائمی می‌شود. اجتناب از موتورهای احتراق داخلی و جایگزین کردن آن با موتورهای الکتریکی می‌تواند شرایط را تغییر دهد؛ بنابراین تسلا موتورز یک کسب و کار صرف برای ماسک نیست.

در ۹ اکتبر سال ۲۰۱۴، تیم تسلا موتورز از مدل S و Model X را رونمایی کردند. این اولین ماشینی است که از موتور دوال برخوردار است. مدل S، Model X، با قدرت ۶۹۱ اسب بخار، از میزان شتاب فوق‌العاده‌ای بهره می‌برد؛ این ماشین سرعت صفر تا صد کیلومتر را عرض ۳/۲ ثانیه به دست می‌آورد. علاوه بر تمام اینها، این ماشین می‌تواند به سیستم انتقالی اتوپایلوت مجهز شود؛ این سیستم از یک دوربین در جلو، رادار، سنسور فراصوتی ۳۶۰ درجه، که وقایع اطراف ماشین را تحت نظر دارد، بهره می‌برد. تسلا مدل اس با سیستم اتو پایلوت تعبیه شده در آن به راحتی می‌تواند خطوط جاده را تشخیص داده و مسیر خود را در بین این خطوط انتخاب کند. علاوه بر این، سیستم اتو پایلوت می‌تواند عابرین پیاده و موانع جاده را شناسایی کرده و از برخورد با آنها اجتناب کند، یکی دیگر از قابلیت‌های این سیستم، توانایی خواندن تابلوهای راهنمایی در جاده‌هاست، این ماشین می‌تواند سرعت را با توجه به آنها تنظیم کند. عمر باتری این ماشین هم تقویت شده است. قیمت اولیه این ماشین ۷۹۹۰۰ دلار برآورد شده است. با تمام این اوصاف، برخی قابلیت‌های تسلا مدل اس شبیه به مدل S ۶۰ طراحی شده است. Consumer Report، در سال ۲۰۱۴ تسلا مدل S را برای دومین سال متوالی، به عنوان بهترین ماشین سال اعلام کرد.

مدل دیگری که برای نیمه دوم سال ۲۰۱۶ برنامه‌ریزی

JAHANIAN INDUSTRY



گروه صنعتی مهندس

جهانیان

اولین صادرکننده ماشین آلات
سلفون کشی به خارج از کشور



دستگاه یو-وی سیلندری

تولید و واردات ماشین آلات خدمات پس از چاپ
دستگاه‌های سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی چسب سرد
شیت کن سلفون کشی، یو وی، لمینیت کارتن



دستگاه برش سینگل فیس



دستگاه لمینه کارتن ۴/۳ اتوماتیک



دستگاه سلفون کشی واتر بیس (چسبی)

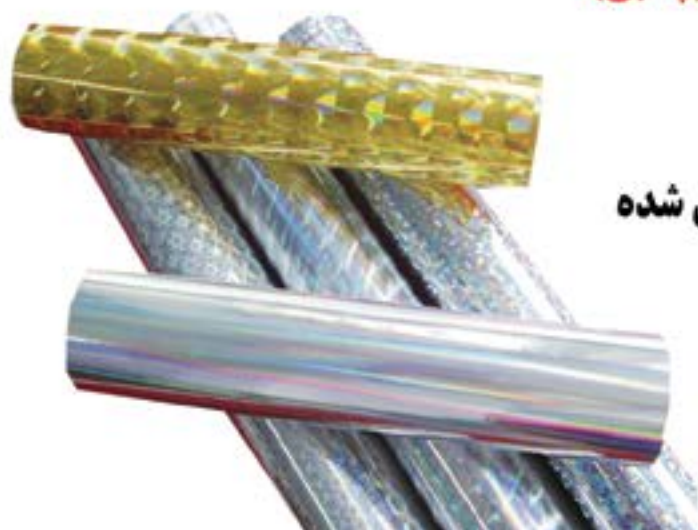


سلفون کشی حرارتی به همراه شیت کن و سیستم روغنی



امباس

سلفون حرارتی
سلفون واتر بیس (چسبی)
سلفون لیزری
سلفون مخملی
مات و براق
دو رو جرقه گیری شده
کیفیت عالی
قیمت مناسب



تهران - فلکه دوم صادقیه، ابتدای آیت اله کاشانی، برج مینا، طبقه ۸، واحد ۴۶

تلفن: ۴۴۰۶۴۲۱۵ دورنگار: ۴۴۰۶۴۹۸۲ همراه: ۰۹۱۲۱۲۴۰۷۷۰

www.jhani.org



۱۲ اوت ۲۰۱۳، ماسک از طرح جدیدی برای انتقال بین لس آنجلس بزرگ و منطقه خلیج سانفرانسیسکو رونمایی کرد. صاحب شرکت اسپیس اکس که به سرمایه‌گذاری‌های کلان در زمینه ماجراجویی‌های علمی شهرت دارد، در ژانویه ۲۰۱۵ از طرحی خبر داد که طی آن مسیری تونل مانند برای حرکت کپسول‌هایی فوق مدرن حامل مسافران راه‌اندازی می‌شود. کپسول‌هایی که در این مسیرها به کار گرفته می‌شوند با سرعت سرسام آور ۱۲۸۷ کیلومتر بر ساعت حرکت می‌کنند و این یعنی بالاترین سرعتی که تاکنون برای جایابی افراد بر روی زمین و در قالب سیستم حمل‌ونقل زمینی ارائه شده است. مسافران درون کپسول‌های آلومینیومی مخصوصی می‌نشینند. هایپرلوپ بر مبنای تکنولوژی مشابهی در قطارهای شناور مغناطیسی است. یک ضربه الکترومغناطیسی به منظور حرکت «غلاف» یا «کپسول» استفاده می‌شود و یک فشار هوای کم، دستیابی به سرعت‌های بالاتر از هر وسیله حمل‌ونقل زمینی دیگری را فراهم می‌سازد. سیستم حمل‌ونقل هایپرلوپ از پائل‌های خورشیدی نصب شده در طول مسیر استفاده می‌کند. علاوه بر این، وسایل ساخته شده در دیگر شرکت‌های ماسک در اینجا هم مفید واقع می‌شوند؛ در حقیقت از موتور و قطعات الکترونیکی از تسلا موتورز برای کپسول‌ها استفاده می‌شود، مهندسان سولاریستی می‌توانند در زمینه پائل‌های خورشیدی کمک کنند و اسپیس اکس هم می‌تواند موادی که در فضا تست شده‌اند را در اینجا هم به اشتراک بگذارد.

منظور پرداخت هزینه کمتر برای برق، سیستم‌های خورشیدی خودشان را فعال کنند. به طور مثال این برنامه به کاهش هزینه در کیلووات-ساعت کمک می‌کند و مشتریان برای سال اول، ملزم به بازپرداخت این وام به صورت ۱۶ سنت در هر کیلووات-ساعت هستند.

در این کانسپت یک کپسول قادر خواهد بود تعداد ۲۸ نفر را حمل کند و اگر بودجه این پروژه از ۶ میلیارد دلار به ۱۰ میلیارد دلار افزایش یابد، یک کپسول باری هایپرلوپ می‌تواند تا سه خودرو را حمل کند. شتاب شروع این کپسول شبیه به یک هواپیما خواهد بود. در یک مسیر اولیه ۷۰ کیسول با تأخیر زمانی حداقل ۷۰ ثانیه وجود خواهد داشت؛ فاصله ایمن بین این کپسول‌ها ۵ مایل (۸ کیلومتر) خواهد بود. اگر قیمت هر بلیط یکطرفه ۲۰ دلار باشد، دوره بازپرداخت سرمایه‌گذاری ۲۰ سال خواهد بود و تعداد مسافرانی که سالانه به این صورت حمل می‌شوند به ۷/۴ میلیون می‌رسد.



طبق برنامه‌ریزی‌ها، اولین سیستم حمل‌ونقل هایپرلوپ در امتداد بزرگراه کالیفرنیا ساخته می‌شود. ایلان ماسک از امنیت بی‌سابقه این سیستم برای مسافران، در میان دیگر وسایل حمل‌ونقل وعده می‌دهد.

این مخترع معتقد است که گزینه هایپرلوپ برای حمل‌ونقل شهرستان‌های بزرگی که در فاصله ماکزیمم ۹۰۰ مایلی (۱۵۰۰ کیلومتری) یکدیگر هستند، مناسب است و برای مسافت‌های طولانی‌تر هم گزینه هوایما مناسب‌تر می‌باشد.

مفاهیم پشت سولاریستی به طور کلی بر پایه صرفه‌جویی در هزینه، سازگاری با محیط زیست و به طور کلی منطبق شدن با ایدئولوژی ایلان ماسک قرار دارد. از همه مهمتر، این شرکت سیستم‌های انرژی خورشیدی را برای ایستگاه‌های سوپرشارژر تسلا موتورز فراهم می‌کند.

در ۵ ژانویه سال ۲۰۱۵، ایلان ماسک در طول سخنرانی خود در دهمین انجمن سالانه حمل‌ونقل تگزاس از ایجاد مسیری آزمایشی برای تست بتای هایپرلوپ خبر داد؛ مکانی در تگزاس به طول ۵ مایل (۸ کیلومتر). طبق برنامه‌ریزی‌ها قرار است که این مسیر در آینده برای شرکت‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرد و گروهی از دانشجویان مهندسی مستعد کپسول‌های طراحی خود را تست کنند. ماسک همچنین برای سازماندهی رقابت و مسابقه سالانه دانشجویی بر سر کپسول‌های هایپرلوپ مانند Formula SAE برنامه‌ریزی می‌کند.

با این همه، رهبری در این صنعت، سولاریستی را از انتقاد منتقدین حفظ نمی‌کند. برخی از منتقدین می‌گویند که این توان الکتریکی خورشیدی هرگز به یک مدل کسب و کار تبدیل نخواهد شد. تحلیلگران معتقدند تضمین ایلان ماسک در چشم‌انداز این شرکت اصلی‌ترین دلیل برای موفقیت این شرکت است. اگر خالق اسپیس اکس و تسلا موتورز بر روی این تکنولوژی مصمم است، بدان معناست که هدف بزرگ‌تری پشت آن نهفته است.

قرار است این طرح در حد فاصل سان فرانسیسکو تا لس آنجلس در غرب آمریکا راه‌اندازی شود. نسخه ویژه حمل مسافران با هزینه ۶ میلیارد دلار و نمونه مخصوص حمل خودروها با صرف بودجه ۵/۷ میلیارد دلار طراحی و ساخته می‌شود.

■ هایپرلوپ

زندگی سراسر خلاقانه ایلان ماسک به خودی خود یک مثال فوق‌العاده از مردی است که رؤیای کودکی خود، فتح فضا، را به واقعیت تبدیل کرده است. بالاخره در آینده‌ای دور یا نزدیک، اسکان بشر در مریخ به لطف نوآوری‌های اسپیس اکس و سایر صنایع پیشرفته آمریکا به واقعیت تبدیل خواهد شد.

شده، تسلا مدل ایکس است. در سپتامبر سال ۲۰۱۵ شش مدل اول تسلا ایکس، در یک رویداد راه‌اندازی در کارخانه فرمونت تحویل داده شد. تیم تسلا موتورز، مدل ایکس P90D و P90D را طراحی کردند. مدل ایکس P90D دارای توان موتور جلوی ۲۵۹ اسب بخار و توان موتور عقب ۵۰۳ اسب بخاری است و سرعت صفر تا صد کیلومتر را در عرض ۳/۲ ثانیه پر می‌کند و از سیستم انتخابی Ludicrous شتابی استفاده می‌کند. علاوه بر همه اینها، تسلا ایکس از شیشه جلوی پانوراما، ۷ صندلی و درهای عقبی که به سبک بال پرده یا فالکون باز می‌شوند، بهره می‌برد. این خودرو مجهز به اولین فیلتر HEPA واقعی با دکمه «Defense Mode» است. ماسک بیان کرد که هنگامی که فیلتر هپا عمل می‌کند، هیچگونه باکتری، ویروس و یا گرده‌ای نمی‌تواند در داخل کابین شناسایی شود. همان‌طور که گفته شد مدل ایکس به درب فالکون مجهز شده که به طور خودکار برای قوس بهینه برای باز شدن، تنظیم می‌شوند. ایلان ماسک در حال برنامه‌ریزی برای پوشش ایالات متحده، اروپا و آسیا با شبکه‌ای از ایستگاه‌های سوپرشارژر است. در ۲۰ اکتبر سال ۲۰۱۵ تعداد ۵۰۳ ایستگاه سوپرشارژر با ۳۰۰۷ سوپرشارژر در جهان وجود داشته است.

■ سولاریستی

ماسک مفهوم اولیه از سولاریستی را ارائه داد، که پس از آن توسط پسرعموهایش لیندان و پیتر رانو در سال ۲۰۰۶ تأسیس شد. ماسک بزرگ‌ترین سهام‌دار باقی‌مانده است. سولاریستی هم‌اکنون بزرگ‌ترین ارائه‌دهنده انرژی خورشیدی در ایالات متحده آمریکا است. سولاریستی یک شرکت ارائه‌دهنده خدمات انرژی است که مقر آن در San Mateo، کالیفرنیا، ایالات متحده است. مؤسسان سولاریستی دو پسرعمو به نام‌های لیندون (Lyndon) و پیتر رانو (Peter Rive) هستند. ایلان ماسک یکی از سهامداران این شرکت است. در سال ۲۰۰۳، ایلان پس از فروش ۱۱ درصد از سهام خود در پی‌پل توانست ۱۰ میلیون دلار روی این شرکت سرمایه‌گذاری کند.

سولاریستی، سیستم‌های انرژی خورشیدی را برای خانه‌ها، کسب و کارها و دولت تأمین می‌کند. این شرکت چندین برنامه برای صاحب‌خانه‌ها فراهم می‌کند؛ برنامه وام مای‌پاور (MyPower)، اجاره خورشیدی و قرارداد خرید توان خورشیدی (PPA). در ماه می سال ۲۰۰۸، این شرکت برای تأمین توان برج نظارت و سبرور، برای بریتیش موتورز (British Motors) و ای‌بی (eBay)، سیستم‌های برقی تأمین شده با انرژی خورشیدی ساخت.

در ۱۵ ژانویه سال ۲۰۱۵، سولاریستی برای راه‌اندازی یک مرکز مالی خورشیدی جدید به ارزش ۲۰۰ میلیون دلار با کردیت سویس گروپ (Credit Swiss Group AG) همکاری کرد. این تسهیلات اعتباری به منظور کمک به مشتریان در سرمایه‌گذاری در سیستم‌های انرژی خورشیدی از طریق برنامه وام «مای‌پاور» سولاریستی شکل گرفت. برنامه انرژی نامبرده به مشتریان این امکان را می‌دهد که به



گفت‌وگو با جلیل غفاری رهبر تغییر تاریخ نمایشگاه بیست و چهارم

بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته با دو روز جابه‌جایی در تاریخ ۲۲ تا ۲۵ آذر ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود. در این باره چاپ و نشر با جلیل غفاری رهبر، رئیس هیات مدیره شرکت صنوف تولیدی و خدمات فنی تهران و رئیس اتحادیه صحاف گفت‌وگویی انجام داده و دلیل این موضوع را جویا شده است.

■ هانیه صراف‌زادگان

■ لطفا علت تغییر در تاریخ برگزاری نمایشگاه را بیان کنید.

در تاریخی که قبلاً برای برگزاری بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تعیین شده بود، روزهای پنجشنبه و جمعه نداشتیم به همین علت تمام تلاشمان را کردیم تا تعطیلات آخر هفته را در آن جاگذاری کنیم. تا شرکت‌کنندگان شهرستانی بتوانند به راحتی از نمایشگاه بازدید کنند ضمن اینکه با جلوگیری از تاریخ برگزاری هرچه بیشتر از تعطیلات ژانویه فاصله بگیریم تا به این وسیله کشورهای دیگر به راحتی امکان حضور در نمایشگاه را پیدا کنند. ما از ابتدا پیگیر این مساله بودیم و به نتیجه‌ای که می‌خواستیم رسیدیم.

جابجایی‌هایی که در تاریخ برگزاری نمایشگاه‌ها در تقویم کلی نمایشگاه صورت می‌گیرد باعث شده بتوانیم نمایشگاه بیست و چهارم را در تاریخ ۲۲ تا ۲۵ آذر ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار کنیم.

■ تاکنون چه اقدامات دیگری برای نمایشگاه انجام داده اید؟ وضعیت فعلی نمایشگاه چگونه است؟

پیش‌ثبت‌نام شرکت‌های متقاضی حضور در نمایشگاه سال جاری، انجام شده است و تا کنون غیر از ثبت‌نام افراد متقاضی حضور در بخش ارزی و خارجی نمایشگاه، حدود ۵۰۰ شرکت پیش‌ثبت‌نام خود را تکمیل کرده و در حدود ۲۴ هزار متر مربع در این نمایشگاه به آنها اختصاص یافته است. کارهای اولیه ثبت‌نام ۴ هزار متر مربع از بخش ارزی نمایشگاه نیز انجام شده است و از اواخر شهریور ماه هم شروع به جانمایی غرفه‌ها خواهیم کرد.

■ با توجه به رقابتی شدن فضای نمایشگاهی صنعت چاپ چه اقداماتی در دستور کارتان قرار دارید؟

همیشه رقابت وجود داشته است. امسال هم مثل همیشه و سال‌های گذشته روال کارهای نمایشگاهی را انجام داده‌ایم و رویکردهایمان این است که بتوانیم مشکلات سال‌های گذشته را از نظر ساختار مرتفع کنیم و یا ضریب آنها را تا حد امکان کاهش دهیم. تغییر چشم‌گیری که امسال نسبت به دوره‌های پیشین داریم، اضافه شدن سالن شماره ۵ به نمایشگاه است. گفتنی است که این سالن در مکان خوبی قرار گرفته و دارای استانداردهای روز اروپا است.

■ تقویت وجه بین‌المللی نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در نمایشگاه آتی در دستور کارتان هست یا خیر، مشخصاً چه اقداماتی در این خصوص صورت داده‌اید؟

خوشبختانه نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شناخته شده است و به خودی خود یک برند محسوب می‌شود. عموم کشورهای صنعتی با آن آشنایی کامل دارند و در این مورد همین بس که بگویم همین امروز ۴ تماس از آلمان داشتیم که درخواست رزرو غرفه داشتند.

در این بخش با تلاشی که توسط دوستان انجام پذیرفته است در بخش خارجی پیشرفت شایانی کرده‌ایم. ما تمام زمینه‌های لازم برای حضور شرکت‌های خارجی را آماده کرده‌ایم. علاوه بر شرکت‌هایی که به عنوان غرفه دار در نمایشگاه حضور دارند، این دوره در حال هماهنگی‌هایی هستیم تا به واسطه‌ی آن بازدیدکنندگان خارجی علاقه مند هم به راحتی توان مشارکت داشته باشند. این هماهنگی‌ها با هدف بالا بردن نرخ صادرات، بیشتر برای حضور کشورهای منطقه صورت گرفته است.

■ در این دوره چه کشورهایی حضور خواهند داشت؟

بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی با حضور پر رنگ کشورهای چین، تایوان و هنگ کنگ برگزار می‌شود. این کشورها غرفه‌هایی را با مترائز بالا اختیار کرده‌اند تا حضور قدرتمندی را از خود به نمایش بگذارند. یکی دیگر از کشورهایی که غرفه‌های مترائز بالایی در اختیار دارد، ترکیه است که در دوره‌ی پیش به علت اختلالات داخلی نتوانسته بود حضور موفقی در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی بیست و سوم داشته باشد. در بخش اروپایی هم از کشورهایی چون آلمان، ایتالیا، اسپانیا و اتریش تقاضای زیادی داشته‌ایم. کره جنوبی و ژاپن هم در این دوره تمایل بیشتری برای حضور از خود نشان داده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که نسبت به سالهای گذشته مترائز بیشتری را به خود اختصاص دهند.

نمایندگی‌های داخلی ما هم در حوزه‌های ماشین‌آلات و مواد اولیه در کنار کشورهای مختلف فعالیت خواهند کرد، که پیش‌ثبت‌نامشان هم انجام داده‌اند.

■ برگزاری چندین نمایشگاه تخصصی در یک زمینه با توجه به کند بودن تحولات، باعث می‌شود نمایشگاه‌ها نکته تازه‌ای نداشته باشند، به نظرتان در این وضعیت نمایشگاه چه نقشی ایفا می‌کند؟

سوال خوبی است؛ تکنولوژی کل صنعت چاپ، از لیتوگرافی، چاپ، صحافی، بسته‌بندی و غیره، - به غیر از لیتوگرافی که بیشتر الکترونیک است و تحول سال به سال آن به علت سیستم کاری الکترونیکی آن زیاد است - بیشتر مکانیکی است. مثلاً یک دستگاه صحافی یا یک دستگاه چاپ را بعد از یک سال کار از رده خارج نمی‌کنند و تا زمانیکه مستهلک نشود از رده خارج نمی‌شود. سازنده‌های دستگاه‌ها ایرادات هر دستگاه را در حین کار متوجه می‌شوند و دستگاه را ارتقا و رشد می‌دهند. تنها تفاوت ماشین‌های ابتدایی چاپ آسان‌تر شدن کار اپراتور است. اگر ما بتوانیم دانش فنی کار را در نمایشگاه‌ها ارتقا دهیم تا چاپچیان بازدهی خوبی از دستگاه‌ها داشته باشند. قطعاً بخش آموزش در هر بخشی اعم از مواد اولیه و ساختار دستگاه‌ها در نمایشگاه‌ها می‌تواند بسیار مثرم‌تر باشد.

