

چاپ و نشر

خبری، آموزشی - سال دوازدهم - شماره ۱۳۹ - شهریور ۱۳۹۵ - ۲۱۶ صفحه - ۱۰۰۰۰ تومان

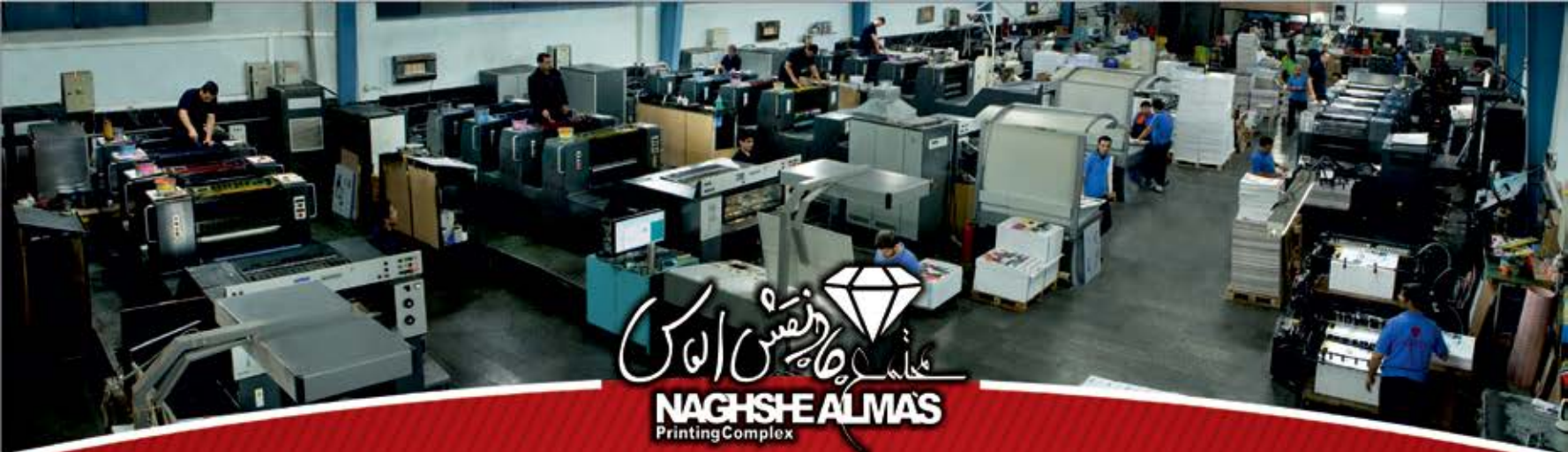


غیرممکن‌ها را به ما بسپارید

مجمع چاپ ایماژ

۷۷۸۴۳۷۳۳ - ۷۷۲۶۹۰۴۷ - ۷۷۸۳۱۰۴۷

www.imajco.com



ماشین آلات مجتمع چاپ نقش الماس

- 1 **دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی هایدلبرگ ۵ رنگ CD102-5L** NEW
- 5 **دستگاه ماشین چاپ دو ورقی هایدلبرگ ۴ رنگ**
- 1 **دستگاه ماشین چاپ جنیوس ۵۲ یووی (Genius 52 UV)**
- 1 **دستگاه سیلک یووی نیمه اتوماتیک**
- 1 **دستگاه امباس طرح کتان**
- 1 **دستگاه سلفون کشی تمام اتوماتیک حرارتی**
- 1 **دستگاه سلفون کشی تمام اتوماتیک دو کاره (سرد و گرم)**
- 1 **دستگاه لیتو گرافی پلیت ستر creو آنلاین هایدلبرگ**
- 1 **دستگاه ۲ ورقی تک رنگ هایدلبرگ**
- 1 **دستگاه لتر پرس ۲ ورقی هایدلبرگ**
- 1 **دستگاه طلاکوب تمام اتوماتیک هایدلبرگ**
- 1 **دستگاه لیتو گرافی پلیت ستر creو آنلاین هایدلبرگ**
- 1 **دستگاه لیتوگرافی مگنوس ۸۰۰ کداک فول اتوماتیک**
- 1 **دستگاه پانچ دور گرد کارت ویزیت BOSCH**
- 1 **دستگاه برش polar مدل های ۲۰۱۱-۲۰۰۸-۲۰۱۲** NEW
- 1 **دستگاه یووی تمام اتوماتیک ساکورائی**

خبرهای خوبی در راه است ...

- 1 **دستگاه تمام اتوماتیک لمینیتور اتوباند مدل ۲۰۱۶ (AUTO BOND)**
- (تنها دستگاه لمینیتور موجود در خاورمیانه-ساخت کشور انگلستان)
- 1 **دستگاه مگنت گذار تمام اتوماتیک مخصوص کارتهای بانکی مدل ۲۰۱۶**
- 1 **دستگاه پانچ تمام اتوماتیک کارت های بانکی و لمینیتی**
- (با سرعت ۱۸۰۰۰ کارت در ساعت مدل ۲۰۱۶)

در حال نصب
داخل چاپخانه

- 1 **دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی هایدلبرگ ۴ رنگ CD102-4L**
- 1 **دستگاه ماشین چاپ دو ورقی هایدلبرگ ۵ رنگ CD74-5**

در مرحله ترخیص
از گمرک

چاپخانه : میدان بهارستان ، خیابان مجاهدین اسلام ، بعد از حسینیه فاطمیون ، نبش کوچه حشمتی ، 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/naghshealmas0213541](https://t.me/naghshealmas0213541)

نامی نقش



انتخاب هوشمندانه
برای موفقیت

سیمای شهر عرضه کننده تجهیزات مدرن صنعت تبلیغات

دستگاه چاپ بنر کونیکا ۵۱۲۱



بدنه مستحکم/سرعت و کیفیت چاپ بالا



دستگاه بنر کونیکا ژاپن



انواع دستگاه برش لیزر



دستگاه چاپ بنر آیگون تک با هد سیکو ژاپن



دستگاه بنر اسپکترا پولاریس



دستگاه چاپ اکوسالونت DX7



انواع دستگاه سی ان سی



اصفهان ، ارغوانیه ، ارغوانیه ۱۷ پلاک ۳۷

تلفن ۰۳۱-۳۵۳۱۶۲۵۱-۶

تلفن ۳۵۳۱۷۰۶۰-۳۵۳۱۷۰۵۰

www.simayeshahr.com



بزرگترین مجتمع فروش و خدمات پس از فروش دستگاههای چاپ فلکس و بنر
عرضه کننده انواع دستگاه برش لیزر و سی ان سی و دستگاههای حروف ساز چنلیوم

توزیع گسترده انواع مدیا و جوهر مخصوص چاپ لارج فرمت

عرضه قطعات یدکی مخصوص انواع دستگاه چاپ www.signkala.com

تبدیل دستگاههای فرسوده به تکنولوژی روز دنیا

سرویس و خدمات گسترده در سراسر ایران



برای آینده برنامه ریزی کنید



چاپ روی شیشه



هیبرید عرض ۱۶۰



مستقیم روی کارتن



فلت بد ۱۳۰ x ۲۵۰



انواع پاتل های رنگی سقفی



رول به رول عرض ۵ متر



دیده خواهید شد



NEO SUN هیبرید عرض ۲۵۰



پارچه های مرکب UV



انواع سطوح سخت

بدون شک در آینده نزدیک در کشور ما هم، مسئله دوستی با محیط زیست و استفاده از تکنولوژی های بی ضرر برای طبیعت؛ طرفداران بیشتری پیدا خواهد کرد. شرکت رکورد با نگاهی به آینده تکنولوژی UV را با دستگاه های Dilli به مخاطبان صنعت دیجیتال عرضه می کند.

دستگاه های فلت بد با توانایی منحصر به فرد چاپ روی اجسام سخت؛ مانند: چوب، شیشه فلزات و سنگ امکانی خاص از تجربه ی چاپی بی نظیر را برای شما فراهم می سازند.

از سایز A6
تا B6

بیش از ۹۰۰ مدل
قیمت انواع فاکتور

Mahyar
Print

بنیان گذار فرم های عمومی چاپ فاکتور در ایران
مرکز انحصاری چاپ کاغذهای کاربن لس

چاپ فاکتور

اولین و بزرگترین مرکز چاپ اختصاصی فاکتور در ایران

برای مشاهده لیست قیمت به سایت مراجعه نمایید .

سفارش آنلاین



www.faktorprint.com
info@faktorprint.com

تلفن های تماس : ۳۳۹۸۵۰۹۳ - ۳۳۹۸۰۱۰۴ - ۳۳۱۱۹۶۷۴ - ۳۳۱۱۹۴۰۱ (+۹۸۲۱)

آدرس دفتر مرکزی : تهران ، میدان بهارستان ، برج بهارستان ، طبقه منفی ۱ ، واحد ۴

ሦሥ ዓፄ ዮሐንስ

قیمت مایکروٹیل ہے باشد

مجتمع چاپ و صحافی

هدف نوین



لیتوگرافی

دستگاه پلیر ستر ۵/۴ ورقه

چاپ

۱ دستگاه ۸ رنگ ۲ ورقه هایدلبرگ پشت و روزن همزمان (اسپیدمستر)

۲ دستگاه ۴ رنگ ۲ ورقه هایدلبرگ (اسپیدمستر)

۱ دستگاه دورنگ ۲ ورقه هایدلبرگ پشت و روزن همزمان (اسپیدمستر)

۱ دستگاه چهار رنگ ۵/۴ ورقه اسپیدمستر مدل ۲۰۰۴

صحافی

خط کامل لاین

آدرس: جاده مخصوص، کیلومتر ۱۸، خیابان ۶۷، پلاک ۵
تلفن: ۴۴۹۹۲۷۰۱
فکس: ۴۴۹۹۲۷۰۲
ایمیل: www.hadafnovin@gmail.com

owner®



R.Najid Corp Studio - Citeh



owner_ir

با اینستاگرام اُنر همراه شوید
www.owner-korea.com

دوستای خوب
اُنر



شرکت رزین‌های صنعتی ایران
اولین تولید کننده چسب و رزین در ایران

- تاسیس ۱۳۵۴ -



Innovation means victory !

• چسب‌های هات ملت زنده (PRESSURE-SENSITIVE ADHESIVES):

مناسب برای کاربرد در صنایع بهداشتی، خودرو سازی، لیبیل سازی

• چسب‌های حرارتی (هات ملت HOT MELT): برای صنایع بسته بندی، صحافی، چوب و صنعت فرش

• چسب های لمینیت، استارتینگ، و اندینگ مخصوص دستمال دلسی

• رزین‌های پلی وینیل استات (PVA): برای صنایع تولید چسب و آهار فرش و موکت

• چسب‌های سرد (پر پایه پلی وینیل استات): برای صنایع چوب، بسته بندی، کارتن، صحافی و لوله مقوایی (گر)

• افزودنی‌های مختلف برای صنایع شیمیایی و ... بر اساس سفارش مشتریان



دفتر مرکزی: تهران، خیابان قائم مقام فرهانی، کوچه میرزا حسنی، پلاک ۲، طبقه اول

تلفکس: ۸۸۱۰۰۴۳۹ - ۸۸۱۳۹۷۱ - ۸۸۷۱۶۷۹۹ - ۸۸۷۱۳۰۴۵ (۰۲۱)

کارخانه: ساوه شهرک صنعتی کاوه، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۴

email: Info@iirc-co.com www.iirc-co.com



hoormelt



hoormelt

اسپیرال کو SPIRAL.CO



فروش دستگاه اتوماتیک صحافی ماریج موجود
پانچ اتوماتیک

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



نازلترین قیمت

نقدی - چکی

فروش فنر ماریج سفید، مشکی و نقره‌ای



۵۵۴۰۹۹۰۴ ۵۵۴۲۷۷۵۶ ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳



بازرگانی راد

RAD.IMPEX.SERVICE

وارد کننده محصولات تکمیل چاپ
فهرزن ، پرس کارت ، برش کاغذ
و ملزومات اداری از اروپا و آسیا

QUPA SPC SAX ELM FRONT



۸۸۹۱۶۹۸۰-۱

۵۵۵۷۶۱۸۴

۵۵۸۰۰۵۸۰

۵۵۱۵۰۳۶۸

۵۵۸۰۹۷۱۱ : فکس

www.rad-office.com

گروه بازرگانی سپکا

شاهواری

تهیه و توزیع ملزومات چاپ، نماینده انحصاری مرکب دایهان کره، کویونو ویوپکس

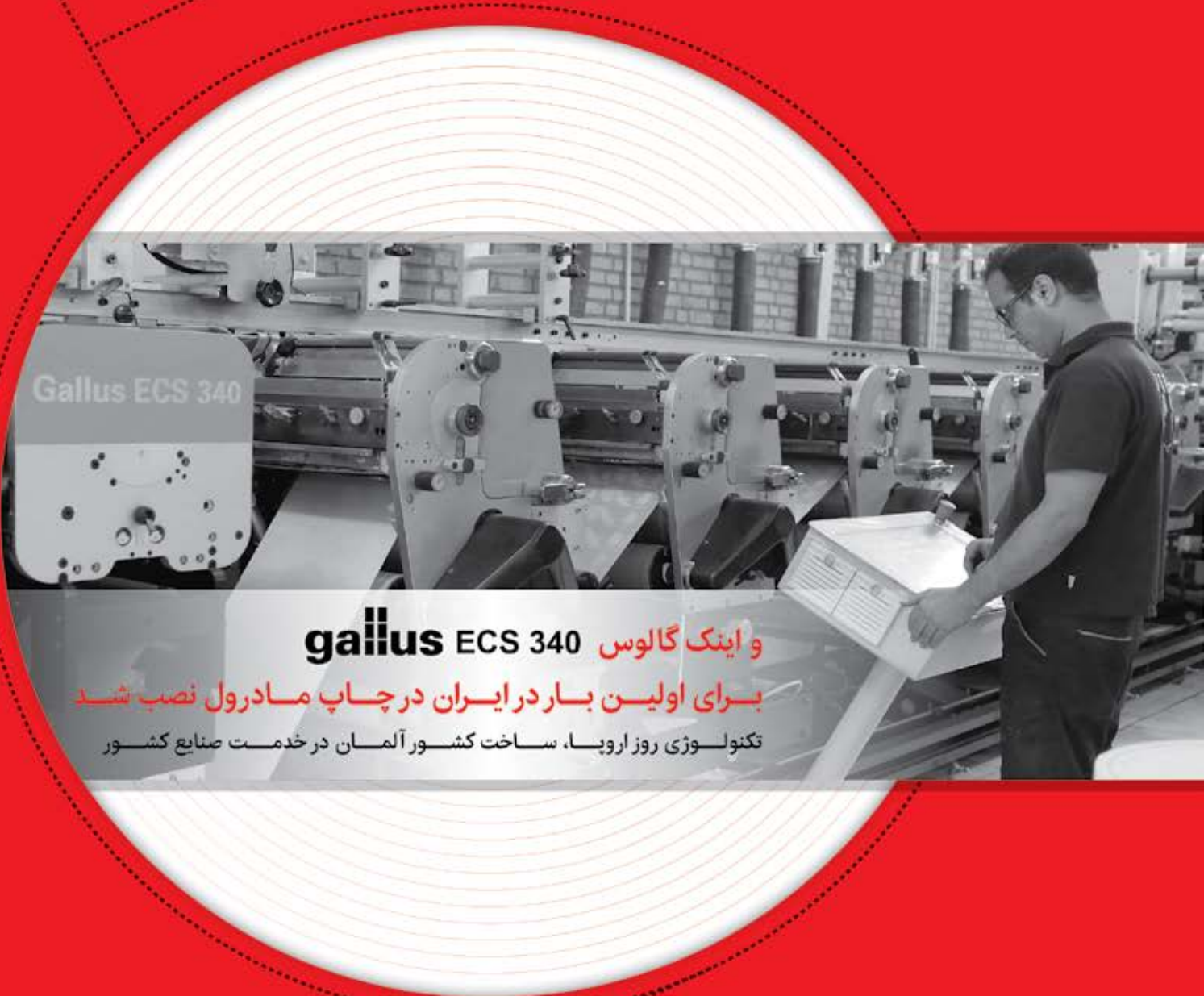


از آنجایی که یکی از اهداف گروه بازرگانی سپکا بر آورده کردن تقاضای چاپخانه‌داران محترم در راستای کیفیت بالای مرکب بوده، این شرکت اقدام به واردات مرکب‌های چهار رنگ ویدان که دارای بالاترین رده تولید و کیفیت در کشور کره جنوبی می‌باشد، کرده است.