■ به هر صورت نمایشگاه وجه بازرگانی دارد، آیا گردش مالی بازرگانی برای شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌های گذشته راضی‌کننده بوده است یا خیر؟

نباید در حساب و کتاب شرکت‌کنندگان دخالت کرد ولی ما به واسطه تقاضای حضور در نمایشگاه می‌توانیم وضعیت شرکت‌ها را بررسی می‌کنیم. مثلاً شرکتی ۵ سال پیش تقاضای غرفه‌ی ارزی با ۱۲ متر مربع داشت ولی الان، ۲۰۰ متر تقاضا می‌کند این افزایش تقاضا نشان می‌دهد که توان مالی آن شرکت بالا رفته است، فروش خوبی داشته و توانسته در این چند سال دستگاه یا مواد اولیه‌ی مورد عرضه خود را به خوبی بفروش برساند. من معتقدم اگر غرفه داران آموزش را در کنار کار خود درج کنند موفق‌تر هم خواهند بود.

■ سخن آخر؟

من از مجموعه چاپ و نشر تشکر می‌کنم امیدواریم با کمک شما نمایشگاهی خوب را برگزار کنیم. اگر انتقادی هم باشد برای ارتقاء صنعت چاپ و نمایشگاه خواهیم شنید. همدلی و هم‌زمانی را خواهیم.

ساخت کاغذ

و فرآیند چاپ



مواد الیافی و افزودنی در ساخت کاغذ

■ استوانه‌های غلتک‌زن

استوانه‌های غلتک‌زن سخت به طور معمول از آهن منجمد مقاوم به آب ساخته شده‌اند. این سطح فوق‌العاده سخت بوده، دارای سختی ویکرز شماره‌های بین ۵۰۰ و HV ۶۵۰ هستند و تا ناهماری در سطوح پایین، حدود $0.1 \mu mRa$ سنگ زده می‌شوند. این سمبل، معرف متوسط عددی مشتق‌های مربوط به ارقام میانگینی است که توسط دستگاهی که با یک نوع سوزن که در تماس با سطحی قرار گرفته و حرکات عمودی و افقی را ثبت می‌کند، اندازه‌گیری شده است. برای بسیاری از استوانه‌های سخت، سیستم‌های بازچرخانی مایع (آب، بخار یا روغن) برای حفظ درجه حرارت‌های یکنواخت در سطح تعبیه شده است. تغییرات مشخص برای یک استوانه مدرن فقط ۱/۵ درجه سانتی‌گراد در محدوده رقم میانگین است. یک مجموعه که تنها از استوانه‌های آهنی استفاده کرده، غلتک‌زن‌های با نیپ سخت خوانده می‌شود، زیرا در نظر گرفته می‌شود که این استوانه‌ها دارای نیپ سخت و محکم باشند. طراحی‌های جدید اغلب تنها دارای دو تا سه استوانه هستند.

استوانه‌های غلتک‌زن سخت، همچنین از مواد نرم‌تری که روی محور فولادی یا پوسته‌ها سوار شده، ساخته شده‌اند. استوانه نرم سنتی که در غلتک‌زن‌های تکمیلی مورد استفاده قرار می‌گیرد، استوانه‌های پر شده نامیده می‌شود. این مواد پرکننده از هزاران صفحه مدور کاغذ مخصوص استوانه غلتک‌زن، اصولاً از انواع درجات پنبه که به تنهایی یا با مخلوطی از پشم درآمیخته، ساخته شده‌اند. این صفحات مدور به شدت در طول محور مرکزی با چگالی حدود ۱۳۰۰-۱۲۰۰ کیلوگرم بر سانتی‌متر استوانه‌های سخت به طور معمول از آهن منجمد ساخته می‌شوند؛ به عنوان مثال، با لایه‌ای از آهن چدنی با لایه خارجی به ضخامت حدود ده میلی‌متر، با ساختار منجمد یا سفید که به مراتب سخت‌تر است که در مقایسه با ساختار معمولی خاکستری، دارای مقاومت به سایب بیشتر است. طراحی‌های قدیمی‌تر، استوانه‌های محیطی سوراخدار و طراحی‌های معمول‌تر دارای بدنه جابجا شونده‌تری که برای دستیابی به یک درجه حرارت سطحی یکنواخت‌تر و بالاتر بسیار مؤثرتر هستند با استفاده از مایعات گرم‌شونده گردان، حرارت ۱۰۰-۵۰ درجه سانتی‌گراد مورد استفاده قرار گرفته است، اما تا حرارت ۲۵۰ درجه سانتی‌گراد نیز عمل شده است.

استوانه‌های پر شده از هزاران صفحات کاغذی مخصوص که به شکل طناب و از روی یک محور فولادی مرکزی همانطور که نشان داده شده است قفل شده و توسط صفحات انتهایی تحت فشار زیادی نگاه داشته شده‌اند. کیک پنبه خام نیز ممکن است مورد استفاده قرار گیرد که سطح بیرونی آن به نرمی سنگ زده شده است. صفحات مسی نازک گاهی برای افزایش جریان گرم درست زیر سطح جایی که حداکثر درجه حرارت اتفاق می‌افتد به سمت محوری که ممکن است توخالی

و به سیستم خنک‌کننده‌ای وصل شده باشد را شامل می‌شوند.

نوع جدیدتر غلتک‌زن‌ها، غلتک‌زنی تکمیلی است که تقریباً به صورت انحصاری، عملیاتی خارج از ماشین (کاغذ) است.

جدا از سه نمونه خیلی زیاد، محتوی رطوبت حدود ۱-۰/۵ درصد بیشتر از کاغذ تولیدی روی ریلر (آخرین استوانه ماشین کاغذ که حلقه کاغذ روی آن می‌پیچد) است، بنابراین آن رطوبت به فرنیس بستگی دارد. بعضی اوقات رطوبت اضافی با جعبه‌های بخار و یا در مورد مقوا با جعبه‌های آب اعمال می‌شود.

بار خطی به فشار مورد نیاز، قطرهای استوانه‌ها و نرمی (شقی) آن‌ها بستگی دارد. غلتک‌زن‌های روی ماشین یا همان سرعت ماشین کاغذ یا اندودکننده کار می‌کنند (MIP). غلتک‌زن‌های خارج از ماشین می‌توانند برای دستیابی به پرداخت‌های رضایت‌بخش، سرعت را در حول محدودیت‌های تولید تنظیم کنند. سرعت‌هایی در ارتباط با زمان‌های تماس یک تا ده میلی‌ثانیه برای هر نیپ.

بیشتر اشکال غلتک‌زن‌ها دارای دو مجموعه از دو استوانه هستند که یکی از آنها چدن و یکی دارای روکش الاستومر است. برخی دیگر از اشکال غلتک‌زن‌ها، دارای دو مجموعه از سه استوانه هستند که هر مجموعه دارای دو استوانه نرم و یک استوانه آهنی است. برخی دارای یک مجموعه با دو استوانه نرم هستند. بسیاری از غلتک‌زن‌هایی که دارای یک مجموعه با یک استوانه آهنی و یک یا سه استوانه نرم هستند، عمدتاً برای غلتک‌زنی دو طرف کاغذ به کار می‌روند. اکثر مجموعه‌های سه استوانه‌ای برای خارج از ماشین هستند. غلتک‌زن‌های براق، عنوانی که برای غلتک‌زن‌های با نیپ نرم به کار می‌رود، به طور معمولی شامل یک نیپ همراه استوانه سخت شدیداً صیقلی شده، از نوعی که در دهه ۱۹۶۰ اصولاً برای تولید انواع مقوای براق توسعه یافته است، هستند. استوانه کوچک‌تر، روکش شده با ماده مصنوعی با سختی پایین که این مقوا را تحت بار خطی کم در مقابل استوانه سختی که تا حدود ۱۶۰ درجه سانتی‌گراد و محتوی رطوبت حدود ۱۵ درصد گرم شده است، می‌فشارد.

به‌کارگیری شرایط سرعت و درجه حرارت بالا، موجب راندن غلتک‌زن در حرارت‌هایی برابر ۲۰۰ درجه سانتی‌گراد و بیشتر می‌شود. برخی از استوانه‌های نرم می‌توانند در حرارت ۱۲۰ درجه سانتی‌گراد کار کنند، اما بسیاری در همان درجه حرارت ورق کاغذ کار می‌کنند. غلتک‌زن‌های تکمیلی با استوانه‌های پر شده در حرارت هشتاد تا نود تا ۱۲۰ درجه سانتی‌گراد برای کاغذهای شیشه‌ای کار می‌کنند.

سختی‌های شور D، برابر ۹۵-۸۶ برای کاغذ، ۸۲-۶۵ برای مقوا و بالاتر از ۹۵ برای کاغذ شیش‌های است. ترتیب تناوبی استوانه‌های پر شده سخت / نرم

به سمت پایین غلتک‌زن‌های تکمیلی، اغلب به منظور برگرداندن کاغذ در تماس با استوانه سخت، با ترکیب نرم / نرم تغییر یافته‌اند.

سختی شور D حدود پنجاه (۱۵-۲۰ J&P). این شکل از تیمار فشاری پایین در بخش خشک‌کننده، جهت چندین نوع کاغذ به کار می‌رود. برآورد کردن عرض نیپ‌ها با نیپ‌های سخت در مقایسه با نیپ‌های نرم، دشوارتر است.

به منظور اجتناب از ابری شدن کاغذ (در حین غلتک‌زنی)، باید بارهای خطی پایین‌تر به کار رود. استوانه‌های با روکش الاستومر (در سمت راست) از لایه‌هایی با ضخامت ۲۰-۱۰ میلی‌متر از مواد مصنوعی بر روی پوسته‌هایی از فولاد یا چدن تشکیل شده‌اند. این استوانه‌ها اغلب با سیستم‌های کنترل شده میزان انحراف که روغن چرخنده درجه حرارت‌های عملیاتی در روکش راه به خوبی، به ویژه در سطح تماس با پوسته به طور ایمن نگهداری می‌کند. تنوع وسیعی از مواد روکش، از جمله لاستیک‌های مصنوعی و پلی‌اورتانی که به شدت با رنگدانه‌های غیرآلی و الیاف تقویت شده با رزین‌های بر پایه اپوکسی بارگذاری شده‌اند، به کار می‌روند.

استوانه‌های پر شده فوق‌الذکر به منظور کارکرد در میان فشارها و تغییرات شدید مکانیکی هیسترسیس گرم می‌شوند، سپس در محدوده‌ای از بارها و سرعت‌های عملی که ممکن است مورد استفاده قرار گیرند، قرار داده می‌شوند. بیشتر حرارت تولید شده، ابتدا به کاغذ و از آنجا به استوانه‌های آهنی منتقل می‌شود. از طریق کنترل درجه حرارت استوانه‌های آهنی، کاغذ به صورت گرم و به نحو مؤثری غلتک‌زنی می‌شود.

طبیعت ویسکوالاستیک و پالاستیک مواد گوناگون پوششی استوانه، رابطه‌ای میان مدول الاستیسیته دینامیکی و آزمون‌های نادرست سختی و وابسته به انواع ساختارهای پلیمری و کاپوزیت به کار رفته ایجاد می‌کند. با این وجود، سختی‌های مشخص و معمول روکش استوانه، در محدوده ۹۵-۸۵ درجه (Shore D) برای انواع کاغذ و در محدوده ۸۰-۷۰ درجه (ShoreD) برای مقوا قرار دارند که به مدول الاستیسیته بین ۰/۵ و ۱۰ GPa، اکثراً در محدوده ۴-۱ مربوط می‌شوند. سختی P & J برای انواع کاغذ به ندرت در محدوده ۲-۰ قرار می‌گیرد، در حالی که روکش‌های نرم‌تر برای مقوا اغلب بین سه و ده هستند. در این رابطه نموداری نیز در بالا توسط ج.آ.پالسون نشان داده شده است.

■ ادامه دارد...

برگرفته از کتاب «مفاهیم نظری و کاربردی ساخت کاغذ و فرآیند چاپ» ترجمه و تالیف دکتر مهدی منظورالاجداد

پرسش و پاسخ‌های حقوقی

■ گوش‌ها زیر کلاه!

می‌گویند وقتی عباس میرزا در جنگ با روس‌ها احساس کرد که قوایش را از دست داده است و اگر از تهران کمکی به او نرسد مقاومتش در هم خواهد شکست و قسمتی از شمال ایران از دست خواهد رفت، با عجله و شتاب نامه‌ای خطاب به فتحعلی‌شاه نوشت و وضع خودش را تشریح کرد و خاطر نشان ساخت که اگر هر چه زودتر به او کمک نشود، شکستش حتمی است. بعد نامه را به شجاع‌السلطنه داد و سفارش کرد که در اسرع وقت نامه را به فتحعلی‌شاه برساند. شجاع‌السلطنه پس از گرفتن نامه سوار بر اسب شد و راه تهران را در پیش گرفت. وی راه تبریز-تهران را سه‌روزه با اسب طی می‌کند و چند اسب زیر پایش تلف می‌شوند و بالاخره غروب روز سوم - یا چهارم - به تهران می‌رسد و وارد باغ سلطنتی می‌شود. وی بدون اینکه لباس خود را عوض کند یا سر و صورتش را از گرد و غبار راه بشوید و تمیز کند، با همان حال وارد باغ می‌شود و اجازه شرفیابی می‌خواهد. در آن زمان رسم بر این بود درباریانی که به حضور پادشاه می‌رسند، همه می‌بایست لاله‌های گوش‌شان در زیر کلاه باشد و اگر قسمت بالای گوش شرفیاب‌شونده خارج از کلاه بود، یک نوع بی‌احترامی محسوب می‌شد.

باری، شجاع‌السلطنه بدون توجه وارد باغ می‌شود و نامه را به دست فتحعلی‌شاه که با چند تن از درباریان در باغ مشغول قدم زدن بودند، می‌دهد. خاقان نامه را می‌خواند و به فکر فرو می‌رود. پس از لحظه‌ای سر برمی‌دارد که توضیحات شفاهی از قاصد بخواهد که ناگهان چشمش به گوش‌های شجاع‌السلطنه می‌افتد که از زیر کلاه بیرون بود. فتحعلی‌شاه با خشم فریاد می‌زند: «مگر نمی‌دانی که وقتی به حضور ما شرفیاب می‌شوی باید لاله گوشت زیر کلاه باشد!»

شجاع‌السلطنه لاله‌های گوشش را زیر کلاه برد، تعظیمی کرد و گفت: «قبله عالم! اگر با رفتن لاله‌های گوش من زیر کلاه، عباس میرزا و لشکریانش از چنگ قوای دشمن نجات پیدا می‌کنند، این گوش‌های صاحب‌مرده من رفت زیر کلاه!»

■ زندانی بی آبرو و هیزم‌فروش

مرد فقیر و پرخوری را به جرمی زندانی کردند. در زندان هم آرام نگرفت و متنه نشد و به زور غذای زندانی‌ها را می‌گرفت و می‌خورد و آنقدر اذیت کرد تا بالاخره زندانی‌ها به قاضی شکایت بردند که: «تجارتان بده! این زندانی پرخور، عاصی‌مان کرده است و نمی‌گذارد یک وعده غذا از گلویمان پایین برود.» قاضی موضوع را تحقیق کرد و فهمید فقیر تن به کار کردن نمی‌دهد و زندان برایش یک بهشت کوچک است که در آن هم غذای فراوان هست و هم نیازی به کار کردن ندارد. پس او را از زندان بیرون انداخت و هر چه فقیر مفت‌خور اصرار کرد در زندان بماند، قاضی قبول نکرد و برای آنکه مردم هم به او باج ندهند و مفت‌خور مجبور شود کار کند، دستور داد فقیر مفت‌خور را در شهر بگردانند و جار بزنند که او فقیر است اما کسی به او نسبی ندهد، وام ندهد، امانت ندهد و خلاصه هیچ کمکی به او نکند.

به این ترتیب، ماموران قاضی فقیر را روی شتر مردی هیزم‌شکن نشانند و به هیزم‌فروش گفتند او را کوچه به کوچه بگرداند و جار بزند: «ای مردم! این مرد را بشناسید، فقیر است، به او وام ندهید، نسبی ندهید، داد و ستد نکنید، او دزد است، پرخور است و کسی و کاری هم ندارد، خوب نگاهش کنید!»

هیزم‌فروش هم راه افتاد و از صبح زود تا نیمه‌شب، فریاد زد و درباره مفت‌خور بی‌آبرو به مردم اعلام خطر کرد. شب که رسید، هیزم‌فروش به فقیر گفت: «همه امروز را به تو اختصاص دادم. مزد من و کرایه شتر را بده که بروم!» فقیر مفت‌خور با خنده گفت: «تو نفهمیدی از صبح تا الان چی جار می‌زدی؟ الان همه شهر می‌دانند که من پول به کسی نمی‌دهم و تو که از صبح فریاد می‌زدی و به همه خبر می‌دادی، به آنچه می‌گفتی فکر نمی‌کردی؟!»



■ در مورد کارگری که فوت می‌کند، آیا کارفرما نسبت به پرداخت سنوات خدمت به وراثت شخص متوفی تکلیف دارد؟

گرچه در قانون کار نص صریحی برای پرداخت سنوات خدمت برای ورثه کارگر فوت شده پیش‌بینی نشده است اما طبق تصمیم و تصویب سال ۷۰ شورایی عالی کار که به ماده ۲۲ قانون نیز مستند شده است؛ در صورت فوت کارگر، کارفرما مکلف است سنوات خدمتی او را به میزان سالی یک‌ماه به وراثت قانونی ایشان پرداخت نماید. ضمناً در کارگاه‌هایی که عرف و روال مبتنی بر پرداخت مبلغی بیش از این میزان باشد این رویه به قوت خود باقی خواهد بود.

■ تکلیف کارفرمایان در خصوص پاداش بازنشستگی کارگران و یا از کار افتادگی آنان چیست؟

از تاریخ ۱۳۶۹/۱۲/۱۴ کلیه کارفرمایان مکلف‌اند به هنگام بازنشستگی و یا از کار افتادگی کلی کارگران خود به نسبت هر سال سابقه خدمت، حقوقی به میزان ۳۰ روز آخرین مزد به وی پرداخت نمایند. این وجه علاوه بر مستمری از کار افتادگی و یا بازنشستگی کارگر است که توسط سازمان تأمین اجتماعی پرداخت می‌شود. ضمناً چنانچه از کار افتادگی کلی ناشی از کار کارگر باشد تکلیف کارفرما پرداخت دو ماه حقوق برای هر سال سابقه می‌باشد.

■ پرداخت پاداش بازنشستگی به میزان بیش از یک ماه در چه مواردی برای کارفرما الزام‌آور می‌شود؟

حکم کلی راجع به پاداش بازنشستگی کارگران را قانون‌گذار در مفاد ماده ۳۱ قانون کار مقرر داشته است و میزان آن معادل یک ماه حقوق برای هر سال سابقه کار می‌باشد. بدیهی است چنانچه با بررسی و تحقیق و اسناد معتبر، مشخص و احراز گردد که کارگاهی علیرغم صراحت ماده ۳۱ مرقوم، نسبت به پرداخت مبلغی بیش از رقم قانونی به کارگران بازنشسته اقدام و وضعیت به وجود آمده استمرار یافته باشد، این پرداخت‌ها جزء شرایط کار کارگران محسوب شده و ادامه اجرای آن ناشی از حقوق مکتسبه کارگران خواهد بود.

■ چنانچه سابقه کار کارگری که بر اساس مقررات قانون تأمین اجتماعی بازنشسته شده است بیش از سی سال باشد (مثلاً ۳۵ سال)، آیا کارفرما مکلف به پرداخت پاداش بازنشستگی برای سنوات بیش از ۳۰ سال هم می‌باشد؟

مبنای محاسبه پاداش سنوات خدمت قبل از بازنشستگی موضوع ماده ۳۱ قانون کار، سال‌های خدمت کارگر نزد آخرین کارفرما در زمان بازنشستگی می‌باشد و در این مورد هیچگونه محدودیتی وجود نداشته و برای سنوات خدمت بیش از ۳۰ سال نیز قابل محاسبه و پرداخت می‌باشد.

■ کارگاهی به دلیل قرار گرفتن در طرح تعریض خیابان تعطیل شده و کارگران آن بیکار شده‌اند. تکلیف کارگران مزبور چیست؟ آیا استحقاق دریافت حق سنوات مقرر در قانون کار را دارند؟

تعطیل دائم کارگاه، به نحوی که به تشخیص مراجع حل اختلاف در آینده معقول و قابل پیش‌بینی امکان تجدید فعالیت آن موجود نباشد، از زمره مصادیق موارد خاتمه قرارداد کار تلقی و کارگران ذریب مشمول اخذ سنوات به میزان مقرر در قانون کار خواهند بود.

■ در قرارداد کار بین کارگر و کارفرما توافق بر پرداخت مزد با پول خارجی شده است. آیا این پرداخت و توافق با مقررات قانون کار انطباق دارد؟

پرداخت مزد مستند به ماده ۳۷ قانون کار صرفاً به وجه رایج کشور مجاز بوده و هرگونه تراضی و یا توافق طرفین که برخلاف این حکم باشد با عنایت به آمره بودن حکم مزبور، غیر نافذ خواهد بود.

تنها مرکز تخصصی برای ملزومات چاپ حرارتی

دستگاه های پرس گرم تخت ساده و پنوماتیک
مخصوص چاپ پارچه ، تی شرت و اجسام سخت در بیش از 25 مدل

سایز چاپ
12x12cm ~ 100x150cm



OKI

Open up your dreams

نسل جدید چاپگرهای لیزری با تونر سفید
جایگزین مناسب چاپ مستقیم بر روی پارچه
مخصوص کاغذهای ترانسفر



SHOCKLINE

about your transfer paper

**Transfer Solutions
For White Toner**

TOPDARKNEW

FC BLANC

FC SUPER2003

TOPCOLOR

FC POLARTNEW



پلاترهای اپسون، مخصوص چاپ بر روی انواع کاغذهای ترانسفر

EPSON®

- ◆ **Printing Width:** 160cm
- ◆ **Maximum Printing Speed:** Draft 63m²/h - 58m²/h - 110m²/h
- ◆ **Ink Tank Capacity:** 1,500 ml



دستگاه پرس گرم غلطکی چند کاره (کلندر)

با قابلیت انتقال کاغذ رول سابلمیشن بر روی پارچه
بصورت رول به رول و شیت

- ◆ **Printing Size:** 1.60m
- ◆ **Drum diameter:** 420mm



**SUBLIMATION
INK**



**SUBLIMATION
INK**



**SUBLIMATION
PAPER**



**HD ALUMINIUM
PHOTO PANEL**



بسته‌بندی و هزینه

(قسمت ششم)

■ حاتم دیلمی

همیشه با فکر کردن بیشتر در مورد هر کاری، حتی اگر دیر زمانی باشد که آن را انجام می‌دهیم، می‌تواند ما را در بهتر کردن کار رهنمون شود. تجربه نشان داده که همیشه برای بهتر شدن راه باز است و این روند انتهایی ندارد. بسته‌بندی شاید در ابتدای امر به عنوان یک بخش ساده و کوچک کار به نظر بیاید اما در کسب و کارهای بزرگ و تولیدات بالا این امر هزینه‌های گزافی را به خود اختصاص می‌دهد که کنترل منابع و مدیریت آن را ضروری می‌کند.

حجم کمتری را اشغال کند و یا به جای آن مقدار بیشتری از آن را در یک بسته جا داد. می‌توان آمیوه‌ها و شربت‌های آماده را با کنسنتراته و در واقع غلیظ‌تر به فروش رساند، می‌توان مقدار غذاها را در کنسروها و بسته‌های دیگر افزایش داد و یا مراحل آماده‌سازی آنها را تا جایی که مثلا تنها به یک گرم کردن ساده نیاز باشد آماده کرد و با این ترفند ارزش افزوده بیشتری تولید کرد و متعاقبا به سوددهی بالاتری رسید.

در بسته‌های یک فرمی که از جنس‌های سخت ساخته شده‌اند هم می‌توان همین تکنیک را پیاده کرد و گاهی هم این کار به کیفیت بسته‌بندی هم کمک می‌کند، به طور مثال در مورد مواد پودری، می‌توان در زمان پر کردن آنها با تکان دادن، فضایی را در بسته ایجاد کرد تا مقدار بیشتری از این ماده را در خود جای دهد و یا باز در مواردی که محصولمان به شکل مایع است با پر کردن آن تا حد ممکن و تا لبه در نهایی بطری از تکان خوردن آن که در برخی موارد باعث خراب شدن محصول می‌شود، جلوگیری کرد.

■ پویش همیشگی

باید دانست که همیشه راه‌های دیگری برای بسته‌بندی محصول وجود دارد، فقط باید خوب با مقتضیات کالا و بسته‌بندی آشنا بود. همیشه با فکر بیشتر شیوه بهتری پیدا می‌شود. گاهی با تغییر جنس بسته‌بندی می‌شود کاری کرد که بسته‌بندی تعداد بیشتری کالا در بر بگیرد و یا حتی از لحاظ جنس باعث شود که هزینه کمتری متوجه بخش بسته‌بندی شما شود. بسیاری از اجناس قابلیت تغییر بسته‌بندی بین پلاستیک، مقوا، شیشه، فویل و جعبه‌های چوبی را دارند و می‌توان حتی آنها را با نگاهی به شکل حمل و نقل و با توجه به بعد مسافت جابجا کرد.

گاهی می‌شود با کم کردن ضخامت متریال بسته‌بندی به صرفه‌جویی دست یافت. این کار علی‌الخصوص زمانی که خط تولید بسته‌بندی هم در اختیار ما است و بخشی از خط تولید ما محسوب می‌شود، راحت‌تر است. به طور مثال می‌شود فویل‌های آلومینیومی را به شکل ورقه‌های نازکتری درآورد و یا مثلا می‌توان قوطی‌های محصولات غذایی را روی سینی‌های مقوایی

بسته‌بندی و هزینه یک بخش از مجله چاپ و نشر شده است و ما طی آن راهکارهایی را برای حفظ کیفیت و کنترل قیمت به هدف بهینه کردن بخش بسته‌بندی، معرفی می‌کنیم. در پیوستارهای پیشین به موضوعاتی چون بزرگ کردن یک بسته‌بندی به منظور جاگیری تعداد بیشتری از یک کالا، تغییر بسته‌بندی‌ها با توجه به مرحله بارگیری و حمل و نقل و بارگذاری آنها، اندیشیدن به محصول و حذف تکه‌های اضافی و نالازم آنها و حتی کم کردن از تعدد رنگ‌های چاپی نالازم باز یافت بسته‌بندی‌های قابل استفاده مجدد، استفاده از بسته‌بندی‌های یکپارچه (در مواردی که نوع کالا این اجازه را به ما می‌دهد)، طراحی بسته‌بندی با توجه به سلامت کالا و رعایت پیش‌فرض بسته‌بندی آسان محصول، اشاراتی کردیم و هر بخش را در حد بضاعت توضیح دادیم. در این شماره چهار راهکار دیگر را معرفی و تشریح می‌کنیم و امیدواریم این تلاش کوچک در بهبود بسته‌بندی شما صاحب شغل و برند موثر افتد. به امید روزی که بسته‌بندی ایران زبان‌زد همگان شود و زعفران ما در کشور خودمان بسته‌بندی شود!

■ متراکم کردن محصولات

هر عدد بسته‌بندی یک هزینه ثابت را متوجه کار می‌کند و طبیعا هر چه تعداد بسته‌بندی کمتر باشد به تناسب آن هزینه‌های کلی هم کاهش پیدا خواهند کرد. گاهی می‌شود با متراکم کردن محصول در استفاده از بسته‌بندی صرفه‌جویی کرد که این کار در مقدار کلان آن به خوبی به چشم می‌آید و در کاهش هزینه موثر می‌افتد. علاوه بر این در حجم کلی کار و بحث حمل و نقل هم تاثیر خود را دارد و می‌توان با کمک آن در یک نوبت حمل و نقل تعداد بیشتری از کالا را جا به جا کرد.

باید دانست که این کار را در مورد هر محصول کالایی نمی‌توان انجام داد؛ مثلا در مورد لوازم خانگی چون یخچال یا تلویزیون این کار نشدنی است اما در مورد بسته‌بندی‌های پوشاک، اگر بعد از قرار دادن البسه در کیسه پلاستیکی با جای خالی روبرو شدیم، می‌توان آن بسته را محکم‌تر گره زد تا جمع شده و



تولیدمان تعبیه کنیم و زمان‌های مشخصی را برای سرویس دستگاه‌ها در نظر بگیریم. تجهیزات پاکیزه و تمیز در کنار خط تولید منظم، استفاده از مواد بسته‌بندی را بهبود می‌بخشد و همچنین از زیان و اتلاف غیرضروری محصول جلوگیری می‌کند.

در صورت رعایت کردن این موازین کارها سرعت بالایی می‌گیرد اما تمام مواهب آن در سرعت خلاصه نمی‌شود و سودهای آتی دیگری هم در پی دارد. برخی اوقات و در بعضی مراحل هم رعایت نظافت و پاکیزگی ضروری است، از آن جمله بخش چسب کردن جعبه‌ها را می‌توان نام برد. به طور مثال پاکیزگی محیط در بخش انجام عملیات چسبیدن، علی‌الخصوص در بخش موسوم به چسب گرم (سیل حرارتی) بسیار مهم است، چرا که وجود گرد و غبار و نشست آن بر روی کار می‌تواند کیفیت آن را تنزل دهد.

علاوه بر موارد گفته شده، بر کسی پوشیده نیست که سرویس و تامین نگهداری ماشین‌های مورد استفاده عمر کاری آنها را افزایش می‌دهد و از این رو می‌تواند سودهای کلانی را به بار بیاورد که با هیچ صرفه‌جویی دیگری قابل مقایسه نیست. تامین و نگهداری در بخش انبار و خط تولید باعث می‌شود حساب کار همیشه در دست ما باشد و ما به موقع از کسری مواد و احتیاجات باخبر شویم و راه تعلق و خوابیدن خط تولید را ببندیم. با مدیریت بهینه در بخش بسته‌بندی می‌توان افراد را به حفظ اصول پایبند کرد و رعایت قانون را در آنها نهادینه نمود. داشتن کارکنانی اینچنینی به خودی خود می‌تواند تضمین‌کننده موفقیت باشد.

ادامه دارد ...



یا یکی از ارکان مواد اولیه ما (مثلا کاغذ مورد استفاده) تغییر می‌کند، رخ می‌دهد. کاربر ماشین‌های ما احتیاج به زمانی دارند تا به وضعیت جدید عادت کنند و این مساوی است با تولید ضایعات و ضرر در بخش تولید. همانطور که اشاره شد تجربه و دقت کاربران می‌تواند این زمان را هرچه کوتاه‌تر کند و تا حد زیادی از هدر رفتن منابع جلوگیری کند.

گاهی ماشین‌های خط تولید بسته‌بندی ما تحت فشار تولید بسته‌های خارج از استاندارد (مثلا چاپ روی مقواهای گرماژ بالایی که به دستگاه فشارهای زیادی می‌آورند) خسارت می‌بینند و آنچه تولید می‌کنند گاه مشکلات کوچکی دارد که کیفیت کلی کار را پایین می‌آورد. مشکلاتی چون خط انداختن و یا روی هم خوردگی و کشیدگی رنگ در چاپ، یا به خوبی بسته نشدن جعبه‌ها و چفت نشدن برش‌ها در هم، در بخش ساخت بسته (که عمده مشکل آن به گردن قالب مورد استفاده است)، از این دست هستند.

استفاده از چنین بسته‌هایی می‌تواند برند شما را زیر سوال برد و تاثیر مستقیمی در میزان فروش شما داشته باشد. عمدتاً از ترس مشکلات بعدی، بسته‌های اینچنینی معدوم می‌شوند اما یک مدیر کارخان در مواجهه با چنین وضعیتی بسته‌هایی که مشکلات جزئی دارند را از بین نمی‌برد بلکه از آنها استفاده‌های ثانویه کرده و مثلاً بین کارکنان خود به عنوان یک وسیله تشویقی، توزیع می‌کند و یا به عنوان نمونه‌هایی که توزیع کنندگان به مشتریان نشان می‌دهند و بسته‌بندی آن باز است و از این لحاظ کیفیت آن زیاد مهم نیست، استفاده می‌کنند.

باید دانست که هزینه‌های خسارت‌های اینچنینی شاید در نگاه اول زیاد سنگین به نظر نرسد اما در طولانی مدت می‌تواند ضرری اساسی به کار وارد کرده و هزینه‌های تولید را افزایش دهد لذا باید با آموزش‌های خاص به کارکنان و با نظارت نزدیک این خسارات را به حداقل رساند.

■ تامین و نگهداری

یک خط تولید منظم می‌تواند تولید را سرعت ببخشد. یکی از راه‌های رسیدن به خط تولید منظم و بدون اشکال، تجهیزات بدون ایراد است و برای رسیدن به این هدف باید روند را در خط

فلوتی قرار داد و با پوشش لفاف‌های پلی‌اتیلن و حرارت (شرینک پک) آنها را بسته‌بندی کرد تا به این وسیله به یک بسته‌بندی ارزان‌تر نائل شد.

همانطور که اشاره‌هایی شد می‌توان با توجه به حمل و نقل هم، در بسته‌بندی تغییراتی به وجود آورد. به طور مثال می‌توان در مسافت‌های طولانی از کانتینرها و دیگر روش‌ها و ابزار بسته‌بندی یکپارچه مانند پالت‌های چوبی استفاده کرد. همچنین می‌شود با توجه به نوع وسیله نقلیه بسته‌بندی‌ها را تغییر داد، به طور مثال می‌شود بسته‌های فوق سنگینی که برای حمل و نقل دریایی آماده شده‌اند را با بسته‌های سبک وزن تعویض کرد و آنها را با خط هوایی به مقصد ارسال کرد.

■ استفاده از ضایعات و دورریزها

معمولاً کارهایی چون انبارگردانی و یا تفکر در موقع انتخاب جنس بسته‌بندی، از آن رو که قابلیت بازیافت و استفاده دوباره داشته باشد، نسبت به هزینه‌ای که برای آنها انجام می‌شود، به صرفه‌اند. علاوه بر آن کنترل جدی هنگام کار و بهینه‌سازی مراحل تولید، همچنین تعیین یک سیستم اعطای پاداش برای هر قسمتی از تولید که دورریز و ضایعات کمتری دارد، آنقدر صرفه‌جویی پردرآمدی است که به زحمتش می‌ارزد. باید توجه داشت که بسته‌بندی‌ها امکان دارد در مراحل ساخت مکانیکی بر اساس یک ناهماهنگی آسیب دیده و از چرخه تولید خارج شوند یا بر اثر آلودگی‌ها در زمان انبارش خود بسته و یا زمانی که حاوی کالا است، قابلیت استفاده خود را از دست بدهد. این دو مورد یکی از شایع‌ترین اتفاقاتی است که می‌تواند بسته‌بندی شما را غیرقابل مصرف کند و تقریباً می‌شود گفت که کنترل و جلوگیری از اتفاق افتادنشان بسیار مشکل و نشدنی است. علاوه بر این یک سری مشکلات وجود دارند که به عنوان خسارات بالقوه تولید بسته‌بندی شما را به مخاطره می‌اندازند و ضایعات و دورریز کارخان را افزایش می‌دهند که با اعمال کنترل‌هایی قابل جلوگیری و رفع هستند، در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

در مواردی که ماشینی را تازه به خط تولید اضافه کرده‌ایم و یا قرار است از ماشینی استفاده کنیم که برای مدت مدیدی از آن استفاده نشده است معمولاً با مشکل در تنظیمات روبرو می‌شویم و به اصطلاح تا روی ریل افتادن کارها کمی آزمون و خطا و طبعا ضایعات خواهیم داشت، در چنین مواردی سرویس اولیه دستگاه و تجربه کاربر و اپراتور ماشین در کم شدن ضایعات بسیار موثرند. همین مشکل به طریقی در زمانی که تغییر اندازه‌ای در کار اعمال می‌شود و



۱۸۱ روش مؤثر برای کاهش هزینه‌ها



موضع‌یابی راهبردی و تبدیل کنترل هزینه به یک فرهنگ سازمانی



ایجاد مراکز سود، به منزله تمرکز بر بخش یا قسمتی از یک کار بزرگ است که وظیفه تأمین سود را به عهده دارد. در شرکت‌های دارای طرح توسعه، مراکز سود می‌تواند در بخش‌های توسعه نیز دیده شود. مراکز سود ممکن است به شما کمک کند تا مجبور به تعدیل نیرو نباشید. روش‌های جانبی افزایش درآمد کمک می‌کند تا مازاد درآمد بتواند هزینه‌های جانبی را پوشش دهد. طی شماره‌های قبل، تا روش صد و هفتاد و یکم پیش رفتیم؛ در این شماره چند روش دیگر را معرفی می‌کنیم.

که سازمان‌ها جهت حفظ فرهنگ خود باید تعهد درونی کارکنان را افزایش دهند. سازمان‌هایی که دارای فرهنگ‌های همسان هستند از این فعالیت‌ها برای تأثیرگذاری بر روش تصمیم‌گیری مدیران میانی، کارشناسان و سایر کارکنان شرکت استفاده می‌کنند.

روش شماره ۱۷۶: بهترین افراد را استخدام نموده و آنها را ارتقا دهید و مطمئن باشید که آنها به فرهنگ شرکت وفادار هستند

تمام مدیران آگاه می‌دانند که استخدام و ارتقاء کارکنان دارای فرآیندهای پیچیده‌ای می‌باشد؛ هر شرکتی باید به آن توجه خاصی داشته باشد. مهارت‌های مورد نیاز جهت انجام این امور در کتابی با عنوان «تاپ گریدینگ» تشریح شده است، بخشی از این کتاب اینگونه بیان می‌دارد که شرکت‌ها باید تنها افرادی را استخدام کنند که دارای استعداد بالایی (A) هستند. مؤلف این کتاب معتقد است بهترین شرکت‌ها افراد A و افراد C را به طور سریع اخراج می‌کنند. این سیاست تلاشی در جهت اجتناب از استخدام نادرست است که می‌تواند میلیون‌ها دلار هزینه در بر داشته باشد. متأسفانه، این کتاب و چندین کتاب دیگر در این زمینه به سازگاری فرهنگی که اهمیت آن در حد مهارت‌ها و هوش و استعداد داوطلب می‌باشد، توجه چندانی ندارند. برای مثال، در دیسنی یک داوطلب ممکن است در تمام ارزیابی‌ها عالی باشد اما چون دیسنی ریسک‌پذیری و رُوپاپردازی را ارزیابی می‌کند، اگر داوطلب ریسک‌گریز باشد یا رُوپاپرداز نباشد ناسازگاری فرهنگی رخ خواهد داد. به طور مشابه، سیاست مایکروسافت این است که تنها افرادی را که دارای توان تحلیلی قوی و هوش و استعداد بالایی هستند، استخدام کند و توجهی به دانش رایانه‌ای آنان ندارد چون آن‌ها می‌توانند دانش کامپیوتری را با آموزش فراگیرند. برای انجام این کار مایکروسافت از مصاحبه‌های شغلی سختی استفاده می‌کند تا مطمئن شود که داوطلب با فرهنگ باز، فناوری برتر، سخت‌کوشی و بازارمحوری شرکت سازگار می‌باشد.

ادامه دارد...

برگرفته از کتاب «راهنمای جامع کاهش هزینه‌ها» مترجمان: محمد روشن‌دل و قربان برارنیا ادبی

کار می‌رود) یک شرکت تبلیغاتی قدیمی را خریداری کرد و منابع تبلیغاتی خود را که تا آن زمان فقط اینترنت بود، تنوع بخشید. بر اساس گزارش مجله بیزنس‌ویک، سبک و گرایشات مدیران ارشد شرکت یاهو آنها را از پیش‌بینی انجام تغییرات حیاتی بازداشت و زمانی که دنیای (محیط) یاهو در حال گسترش بود این رفتار باعث آسیب‌پذیری شرکت شد. شرکت یاهو به دلیل ناتوانی در درک محیط خود و تلاش برای بهبود درآمدش اقدام به عرضه فیلم‌های مبتذل از طریق سایت خود نمود.

روش شماره ۱۷۳: طرح‌های آموزشی و

کارآموزی را برای تمام کارکنان خود اجرا نمایید
یک روش اصولی برای کاهش شدت فیلتر و تشویق به گسترش دانش در سطوح سازمانی همان آموزش گسترده نیروی کار و تغییر روش‌های فعلی انجام امور در سازمان می‌باشد. برای مثال، در شرکت چاپارل استیل ۸۵ درصد از کارکنان شرکت در زمان‌های مشخصی در دوره‌های کارآموزی شرکت می‌کنند. علاوه بر این، تمام پرسنل باید فرصت مطالعاتی سالانه داشته باشند. این فرصت مطالعاتی شامل فعالیت‌های متعددی مثل بازدید از مشتری و کارخانه یا تحصیل در دانشگاه محلی می‌باشد. یک فرهنگ قوی فرهنگی است که به خوبی از سوی کارکنان پذیرفته شده باشد و بتواند آنچه را که برای یک سازمان مطلوب و نامطلوب است، مورد شناسایی قرار دهد. داشتن چنین فرهنگی مهم است. این فرهنگ مدیران و کارکنان را ترغیب به انجام اموری می‌کند که برای موفقیت شرکت ضروری است. اگر کارکنان فرهنگ سازمان را کاملاً درک نمایند و به آن ایمان داشته باشند، تصمیمات آنها حامی و هماهنگ با جهت‌گیری‌های راهبردی شرکت که شامل راهبردهای کنترل هزینه می‌باشد، خواهد بود. هرگاه در چنین مواردی مشکلی بروز کند، مدیریت ارشد باید با مشارکت کارکنان تصمیمات مقتضی را اتخاذ نماید. اما هنگامی که کارکنان در تصمیم‌گیری‌های راهبردی شرکت مشارکت ندارند، مدیریت ارشد باید جهت اطمینان خاطر از سازگاری تصمیمات کارکنان با راهبرد سازمان تغییرات لازم را انجام دهد.

هربرت سیمون، برنده جایزه نوبل در رشته اقتصاد، در کتاب خود در سال ۱۹۶۵ به این نکته اشاره دارد

روش شماره ۱۷۲: همیشه و همه‌جا به دنبال انتقال دانش باشید

این روش شباهت زیادی با روش «کنترل واقعیت» جک ولش دارد، اما می‌تواند تا حدی رسمی‌تر از آن باشد. استفاده از جلسات منظم و سایر فعالیت‌ها جهت کسب اطلاعات (که ممکن است شامل اطلاعات نادرست نیز باشد)، دادن پاداش‌های رسمی به افرادی که اطلاعات محیطی مهمی برای مدیران ارشد می‌آورند و سایر موارد همه روش‌هایی جهت کاهش شدت فیلتر می‌باشند.

در واقع تعبیر نادرست ولش از دیدگاه کمیسیون اروپایی یکی از بی‌توجهی‌های او به علائم محیطی بود. نظر وی برای کاهش فیلتر «حداکترسازی هوش سازمان» بود. وی اعتقاد داشت: «دخالته دادن نظرات همه افراد در فرآیند انجام امور، یکی از کارهای بسیار مهم مدیریت ارشد می‌باشد. اولین گام، ارائه بهترین اطلاعاتی است که هر کسی در واحد مربوطه باید انجام دهد. دومین گام، انتقال یادگیری در بخش‌های دیگر سازمان می‌باشد. شناسایی بهترین روش برای گسترش و انتقال دانش جدید جزئی از ماهیت جبرال الکتریک شده است.»

تلاش جنرال الکتریک در زمینه دستیابی به دانش (آگاهی) از محیط واقعی درخور توجه بود. این نوع دانش همان چیزی است که میشال ایسنر در شرکت دیسنی با تشکیل گروه هم‌افزایی به دنبال آن بود. گروه تولید خدمات شرکت کوپر ایند استریز نیز تلاش نمود تا با راه‌اندازی فعالیت مشاوره داخلی، مدیران بخش‌ها را با محیط واقعی آشنا سازد.