مرکب ویدان برای چاپ کارهای نفیس توصیه می‌گردد

با ما باشید، حرفه‌ای باشید

آدرس: دروازه دولت، سعدی شمالی، خیابان نادری، کوچه
خانقاه مطهریه، پلاک ۵
تلفن: ۷۷۶۲۳۵۸۰-۴ - ۷۷۶۱۸۴۸۶
۸۸۳۱۴۹۷۳-۸۸۸۲۰۴۶۱
وبسایت: www.sepka.org



و اینک گالوس gallus ECS 340

برای اولین بار در ایران در چاپ مادرول نصب شد
تکنولوژی روز اروپا، ساخت کشور آلمان در خدمت صنایع کشور

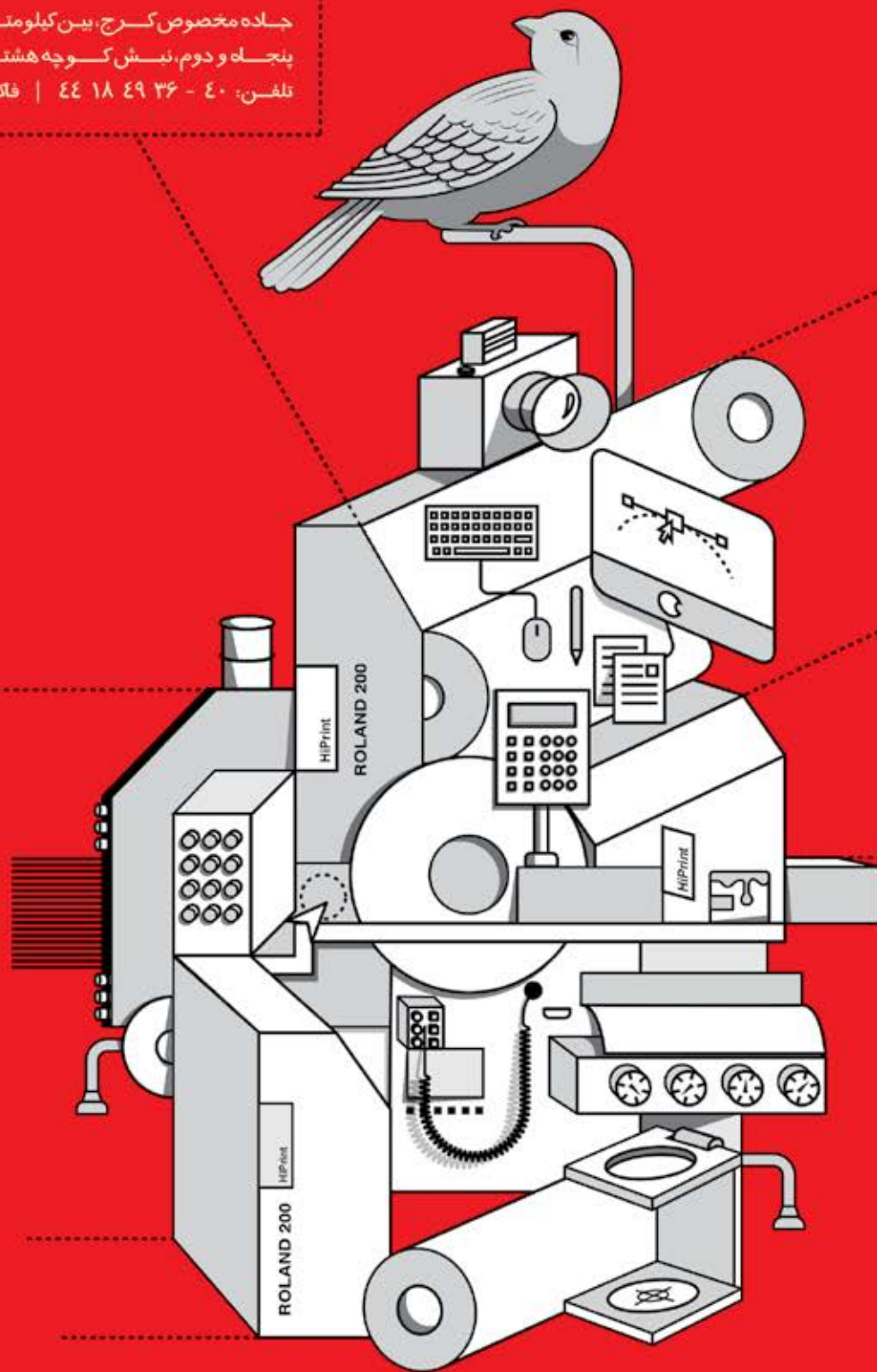
ماشین چاپ ۹ رنگ فلکسو | ماشین چاپ شش رنگ فلکسو | ۲ دستگاه ماشین چاپ چهار رنگ
فلکسو | دستگاه دایکات، برش و طلاکوب | قابلیت چاپ بر روی انواع کاغذ پشت چسبدار، پلی
اتیلن، پلی پروپیلن، پی وی سی، کاغذ و PP متالایز، انواع فویل آلومینیوم دارویی،
چاپ دو رو (روی قسمت پشت چسب دار)، چاپ شرینگ، چاپ ساشه

جاده مخصوص کرج، کیلومتر ۱۷، خیابان
داروخش، کوچه ششم، پلاک ۲۵
تلفن: ۹۷ - ۴۴ ۹۹ ۲۶ ۹۵ | فاکس: ۴۴ ۹۸ ۰۲ ۵۹

Hoodis Pars Printing Complex

مجتمع چاپ هودیس پارس

جاده مخصوص کرج، بین کیلومتر ۱۵ و ۱۶، خیابان
پنجراه و دوم، نبش کوچه هشتم شرقی، پلاک ۳
تلفن: ۴۰ - ۳۶ ۴۹ ۱۸ ۴۴ | فاکس: ۴۴ ۱۹ ۴۰۰۶



WHEN QUALITY MATTERS

چاپ افست دوورقی پنج رنگ با لاک واترپریس Roland 200 HiPrint
چاپ افست دوورقی پنج رنگ (Roland 200) خشک کن IR
لیتوگرافی | سلفون کشی | دایکات | تانکی | لترپرس | جعبه چسبانی | امباس
آتلیه طراحی | عکاسی صنعتی | فیلمبرداری صنعتی و ساخت تیزرهای تبلیغاتی

بازرگانی اسکویی

OSKOU EI Trading Co.

وارد کننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی



PRINTED WITH
SOY INK



PASTEL

CoMax

BRANCHER

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

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

شرکت آلتون پارتو

وارد کننده انواع نوارهای طلاکوب وارد کننده سلفون های حرارتی (مات و براق)



CHENHUI


h2ayī



Add: 13th unit, 5rd floor, No 4, garosi Alley, shariaty Ave,
opposite of sahra cinema, tehran - iran
Tel: +98 21 77 62 59 97-8
Fax: +98 21 77 62 59 30
Mob: +98 912 687 87 81
Email: alton.parto369@gmail.com

تهران : خ شریعتی - روبروی سینما صحرا
کوچه گروسی - پلاک ۴ - واحد A13 - طبقه ۵
تلفن : ۰۲۱-۷۷۶۲۵۹۹۷-۸
همراه : ۰۹۱۲-۶۸۷۸۷۸۱
فکس : ۰۲۱-۷۷۶۲۵۹۳۰



HARD BOX

جعبه های هارد باکس (جعبه سخت)



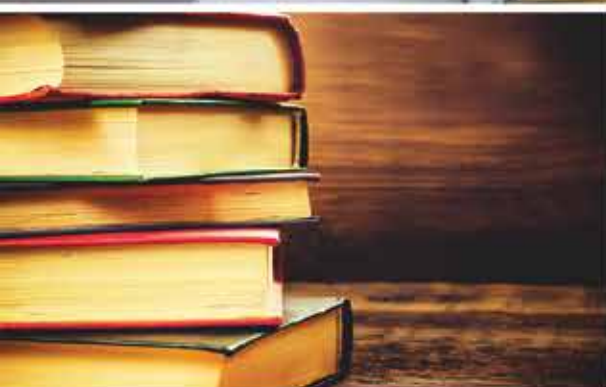
بسته بندی های جدید هارد باکس ویژه صنایع مختلف

تجربه تولید صدها هزار جعبه ی هارد باکس با دستگاه تمام اتوماتیک
کامل پک ، دستگاه های تمام اتوماتیک ، نیروی متخصص ، تجربه تولید

(خط ۱۰) ۰۲۱ - ۸۸۵۰۳۶۳۳

۰۹۱۲۴۱۴۳۹۵۰

کیمیا جاوید
KJS KIMIA JAVID
HOT-MELT ADHESIVE



www.kimiajavid.com

بزرگترین تولید کننده چسب های گرماذوب

SGP گروه صنایع گیتی پسند
Giti Pasand Industrial Group

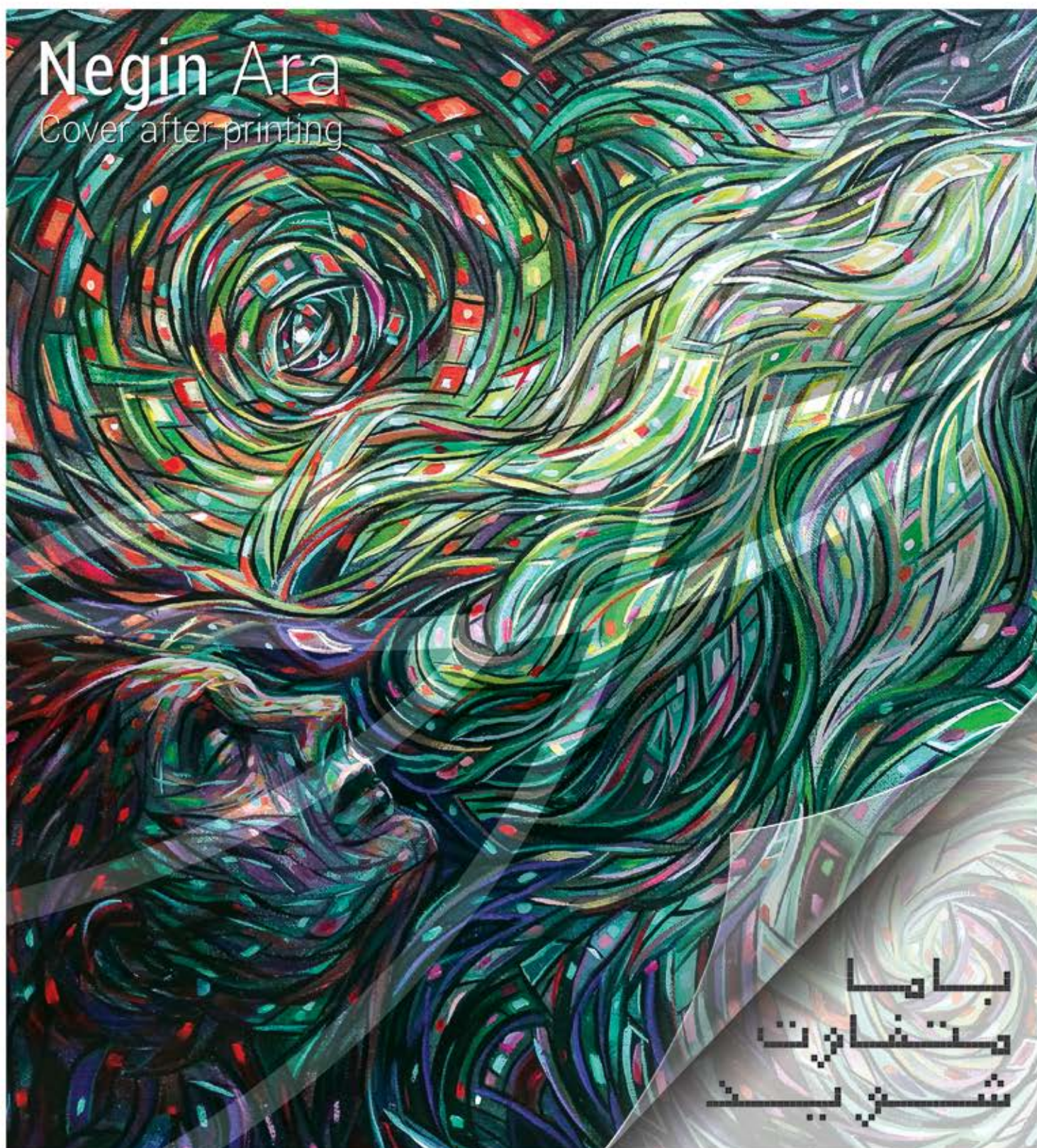
- صنایع چاپ و نشر (صحافی کتاب، مجله، گلاسه، تحریر و ...)
- صنایع بسته بندی (بسته بندی انواع کارتن، جعبه، لیبل های بسته بندی و ...)
- صنایع چوب (چسب ویژه نوارهای کاغذی لبه زنی، نوارهای PVC و ...)
- صنایع بهداشتی و سلولزی (چسب زنده، چسب نشانه گذاری و ...)

دفتر مرکزی: اصفهان خیابان شریعتی غربی، شماره ۸۳ تهران: خیابان ولیعصر، حدفاصل میدان ونک و میرداماد، برج نگار، طبقه ۱۰، واحد ۵

تلفن: ۰۳۱-۳۶۹۳۷۷ و ۳۶۲۸۲۰۰۱ دزنگار: ۰۳۱-۳۶۲۸۲۰۱۰ کد پستی: ۸۱۷۳۸۳۷۶۸۵ تلفن: ۰۲۱-۸۸۶۴۱۴۷۲ و ۰۲۱-۸۸۶۴۱۴۷۶ فاکس: ۰۲۱-۸۸۶۴۱۴۷۶ کد پستی: ۱۹۶۹۸۳۳۱۱۱

Negin Ara

Cover after printing



بام
مختصات
شیرین

سلفون حرارتی / سلفون واتر بیس (مات ، براق ، متالایز ، نقره ، طلا و طرح دار)
یووی اکیلل ، شنی ، برجسته (امباس) ، موضعی ، چاپ سیلک اسکرین ، یووی سیلندری
آج زن طرح چرم

نگین آرا
پوشش چاپ

- مجهز به سیستم سیلک ساکورایی تمام اتوماتیک ۷۲x۵۲
- لتر پرس ۷۲x۵۲
- یووی سیلندری ۱۰۰x۷۰
- سلفون کشی حرارتی ۱۰۰x۷۰
- سلفون کشی واتر بیس ۱۰۰x۷۰
- آج زن ۱۰۰x۷۰

خیابان شهید رجایی ، پایین تر از خیابان ستاره
کوچه قیرسازی ، کوچه طباطبایی ، پلاک ۸
تلفن : ۵۵۰۲۰۰۱۰ - ۵۵۰۲۰۰۲۰
پست الکترونیک: neginara@yahoo.com

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



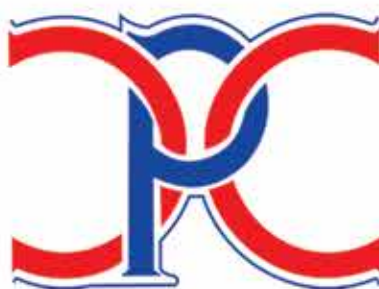
پدید پردازش پایدار (سهامی خاص) نماینده رسمی در ایران
تهران، ولیعصر، روبروی پارک ملت، کوچه ارمغان غربی، پلاک ۶۴، طبقه پنجم
واحد ۱۵، کد پستی: ۱۹۶۷۸۱۳۶۷۹، تلفن: ۵-۲۲۰۳۸۲۶۳، تلفکس: ۲۲۰۳۸۲۶۶
sales@padidpardazesh.com, www.padidpardazesh.com

- حفظ سرعت چاپ ۱۰۰ صفحه A4 در دقیقه برای کلیه ی گراماژها از ۵۵ تا ۳۵۰
- کیفیت چاپ عالی با نسل جدید تونرهای SIMITRI HD^E
- ثبات کیفیت بی نظیر با پردازنده ی نسل چهارمی S.E.A.D. IV و سنسورهای برخط RGB و CMYK
- رجیستر پشت و رو با دقت بی نظیر