مقایسه این نوع جستجوی اطلاعات با رفتار شرکت یاهو در چند سال قبل نمایانگر این است که تیم مدیریت ارشد یاهو چندان خودش را با محیط واقعی وفق نداده بود و خود را از آن دور نمود. شرکت‌های تبلیغاتی که به عنوان منبع درآمد یاهو محسوب می‌شدند، از این رفتار ناخشنود بودند. مدیریت ارشد نه تنها تلاشی جهت کسب اطلاعات از سطوح پایین نداشت، بلکه هیأت مدیره آن نیز تنها یک عضو خارج از شرکت داشت و با محیط واقعی نیز به طور کامل بیگانه بود. شرکت یاهو نتوانست بعضی از تغییرات اساسی را در بازار تبلیغات اینترنتی تشخیص دهد. در دوره رکود نیز این شرکت نتوانست مشتریان را ترغیب کند تا در صفحات یاهو تبلیغ نمایند. در نتیجه درآمد شرکت کاهش یافت. به طور مشابه، این جدایی از محیط واقعی باعث شد تا «تری امیگوس» (اصطلاحی که برای تیم مدیریت ارشد یاهو به

ایما تجمع بهترین



ساخت انواع جعبه و کارتن های صادراتی
(لمینتی . مقوایی . ایفلوت . سه لایه . پنج لایه)



صنایع بسته بندی ریما

Rima Pack

ریما پک

Printing and packaging
Graphic design to execution

چاپ و بسته بندی | طراحی تا اجرا

کیلومتر ۱۸ جاده قدیم کرج . ضلع جنوب جاده . پلاک ۸۵۴
تلفکس: ۶۶۲۸۱۵۰۹۰ (خط ۱۰) . موبایل: ۰۹۱۲۳۸۹۶۰۶۲

info@rimapack.ir

www.rimapack.ir

لمینت اتوماتیک (۱۴۰×۱۰۰) . دایکات فکی (۱۴۰×۱۰۰)
سلفون حرارتی (۱۱۰×۱۶۰) . برش . لترپرس (۲.۵ ورقی)
پاکت CD چسبان (دوطرفه چسب) . آتلیه طراحی و عکاسی
جعبه . کارتن . کانالوگ . بروشور . استند . پاکت تبلیغاتی . ست اداری . فولدر



جعبه چسبانی میعاد

- تیغ و چسب انواع جعبه های داروئی / آرایشی بهداشتی
- مجهز به دو دستگاه لتر پرس ۷۷
- دو دستگاه ماشین جعبه چسبانه دیانا

تهیه و توزیع چسب های جعبه چسبانی
(پلاستیک، معمولی و m)

**با بیست سال سابقه درخشان
سرعت و کیفیت را با ما تجربه کنید**

با مدیریت محمد رضایی

۰۹۱۳۳۲۶۹۰۵۳ ۰۹۳۹۲۲۶۹۰۵۳

۳۳۳۸۲۱۸۷: فکس ۳۳۳۹۸۱۰۸

آدرس جدید: خیابان فداییان اسلام، بعد از چهارراه فروشگاه هایپر سان
کوچه سرزغیم، کوچه دوم، کوچه وهاب، اولین در، پلاک ۱



Mehr . UV

مهر چاپ

Mehr print

UV سیلندری

سلفون حرارتی (مات، براق، مخملی)

کیفیت، دقت، سرعت

تا ۴/۵ ورقی

نشانی: خیابان انقلاب، ابتدای سعدی شمالی،

کوچه حمیدالدوله، پلاک ۱۲

تلفن: ۷۷۵۳۳۶۰۱ تلفکس: ۷۷۶۲۳۵۰۳

همراه: ۰۹۱۲-۲۹۵۸۵۳۶ مهر داد

نشانی:

ابتدای جاده آبدلی - روبروی خیابان اتحاد - پلاک ۲۰۰

۷۷۳۵۶۲۸۴

۷۷۰۰۹۵۷۹

۷۷۳۵۶۳۳۹

۷۷۰۰۹۵۸۰

 deltacalendar.co@gmail.com

پاپ و هفتی

از صفر تا صد با شما هستیم

چاپ دیجیتال جهت کتاب و مجلات در تیراژ های کمتر از ۱۰۰۰ عدد

چاپ افست ۵ رنگ هایدلبرگ مدل Zp ۲۰۰۵

برش پلار (۲ عدد)

چسب گرم ۵ خانه

دایکات

لمینیت

سلفون کشی حرارتی و چسبی

شیرینگ

آسترچسبان

چرخ خیاطی (۳ عدد)

پانچ اتوماتیک

ترتیب کن ۲۴ ایستگاه

جلدسازی اتوماتیک

فترانداز اتوماتیک

دوخت آپارات دار آستر (۳ عدد)

لب گرد کتاب

جعبه سازی

ورق تاکنی (۴ عدد)

تولید انواع سررسید - ارگانایزر - دفاتر مشق فانتزی - دفتر تلفن - رومیزی و زیر دستی

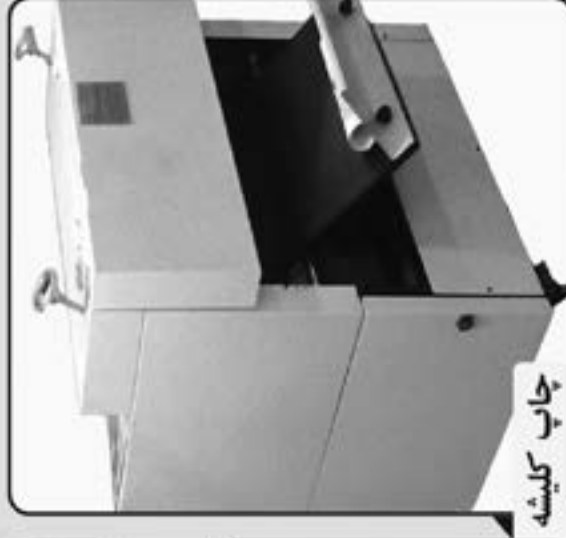
ساخت انواع جلد های چرمی (لب گرد و لب تیز) - جلدهای سلفونی - پایه رومیزی

زیر دستی - ساخت انواع جعبه های فانتزی (Hard Cover)



مازند سیستم

مجری: کاظم باباپور



چاپ کلیشه



خشک کن پشت آفست



خشک کن پشت ساکورایی



خشک کن سیلک



خط کامل سیلندری



امباس

- سازنده دستگاه خشک کن UV، سیلندر UV، امباس و چاپ
- کارشناس نصب خشک کن UV بر روی انواع ماشین آلات چاپ افست و سیلک ساکورایی

آدرس: پاسگاه نعمت آباد، مجتمع تجاری یاس، طبقه سوم، واحد ۲۴
تلفن دفتر: ۵۵۸۵۱۶۶۰ - ۰۲۱
همراه: ۴۸۴۷۶۴۱ - ۰۹۹۰۴۸۴۷۶۴۱ - ۰۹۱۲۱۷۱۶۸۳۲ - ۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱
تلفن کارخانه: ۵۵۸۵۷۲۶۹ - ۰۲۱

@mazand_system

design by: matobaragh

جرثقیل احمد



متخصص در حمل و جابجایی دستگاه‌های
چاپ، صحافی، لیتوگرافی و لارج فرمت

۷۷۶۲۵۶۶۶
۰۹۱۲-۴۲۱ ۵۰ ۵۳



آشنا برچسب

تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسبدار (تا هفت رنگ)
به صورت رول و شیت با پوشال برداری
تولید انواع لیبل پشت چسبدار کاغذی، حرارتی،
متالایز، شبرنگ و پی‌وی‌سی
تولید انواع فرم‌های A۴ در سایزهای مختلف
تولید انواع لیبل‌های تخصصی با پرفراز، پانچ و
تیغ از پشت
اجرای نیم‌تیغ بر روی انواع محصولات پشت چسبدار
و چاپ شده
تامین انواع ریبون برای چاپگرهای رول

۵۵۲۷۷۱۲۱-۴
۵۵۲۵۷۲۹۲

فکس ۵۵۲۵۷۲۹۱
۵۵۲۶۲۲۸۰-۸۱

www.Ashenalabel.com

Email: info@ashenalabel.com

صحافی فنر دویل حسن پور

با بیش از ۱۵ سال تجربه

مجهز به دستگاه‌های برقی فنر دویل

انجام کلیه امور مربوط به صحافی فنر دویل شامل:

- تقویم رومیزی، دیواری، فانتزی
- سررسید، سالنامه، دفتر تلفن
- دفتر یادداشت و دفاتر مختلف
- کاتالوگ، بروشور و...

● انجام لمینت طلق تا قطع A3

خ انقلاب، بین میدان فردوسی و ویلا، بن بست شاهرود، پلاک ۵ واحد ۸

۸۸۹۰۰۲۹۸ حسن پور

۰۹۳۵۶۰۱۶۴۶۵

فروشی

چاپ هایدلبرگ 5-52 pm مدل ۲۰۰۰
چاپ هایدلبرگ 72 zp sm مدل ۱۹۹۱
چاپ هایدلبرگ 72 zp sm مدل ۱۹۸۳
چاپ هایدلبرگ 102 sm مدل ۱۹۹۲
چاپ هایدلبرگ 2-74 sm مدل ۱۹۹۸
چاپ هایدلبرگ ۴/۵ ورقی دو رنگ ۱۹۷۸
چاپ هایدلبرگ 46 GTO مدل ۱۹۷۸
چاپ هایدلبرگ SORMZ مدل ۱۹۷۸
ته‌دوز مولرمارتینی با آپارات هدآپ
پرس فرم ایتالیایی - پرس فرم دو کفچه
تاکنی اشتال ۴/۵ ورقی مکانیکی
لاین مجله‌ساز سی‌پی‌بورگ آمریکایی
سلفون‌کش شامپیون، سلفون‌کش انگلیسی
با آپارات
تیغ‌تیزکنی، زینک‌سوز برقی
واردات لوازم هوهنر و مولرمارتینی

۰۹۱۲۱۸۸۹۷۶۸

شجاعی

واردکننده و تامین کننده لامپ یووی در ایران
بیش از ۱۵ سال تجربه در خدمات UV

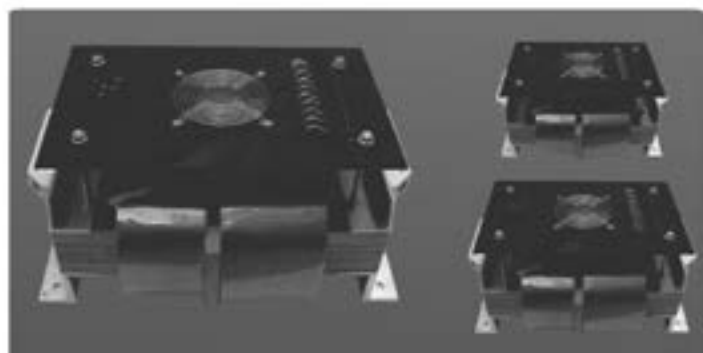


یووی سان
UV.SUN



واردکننده انواع ورنی UV تایوانی در ایران

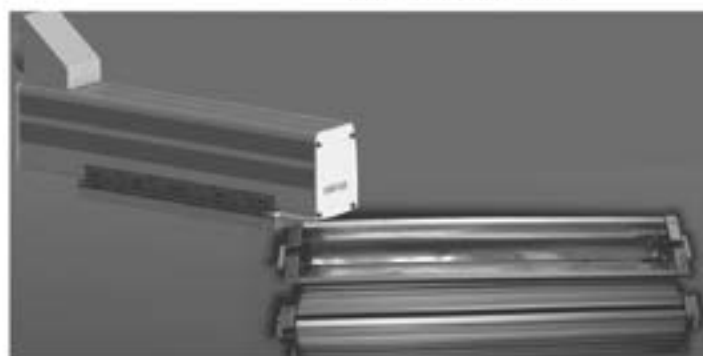
نصب و راه اندازی سیستم های یووی
تعمیرات انواع درایر و سیستم های یووی



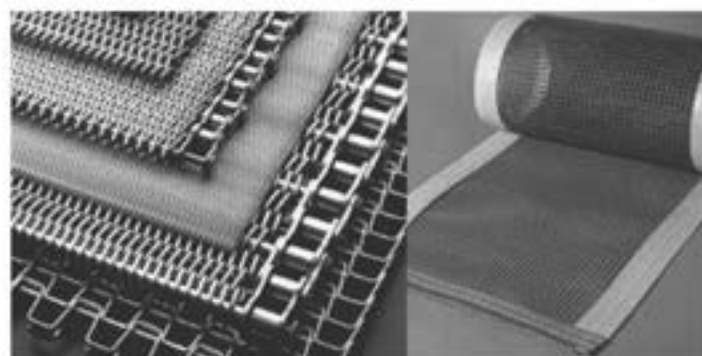
فروش انواع ترانس یووی در ولتاژ و کیلووات مختلف
با ضمانت نامه ۵ ساله



فروش انواع لامپ های یووی و لامپ قیدکی
با ۳ هزار ساعت گارانتی کارکرد



فروش انواع رفلکتور مخصوص لامپ های یووی
مجهز به روکش استیل نسوز آلمانی با ۳۰٪ افزایش نور



ساخت انواع توریهای فلزی و ابریشمی
مخصوص درایرهای یووی



ساخت دستگاه قید کیبی شابلون چاپ سیلک
نور ماورابنفش - نور از پایین - دارای وکیوم - تایمر دیجیتال



سازنده دستگاه خشک کن شابلون مخصوص چاپ سیلک
حرارت ۴۵ درجه - دونوع ایستاده و خوابیده - ظرفیت ۵ عدد شابلون به بالا

آدرس : تهران خیابان زمزم ، کوچه ۱۵ ، پلاک ۱۱
تلفن : ۰۲۱-۵۵۶۰۶۰۹۸ فکس : ۰۲۱-۵۵۸۸۱۲۰۰
همراه : ۰۹۱۲-۱۳۳۱۵۴۴ ۰۹۱۰-۱۳۳۱۵۴۴

uv_sun@yahoo.com

uv_lamp@yahoo.com



شرکت رنگین پلاست ایران



پخش عمده انواع حلالهای چاپ
(ایزو پروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول)

از شرکتهای معتبر دنیا

یونی کم

ساسول

پتروکم

خیابان خالد اسلامبولی (وزرا سابق) کوچه چهار

کوچه نادر پلاک ۱۰ واحد ۱۶

۸۸۷۱۵۸۳۸

تلفن: ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴ ۸۸۷۱۲۰۶۴ ۸۸۷۱۲۰۳۶

فکس: ۸۸۷۱۰۷۵۰ موبایل: ۰۹۱۲۱۹۰۵۹۰۶ ۰۹۱۲۱۸۶۵۶۳۰

پارس پلکان

چسب سلفون:

برای دستگاه چینی - هندی - ایرانی

چسب لب چسب:

برای کارهای یووی خورده، سلفون کشیده شده

چسب صحافی:

اعم از زودخشک یا دیرخشک با فیلم نرم

یووی آماده وارداتی:

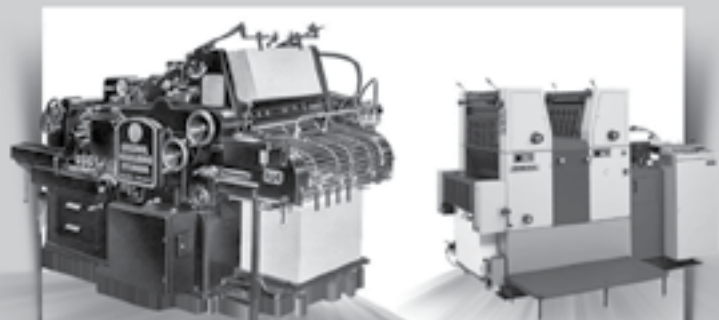
مخصوص سیلک و سیلندر

آموزش راه اندازی تولید چسب سلفون
در کارگاههای سلفون کشی

تلفن: ۷۷۵۲۳۶۹۶ - ۷۷۵۳۲۵۰۱

تلفکس: ۷۷۵۱۰۳۹۰

همراه: ۰۹۱۲۳۳۰۵۷۵۳



ARIAEI

چاپ آریایی

تیغ زنی، نیم تیغ، پرفراژ، خط تا و برجسته
شماره زنی در تیراژهای بسیار بالا، فارسی و لاتین
با لتر پرس ۲/۵ ورقی، صحافی اوراق اداری
افست یک ورقی دو رنگ

طراحی، لیتوگرافی، چاپ

خیابان حافظ، خیابان رودسر، نبش خیابان به آفرین، پلاک ۱
تلفن: ۸۸۹۳۷۵۶۱ تلفکس: ۸۸۹۴۴۷۰۵ همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۹۱۵۰



تیراژ بالای ۳۰۰۰ عدد شامل تخفیف می شود

حداقل تیراژ ۱۰۰۰ برگ می باشد.

حداقل سایز جهت یووی ۲۵X۳۵ و حداکثر ۵۰X۷۰

حداقل سایز جهت سلفون ۲۵X۳۵ و حداکثر ۱۰X۷۰



مدیریت : محمود هوشمند

قیمت ها بر اساس تومان و یورو محاسبه می شود

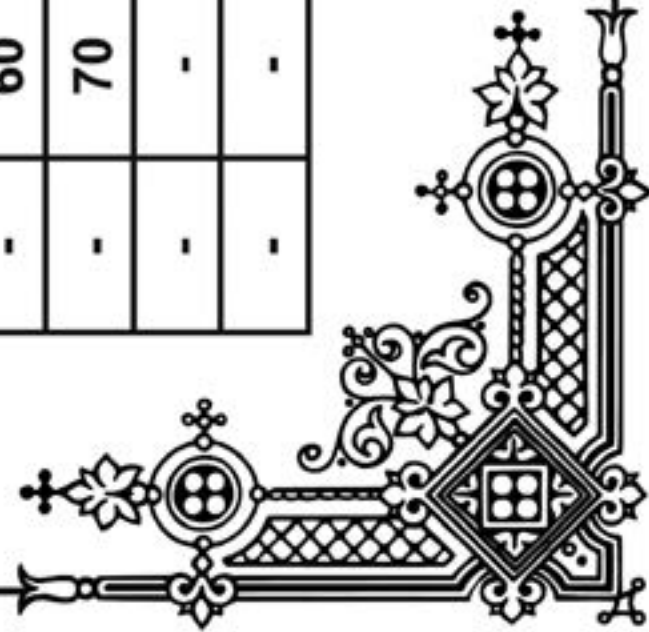
هزینه عکاسی شابلون ۲۵۰۰۰ تومان

UV سلفونری مات	UV سلفونری براق	سلفونری مات حرارتی	سلفونری براق حرارتی	UV برجسته EMOSS	UV گلگیری gelittering	UV شنی effect	UV تپلات موضعی	UV براق شابلونی یا فیلم	size ابعاد
-	40	48	47	105	110	110	75	50	25X35
-	44	74	73	130	130	120	85	55	30X45
-	50	96	95	140	150	135	95	60	35X50
-	55	127	125	155	160	145	105	65	33X70
-	60	148	146	165	170	165	125	70	45X60
-	70	193	189	180	180	175	135	75	50X70
-	-	297	292	-	-	-	-	-	60X90
-	-	385	378	-	-	-	-	-	70X100

خیابان فردوسی بالاتر از منوچهری کوچه زمانی پلاک 15

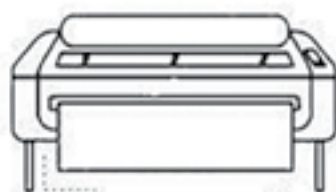
تلفن: ۶۶۳۴۰۳۵۹ – ۶۶۳۴۰۳۱۶ تلفکس: ۶۶۳۴۰۱۴۹

Email: honarparsi1336@gmail.com





هوشمند نو
چاپ وبسته بندی



مجهزترین دستگاه تمام اتوماتیک

که به طور سیلندری و موضعی با سرعت ۶۶۰۰ برگ در ساعت U.V می زند



• دستگاه ساکورایی دو ورقی سیلک اسکرین

دستگاه سلفون کشی حرارتی - چسبی ۱۲۰ X ۱۰۰
مجهز به پودر گیر و سیلندر طرح دار - متالایز - صدفی

• دستگاه سلفون حرارتی دو ورقی

• دستگاه دو ورقی ESC سیلک اسکرین

• مجهز به دستگاه جعبه چسبانی

• لتر پرس

• یووی شنی - برجسته - اکلیلی



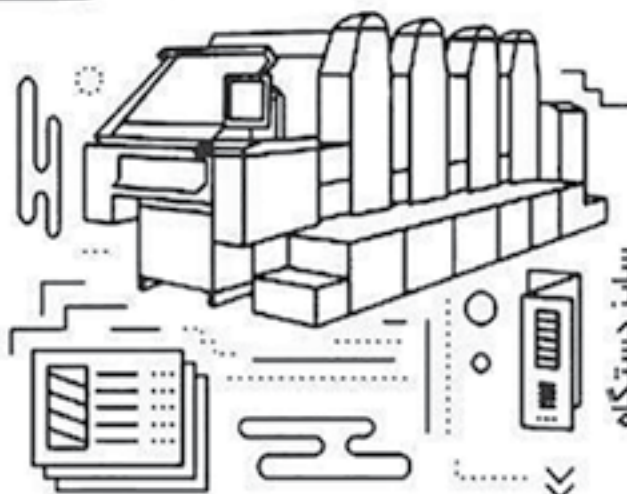
هر قسمتی که شما بخواهید یووی سیلندری می زنیم

آدرس جدید: کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص
کرج - جنب نفت پارس - زیر گذر
سرخه حصار خیابان کیمیا پژوهان -
جنب پمپ گاز - پ ۶



فکس: ۲۶۸۶۱۵۵۰

تلفن: ۲۶۸۶۲۶۰۰ - ۲۰ - ۴۶۸۸۰۴۱۹



سایز دستگاه
۱۱۰ X ۸۰

گرماژ کاغذ ۷۰ الی ۶۰۰ گرم



انجام کلیه خدمات صحافی شامل: چسب گرم، مفتول ساده و لوپ، تا، سیمی تقویم دیواری و رومیزی با بهترین کیفیت و بالاترین سرعت

مجهزتر از همیشه

- ◀ یک دستگاه چسب گرم ۵ خانه مولر مارتینی
- ◀ چند دستگاه سیمی اتوماتیک و پانچ اتوماتیک
- ◀ خط کامل مفتول (منگنه) خروجی روزانه ۵۰,۰۰۰ جلد
- ◀ یک دستگاه ترتیب‌کن ۱۸ خانه اتوماتیک
- ◀ ۳ دستگاه برش پلار EMC برنامه‌دار
- ◀ ۳ دستگاه مفتول زن ریلی اتوماتیک ساده و لوپ
- ◀ ۴ دستگاه ورق‌تاکنی ۶ شانه اشغال ۲ و ۳ ورقی
- ◀ گوشه‌گردکن کتاب، جلدسازی و طلاکوب
- ◀ بسته‌بندی و شرینگ‌پک
- ◀ جدیدترین دستگاه سلفون‌کشی حرارتی تا حداکثر سایز ۱۰۰ × ۷۰

تلفن ۹۱۶ ۵۷۰ ۳۳

۴۸۴-۵ ۵۷۰ ۳۳

فکس ۳۳۵۷۲۵۸۸

داورزن ۷۲۸۰ ۳۰۸ ۹۱۲

صمدزاده ۹۵۵۶ ۳۱۱ ۹۱۲

ما به کمتر از عالی رضایت نمی‌دهیم!