شرکت تولیدی و بازرگانی

کامبین



تولید فنر دویل روکش نایلون

با مفتول بلژیکی **Bekaert**

توسط دستگاه های آلمانی **Pfäffle**

✓ **کیفیتی متمایز**

فروش ویژه

**مفتول روکش نایلون
سفید - مشکی - نقره‌ای**

No. 5, Kambiz alley, Alvand Ave., Argantine Sq.,
Tehran-IRAN
Tel: +98 21 88785604 - 88785608 - 88797671-2
Fax: +98 21 88883512
www.cambin.com

دفتر : تهران، میدان آرژانتین، خیابان الوند
بن بست کامبیز، پلاک ۵
تلفن : ۸۸۷۹۷۶۷۱-۲ ۸۸۷۸۵۶۰۴-۸
دورنگار : ۸۸۸۸۳۵۱۲

برترین های محصولات پارچه ای نانوون را از ما بخواهید برای اولین بار در ایران

اولین
صادر کننده
محصولات
نانوون

تولید ساک های دستی با قابلیت نصب زیپ و سلفون به صورت همزمان
چاپ همگن رول تا عرض ۱۶۰ سانتی متر در ۲۰ طرح متفاوت و تحویل یک روزه
چاپ چهار رنگ افست بر روی ساک های دستی آماده به صورت تصویری با حداقل تیراژ ۱۰۰۰ عدد
چاپ سیلک اسکرین برجسته به صورت رول به رول تا عرض ۱۲۰ سانتی متر
چاپ فلکسو تا عرض ۱۶۰ سانتی متر



تولید انواع محصولات نانوون در ابعاد و مدل های مختلف و سایر خدمات چاپی.
پارچه های نانوون (بی بافت) سازگار با محیط زیست و قابل بازیافت می باشند.
برای دریافت اطلاعات بیشتر و به روز، با ما در ارتباط باشید:

۸۸۳۲۰۴۰۰-۵ @chapesalahi salahiprint.com ecobagsiran

تهران، خیابان انقلاب، دروازه دولت، خیابان خاقانی، نبش کوی خاص، پلاک ۴۹

واحد پس از چاپ آماده انجام سفارشات متالاین، سلفون چسبی، U.V سیلندری می باشد.





iPen

09126119224 - 09141169140
02155158775 - 02155594453

اولین و بزرگترین واردکننده خودکارهای پلاستیکی در ایران با رنگ بندی کامل
متنوع ترین و با کیفیت ترین خودکارهای تبلیغاتی خود را از ما بخواهید
ضمانت تعویض مغز خودکار حتی پس از چاپ

سرمد چشم از غبار کفش میسازد جهان میکند
شهر بزرگ است و جان بر جان میکند





کاتر دیسکی RS در عرض‌های ۱/۶ و ۲ متر
دارای تیغه‌های تیتانیوم آمریکایی دارای پایه،
سبد و LED خط برش



RSM-1651 MA لمینیتورهای سرد گرم و
سلفون کش قابلیت تنظیم ۹ برنامه و سرعت،
دهانه دستگاه تا ۱۵ میلیمتر باز می‌شود، دارای
رول جمع‌کن بالا و پشت و کاتر عرضی و طولی



کاتر دیسکی برقی RS عرض ۲/۵ متر، تیغه‌های
تیتانیوم آمریکایی دارای پایه، سبد و LED خط برش



RSM-382 MA دستگاه لمینیتور سرد، گرم و سلفون کش
قابلیت تنظیم ۹ برنامه و سرعت دارای رول جمع‌کن
بالا و پشت، کاتر طولی و عرضی و رول



RSL-382 لمینیتور سرد و گرم سلفون کش
رومیزی عرض ۳۸ سانت



لمینیتور سرد و گرم حرفه‌ای دارای غلطک حرارتی
جهت لمینت حرفه‌ای و با سرعت بالا قابلیت پرس با
ضخامت ۳-۱۰ میلیمتر ضخامت فیلم ۵۰۰-۷۵ میکرون





نماینده انحصاری کاغذهای dot4dot کانادا در ایران

dot4dot
CANADA

کاغذ با کیفیت، ضامن ارائه بهترین چاپ شماست...

بکلیت چاپ از پشت
گلاسۀ سفید وینیل پشت چسبدار
بکلیت ضدآب چاپ از رو
فیلم ترنسپرنت (شیشه ایی) وینیل

کوتد
PP گلاسۀ
PP گلاسۀ پشت چسب دار
PP مات ضدآب
PP مات ضدآب پشت چسبدار



تلفن دفتر مرکزی: ۸۸۵۲۵۱۸۸-۹۰

۰۹۹۰۵۲۹۱۴۰۴





ماهنامه خبری، آموزشی، اطلاع رسانی / سال دوازدهم / شماره ۱۳۹
ISSN: 1735-6431

- صاحب امتیاز و مدیرمسئول: احمد سمیعی
- مدیر داخلی: حمید جارچی
- سردبیر: دکتر حاجی محمد احمدی
- مسئول سایت و دبیر ضمیمه چاپ و نشر: حمیدرضا خالدي
- تحریریه: هانیه صراف زادگان، فاطمه مهدوی، محمد بختیاری
- مدیر هنری: علی اکبر صالحی
- حروفچینی: محمد بختیاری
- مسئول روابط عمومی: صبا دالمن
- گروه ترجمه: مجتبی موسوی، محمود سمیعی
- مشاور تحریریه: لطیف نکویی
- امور مشترکان: فهیمه جاوید
- بازرگانی و امور آگهی ها: حمید جارچی، صبا دالمن، مهدیه زهدی
- امور مالی: محمود بخشنده فر، فرزانه میری
- 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
- تلفن: ۷۷۲۴۰۶۹۰
- فاکس: ۷۷۴۵۶۷۳۱
- سامانه پیام کوتاه: ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰
- نشانی اینترنتی: www.chaponashr.com
- پست الکترونیک: chaaponashr@yahoo.com
- آدرس: تهران، صندوق پستی ۱۶۷۶۵-۳۶۸۹

فهرست مطالب

- سخن سردبیر ۵۵
- گزارش: وظیفه همه اهالی چاپ، پیگیری مطالبات برجای مانده است. ۵۸
- گزارش: نفس تعاونی های صنعت چاپ به شماره افتاده ۶۲
- گزارش: رونق صادرات صنایع غذایی ایران به دیگر کشورها ۶۸
- گفتگو: صادرات محصولات چایی ایران به افغانستان دو برابر شده است ۷۴
- گزارش: آقای رییس جمهور؛ صنعت چاپ در حال مرگ است، تدبیر کنید ۷۶
- گزارش آگهی: شهرک صنعتی - خدماتی کاوه ۸۴
- گزارش آگهی: شرکت نویسا ۸۶
- گفتگو: خبرهای خوبی در راه است ۸۸
- گفتگو: برگزاری نمایشگاه تخصصی چاپ استان قم در پایان شهریورماه ۹۰
- گفتگو: بازار لبیل ایران قابلیت بزرگی در منطقه خاورمیانه است. .. ۹۴
- گزارش آگهی: شرکت ایران روتاتیو ۹۸
- گفتگو: حرکت بزرگ ایرانیان برای بازپس گیری بازار لبیل از همسایه ها. ۱۰۶
- گفتگو: بازار لبیل ایران آماده به دست آوردن جایگاه واقعی خود است ۱۰۸
- گزارش: استقبال عالی نشان از زمینه های فراوان برای سرمایه گذاری است ۱۱۰
- گزارش: بازدید خبرنگاران از چاپخانه های «پردازش تصویر رایان» و «رساننگار جاوید» تهران ۱۱۸
- چهره های ماندگار صنعت چاپ و نشر: محمود ناظران پور ۱۲۲
- کاروان مهربانی ۱۳۱
- گزارش: انتشارات شرکت افست قصد حضور همه جانبه و پررنگ در بازار نشر را ندارد ۱۳۶
- مقاله: گام بلند واحدهای لیبلینگ ایران ۱۴۰
- گزارش آگهی: شرکت آنیل پک ۱۴۲
- یادداشت: سمینار لبیل، تحولی در صنعت بسته بندی ۱۴۳
- گزارش: فرآیند تولید کاغذ از صدف کوهی ۱۴۴
- گفتگو: نبض آموزش دانشگاهی صنعت چاپ هنوز در اینجا می زند ... ۱۴۶
- مقاله: نمایشگاه فرصت است، آیا قدرت فرصت سازی داریم یا فرصت سوزی؟ ۱۵۰
- مقاله: بررسی مسایل و مشکلات ورق و کارتن (بخش نوزدهم) ... ۱۵۴
- مقاله: ۱۸۱ روش موثر برای کاهش هزینه ها ۱۵۸
- معرفی شخصیت های مدیریت: سوئی چیرو هوندا ۱۶۰
- یادداشت: اما و اگرهای کیفیت کالاهای چینی ۱۶۴
- مقاله: ساخت کاغذ و فرآیند چاپ ۱۶۶
- معرفی محصولات فرهنگی ۱۶۸
- یادداشت: اکنون زمان اقدام و عمل است ۱۷۰
- گزارش: از بی پناهی و تنهایی تا مدیریت کارگاه صحافی ۱۷۲
- گزارش: برگزاری نمایشگاه صنایع پلاستیک تایوان و حضور کمرنگ ایرانیان ۱۷۴
- پرسش و پاسخ های حقوقی ۱۷۶
- ستون آزاد ۱۷۶
- جدول کلمات متقاطع ۱۷۸

طرح روی جلد



مجتمع چاپ ایماژ - تلفن: ۷۷۸۳۱۰۴۷
تهران، خیابان دماوند، بین سیلان و وحیدیه
کوچه ناصری، پلاک ۱

نوآوری؛ نیاز جشنواره چاپ، اما چطور و چگونه؟



■ دکتر حاجی محمد احمدی، سردبیر نشریه چاپ و نشر



جدید در این صنعت ایجاد یا برگزار کرده‌ایم که حوزه چاپ و صحافی ما تکانی بخورد و شاهد کاری جدید و نو باشیم.

پرسش دیگر اینکه شاخص‌های انتخاب کارهای چاپی از طرف داوران چقدر با شاخص‌های جهانی نزدیک است و چرا شاخص‌ها و استانداردهای انتخاب کارهای چاپی از طرف اداره کل چاپ ارشاد به دست‌اندرکاران این حوزه معرفی نمی‌شود. و جای سوال دیگر اینکه چرا وزارت ارشاد با همکاری مسئولان برگزاری نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران یا در استان‌های مطرح در چاپ و در نمایشگاه‌های آن‌ها، غرفه‌ای را به صورت نمونه به کارهای برگزیده جشنواره اختصاص نمی‌دهد و ضمن نمایش کارهای برگزیده همراه با عکس پدیدآورندگان، آن‌ها را در معرض دید علاقه‌مندان قرار دهد تا باعث انگیزه و شوق بیشتر برای کارهای جدید باشد.

باید گفت داوران جشنواره هنگامی می‌توانند در این جشنواره به دنبال کارهای خلاق و نوآورانه باشند که از اداره کل چاپ ارشاد بخواهند برای تولیدکنندگان و پدیدآورندگان برنامه داشته باشند و در این راه به آن‌ها کمک کنند که در کارگاه‌های آموزشی، کاربردی و حرفه‌ای شرکت کنند و با کسب اطلاعات به‌روز و آشنایی با تکنولوژی‌های جدید راه خلاقیت و نوآوری را هموارتر سازند. در غیر این صورت خروجی جشنواره چاپ هرگز خروجی خوبی نخواهد بود و بیشتر تکراری و کلیشه‌ای است و دور تسلسلی است که فقط ادامه دارد، بدون اینکه به تولید بهتر و جهانی این صنعت در کشور ما کمکی کرده باشد.

هر ساله بنا بر رویه همیشگی جشنواره چاپ در صنعت چاپ ایران برگزار می‌شود و معیار ارزیابی داوران این جشنواره کارهای فرستاده‌شده از سوی تولیدکنندگان این صنعت است و مدتی بعد اسامی بعضی از افراد را به عنوان نفرات برگزیده اعلام می‌کنند و ضمن تقدیر از آنان جوایزی هم تقدیم می‌کنند که این امر جای خوشحالی و تشکر دارد و باعث انگیزه و تلاش مضاعف دست‌اندرکاران این حوزه خواهد شد. ولی در همین زمینه چند نکته اساسی حایز اهمیت است که باید به آن توجه کرد.

پرسش اینجاست که در این صنعت از طراحی یک محصول تا چاپ و پس از چاپ آن کدام اتفاق مهم در روند تولید رخ داده است که انتظار داشته باشیم جشنواره حرف تازه‌ای بزند.

آیا طراحان چاپ دست به ایجاد الگوهای جدید زده‌اند و اگر زده‌اند این الگوها بر اساس تولید داخلی بوده است یا اینکه تقلید از محصولات دیگر کشورهاست. آیا وزارت ارشاد برای حوزه طراحی، کلاس جدید و محصولات جدید را در این عرصه ارایه داده است تا طراحان بتوانند در این حوزه حرف نو و نوآوری و خلاقیت را نشان دهند.

در حوزه لیتوگرافی چقدر وزارت ارشاد و اتحادیه‌های مربوطه منابع جدید و آموزش‌های مدرن و دستگاه‌های جدید را به سیستم این صنعت وارد کرده است که انتظار داشته باشند در جشنواره چاپ داوران بتوانند در این حوزه شاهد تحولات و نوآوری خلاقانه باشند؟