خدمات پیش از چاپ

زینک سوزی فتاحی
سوزاندن زینک در ابعاد مختلف
در اسرع وقت کیفیت خوب و
نازلترین قیمت
۰۹۱۲۳۲۱۷۹۹۶-۶۶۷۵۰۸۴۹

لیتوگرافی ویرا
۴۰ رنگ ۴/۵ ورقی در ساعت
۶۰ رنگ ۲ ورقی در ساعت
پلتستر ۲/۵ ورقی Creco ۶ مد آلمان سوراستر
تلفن: ۲۶۶۱۶۸۲۰ - ۲۶۶۱۶۸۲۰
هماهنگی در تعطیلات: ۲۷۱۸ - ۰۹۱۲۳۲۱۷۹۹۶
vieiract@gmail.com
vieiract@yahoo.com

چاپ سب
افست چهار و نیم ورقی پنج
رنگ اسپیدمستر
افست دو ورقی چهار رنگ
اسپیدمستر

۹۵۱۱۹۶۴۱-۲

شرکت نقش رنگ خجستانگان
چاپ یووی ۴/۵ ورقی ۸ رنگ
سایز ۱۰۰×۷۰
با امکان خشک کن در تمام برجها
و تحویل چاپ روی PVC، متالایز
و سلفون چسبدار
هایدلبرگ ۴/۵ ورقی ۸ رنگ
پشت و رو زن با CP2000
سایز ۱۲۰×۸۰
(ده خط) ۶۶۳۹۷۶۹۶
Email: info@khozastegan.com

چاپ نباتی

کاتالوگ، بروشور، کتابچه در
تیراژ بالاتر از ۱۵۰ عدد
افست با قیمتی پایین تر از
دیجیتال
چاپ کاغذ پلاست تا ۵۰۰
میکرون و مقوا تا ۵۰۰ گرم
۳۳۹۴۱۸۲۱
۳۳۹۰۴۹۹۱

چاپ مهیار
دستگاه افست GTO ۴
رنگ هایدلبرگ
دستگاه افست GTO ۲
رنگ هایدلبرگ
دستگاه افست GTO تک
رنگ هایدلبرگ
۳۳۱۱۹۶۷۴
۳۳۱۱۹۴۰۱
www.faktorprint.com
info@faktor.print.com

چاپ آریایی

طراحی لیتوگرافی / چاپ /
تیغ زنی / نیم تیغ / پرفراژ / خط
تا و برجسته / شماره زنی در
تیراژهای بسیار بالا فارسی و
لاتین با لتری پرس ۲/۵ ورقی /
صحافی اوراق اداری افست
یک ورقی دو رنگ

۸۸۹۳۷۵۶۱

مجتمع چاپ انعکاس
سیو و طراحی، زینک، چاپ
پیشرو در صنعت چاپ
دستگاه چاپ ۴ رنگ دو ورقی
دستگاه چاپ دو رنگ دو ورقی
دستگاه لیتوگرافی پلیتستر
دو ورقی
۷۷۶۲۰۸۶۳-۷۷۶۸۱۴۴۰۴
Email: SAVE@
ENEKASPRINTING.
COM

مجتمع چاپ و صحافی هدف نوین
(لیتوگرافی، چاپ و صحافی)
دستگاه پلیتستر ۴/۵ ورقی
۱ دستگاه ۸ رنگ ۲ ورقی
هایدلبرگ پشت و رو زن
همزمان (اسپیدمستر)
۲ دستگاه ۴ رنگ ۴ ورقی
هایدلبرگ (اسپیدمستر)
۴۴۹۹۷۲۰۱ - فکس:
۴۴۹۹۷۲۰۲
www.hadafnovinco@
gmail.com

پیشگامان تصویر برتر
دستگاه فلت بد ۴۳ در ۱۱۰
سانتیمتر با ۲۸۸۰.Dpi
دستگاه فلت بد ۶۱ در ۱۵۰
سانتیمتر با ۲۸۸۰.Dpi
دستگاه فلت بد ۱۳۰ در ۲۵۰
سانتیمتر با ۱۴۴۰.Dpi

۷۷۵۱۷۱۳۰
۸۸۹۳۹۶۰۰

به کانال مادر تلگرام پیوندید



@chap_o_nashr

چاپ و نشر توانمندیهای

برای معرفی شماست

لیتوگرافی دیجیتال ایده

- امکان تهیه زینک از سایز GTO
تا ۴/۵ ورقی با بالاترین کیفیت
- تهیه فیلم وزینک با دستگاه
ایمیجستر با بهترین کیفیت و
بالاترین تیراژ
۳۳۹۴۵۷۵۵ - ۳۳۹۴۵۳۱۴
idehgraphic@gmail.com
www.idehgraphic.ir

برای اشتراک

نشریه

چاپ و نشر

تماس بگیرید

۷۷۲۴۰۶۹۰

مجتمع چاپ نقش الماس

دو دستگاه دو ورقی دو رنگ و تک رنگ
چاپ سیلک ساکروایی UV شابلونی
یووی دیجیتال برجسته ۹۰-۶۰
لتری پرس طلاکوب دو ورقی
ماشین پانچ دورگرد کارت ویزیت
۳۳۵۲۳۲۷۲ (خط ۱۰)
info@naghshealmas.com
www.naghshealmas.com

چاپ سورنا گرافیک
مرکز تخصصی چاپ انواع کارت
ویزیت
چاپ انواع فرمهای تجاری و
اداری در ۴ ساعت (بصورت عمومی و
اختصاصی)
۰۳۱-۳۲۶۶۰۴۰۸
۰۳۱-۳۲۶۶۰۸۸۱
www.sorenaprint.com
sorenaprint@yahoo.com

گروه ساروبن
چاپ دیجیتال لبیل بارنگ سفید و
UV امکان چاپ تمام رنگی، انواع
پلاک و لبیل دیجیتال
۲۲۲۶۰۷۰۰
۸۸۰۷۵۱۶۰
www.sarobon.ir
www.sarocard.com

شرکت کلیشه سازی نقش
گوهر هنر
انجام امور طراحی،
کلیشه سازی و مونتاژ

۰۹۱۰۱۱۸۳۹۷۷
۸۸۴۶۱۷۲۴
tarahan.nemooneh.
co@gmail.com

سازمان چاپ پر
طراح، لیتوگرافی، چاپ
سلفون، صحافی

۵۵۴۸۱۷۳۰-۱
۰۹۳۸۳۶۹۷۵۳۷ تلگرام

مجتمع چاپ سرمدی
همه چیز را گرد هم آوردیم
۱- طراحی ۲- لیتوگرافی
۳- چاپ ۴- خدمات پس از
چاپ ۵- صحافی
۷۷۵۰۳۸۶۵
۷۷۵۰۲۷۹۸
۷۷۵۳۸۳۰۹
www.sarmadiprint.com

صنایع چاپ مادرول
ماشین چاپ هشت رنگ
فلکسو، دستگاه دایکات،
برش و طلاکوب
قابلیت چاپ بر روی انواع
کاغذ پشت چسبدار و ...

۴۴۹۹۲۶۹۵-۹۷
۴۴۹۸۰۲۵۹ فکس:

چاپ افرنگ
مرکز تخصصی چاپ کارت
رمزدار و لبیل های قرعه کشی
تلفن: ۳۳۹۸۹۵۸۶
www.afrangco.com
info@afangco.com

چاپ یزدان از طراحی تا
چاپ
خ رجایی جنوب، بعد
آزادگان، نبش رحمتی

۰۲۱-۵۵۰۱۶۶۱
www.printyazdan.ir

چاپ طراحان آزادی
کلیه امور چاپی
(اختصاصی - عمومی)
کارت ویزیت، تراکت، ست
اداری و ...
مدیریت محمدخانی
ارتباط مستقیم با چاپخانه ها
۳۳۹۵۲۵۸۵
۳۳۹۵۲۱۰۶
۳۳۹۴۳۷۹۷

چاپ پرسه
مجهز به افست دو ورقی
چهار رنگ

۳۳۹۷۶۴۳۳
۳۳۹۷۲۸۱۶
۰۹۳۳۳۸۱۲۹۶ تلگرام

کاری نو
مجتمع چاپ و صحافی

۵۶۵۳۷۴۲۰
۵۶۵۳۷۴۱۶
۵۵۸۱۷۹۹۷

لیتوگرافی رنگین
خروجی ۴۰ زینک در یک
ساعت - مجهز به دستگاه پلیت
ستر creokodak ۴/۵ ورقی
online مدل ۲۰۱۰ با استیکر و
پروسسور Raptor ..
۷۷۶۹۹۸۲۱-۳
litorangin@yahoo.com
litorangin@gmail.com

دریافت آخرین اخبار و رویدادهای چاپی در سایت

www.chaponashr.com

خدمات چاپ

چاپ و نشر هودیس پارس
- چاپ افست دو ورقی چهار رنگ
- چاپ افست چهار و نیم ورقی
- آتلیه طراحی / خدمات لیتوگرافی
- سلفون کشی، دایکات، بسته بندی
- جعبه سازی دهنه ۷۰cm
- لترپرس ابعاد (۸۲×۵۶)
تلفن ۴۴۱۸۴۹۳۶
فکس ۴۴۱۹۴۰۰۶

نقش آوران تندیس مهر
چاپ پلات و لمینیت چاپ دیجیتال
در فرمهای استاندارد / استندهای
نمایشگاهی ثابت و متغیر میز کانتر،
پاپ آپ، رول آپ طراحی آتلیه گرافیک
تلفن ۸۸۲۰۲۴۴۷
فکس ۸۸۲۰۲۴۴۹

مجتمع چاپ تندیس
انجام کلیه خدمات پیش از
چاپ، چاپ، پس از چاپ، برش
و بسته بندی
۰۳۱-۳۲۲۰۳۷۲۸
۰۳۱-۳۲۲۰۳۷۱۴
۰۹۱۳۹۰۰۴۹۲۰
www.tandis-printing.com
tandisprinting15@gmail.com

صحافی فتر دو بل حسن پور
انجام کلیه مربوط به صحافی نفر
دو بل شامل:
تقویم رومی، دیواری، فانتری
سررسید، سالنامه، دفتر تلفن
دفتر یادداشت و دفاتر مختلف
کاتالوگ، بروشور و...
۸۸۹۰۰۲۹۸
حسن پور

کارگاه و فروشگاه غفاری
سلفون واترپرس متالایز و شفاف
طرح دار
سلفون حرارتی مات و براق
سلفون واترپرس مات و براق ۱۲
و ۱۵ و ۲۰ میکرون
سلفون متالایز نقره ای و رنگی
چسب سلفون کشی
طلق PVC
۳۳۹۴۹۲۵۰-۳۳۹۰۷۲۶۹
۰۹۱۲۱۹۸۲۷۷۸

مجتمع چاپ نامی نقش
لیتوگرافی - چاپ - سلفون
حرارتی - صحافی
تلفن ۳۳۱۱۴۳۶۳
فکس ۳۳۹۷۶۳۳۷
www.naminaghshprint.com

چاپ هادی
ماشین چاپ افست کوموری ۲ ورقی
۵ رنگ ۲۰۱۰
ماشین چاپ هایدلبرگ ۲ ورقی ۴
رنگ پرینت مستر
تک رنگ هایدلبرگ و پلیت ستر ۲
ورقی حرارتی اسکرین
تلفن ۳۳۹۰۳۱۳۹
تلفن ۳۳۱۱۲۵۸۶

هنر نوین
خدمات تخصصی و منحصر
به فرد
چاپ مستقیم روی اجسام
امکان چاپ دیجیتال مستقیم
روی اجسام مختلف
مانند پلکسی، شیشه، چوب،
ام دی اف، استیل، سنگ،
سرامیک، کاشی کامپوزیت،
پارچه، فلز و غیره
خدمات چاپ عریض
۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۶
۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۷

**برای اشتراک
نشریه
چاپ و نشر
تماس بگیرید**

خدمات پس از چاپ پویا
مجهز به دستگاه سلفون کشی
حرارتی
دستگاه سلفون کشی واترپرس
دستگاه U.V تمام اتومات
قبول انواع کلاسورهای
تبلیغاتی و زونکن
پخش انواع لوازم صحافی و
چسب مقوا، روکش، زونکن و...
۳۳۰۳۰۰۳۰
۳۳۶۸۲۳۷۰

چاپ و صحافی کریمی
چاپ دو رنگ ۲ ورقی ZP
چاپ دو رنگ ۴/۵ ورقی ZP
مجهز به ۲۰۰۲ cpc
صحافی ماشینی اتومات چسب گرم
مفتول، گالینگور، جلد سخت، پانچ و فتر
تلفن ۷۷۳۵۷۵۷۴

آشنابرچسب
تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسب دار
به صورت رول و شیت با پوشال برداری،
تولید انواع لیبل پشت چسب دار کاغذی،
حرارتی، متالایز، شبرنگ و پی وی سی
تلفن ۵۵۲۷۷۱۲۱
فکس ۵۵۲۵۷۲۹۱
www.Ashenlabel.com
info@ashenlabel.com

**خدمات پس
از چاپ**
هر کادر پایه
فقط ۲۰ هزار تومان
۷۷۲۴۰۶۹۰

صحافی مهتاب خواه
ارائه کلیه خدمات صحافی (پانچ
و فتر، جلد سخت، شومیز و...)
۳ دستگاه برش ۱۱۵ و ۹۲
دستگاه چسب گرم پنج خانه
۳ دستگاه پانچ تمام اتوماتیک
۲ دستگاه طلاکوب هیدرولیک
دستگاه دوخت کتاب و...
۳۳۴۶۴۹۶۰-۳۳۴۷۰۷۵۲
۰۹۱۲۱۹۴۷۸۱۸

هنر سبز نوین
صحافی مجهز به ماشین آلات:
جلد سازی، چسب گرم، ماشین
دوخت، دو دستگاه پانچ، دو دستگاه
مفتول، دو دستگاه تاکنی، دو دستگاه
برش اتوماتیک، سلفون کشی
حرارتی
۷۷۶۴۷۷۱۳

چاپ آوازه
انجام کلیه پروژه های چاپی
پلیت ستر حرارتی ۴/۵
ورقی با گردش کار دیجیتال
ماشین چاپ دو ورقی چهار
رنگ اسپید مستر SMV۴-SM۴H
ماشین دایکات ۴/۵ ورقی
Bobst
- برش دیجیتال پلار ۱۱۵E
۴۴۹۰۲۰۰۰
۴۴۹۰۱۰۰۰
info@avazehprint.com

چاپ و صحافی محمد
تاکن سه ورقی و دورقی MBO اشتال
چسب گرم پنج خانه مولر مارتینی یا
قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب
در روز
خط کامل مفتول و...
تلفن ۷۷۴۵۲۲۲۴

صحافی هشت
جلد، جعبه، لوح، پانچ و فتر،
ته چسب، دوخت، مفتول
https://t.me/sahafi8
۰۹۱۲۳۰۸۷۹۳۳

چاپ هنر پاریسی
UV - سلفون
سیلک تمام اتوماتیک دو
ورقی (UV)
سلفون حرارتی تمام اتوماتیک
UV سیلندری
۶۶۳۴۰۳۵۹
۶۶۳۴۰۳۱۶

پوشش سلفون
پوششی متفاوت
رونمایی از جدیدترین تکنولوژی
سلفون کشی
با امواج در مجموعه خدمات پس
از چاپ پوشش
مجهز به ۴ دستگاه سلفون کشی
حرارتی و واترپرس
ظرفیت روزانه ۱۵۰ هزار برگ
۷۰×۱۰۰
۴۴۱۹۰۲۲۶-۷

نقش پردازان آسیا
چاپ برچسب اموال چاپ
برچسب های صنعتی، PVC، کاغذ
متالایز، شبرنگ و روز رنگ
چاپ وینیل، مش، شبرنگ
outdoor-indoor
۶۶۹۴۸۲۲۳
www.npaprint.com
ighani.label@yahoo.com

مجتمع چاپ ایرانی
مرکز تخصصی چاپ کارت
ویزیت و فرم عمومی
۳۶۰۵۷۰۶۴
۳۶۰۵۷۰۵۳
www.iraniprint.com
print.irani64@gmail.com
com

خدمات پس از چاپ نفیس
یووی تمام اتومات تا ابعاد
۵۰×۷۰
موضعی، برجسته، اکلیلی،
شنی
سلفون حرارتی تمام اتومات
تا ابعاد ۱۰۰×۷۰
لترپرس دهنه ۷۷
۳۳۱۱۵۵۰۲
۳۳۱۱۵۶۲۸

صنایع بسته بندی والا
دستگاه تیغ زنی در ابعاد مختلف /
لامینیت نیمه اتوماتیک
۵۵۸۹۶۷۸۴
۵۵۵۷۶۳۸۲-۳
۵۵۵۷۰۶۶۲ فکس

چاپ هوشمند
متالایز سلفون حرارتی و چسبی
۴۶۸۸۰۴۱۹
۴۶۸۸۰۴۲۰
۴۶۸۶۲۶۰۰

مجتمع چاپ رنگین نقش
اولین دستگاه های چاپ افست
و UV مدل ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳،
چاپ از ۲۰ گرم تا ۵۵۰ گرم، با
سرعت ۱۵۰۰۰ برگ در ساعت
۷۷۲۶۷۹۰۱-۳
ranginnaghsh@yhaoo.com
ranginnaghsh@gmail.com
info@ranginnaghsh.com

چاپ گلبرگ ساز
مجموعه کامل جهت چاپ
و صحافی انواع فرم ها و
بسته بندی
چاپ ۴/۵ ورقی ۵ رنگ
اسپید مستر SM ۱۰۲-۵-۲۰۰۵
چاپ ۴/۵ ورقی ۱ رنگ
دایکات ۶ ورقی
۷۷۹۶۵۳۹۵
۷۷۹۶۵۳۶۸
www.golbargazprint.com

پوشش چاپ نگین آرا
با ما متفاوت شوید
سلفون حرارتی، سلفون واترپرس
(مات، براق، متالایز، نقره، طلا و
طرح دار)
یووی الکل، شنی، برجسته
چاپ سیلک اسکرین
یووی سیلندری آج زن طرح چرم
۵۵۰۲۰۰۲۰-۵۵۰۲۰۰۱۰
neginara@yahoo.com

چاپ و نشر
@chap_o_nashr

صحافی سیمی ساز
ما به کمتر از عالی رضایت
نمی دهیم!
انجام کلیه خدمات صحافی
شامل: چسب گرم، مفتول ساده
و لوپ تا، سیمی تقویم دیواری
و رومی با بهترین کیفیت و
بالاترین سرعت
۳۳۵۷۰۴۸۴-۵-۳۳۵۷۰۹۱۶
داورزن ۰۹۱۲۳۰۸۷۲۸۰
صمدزاده ۰۹۱۲۳۱۱۹۵۵۶

**برای اشتراک
نشریه
چاپ و نشر
تماس بگیرید**
۷۷۲۴۰۶۹۰

چاپ اعتماد
طلاکوب، یووی، برجسته
طلاکوب سه بعدی برای
اولین بار

۳۳۱۱۹۴۰۰
۳۳۹۲۳۸۳۶
www.etemadprint.com

**چاپ و نشر
برای معرفی
توانمندیهای
شماست**

به کانال مادر تلگرام پیوندید

@chap_o_nashr



**قالبسازی،
تیغ و برش**

قالب سازی بیس
طراحی قالب های خود را به
ما بسپارید
بهترین کیفیت و نازل ترین
قیمت را از ما بخواهید
مجهز به دستگاه برش لیزر،
خم کن اتوماتیک
ساخت انواع قالب های لیبل،
کارتن، جعبه های آرایشی و
بهداشتی و...
۳۶۶۱۶۲۸۸-۳۶۰۵۷۹۴

**هر کادر پایه
فقط ۲۰ هزار تومان**
۷۷۲۴۰۶۹۰

قالب سازی ملت
ساخت انواع قالب برش
جعبه، کارتن، لیبل و پلکسی
مجهز به برش لیزر و خم کن
اتوماتیک
di.mellat@gmail.com
تلفن: ۳۶۶۱۱۷۶۶-
۳۶۶۱۲۸۰۴
۰۹۱۹۴۸۰۸۸۴۱
خ ملت، برج بهارستان، بلوک
A، طبقه دوم، واحد ۳۰۳