در حوزه چاپ و صحافی، کدام دوره آموزشی و سمینار تخصصی و تکنولوژی

فهرست آگهی ها

لیتوگرافی رامین..... ۱۹۷ و ۱۹۶	گروه طراحان فروار آرا..... ۱۶۷	چاپ و صحافی دلتا..... ۶۳	مجتمع چاپ ایماژ..... روی جلد
شرکت هوورز..... ۱۹۸	کاغذ و مقوای رستمی..... ۱۶۹	شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم..... ۶۵	مجتمع چاپ نقش الماس صفحه ۲ جلد
شرکت میر تک..... ۱۹۹	شرکت فرز انگان..... ۱۷۱	چاپ دیجیتال شایان گستر..... ۶۷	مجتمع چاپ نامی نقش..... ۳
شرکت باراد..... ۲۰۱ و ۲۰۰	شرکت اکو پارس..... ۱۷۳	شرکت ایوبی..... ۶۹	شرکت سیمای شهر..... ۴
شرکت پارسا..... ۲۰۲	شرکت Hipack..... ۱۷۵	شرکت کاویا..... ۱۵۱ و ۱۳۷ و ۹۱ و ۷۱	شرکت اسپیرال کو..... ۱۴ و ۵
شرکت نوین تاک..... ۲۰۳	شرکت نقش رنگ خجستان..... ۱۷۷	شرکت سمند اندیشه تابان..... ۷۳	شرکت رکورد..... ۶
شرکت ایران کاور..... ۲۰۵ و ۲۰۴	چاپ هوشمند..... ۱۸۱ و ۱۸۰	شرکت آریا تجارت زرنگار..... ۷۵	چاپ مهیار..... ۷
بازرگانی کیامرثی..... ۲۰۶	شرکت تهران آرم..... ۱۸۲	پارسا گرافیک..... ۷۷	چاپ طراحان آزادی..... ۸
شرکت آفتاب پارسه..... ۲۰۷	صنایع بسته بندی مبارکه..... ۱۸۳	شرکت سیب آبی..... ۷۹	شرکت دوگل..... ۹
قالب سازی اطلس..... ۲۰۸	چاپ و صحافی محمد..... ۱۸۴	صحافی داتیس..... ۸۱	مجتمع چاپ و صحافی هدف نوین..... ۱۰
ایران آفیس..... ۲۰۸	آشنا برچسب..... ۱۸۴	بازرگانی شالچیان..... ۸۱	شرکت اُتر..... ۱۱
بنیان ماتریکس..... ۲۰۹	جرثقیل احمد..... ۱۸۴	شرکت حرفه و فن..... ۸۳	شرکت رزین های صنعتی ایران..... ۱۲
بازرگانی هفت نقش..... ۲۱۰	شرکت ماشین ابزار کار آفرین..... ۱۸۵	فروشگاه عراقی..... ۸۳	لیتوگرافی ایده..... ۱۳
صحافی کریمی..... ۲۱۱	شرکت رنگین پلاست ایران..... ۱۸۶	مجتمع چاپ آرمه..... ۸۹	بازرگانی راد..... ۱۵
چاپ اف رنگ..... ۲۱۱	شرکت اکو تابان پارس..... ۱۸۶	شرکت پویا نقش..... ۱۰۵ و ۱۰۴	مجتمع چاپ انعکاس..... ۱۷ و ۱۶
شرکت tmc..... ۲۱۲	شرکت هنر پارسی..... ۱۸۷	شرکت تسهیل ماشین صنعت..... ۱۰۷	شرکت ایده آل..... ۱۹ و ۱۸
شرکت اریکه تجارت..... ۲۱۳	چسب یاد..... ۱۸۸	شرکت دوستان شیمی..... ۱۰۹	مجتمع چاپ ایرانی..... ۲۰
چاپ هادی..... ۲۱۴	پارس پلیکان..... ۱۸۸	شرکت رها گستران..... ۱۱۱	گروه بازرگانی سپکا..... ۲۱
چاپ سورنا..... صفحه ۳ جلد	شرکت شایان گستر..... ۱۸۹	بازرگانی گیلدا..... ۱۱۳	صنایع چاپ مایرول..... ۲۲
سر سید نقشینه..... پشت جلد	جعبه چسبانی میعاد..... ۱۸۹	پیشرو لمینیت..... ۱۱۵	مجتمع چاپ هودیس پارس..... ۲۳
	صحافی فنر بوبل حسن پور..... ۱۸۹	چاپ سما..... ۱۱۷	بازرگانی اسکوتی..... ۲۴
	مرکز خبریه وحدت..... ۱۹۰	بهتا پارس..... ۱۱۹	کانون تبلیغات ایده..... ۲۵
	انجمن مددکاری امام زمان..... ۱۹۰	چاپ و جعبه سازی ری وحدت..... ۱۲۱	شرکت آلتون پرتو..... ۲۶
	چاپ آریایی..... ۱۹۰	چاپ سرمدی..... ۱۲۳	شرکت کیانی..... ۳۰ تا ۲۷
	موسسه قالب سازی فجر..... ۱۹۱	چاپ هنر نوین..... ۱۲۵	مجموعه چاپ آوازه..... ۳۴ و ۳۱
	شرکت ایران یک پلاست..... ۱۹۲	گروه ساروبین..... ۱۲۷	صحافی گنجینه ماندگار..... ۳۳ و ۳۲
	فراخوان نمایشگاه..... ۱۹۳	تجارت فرد امهد..... ۱۲۹	شرکت کامل یک..... ۳۵
	شرکت اتود..... ۱۹۵	بازرگانی سارینا ویژن..... ۱۳۱	شرکت کیمیا جاوید..... ۳۶
		چاپ و صحافی دیدگاه سیمما..... ۱۳۳	شرکت نکین آرا..... ۳۷
		شرکت فرارنگ..... ۱۳۵	شرکت پدیده پردازش پایدار..... ۳۹ و ۳۸
		چاپ ایران گرافیک..... ۱۳۸	بازرگانی شالچیان..... ۴۰
		فروشگاه سلفون بهاری..... ۱۳۹	جعبه سازی هیراد..... ۴۱
		شرکت رویان..... ۱۴۱	شرکت تولیدی بازرگانی کامبین..... ۴۲
		چاپ معلی..... ۱۴۳	شرکت صنعتگران ظهور..... ۴۳
		گروه صنعتی مهندس جهانیان..... ۱۴۵	گروه تبلیغات فدک..... ۴۴
		صنعت شیرازه کتاب..... ۱۴۷	چاپ صلاحی..... ۴۵
		چاپ رنگین نقش..... ۱۴۹ و ۱۴۸	شرکت آی پن..... ۴۶
		بازرگانی ۱۱۰..... ۱۵۳	شرکت ارگ سیستم..... ۴۷
		پیروزان صنعت ایرانیان..... ۱۷۹ و ۱۵۵	شرکت همتا..... ۵۱ تا ۴۸
		شرکت مطسا..... ۱۵۷	چاپ گلبرگ ساز..... ۵۲
		شرکت مبین..... ۱۵۹	شرکت سام آسیا..... ۵۳
		چاپ ثمنین..... ۱۶۱	چاپ طراحان..... ۵۷
		شرکت GSS..... ۱۶۳	شرکت ایران ریسو..... ۵۹
		شرکت توتالیا..... ۱۶۵	شرکت ساین رایانه ساینما..... ۶۱

پاسخ به تمام نیازهای چاپی شما



نیازمندیهای چاپ و نشر
ضمیمه ماهنامه چاپ و نشر پنجره ای به
سوی صفر تا صد دنیای چاپ ایران



نامی از صنعت چاپ در
بسته حمایتی دولت نیست!

وظیفه همه اهالی چاپ، پیگیری مطالبات برجای مانده است

■ فاطمه مهدوی

از اول اردیبهشت ماه دستورالعمل اعطای وام‌های احیاگر صنایع کوچک و متوسط از طرف بانک مرکزی به بانک‌ها ابلاغ شد که بر این اساس، ۱۶ هزار میلیارد تومان برای رونق و راه‌اندازی صنایع تعطیل و نیمه‌تعطیل در نظر گرفته شد و تا سقف سه میلیارد تومان به هر واحد متقاضی پرداخت می‌شود. حجمی حدود ۱۳۰ هزار میلیاردی تسهیلات‌دهی بانک‌ها در حالی برای چهارماهه نخست امسال ثبت شده که بیانگر رشدی نزدیک به ۴۰ درصدی است و شدت گرفتن وام‌دهی بانک‌ها در این مدت است. در این بین ۴ هزار بنگاه کوچک و متوسط تسهیلات بانکی دریافت کرده‌اند. پرسشی که در این بین مطرح است که سهم بنگاه‌های چایی در این بسته حمایتی چیست؟ چرا با اینکه صنعت چاپ از فرسوده بودن دستگاه‌های چاپ رنج می‌برد و بسیاری از آن‌ها در اثر رکود دچار ورشکستگی و نابودی شده‌اند هیچ سهمی از این تسهیلات ندارد و هیچ‌کس در این خصوص اقدامی نمی‌کند. هر چند بسیاری از فعالان این صنعت خواهان پاسخگویی از طرف دولتمردان در این خصوص‌اند ولی تا به امروز خبری از ارایه این تسهیلات به این صنف نشده است. آنچه در گزارش زیر می‌خوانید دیدگاه‌های اهالی این صنف است که برای پرداخت بسته حمایتی ۱۶ هزار میلیاردی به صنعت چاپ چه باید کرد و راهکارها کدامند؟

■ تبعیض صنفی



سوال اینجاست که چرا این بسته حمایتی شامل صنف چاپ نمی‌شود؟ در این خصوص غلامرضا شجاع، رئیس تعاونی لیتوگرافان شهر تهران به اقدامات انجام شده این صنف اشاره می‌کند و می‌گوید: با توجه به اینکه اکثریت قریب به اتفاق اهالی صنعت چاپ مجوز و پروانه خود را از وزارت ارشاد دریافت می‌کنند ولی زمانی که برای دریافت تسهیلات به بانک‌ها رجوع می‌کنند در بانک‌ها مجوزی که مربوط به وزارت صنایع است مورد تایید قرار می‌گیرد بنا براین بسته حمایتی مشمول حال همه چاپخانه داران نمی‌شود و این نوعی بی‌عدالتی صنفی است که جای سوال زیادی دارد. شجاع در رابطه با اینکه برای رفع مشکلات چاپخانه داران برای اخذ بسته حمایتی چه اقداماتی شده است افزود: حدود ۱۴ اتحادیه به بنده و کالت دادند تا این مساله را پیگیری کنم و به وزیر نامه نوشتم تا پیگیر این موضوع باشم و با معاونت فرهنگی و حتی با وزیر ارشاد جلسه‌ای گذاشتم و قرار شد از طریق آقای نعمت‌زاده وزیر صنایع این مساله را پیگیری کنیم.