موسسه قالب سازی کیهان
مجهز به سیستم برش لیزری
و خم کن اتوماتیک
سازنده انواع قالب های برش
لیزری
جعبه، کارتن، اتیک و واشر
۶۶۷۲۶۴۸۸-۶۶۷۱۶۶۹۵
۶۶۷۵۷۸۲۰
فکس: ۶۶۷۵۰۷۳۷
ghalehsazi_keyhan@
yahoo.com

موسسه قالب سازی فجر
مجهز به سیستم برش لیزر و
خم کن تمام اتوماتیک
سازنده انواع قالب های:
جعبه، اتیکت، کارتن، قالب
تیغ (۸ میلی متر، ۱۲ میلی متر)
...
۳۳۹۲۲۲۷۹
۳۶۶۱۶۰۷۴
fajr1389@yahoo.com

قالب سازی اطلس
سازنده انواع قالب های برش،
جعبه، کارتن، اتیکت، واشر و
کارهای سراجی و ملامین و مجهز
به دستگاه برش لیزر و خم کن
اتوماتیک
تلفن ۵۵۶۹۰۱۵۷
تلفکس ۵۵۶۹۰۷۶۸

**جعبه، کارتن
پاکت**

**برای اشتراک
نشریه
چاپ و نشر
تماس بگیرید**
۷۷۲۴۰۶۹۰

چاپ و نشر
@chap_o_nashr

جعبه سازی میعاد
تیغ و چسب انواع جعبه
های دارویی، آرایشی و
بهداشتی
مجهز به دو دستگاه
لتر پرس ۷۷
دو دستگاه ماشین جعبه
چسبانی دیانا
۳۳۷۷۲۵۶۱
۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳

جعبه سازی هیراد
تولید کننده انواع جعبه های
فانتزی با مقوای سخت با
استفاده از ماشین آلات
شاهوندی ۰۹۱۲۱۲۵۵۷۹۳
اکبری ۰۹۱۲۶۵۴۴۶۶۵
www.hiradbox.com
info@hiradbox.com

لمینت و کارتن مبارکه
ساخت انواع جعبه و
کارتن های صادراتی
لمینتی، مقوایی، E فلوت،
سه لایه، پنج لایه
۴۴۹۰۵۰۵۰
۴۴۹۰۱۲۹۱
۰۹۱۲۱۰۸۴۴۵۵
www.mobarake.com
Email: info@mobarake.
com

کارتن سازی حسینی
تولید انواع کارتن با بیش از
۳۰ سال سابقه
ساخت انواع کارتن دفاتر
۵۰ برگ، ۱۰۰ برگ، ۲۰۰ برگ،
ته دوخت و فنردار
ارسال رایگان ۲۰۰۰ عدد
کارگاه: ۲۱-۲۰-۹۵۱۲۵۰-۰۲۱
دفتر: ۲-۵۵۰۸۱۷۵۱-۰۲۱
۰۹۱۲۱۸۶۸۸۴۶

کاغذ و مقوا

بورس کاغذ و مقوای ملک
گلاسه، تحریر، پشت طوسی،
سفید، A۴، رول، ایندربورد، فانتزی
۰۲۱-۳۳۹۹۹۷۷۴-۵
۰۹۱۲۱۷۷۰۹۵۲

کاغذ و مقوای شاهین
پخش انواع کاغذهای A۴، A۵،
A۳ و نمایندگی فتوگلاسه، کتد،
AGFA، HART wll، A۴
و A۳ و رول کالر کپی تحریر،
گلاسه، چسبدار
۳۳۹۷۳۴۹۵-۳۳۹۱۳۳۲۴

**نشریه چاپ و نشر
آمادگی درج
آگهی کاریابی
رایگان در بخش
نیازمندیها جهت
صنف چاپ را دارد**

کاغذ و مقوای رستمی
خرید و فروش انواع کاغذ و مقوا
عرضه کننده مستقیم انواع
مقوای پشت طوسی کره و چینی
(گلاسه، تحریر، چسبدار،
کارتن)
۳۶۶۱۱۱۳۲
۳۳۱۱۴۳۴۸
۳۳۹۳۵۹۸۰
۰۹۱۲۵۹۰۵۹۹۲
۰۹۱۲۵۰۰۴۹۵۴

کاغذ و مقوای دلال زاده
کلی جزئی
(درب مغازه)
مقوای پشت طوسی و گلاسه
در سایزها و گرماژ مختلف
تهران-خ ظهیرالاسلام-جنب
صندوق جاوید-پلاک ۴۱
تلفن ۳۳۹۴۴۳۱۳-۳۳۹۰۴۵۳۹
۳۳۹۴۰۲۲۵

**فریدکاغذ، پوشال
و زینک باطله**

خریدار انواع پوشال چاپخانه و
صحافی، فرم باطله، کتاب باطله و
زینک باطله
۰۹۱۲۲۹۸۲۸۶۲-۰۹۱۲۶۱۰۳۶۵۶
بابایی

خرید پوشال صحافی و
چاپخانه با بالاترین قیمت
۰۹۱۲۴۷۱۸۹۴۰
چوپانی

چاپ و نشر
@chap_o_nashr

انبار کاغذ سینا
گروه جمع آوری و انتقال
مستقیم به کارخانجات
تولید کننده تیشو و مقوا
در سراسر ایران، آماده
همکاری و عقد قرارداد
جهت خرید بی واسطه پوشال
کاغذ، کتاب و... با چاپخانه ها،
صحافی، جعبه چسبانی،
ناشرین، بانک ها و ادارات
دولتی و خصوصی می باشد

۰۹۱۲۱۴۹۹۷۰۱
با ما تماس بگیرید

**کانون تبلیغات
و دفاتر فنی**

سیب آبی
مشاوره و مجری ایده های خلاق
تبلیغاتی
استودیو طراحی گرافیک (لوگو،
پوستر، اوراق اداری و...)
چاپ دیجیتال
خدمات نمایشگاهی
استندهای تبلیغاتی
۸۸۳۲۹۹۳۶-۸۸۳۲۵۳۳۲
www.seebabi.ir
Email: seebabi@yahoo.com

**هر کادر پایه
فقط ۲۰ هزار تومان**

۷۷۲۴۰۶۹۰

**سررسید و هدایای
تبلیغاتی**

صنعت شیرازه کتاب
قابل توجه تولیدکنندگان محترم
دفاتر تحریر مدارس و دانشگاه در
سراسر ایران
مجهزترین کارگاه تولید
فهرهای صحافی تک لوپ و
دو لوپ نقره ای (استیل و ایر)
روکش دار در طول، گام، ضخامت
و رنگ های سفارشی
www.starline.ir
۸۸۷۲۶۵۷۲-۸۸۷۱۵۲۳۸
۰۹۱۲۱۵۴۸۳۴۶

خرید پوشال صحافی و
چاپخانه با بالاترین قیمت
۰۹۱۲۴۷۱۸۹۴۰
چوپانی

سالنامه ایران فردا

کلکسیون جدید روکش‌های ترمو ساخت کشور ایتالیا و پارچه‌های ساخت کشور آلمان مناسب برای تولید سالنامه، کتاب و هدایای تبلیغاتی

۷۷۶۴۳۱۳۲-۶

چاپ بادکنک تبلیغاتی سپهر امروزه بادکنک فقط یک سرگرمی کودکانه نیست، یک کالای تبلیغاتی اثرگذار است چاپ چهار رنگ روی بادکنک چاپ تک‌رنگ روی بادکنک ۰۲۱-۶۶۹۰۶۲۶۹ ۶۶۹۴۶۲۰۴ www.samanspehrco.ir

چاپ نقش آفرین مهر تولیدکننده سالنامه، دفتر تلفن نفیس ۸۸۸۳۶۸۴۵ ۸۸۸۴۵۴۹۲-۳ www.naghshafarinmehr.com info@naghshafarinmehr.com

تکنسین فنی و نصاب دستگاه‌های چاپ وبسته بندی

احمد پادگانہ متخصص در نصب و راه‌اندازی ماشین‌های چاپ افسر رولند

۰۹۱۲۳۷۸۷۲۷۴

قضایی پور

تعمیر کلیه پمپ‌های روغنی و ذغالی در محل

تعمیر و نصب کلیه ماشین‌های صحافی

۰۹۱۲۲۷۷۵۵۶۰

ماشین آلات و ملزومات پیش از چاپ

برای اشتراک نشریه

چاپ و نشر

تماس بگیرید

۷۷۲۴۰۶۹۰

ماشین آلات و ملزومات چاپ

فروشی ماشین دو ورقی ۲ رنگ سرم مدل ۲۰۰۰ به فروش می‌رسد ۰۹۱۲۱۱۹۶۸۸۱

فروشی برش پلار دهنه ۹۰ تلسکوپی مدل ۱۹۷۴ وارداتی به فروش می‌رسد ۶۳۴۰۳۱۶۶

فروش ماشین آلات چاپخانه در حال کار ۲ ورقی ۵ رنگ SM۷۲ هایدلبرگ تحویل بلند ۱۹۹۳ ۴/۵ ورقی ۲ رنگ هایدلبرگ ۴/۵ ورقی تک‌رنگ هایدلبرگ

حاکی ۰۹۱۲۱۹۵۶۱۰۰ نرونی ۰۹۱۲۲۱۲۸۳۱۰

فروشی

ماشین تریپرس دهنه ۷۲ بسیار تمیز و در حال کار به فروش می‌رسد

بازدید = خرید

۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

یک دستگاه ماشین جی تی او دو رنگ هایدلبرگ مدل ۹۳ در حد نو ۲۰ میلیون کارکرد به فروش می‌رسد ۳۶۰۵۷۰۱۳-۰۹۱۲۳۸۶۹۲۱۶

فروشی ماشین طلاکوب سائز ۷۷×۵۷ مدل ۲۰۰۶ (steuer) آلمان به فروش می‌رسد ۰۹۱۲۱۱۹۶۸۸۱

فروش فوری ماشین دو ورقی ۲ رنگ sm۷۴ پشت و رزن مدل ۲۰۰۰ در حال کار ۰۹۲۱۳۷۰۵۷۳۹-۷۷۳۲۶۹۴۴ تلگرام

فروشی ماشین چاپ ۵ رنگ دو ورقی sm ۷۴ مدل ۱۹۹۸ در حال کار ۰۹۱۲۵۲۲۵۱۵۵

برای اشتراک نشریه

چاپ و نشر

تماس بگیرید

۷۷۲۴۰۶۹۰

هر کادر پایه فقط ۲۰ هزار تومان ۷۷۲۴۰۶۹۰

فروشی فروش دستگاه چاپ رولند ۲۰۲ مدل ۸۸ کاملاً سالم و در حال کار

دستگاه سلفون کشی واتر بیس hipack عرض ۱۰۰ سانتی متر ۰۹۱۲۲۸۵۷۱۶۲

ماشین آلات و ملزومات پس از چاپ

به کانال مادر تلگرام بپیوندید @chap_o_nashr

فروشی دستگاه سلفون تمام اتومات دهانه ۱۱۰ خشک کن دو زمانه UV سیلک نیمه اتومات ۴/۵ ورقی ۰۹۱۲۳۲۵۹۹۲۵-۴۴۹۹۰۷۸۸

دریافت آخرین اخبار و رویدادهای چاپی در سایت chaponashr.com

فروشی

ویندو پیچ (پنجره زن) دهنه ۱۰۰ تک لاین مدل ۲۰۱۲ در حد نو

۴۴۹۰۸۷۲۲ ۴۴۹۰۸۷۲۴ ۰۹۱۲۳۸۰۱۰۲۸ ۰۹۱۲۴۱۸۲۷۶۶

خشک کن UV آلمانی مارک Feket دو لامپ با IR به فروش می‌رسد (زاویه دار مناسب افسر) ۶۶۳۴۰۳۱۶

برای اشتراک

نشریه

چاپ و نشر

تماس بگیرید

۷۷۲۴۰۶۹۰

به کانال مادر تلگرام بپیوندید

با عضویت در کانال تلگرامی اخبار چاپ و نشر از آخرین اخبار چاپ، نشر، کاغذ و بسته بندی اطلاع پیدا کنید

@chap_o_nashr

فروش

- ۱- برش پلار EMC 115، پلار CE 92، پلار E 92، وهلنبرگ 92 مانیتور
- ۲- تاکنی اشتال 5/2، 5/4، 3 ورقی برقی، مکئیکی
- ۳- دستگاه پانچ اتومات کوگلر آلمان عرض 50 سانت و 36 سانت، قالب گرد، مربع و...
- ۴- دستگاه فنر انداز اتوماتیک رنز آلمان مدل RSB 360 سال ساخت 2000 و 2004 بسیار تمیز به همراه قالب 10
- ۵- دستگاه ترتیب کن 24 خانه
- ۶- دستگاه طلاکوبی هیدرولیک، برقی، دستی و...
- ۷- چسب گرم 5 خانه مولر مارتینی

۸۸۵۰۲۱۲۴ ۰۹۱۲۱۹۴۷۸۱۸

@chap_o_nashr

بازرگانی ماشین آلات و ملزومات چاپ و بسته بندی

فروشگاه آزاد

ارائه دهنده کلیه ملزومات چاپ و لیتوگرافی واردکننده سلفون حرارتی مات و براق

۰۹۱۲۶۸۴۷۵۰۱

۰۹۱۲۵۷۷۶۴۴۷
۷۷۶۱۴۷۰۴ - ۷۷۶۱۴۴۷۹

محمد صادق

به کانال ما در تلگرام پیوندید

@chap_o_nashr



شرکت میر تک
بهترین انتخاب شما برای
ملزومات چاپ دیجیتال
تنها مرکز تخصصی برای ملزومات
چاپ حرارتی
پرس گرم، جوهر و کاغذ
سابلمیشن
تلفن: ۰۱۷-۸۸۳۶۲۵۱۰
فکس: ۸۸۳۶۲۵۱۸
www.mirtecdigital.com

تولیدی مهندس گاوافیان
تولیدکننده و واردکننده انواع
ملزومات مرکب و مواد مصرفی
چاپ افست
۰۲۱-۷۷۳۲۹۲۶۴
فکس: ۰۲۱-۷۷۹۶۴۸۱۱

شرکت صنعتگران ظهور
عرضه کننده ماشین آلات چاپ و
پس از چاپ
دستگاه جعبه چسبان در انواع
مختلف ۲ نقطه، ۴ نقطه، بالاک باتوم
فلکسو چاپ کارت با دایکات
روتاری ۲ رنگ، ۴ رنگ
سلفون کش حرارتی و واتر بیس
اتومات و نیمه اتومات
۸۸۸۳۵۰۶۳
۸۸۸۶۳۹۵۳

تسهیل ماشین صنعت
تولیدکننده لیفتراک و
تجهیزات انبارداری
استکر تمام برقی
لیفتراک دیزلی، بنزینی گازی،
برقی
- پالت تراک دستی
- استکر نیمه برقی
۸۸۵۱۴۳۵۴-۶
۸۸۷۵۵۸۴۱-۳

فرارنگ
جوهرهای های لایت مخصوص
تمامی دستگاههای چاپ بنر و فلکس
۰۵۰ (خط ۵) ۶۶۵۶۵۰۵۰
www.fararang.com
www.witcolor.ir

هدایای خاص کاویا
انواع فلش مموری پلاستیکی،
فلزی، استیل و...
فلش کارت و فلش مموری های hp
۵۵۵۷۶۴۴۹
kaviapen@yahoo.com
com.www.kavia۵

سیمای شهر
بزرگترین مجتمع طراحی و مونتاژ
دستگاههای چاپ فلکس و بنر
بزرگترین مجتمع تولید دستگاههای
برش لیزر و سی ان سی و...
۰۳۱-۳۵۳۱۷۰۵۰
۰۳۱-۳۵۳۱۷۰۶۰
www.simayeshahr.com
info@simayeshahr.com

ایران یک پلاست
ارائه کننده دستگاههای تسمه کش
نیمه اتوماتیک - پرتابل و دستی
ساخت تایوان
۳۳۹۵۶۲۵۵
۳۳۹۵۶۲۹۴
iranpack@gmail.com

شرکت TMS
با ما مطمئن به هدف بزنید
مشاوره خرید، فروش و تعمیرات
دستگاههای چاپ بنر و فلکس
۰۲۱-۶۶۱۲۰۷۴۳
۰۹۱۲۸۱۲۸۷۱۷
۰۹۱۲۸۱۲۸۷۱۸

ایران ریسو
مرکز تخصصی واردات و خدمات
ریسوگرافهای دیجیتال تمام
رنگی HC ۵۵۰۰
۶۶۹۱۷۸۵۶
۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰
اینستاگرام viso-comcolor

اسپیرال کو
تولید و فروش فنرهای ماریج و
دوبل روکش دار خارجی و اویز تقویم
دیواری
۵۵۴۰۹۹۰۴

بازرگانی شالچیان
تنها واردکننده انحصاری محصولات
perfect
فنرهای دوبل
دستگاههای صحافی
دستگاههای لمینت
۵۵۸۱۶۱۱۰-۱۱
meghdad134@yahoo.com
www.datis-co.com

بازرگانی راد
واردکننده محصولات تکمیلی
چاپ و ملزومات اداری از اروپا و
آسیا
۸۸۹۱۶۹۸۰-۱
۵۵۵۷۶۱۸۴
۵۵۸۰۰۵۸۰
فکس: ۵۵۸۰۹۷۱۱
www.rad-office.com

شرکت بازرگانی دنیای تجارت
ارم
نماینده انحصاری مرکب
کالرگراف ایتالیا
مرکبهای چهار رنگ افست
ساخت ایتالیا
مرکب طلایی / مرکب نقره ای /
مرکب چهار رنگ یووی
۷۷۲۷۶۳۴۶-۷
۰۹۱۲-۱۲۶۸۷۶۴
www.colorgraf.ir

لیتوگرافی بهروز
نماینده رسمی فروش و سرویس
پروسسورهای گلنز
۰۱۱-۳۲۲۸۴۰۴۰
www.bazarchap.com

بازرگانی رایا شقایق آسیا
نماینده انحصاری فروش جوهرهای
فول کالر در ایران
انواع جوهر مخصوص هددهای:
زار ۱۲۶، ۱۲۸، ۳۸۲، ۳۶۰
سیکو ۵۱۰ و PI۳۵
اسپکترا ۲۵۶ و پلاریس PI۱۵ و
۳۵
۰۲۱-۲۲۶۵۰۰۷۹-۰۲۱-۲۶۲۱۵۲۹۱
www.fullcolorinks.com

دوستان شیمی
تولیدکننده و واردکننده انواع
ملزومات مرکب و مواد جانبی
چاپ
۷۷۹۶۴۸۱۱
۷۷۳۲۹۲۶۴

سوپروایدپرشیا
چاپگرهای فلت بد فیتون با
هداپسون با قابلیت چاپ سفید
جوهر UV با ماندگاری بالا و رنگهای
شفاف ساخت ژاپن
قابلیت نصب کامپیوتر و مانیتور بر روی
دستگاه
۸۸۷۵۷۰۷۷-۸
فکس ۸۸۷۵۲۴۲۶

داد و ستد پویان
انواع واتر بیس های براق، خیلی
براق، مات دو رو، طلایی، نقره ای
و متالایز و پرایمر
انواع UV بدون بو
انواع LML
انواع مرکب چاپ فلکسو جهت
چاپ کارت
۲۲۹۲۱۳۵۷-۲۲۲۲۴۱۹۵
(عباس سپاهی)
۰۹۱۲۳۵۷۴۹۳۳
E-mail: pouyan@
sepahi-co.com

شرکت ساتا (سمنداندیشه تابان)
ارائه کننده دستگاههای تکمیلی چاپ
ساخت اروپا
۸۸۰۷۵۱۶۰
۸۸۳۶۴۶۶۴
www.satagroup.ir

ارگ سیستم
نماینده انحصاری
- لمینتور طولی سرد و گرم RSM
- لمینتورهای پیشرفته جهت انواع
لمینت سرد و شاسی کشی
- دستگاههای حرارتی هشت کاره و
تک کاره
۸۸۱۷۳۷۴۱
۳۳۹۹۷۴۱۵-۱۷

رنگین پلاست ایران
پخش عمده انواع حلالهای چاپ
(ایزو پروپیل الکل، اتیل استات،
اتیل گلیکول) از شرکت های معتبر
دنیا
۸۸۷۱۰۲۱۳
۸۸۷۱۰۲۱۴

شرکت فرز انگان
واردکننده ماشین های سلفون کش
حرارتی، یووی، دایکات، چسب
گرم، برش، تاکن، شماره زن، کپی
پرینتر، فروش فیلم های سلفون
حرارتی مات و براق با بهترین
کیفیت و مناسب ترین قیمت
۲۲۷۸۴۵۹۲
۶۶۱۲۵۷۶۶

شرکت رکورد
نماینده انحصاری فروش و
خدمات پس از فروش dilli در
ایران
www.recordsd.com
۰۲۱-۴۴۲۰۸۹۸۹ (خط ۱۰)
۰۹۱۲۸۳۳۷۹۲۲
۰۹۱۲۱۹۵۲۸۴۶

تکنوگرافیک
فروشنده دستگاههای چاپ و
صحافی
مرکب پایه گیاهی مارتینز اسپانیا
OMEGA
تلفن دفتر ۶۶۲۶۷۳۵۰
Email: beygi_mohamad@
yahoo.com

بازرگانی اصغرپور
نماینده انحصاری شرکت zm-service
پلیت سترهای حرارتی
مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی
و تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰
وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات و...
۰۳۱۱۱ (خط ۵) ۶۶۴۰۳۱۱۱
raminlitho@yahoo.com
ramfinas@yahoo.com

دوگل
واردکننده عمده انواع: فنر دوبل
فلزی (رول و شیت) کلیس، اویز
تقویم دیواری، قفل های ۲ و ۴ و
۶ و ۲۶ حلقه با بهترین کیفیت و
گارانتی
تلفن ۳-۵۵۵۸۴۳۶۱
info@dogolco.com

بازرگانی ۱۱۰
واردات و فروش ویژه دستگاه‌های
لمینیت
انواع کاغذ خردکن AX و صحافی
پولشمار طلق پرس و...
۸۸۳۲۷۹۶۴-۵
۸۸۸۳۳۳۱۱
info@110ax.com
www.110AX.com

شرکت رها گستران
عرضه کننده چاپگرهای عریض
دستگاه‌های حرارتی و مواد مصرفی
دستگاه حرارتی سابلمیشن
چاپگر فلت بد
کلیه ملزومات و مواد مصرفی
چاپگرهای عریض با بالاترین کیفیت
۲-۸۸۹۲۶۶۷۱-۰۲۱
rahagostaran.rg@gmail.com
www.rahagostaran.com

فروشگاه سلفون بهاری
عرضه کننده سلفون واتریس و
حرارتی مات و براق
تلفن ۳۳۵۰۶۶۴۷
فکس ۳۳۹۱۱۲۴۵

صنایع ماشین سازی حرفه و فن
سازنده انواع ماشین آلات چاپ،
بسته بندی و صحافی
سلفون فول اتومات (واتریس)
شیت کن - دستگاه بووی سیلندری فول
دستگاه دایکات فکی (در سایزهای مختلف)
۳۳۹۹۲۲۵۷
۳۳۹۷۴۰۵۴
WWW.HERFOFAN.COM
INFO@HERFOFAN.COM

کیمیا جاوید
بزرگ ترین تولید کننده
چسب های گرمادوب
صنایع چاپ و نشر (صحافی
کتاب، مجله، گلاسه و...)
صنایع بسته بندی (بسته بندی
انواع کارتن، جعبه، لیبل و...)
صنایع چوب (چسب ویژه نوارهای
کاغذی لبه زنی، نوارهای PVC و...)
۰۳۱-۳۶۹۳۷۷ و ۳۶۲۸۲۰۰۱
۰۲۱-۸۸۶۵۳۷۰۰

گرایش تازه کیش
GSS
لمینیتورهای حرفه‌ای گرم و سرد
دستگاه‌های سلفون کشی حرارتی
اتوماتیک
۸۸۵۰۱۰۱۵
۴۲۸۲۵۰۰۰
www.gssint.com
info@gssint.com

شرکت ناژین
وارد کننده انواع کاغذ جوهر افشان
(پرینتر و پلاتر، رول و شیت)
طلق لمینیت سرد و گرم فوم برد،
جوهر، هد پلاتر
فروش ماشین آلات چاپ دیجیتال
پرینتر، پلاتر، برش، طلاکوب
لمینیتور، برش لیزری، CNC
۸۸۴۹۱۶۹۹
۸۸۴۹۱۰۶۳
www.zkncom.ir

**برای اشتراک
نشریه
چاپ و نشر
تماس بگیرید
۷۷۲۴۰۶۹۰**

مازند سیستم
طراح و سازنده ماشین آلات
چاپ UV و امباس
۵۵۸۵۱۶۶۰
۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱

گروه تولیدی بازرگانی بهتا پارس
انواع مدیا بنر ۶ و ۸ و ۹ و ۱۰
و ۱۳ انس
انواع مدیا کوره‌ای و چینی فلکسی
انواع مدیا استیکر، مش، وینیل
انواع مدیا کوتر، لمینت
PVC و PP انواع مرکب چاپ
لارج فرمت (فضای داخلی و
خارجی) تولید کننده انواع
رول آپ، پاپ آپ، کانتر و...
۳۳۲۸۸۱۱۵-۳۳۲۸۸۱۰۱

بازرگانی اسکویی
وارد کننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی
۸۸۳۴۵۱۳۸ و ۴۰
۸۸۳۴۸۲۰۳

گروه آفتاب پارسه
فروش و تبدیل کلیه دستگاه‌های
قدیمی
ارائه جوهر، قطعات یدکی اصل
انواع چاپگر فضای باز
۸۸۷۳۳۸۷۶
تلفکس: ۲-۸۸۹۷۵۸۸۱-۰۲۱
Email: info@psg-net.com

پارس پلیکان
چسب سلفون - چسب لب چسب
چسب صحافی - بووی آماده
وارداتی
۷۷۵۳۲۵۰۱
۷۷۵۲۳۶۹۶

تولید کننده دستگاه
مخمل پاش سپهر (چاپ فلوک)
makhmalpash.ir
۷۷۸۴۴۳۹۹

شرکت رزینهای صنعتی ایران
اولین و بزرگترین تولید کننده چسب
و رزین در ایران
تلفن ۸۸۷۱۳۰۴۵
email: info@iirc-co.com
www.iirc-co.com

**تولید کنندگان
ملزومات
چاپ و بسته بندی**

اریکه تجارت پایتخت -
وارد کننده انواع دستگاه‌های
چاپ حرارتی
دستگاه‌های چاپ سه بعدی -
سابلمیشن نسل جدید دستگاه‌های
چاپ حرارتی - دستگاه چاپ همه
کاره هشت قابله
۲۲۸۵۴۲۵۰
۲۲۸۵۵۰۹۱
info@ariketejarat.com

هوورز
وارد کننده انواع ماشین آلات
چاپ، جعبه سازی و کارتن سازی
۸۸۵۳۵۲۱۴-۶
۰۹۱۲۷۶۴۰۳۲۶
۰۹۱۲۱۲۷۲۷۴۶
www.hooverzpack.com

به کانال مادر تلگرام پیوندید
@chap_o_nashr
۷۷۲۴۰۶۹۰
۰۹۱۲۲۳۳۲۳۳۱
**تولید کنندگان
ماشین آلات
چاپ و بسته بندی**

گروه طراحان فروار آرا
تولید کننده سازه‌های تبلیغاتی
و نمایشگاهی
اسپیس فریم، پاپ آپ، استند
تنظیمی
استند رومیزی، استند فلکه‌ای
و...
تلفکس: ۰۴۱۱-۴۲۱۱۳۱۹
تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۸۴۶۵۶
همراه: ۰۹۱۲۳۲۴۰۶۹۹
Email: farvarara.sazeh@gmail.com

مجتمع صنعتی کیهان سپهر
شمال
تولید کننده ورق و کارتن‌های
چاپی و لمینیتی
۰۱۱-۴۴۲۰۴۰۱۱-۱۴
www.keyhansepehr.com

صنایع بسته بندی والا
دستگاه تیغ زنی (دایکات)
در ابعاد مختلف
لامینیت نیمه اتوماتیک
۵۵۸۹۶۷۸۴
۵۵۵۷۶۳۸۲-۳
۵۵۱۶۷۴۴۰-۱
info@Hi-pack.ir

توتالیا
صحافی مجله DBMI
دستگاه صحافی مجله مدل
DBMI
سیستم حرفه‌ای و اتوماتیک
شامل ترتیب کن، خط تای جلد
تاکن، مفتول زن و برش
۸۸۷۳۱۰۴۲
۸۸۷۴۲۳۱۰
www.totaliaco.com

ترنج
تولید کننده انواع پلاک‌های
فلزی
با قالب‌های مختلف و
اختصاصی
با قابلیت حک لیزری
جهت استفاده بر روی
سررسید، هدایا و غیره
۰۹۳۷۶۵۱۱۱۵۱

شرکت پیروزان
تنها تولید کننده رولاپ در ایران
تولید انواع استند، سه پایه بوم،
جا بروشوری، اسپیس، میز
کانتر، پاپ آپ، لوله و گوشه قاب
فنری، رول ماکت، ماکت‌های دو
بعدی چسب و پانچ
۷۷۳۱۳۶۱۷
۰۹۱۲-۵۵۴۵۶۳۸

**فروش ، اجاره جواز
و مکان چاپ**
سرقفلی و جواز یکی از
قدیمی ترین چاپخانه‌ها به
مساحت ۱۰۰ متر واقع در خیابان
سعدی شمالی به فروش می‌رسد
۰۹۱۰۲۱۰۵۹۰۴-۰۹۱۲۲۰۴۹۹۸۵
برجوردی

چسب البرز
تهیه و توزیع انواع چسب‌های
صنعت چاپ
سلفون حرارتی مات و براق در تمام
ابعاد
۴۴۵۹۴۳۹۲
۴۴۵۰۰۰۹۶

بازرگانی هفت نقش
وارد کننده نوارهای طلاکوب و
نقره کوب
در رنگ‌ها، طرح‌ها و سایزهای
مختلف
مرکب فلکسو آبشور مخصوص
کارتن
۴۴۱۹۷۰۰۳-۴
۰۹۱۲۱۸۷۰۷۱۵

گروه مهندس جهانیان
تولید و واردات ماشین آلات
خدمات پس از چاپ، دستگاه‌های
سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی
چسب سرد، شیت کن سلفون کشی،
UV، لمینت کارتن
۴۴۰۶۴۲۱۵
www.jhni.com

اتود
طراحی، چاپ، دکوراسیون
تولید لایت باکس کریستال،
استندهای نمایشگاهی
چاپ دیجیتال و افست
چاپ لارج فرمت، طراحی
گرافیک
۸۸۱۴۱۴۰۱-۳
etod.group@yahoo.com
www.etodgroup.com

چاپخانه فروشی به علت
کهولت سن در حال کار مرکز
شهر با جا و بدون جا، ملخی
پروانه قدیمی
۰۹۱۲۷۰۱۱۴۷۹-۶۶۴۰۹۱۹۹
دباغی
یک عدد جواز چاپ قدیمی
به فروش می‌رسد
۰۹۳۷۶۷۰۶۴۷۵
۰۹۳۸۴۵۲۸۴۱۱
۰۹۱۹۷۱۱۸۶۰۵

به یک کارگر چاپ سیلک نیاز مندیم

۵-۸۸۳۲۰۴۰۰

اپراتور ماهر ماشین‌های دو ورقی و چهار و نیم ورقی هایدلبرگ اس.ام و ماشین‌های آچری، سابقه مفید در چاپ متالایز و لیبیل با ماشین‌های افست بیوی به طور حرفه‌ای با پانزده سال سابقه کار آماده همکاری می‌باشم

۰۹۳۳۵۳۱۸۱۲۷

افستچی دو ورقی با سابقه ۲۲ سال مسلط به کارهای فانتزی و رنگی هایدلبرگ (سرم زد) (دو رنگ - تک رنگ)
۰۹۱۹۲۹۳۳۲۲۱
۰۹۱۹۱۹۲۰۷۸۱

ماشینچی مسطح بازنشسته با ۲۹ سال سابقه کار آماده همکاری می‌باشم
۰۹۱۹۴۵۰۸۱۳۹

ماشینچی رولند ۲۰۰ دو رنگ با ۱۰ سال سابقه کار و با تجربه آماده همکاری نیمه‌وقت یا تمام‌وقت می‌باشم
قهرمانی ۰۹۱۲۹۳۵۲۰۲۸

اینجناب محمدعلی رویین‌نژاد، مبتدی وارد ۴ رنگ هایدلبرگ
۰۹۱۹۶۲۹۵۳۲۷
۰۹۳۳۱۹۹۶۲۷۸

نشریه چاپ و نشر آمادگی درج آگهی گاریابی رایگان در بخش نیازمندیها جهت صنف چاپ را دارد

Email: chaaponashr@yahoo.com

به یک اپراتور دستگاه ۲ رنگ رولند ۲۰۰، اپراتور لترپرس، اپراتور دستگاه افست خوابیده جهت کار در یک چاپخانه معتبر واقع در شهر زنجان نیازمند هستیم
۰۲۴-۳۲۳۸۵۰۷۸-۹
۰۹۱۲۱۴۱۱۶۹۴

به یک کارگر ماهر مسلط به دستگاه چاپ رولند تک‌رنگ دوست واقع در پاکدشت نیازمندیم
شماره تلفن ۳۶۴۶۷۳۷۵ - ۳۶۴۶۷۳۶۰
ملکی ۰۹۱۲۱۲۰۸۶۰۹

به تعدادی کارگر ماهر یا نیمه‌ماهر صحافی (حقوقی یا کنتراتی) نیازمندیم محدوده تهرانپارس نادری ۷۷۳۲۶۹۴۴

به یک ماشینچی بازنشسته افست دو ورقی دو رنگ جهت کار نیمه‌وقت نیازمندیم

۰۹۱۲۱۲۰۸۶۱۶

آماده به کار

مدیر داخلی جهت صحافی، مدیر سفارشات، طراح و فرم‌بند جهت چاپخانه آشنا به طراحی و سررسید، دفاتر فانتزی و اوراق اداری و چاپ دیجیتال نیازمندیم با بیمه
۷۷۳۵۶۲۸۴-۷۷۳۵۶۴۳۹

به یک نفر صحاف وارد و یک اپراتور GTO جهت کار در کرج نیازمندیم
۰۹۱۲۳۶۰۰۳۳۲

به یک اپراتور ماهر جهت کار در لیتوگرافی نیازمندیم
۶۶۵۶۳۴۰۱

چاپخانه‌ای در شمال شرق تهران نیاز به تخصص‌های زیر جهت استخدام دارد:

۱- اپراتور و کارگر چاپ ۴/۵ ورقی ۲ رنگ و ۴ رنگ

۲- اپراتور و کارگر ماشین‌آلات صحافی: دوخت، ورق‌تاکنی، لاین

شومیزی، جلدساز، جلدگذار

۳- مکانیک مسلط به ماشین‌آلات صحافی

فکس: ۷۷۳۳۳۰۸۹

ذاکر: ۶-۷۷۱۴۵۰۶۳

۰۹۱۲۳۹۰۶۸۶۳

علاقتمندان از طریق تلگرام یا فکس رزومه خود را می‌توانند ارسال نمایند

به یک نفر صحاف وارد و یک اپراتور GTO جهت کار در کرج نیازمندیم
۰۹۱۲۳۶۰۰۳۳۲

چاپخانه فروشی

سرقفلی و ماشین ۲ ورقی و جی‌تی‌او و برش ۱۱۰ متر تجاری، ۳۲ آمپر برق، بر خیابان انقلاب، نرسیده به امام حسین (ع)

۷۷۶۴۶۵۸۰-۸۱

فروشی

جواز چاپخانه به همراه ماشین ملخی و GTO تکرنگ و برش پلار ۹۲ با سرقفلی به مساحت ۸۵ متر بر خیابان ملت یکجا و یا جداگانه به فروش می‌رسد

تلفن تماس ۳۳۹۱۳۵۵۱ - ۳۳۹۳۶۴۵۵

اجاره چاپخانه فعال محدوده بهارستان

۰۹۳۶۱۱۰۴۳۴۵

استفاده

فروش دستگاه دست دوم چاپ بنر و فلکس

DGI ساخت گره

مدل Polajet PS3206 ۶ رنگ

با ۶ هفت NOVA 256 سالم

عرض ۳۲۰ متر



۰۲۱۶۶۹۵۰۷۳۴/۵ - ۰۹۱۲۱۵۱۵۶۷۰



به کانال چاپ و نشر خوش آمدید

- اطلاع‌رسانی در حوزه‌های تخصصی و عمومی چاپ، نشر، بسته‌بندی، گالده، کارتن، ورق و ماشین‌آلات وابسته هدف کانال چاپ و نشر است.
- این کانال به مجله چاپ و نشر تعلق دارد.
- چاپ و نشر، ماهنامه خبری، تحلیلی و آموزشی خانواده چاپ کشور است.
- فعالیت کانال از ساعت ۸ صبح هر روز الی ساعت ۲۳ همان روز است.

به کانال ما بپیوندید @chap_o_nashr



با ۲۵ سال سابقه درخشان



فجر

موسسه قالبسازی
با مدیریت عبدالهی و کریمی

مجهز به سیستم برش لیزر و خم کن تمام اتوماتیک

سازنده انواع قالب های

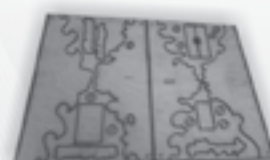
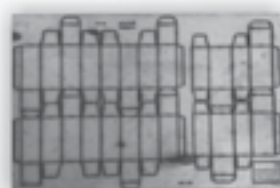
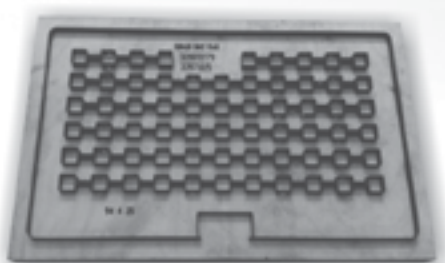
جعبه

اتیکت

کارتن

قالب تیغ (۸ میلیمتر، ۱۲ میلیمتر)

و ...



ایمیل: Fajr1389@yahoo.com

دفتر: ۳۳۹۲۲۲۷۹

تلفکس: ۳۳۹۷۱۰۱۵

دفتر: میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام

مجتمع تجاری ظهیر الاسلام، طبقه دوم، واحد ۲۳۵

۰۹۰۳۹۲۸۰۰۹۳



چاپ و صحافی محمد

ما مفتخریم که با کلیه ناشران محترم

جهت انجام کلیه امور چاپ کتاب از ابتدا تا صحافی

همکاری نماییم

امکانات چاپ

لیتوگرافی (پلیت فیلم و زینک و کالک)

دستگاه کومرپی پشت و روزن ZP

دستگاه GTO تک رنگ هایدلبرگ

صحافی محمد با بیست سال سابقه کار (با دوشیفت کاری)

با امکانات ذیل، افتخار همکاری با کلیه ناشران و دفاتر تبلیغاتی را دارد.

تاکن سه ورقی و دو ورقی MBO اشتال

چسب گرم پنج خانه مولر مار تینی با قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب در روز

خط کامل مفتول و...

ترتیب کن اتومات ۱۲ خانه شرینگ

نشانی: میدان رسالت، خیابان نیروی دریایی، کوچه حقیقی، زیرزمین مسجد معراج، صحافی محمد

تلفن (خط ویژه): ۷۷۴۵۲۲۲۴ همراه: ۹۰۸۹۸۹۸-۰۹۳۲-۰۹۱۲۱۵۷۳۱۸۵

کتابان پارس

■ مرکز تخصصی بارگذاری انواع بلنکت

■ زه آلومینیومی و گالوانیزه با قطرهای گوناگون

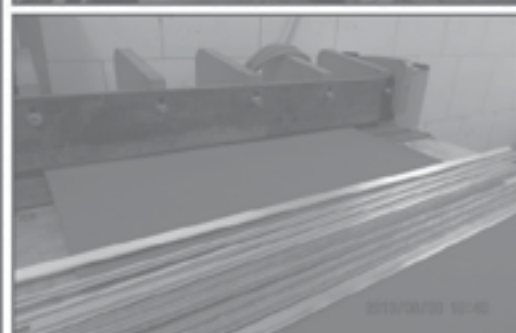
■ در اسرع وقت و قیمت مناسب

دفتر مرکزی: پنج کیلومتر بعد از عوارضی تهران قم دومین پل عابر پیاده روبروی رستوران ملایری

تلفن: ۵۶۵۳۷۳۴۶ ۵۶۵۳۷۳۳۷

فروشگاه: میدان بهارستان، خ ظهیرالاسلام، کوچه رزاقی، پلاک ۹

تلفن: ۳۳۹۶۳۶۹۱-۲ ۳۳۹۳۶۴۵۷ ۳۳۱۱۱۰۶۳





صحافی حرم

دارای خطوط کامل صحافی

۲ دستگاه مفتول ریلی ساده و لوپ | دستگاه های تمام اتوماتیک جلدسازی
دستگاه چسب گرم ۹ خانه Muller Martini | دستگاه تاکنی ۲ ورقی و ۲ ورقی
تمام اتوماتیک سیمی | دستگاه اتوماتیک شیرینگ | دستگاه برش دیجیتال Polar



تهران ، مسعودیه ، خیابان شیرازی ، پلاک ۱۲۷ | تلفن : ۳۳۴۵۲۰۱۶ - ۳۳۴۵۱۹۹۸ | دورنگار : ۳۳۸۶۵۷۷۲

haramsahafi@yahoo.com

مصطفی صمدزاده : ۰۹۱۲ ۵۵۷ ۴۵۰۰

ارائه کننده دستگاه های تسمه کش
نیمه اتوماتیک ، تمام اتوماتیک و پرتابل
همراه با گارانتی و خدمات پس از فروش

ساخت تایوان



ایران پک پلاست

TRANSPAK

Transpak Equipment Corp.

www.iranpack.co

info@iranpack.co



TP-201CE



TP-202CE



TP-202L



TP-501 CE



TP-202MHB



TP-202MV



TP-6000 CE



TP-601A



TP-601B



TP-601BP



TP-601D



TP-601Y



TP-601YPT



TP-702



TP-702B



TP-702C



H-21



H-45L



تسمه کش بادی



تولید و عرضه انواع تسمه های بسته بندی
از سایز ۱۶ الی ۱۹ میلی متر

تلفکس : ۳۳۹۵۶۲۹۴

سهیلی

تلفن : ۳۳۹۵۶۲۵۵

همراه : ۰۹۱۲۳۴۶۱۹۴۳

آدرس : تهران ، خیابان ظهیرالاسلام

پاساژ ظهیرالاسلام ، طبقه دوم ، پلاک ۲۲۷

شرکت، ماتریس کارا نماینده انحصاری
فروش و خدمات پس از فروش کمپانی گوبل در ایران

DG press
DERENT GOEBEL PRESS

- پایه گذار تکنولوژی افست رول و مینکر افست اسلیو در جهان
- توانایی چاپ بر روی تمامی مترپال چاپی از قبیل، انواع پلاستیک و فیلم های PVC,OPP,PET
- لیبل های IML و شرینگ اسلیو و انواع فیلم از ۱۲ میکرون تا ۲۵۰ میکرون
- مناسب جهت چاپ انواع لیبل های خاص، جعبه و بسته بندی تا مقوای ۳۰۰ گرمی تا سرعت ۴۰۰ متر در دقیقه
- قابلیت چاپ هایپرید (فلکسو، گرلور و ...) و تجهیز به تمامی مراحل تکمیلی چاپ کوتینگ
- طلاکوب سرد، دایکاتینگ و شیت کن اتوماتیک و ...
- مجهز به خشک کن ترکیبی UV, IR و هوای گرم جهت چاپ با انواع مرکب های استاندارد افست و UV
- قابلیت چاپ افست معمولی (Wet Offset) و افست خشک (Dry Offset)



THALLO

افست رول اسلیو
در عرض های ۵۲۰، ۸۵۰، ۱۰۵۰ میلیمتر

PRINTING PRESS
www.matriscara.com

ماتریس کارا (بازرگانی ناصری سابق)



VISION

افست رول

- افست رول Full Servo در عرض ۵۲۰ سانتیمتر
- نهایت سرعت تا ۴۰۰ متر در دقیقه
- قابلیت چاپ از ۲۰ میکرون تا ۴۰۰ گرم مقوا
- به همراه انواع عملیات ترکیبی (Converting) آنلاین در چاپ
- و قابل استفاده با مرکب های استاندارد افست و UV

تلفن: ۸۸ ۹۳ ۶۵ ۹۱-۲
فکس: ۸۸ ۸۰ ۵۷ ۷۶
گدایستی: ۱۵۹ ۸۶۶ ۵۱۱۳

دفتر مرکزی: تهران، خیابان کریمخان
خیابان شهید عسکری جنوبی (آبان جنوبی)
کوچه کیوان، شماره ۱۱

- مجهز به تکنولوژی پیشرفته servo drive, محصول کشور ایتالیا
- چاپ فلکسو با قابلیت ترکیبی یونیت‌های گراور، اسکرین و ... به همراه کلیه عملیات تکمیلی
- در عرض‌های ۳۴، ۴۴، ۵۲، ۶۳ سانتیمتر با کیفیت و اتوماسیون پیشرفته
- قابلیت تجهیز به کلیه عملیات پس از چاپ همزمان از قبیل طلاکوبی سرد، کوتینگ، دایکاتینگ، امپاس و...
- چاپ بر روی کلیه محصولات از شامل انواع تیوب های آلومینیوم، PVC، فیلم های OPP, IML و جعبه‌های مقوا تا ضخامت ۳۵۰ گرم
- قابلیت چاپ رول به رول و رول به شیت
- نهایت سرعت تا ۲۵۰ متر در دقیقه



SYNCHROLINE



PRINTING PRESS
www.matriscara.com

مانتریس‌کارا

(بازرگانی ناصری سابق)



سازنده دستگاه‌های دایکات و طلاکوب اتوماتیک،
جعبه چسبانی و ویندوپک

- دستگاه‌های دایکات و طلاکوب اتوماتیک
- از سایز ۲، ۴/۵ تا ۹ ورقی (لارج فورمت)
- ضخامت: از ۸۰ گرم تا ۵ میلی‌متر کارت (E flout)
- سرعت تا ۷۵۰۰ شیت در ساعت
- محصول کمپانی NIKKO YOCO



106-E

MOOG
SHEETFED GRAVURE
PRESSES

تکنولوژی انحصاری چاپ گراور در فورمت ورقی با تنوع بالا در سایز
(مناسب انواع چاپخانه‌های بسته‌بندی در جهان)

NEW
چاپ و عملیات ترکیبی و تکمیلی در یک زمان در تکنولوژی گراور
PRINTING + COATING + EMBOSING

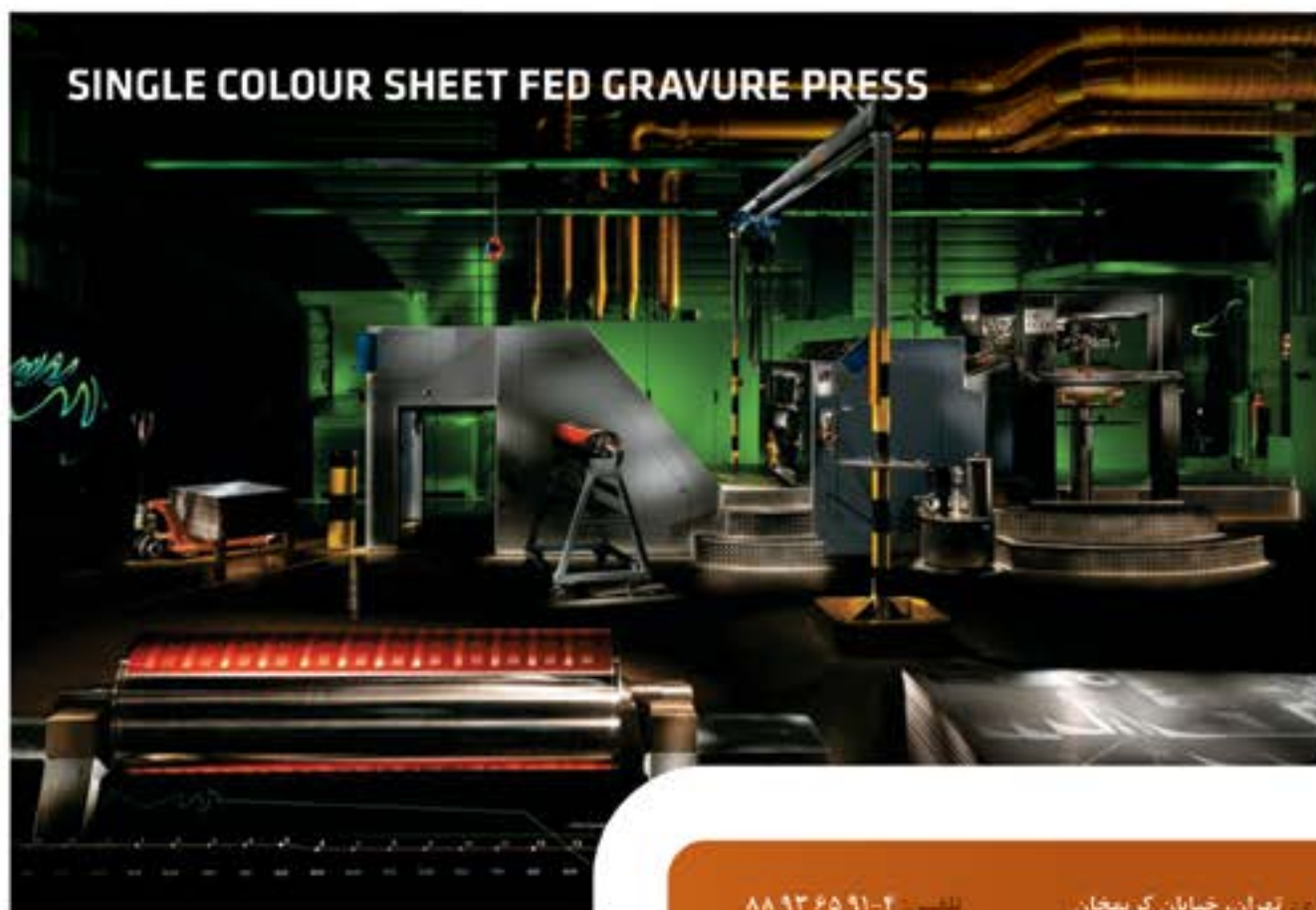


MULTICOLOUR SHEETFED GRAVURE PRESS

- سازنده مدرنترین دستگاه چاپ با تکنولوژی گراور Sheetfed (چاپ ورقی)
- مبتکر و طراح سیستم چاپ گراور sheet fed در جهان با ترکیب
- عملیات چاپ و تکمیلی کونینگ و برجسته سازی همزمان در تولید انواع جعبه
- تکنولوژی پیشرفته و انحصاری سیلندرهای گراور و پلیت‌های فتوپلیمر
- جهت چاپ‌های کم تیراژ تا چاپ‌های تیراژ بالا تا رزولوشن ۱۰۰۰۰ dpi
- قابلیت استفاده از مرکب‌های ارزان قیمت گراور پایه آب، Solvent و UV و انواع
- مرکب‌های متال، طلائی، نقره‌ای، آلومینیومی و ... با خشک‌کن‌های ترکیبی



مانژیس‌کارا



SINGLE COLOUR SHEET FED GRAVURE PRESS

تلفن: ۰۲۱-۹۳۶۵۹۱۰۴
فکس: ۰۲۱-۸۰۵۷۷۶
کد پستی: ۱۵۹۸۶۶۵۱۱۳

دفتر مرکزی: تهران، خیابان کریمخان
خیابان شهیدعسکری جنوبی (آبان جنوبی)
کوچه گیوان، شماره ۱۱

چاپ سیلک اسکرین اتوماتیک محصول کمپانی SPS آلمان

- ماشین آلات چاپ سیلک اسکرین اتوماتیک ساخت آلمان
- سازنده و مبتکر تکنولوژی مدرن Stop Cylinder جهت بالا بردن کیفیت
- دقت و کیفیت بالا تا ۱/۰۱ میکرون
- تکنولوژی پیشرفته درکاردک (اسکیوجی) مدل COS یا عملکرد سه گانه (پنوماتیک، هیدرولیک و مکانیک)
- نهایت سرعت تا ۴۲۰۰ شیت در ساعت
- اتوماسیون بسیار پیشرفته جهت اپراتوری راحت تر



VITESSA XP-XL



PRINTING PRESS
www.matriscara.com

مانتریس کارا (بازرگانی ناصری سابق)



Paperplast®

ماشین آلات پیشرفته سلفون کشی (لمیناتور) تمام اتوماتیک
به همراه تکنولوژی جدید طلاکوبی دیجیتال

- قابل تجهیز به سیستم طلاکوبی دیجیتال، بدون نیاز به کلیشه
- ساخت انواع دستگاههای لمیناتور در سایزهای ۲ الی ۶ ورقی
- انواع دستگاههای سلفون کشی ۲ کاره، ترمال، واتر بیس و پایه جلال تا ۱۴۰۰۰ شیت در ساعت
- سرعت از ۵۰ تا ۱۰۰ متر در دقیقه در دستگاههای ترمال

BABY DRY



جهت دریافت اطلاعات جامع با بخش فروش
شرکت تماس حاصل فرمایید.

دفتر مرکزی: تهران، خیابان کریمخان
خیابان شهیدعسکری جنوبی (آبان جنوبی)
کوچه کیوان، شماره ۱۱
تلفن: ۰۲۱-۹۳۶۵۹۱
فکس: ۰۲۱-۸۰۵۷۷۶
کد پستی: ۱۵۹۸۶۶۵۱۱۳

بازرگانی هفت نقش

وارد کننده نوار های طلا کوب و نقره کوب
در رنگها ، طرح ها وسایزهای مختلف و
مرکب فلکسو آبشور مخصوص کارتن



**DIAMOND
FOILS**

W.P.O.

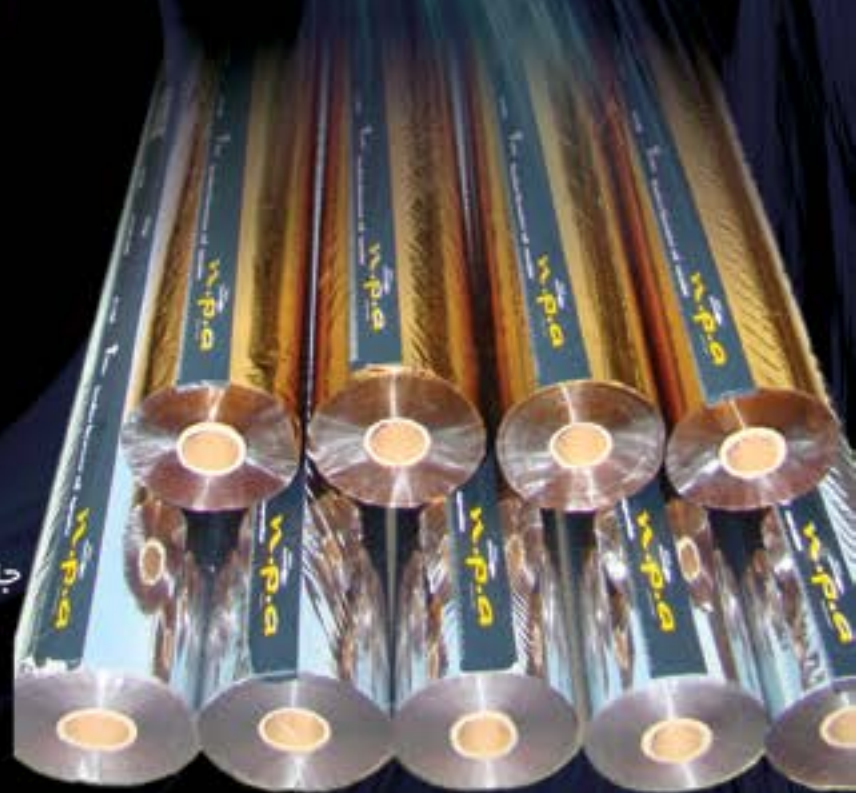
W

**COMPACK
INKS**

جاده مخصوص ، چهارراه ایرانخودرو ، خیابان چیتگر جنوبی
جنب میدان دکتر حساب ، جنب خیابان گلها ، پلاک ۳۴

۴۴ ۱۹۷ ۰۰ ۳ ۰۹۱۲ - ۱۸۷۰ ۷۱۵

۴۴ ۱۹۷ ۰۰ ۴ حامد نصرالله پور



چاپ و صحافی حمید

۴۴ ۱۹۵ ۳۹۵ - ۴۴ ۱۸۰ ۱۰۵

پذیرش سفارشات چاپ و صحافی جلد سخت

در کوتاه ترین زمان

موجود

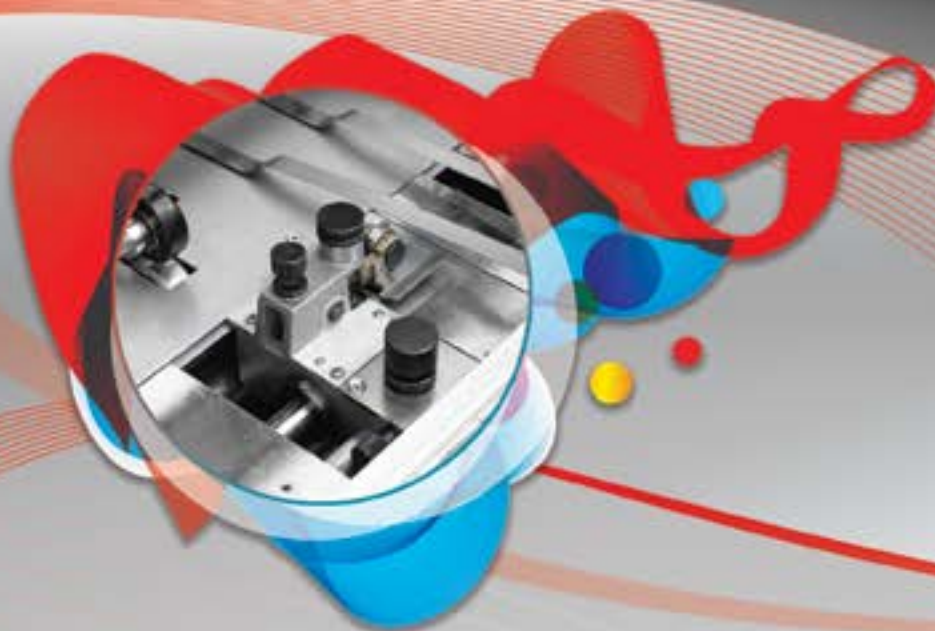
اقتصادی ترین
دستگاه
روز دنیا

سرعت بالا

قیمت مناسب

ابراتوری راحت

کاهش مصرف برق



● الکترو مگنتیک هیتر

* کاهش مصرف برق تا ۵۰٪

* سرعت گرم شدن دستگاه تا ۹۰ ثانیه

● تنظیم طولی و عرضی

● تغذیه و تحویل بدون توقف

حداکثر سایز کاغذ ۸۲×۱۰۵ cm

حداقل سایز کاغذ ۳۰×۳۰ cm



A.P.P

اریکه تجارت پایتخت

وارد کننده ملزومات چاپ سابلیمیشن

دستگاه چاپ سه بعدی پنوماتیک
آخرین تکنولوژی چاپ سه بعدی سابلیمیشن
Penomatic 3D sublimation machine



دستگاه چاپ سه بعدی استاندارد • دستگاه چاپ روی سطوح صاف • دستگاه چاپ حرارتی همه کاره



جوهر سابلیمیشن A.T.P. • لیوان و بشقاب سابلیمیشن • قاپ موبایل سه بعدی سابلیمیشن

تلفن: ۰۲۱۲۲۸۵۴۲۵۰ - ۲۲۸۵۵۰۹۱
همراهی: ۰۹۱۲۱۳۵۴۲۳۶
E-mail: info@ariketejarat.com
www.ariketejarat.com



هادی چاپ
Hadi Printing

از دیروز تا امروز



چاپ بیش از ۶۰ عنوان کتاب نفیس ایرانشناسی
از سال ۱۳۸۰ تا کنون



- ماشین چاپ افست کوموری ۲ ورقی ۵ رنگ 2010
- ماشین چاپ هایدلبرگ ۲ ورقی ۲ رنگ پرینت مستر
- تک رنگ هایدلبرگ و پلیت ستر ۲ ورقی حرارتی اسکرین
- سایت لیتوگرافی مجهز به دستگاه پلیت ستر اسکرین دو ورقی
- آخرین تکنولوژی روز صنعت چاپ دنیا
- حداکثر سرعت ۱۶۰۰۰ در ساعت
- سیستم رنگ پش - رجیستر و سیستمی اتوماتیک
- مجهز به میز کنترل مرکزی
- شروع سریع از زمان بستن رنگ تا نمونه گیری
- رسیدن به نمونه دلخواه با کمترین زمان
- مجهز به خشک کن
- ارتباط مستقیم فایل لیتوگرافی به ماشین چاپ از طریق CIP4
- تحولی شگرف در کیفیت کارهای چاپی

No.1, Alizadeh, Nezamieh Alley, Baharestan Sq, Tehran-Iran
Tel: +98 21 33903139 & +9821 3311 2586 • Fax: +98 33980794

تهران، میدان بهارستان، کوچه نظامیه بن بست علیزاده، پلاک ۱
تلفن: ۳۳۹۰۳۱۳۹ و ۳۳۱۱۲۵۸۶ • فکس: ۳۳۹۸۰۷۹۴

www.hadiprint.com

FREE
۲ عدد لمینیت
رایگان

ارسال برای شهرستان ها بصورت رایگان

تحويل سفارشات درپایانه های مسافری بصورت رایگان

۱۰ عدد
لمینیت
مات و براق



telegram.me/sorenaprint

تحويل يك هفته ای	تحويل (فوری) ۸ ساعته
استخوانه برجسته	لمینیت براق و مات
تحويل ۲ هفته ای	سلفون براق و مات ۲ رو
(برفکی ، 500 ، 760 PVC)	براق ۱ رو
	برجسته

کتان (۱۰ - ۲۰) برجسته سلفون مات (۱۰ - ۲۰) سلفون براق (۱۰ - ۲۰)

به ازای سفارش ۱۰ عدد از جنس های بالا
یک عدد رایگان دریافت فرمائید

↓
۱ + ۱۰

- تحويل ۸ ساعته (بدون کاهش کیفیت)
- باکیفیت ترین کارت ویزیت لمینیت اصل (۱۰ میکرون واقعی)
- دورگرد توسط دستگاه پانچ فول اتوماتیک
- طلاکوب، نقره کوب، مس کوب و برجسته / تورفته
- طرح های قالب دار ، برش خاص و دلخواه بدون محدودیت
- ارسال نمونه کارت ویزیت و محصولات چاپی به سراسر کشور
- چاپ انواع لوبی (ست اداری ، کاتالوگ ، بروشور ، فولدر و ...)

اصفهان خیابان هفت بهت غربی
چهارراه ملکه ایرانیان
TEL: 32640408 (031)
TELEAX: 32640881

سورنا

به ایده هایتان کیفیت بدهید
رضایت مندی بیش از ۵۰۰۰ مشتری
از کیفیت محصولات سورنا اتفاق نیست
www.Sorenaprint.ir
Sorenaprint@Yahoo.com
مرکز تخصصی تولید انواع کارهای ویژه
مرکز تخصصی طراحی و چاپ

با اندیشه به کیفیت بیاندیشید

انجمن
شرکت واژه پرداز اندیشه (جاب اندیشه)

- خط تولید صحافی مفتول ۸ خانه با برش ۳ طرف
- صحافی تمام اتوماتیک چسب گرم (۲۴ خانه)
- ظرفیت تولید روزانه چسب گرم حدود ۳۰۰۰۰ جلد
- صحافی جلد سخت اتوماتیک، ۱۸۰۰ جلد در ساعت
- صحافی پانچ و فنر
- ۲ دستگاه پلیت ستر چهار و نیم ورقی
- ۶ دستگاه ماشین چاپ دو و چهارونیم ورقی
- پشت و رو زن، ۲ رنگ، ۴ رنگ، ۵ رنگ، برج لاک
- ۶ دستگاه ماشین تا کن دو و چهار و نیم ورقی
- دو دستگاه لترپرس یک و دو ورقی



دستگاه‌های چاپ بزرگترین

یکی از بزرگترین، کاملترین و مجهزترین چاپخانه در ایران

چاپخانه واژه پرداز اندیشه

تلفن های مستقیم
۷۷۱۴۵۷۵۱
۷۷۳۹۱۲۳۶

تهران، سه راه تهرانپارس، خیابان دماوند
خیابان اتحاد، خیابان پنجم غربی، بلاک ۲
تلفن: ۶- ۷۷۱۴۵۰۶۱
فکس: ۷۷۳۳۳۰۸۹
www.vpa.ir - vpa@vpa.ir