رئیس اتحادیه لیتوگرافان صنعت چاپ در رابطه با پیشنهاد میزان مبلغ تسهیلات به صنعت چاپ افزود: از وزیر ارشاد آقای جنتی خواستم تا از ۱۶ هزار میلیارد بسته حمایتی که

به صنایع در نظر گرفته شده است یک رقمی را برای اهالی صنعت چاپ در نظر بگیرند یا اینکه مثلاً از آن ۷۵۰۰ واحد، ۵۰۰ واحد را به صنعت چاپ تعلق گیرد ولی هرچند در برخی از استان‌ها برای صنایع کوچک تسهیلاتی را از بانک‌ها دریافت کرده‌اند و در برخی مواقع چون بانک‌ها مشکل منابع دارند برای پرداخت با مشکل مواجه هستند. وی در رابطه با شرایط گذاشتن وثیقه برای دریافت این وام‌ها گفت: این روند جزو قوانین تسهیلاتی است و بانک‌ها نمی‌توانند مانند دولت قبل دسترسی رفتار کنند در حال حاضر معوقات بانک‌ها با رقم بالایی به بانک‌ها باز نگشته است که این عدم تعادل نتیجه اعمال این قانون برای گیرندگان وام بوده است.

■ سنگ‌اندازی بانک‌ها



لاهورتی، رئیس کنفدراسیون صادرات اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه بانک‌ها از پرداخت تسهیلات بانکی به واحدهای تولیدی امتناع می‌کنند گفت: این واحدها در تامین وثیقه‌های مورد نیاز ناتوان هستند و علیرغم تعیین این میزان اعتبار برای واحدهای تولیدی و صنعتی، این امر محقق نشده و بانک‌ها پرداخت تسهیلات را منوط به فراهم کردن وثیقه‌های سنگین از سوی متقاضیان کرده‌اند ضمن اینکه بانک‌ها برای ارایه تسهیلات از تولیدکنندگان وجه سپرده‌گذاری مطالبه می‌کنند. به گفته وی از آنجایی که آنان در تامین وثیقه‌ها ناتوان هستند بنابراین دسترسی تولیدکنندگان به منابع بانکی محدود می‌شود.



ریسو گراف دیجیتال ۴ رنگ همزمان انقلابی در صنعت چاپ و نشر



ایران ریسو

مرکز تخصصی واردات و خدمات ریسوگراف های دیجیتال
تمام رنگی **HC5500**

- فروش بدون واسطه
- تحویل ۲۰ روزه
- یکصد هزار برگ گارانتی
- ۵ سال خدمات پس از فروش



: riso_comcolor



telegram.me/iran_riso09337044770

جهت بازدید و ثبت سفارش با شماره ۶۶۹۱۷۸۵۶
تماس حاصل فرمایید

۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰

خدمات



لاهورتی با بیان اینکه حمایت‌های دولت از بخش تولید در مراحل اجرا باید هدفمند باشد افزود: این در حالی است که سیستم بانکی نه تنها کمک‌کننده بخش تولیدی محسوب نمی‌شود بلکه تسهیلات را به متقاضیان دارای وثیقه‌های سهل‌الوصول پرداخت می‌کنند.

رئیس کنفدراسیون صادرات اتاق بازرگانی در خصوص اجرای بسته ۱۶ هزار میلیاردی برای صنایع چند مورد را متذکر شد و گفت: ۱- بسته حمایتی در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار بگیرد و متقاضیان دریافت تسهیلات از طریق این وزارتخانه به بانک‌های عامل معرفی شوند ۲- بانک‌ها به آن عده از تولیدکنندگانی که بخشی از بدهی‌های خود را به سیستم بانکی پرداخت کرده‌اند نیز تسهیلات نمی‌پردازند و بابت سهم آزاد شده نیز تقاضای سپرده‌گذاری می‌کنند.

■ جزئیات پرداخت بسته حمایتی ۱۶ هزار میلیاردی

رضانعلی سبحانی، سخنگوی کمیسیون صنایع مجلس در بیان جزئیات بیشتر در این خصوص با بیان اینکه ۸۰ هزار واحد صنعتی در کشور مشغول فعالیت هستند که بخشی از



آن‌ها به دلایل گوناگون دچار مشکل شده‌اند گفت: یکی از برنامه‌های دولت برای اجرای بهتر اقتصاد مقاومتی استفاده از ظرفیت‌های داخلی و حمایت از صنایع است و به همین منظور در سال جاری برنامه ویژه‌ای برای حمایت از این صنایع اجرایی در نظر گرفته شد.

وی با بیان اینکه در راستای حمایت از صنایع در سال ۹۵ دولت حدود ۱۰ هزار واحد صنعتی که به دلیل مشکلات اقتصادی با نیمی از ظرفیت خود مشغول کار هستند را شناسایی کرده است افزود: حدود ۹ هزار واحد مربوط به صنایع کوچک و یک‌هزار واحد مربوط به صنایع متوسط است و از این رقم ۱۳ هزار میلیارد تومان نیاز صنایع کوچک و ۳ هزار میلیارد تومان برای حمایت از صنایع متوسط مورد نیاز است که با تزریق این کمک‌ها به این صنایع ۱۸۰ تا ۲۰۰ هزار شغل در کشور احیاء خواهد شد.

بر اساس آخرین آمار به دست آمده در کل کشور حدود ۱۵ هزار واحد و طرح برای دریافت این وام‌ها تا سقف سه میلیارد تومان ثبت نام کردند

سخنگوی کمیسیون صنایع مجلس با اشاره به اینکه در بودجه سال ۹۵ دولت را مکلف کرده است که با حذف رایانه ۳ دهک پر درآمد مبلغ حاصل را در بخش اشتغال هزینه کند افزود: بنابراین بخشی از سود تسهیلات بانک‌ها که به موضوع تولید پرداخت می‌شود می‌تواند از این محل به عنوان یارانه باشد و پرداخت این تسهیلات در سال ۹۵ ارتباطی به حذف رایانه‌ها ندارد.

■ محل تامین منابع بانک‌ها باید مشخص باشد

آرمان خالقی، کارشناس اقتصادی در خصوص محل تامین منابع بسته حمایتی گفت: هر سال بانک مرکزی آمار تفکیکی تسهیلات اعطایی بانک‌ها در بخش‌های مختلف صنعتی، خدماتی، عمرانی و...



را اعلام می‌کند و پرداخت منابع بانکی برای تسهیلات ۱۶ هزار میلیاردی بستگی به این دارد که آیا دولت می‌تواند این منابع را تامین کند یا خیر دولت این پول را یا باید از منابع آزاد شده حاصل از لغو تحریم‌ها پرداخت کند و یا از محل درآمدهای ریالی مربوط به صندوق توسعه ملی و یا اینکه اصولاً در بودجه سالانه پیش بینی این میزان وام را کرده باشد و اگر دولت بتواند این تسهیلات را پرداخت کند نوید خوبی برای بخش تولید خواهد بود و آن چیزی که بسیار مهم است چگونگی تخصیص عادلانه، هوشمندانه و هدفمند این منابع به صنعتگران و رصد کردن نحوه هزینه کرد این منابع برای درست است.

■ اصناف و معادن مشمول وام ۱۶ هزار میلیاردی نمی‌شوند

علی یزدانی، معاون وزیر صنعت با بیان اینکه «واحدهای صنفی» و «معادن» نمی‌توانند از تسهیلات ۱۶ هزار میلیاردی احیاگر صنایع استفاده کنند گفت: احتمالاً این دو بخش در مرحله بعد به طرح اضافه



می‌شوند که در این صورت دو تا سه هزار میلیارد تومان به میزان تسهیلات افزوده خواهد شد.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی با بیان این که ارزیابی واحدها و طرح‌های صنعتی برای اعطای وام‌های احیاگر صنایع کوچک و متوسط در حال انجام است، گفت: بر اساس آخرین آمار به دست آمده در کل کشور حدود ۱۵ هزار واحد و طرح برای دریافت این وام‌ها تا سقف سه میلیارد تومان ثبت نام کردند. بر اساس اخباری که قبلاً مطرح شده است این اعتبارات به صنایع کوچک با اشتغال زیر ۵۰ نفر، صنایع متوسط با اشتغال بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر و طرح‌هایی که بالای ۶۰ درصد پیشرفت داشته‌اند تعلق می‌گیرد، اما این فقط درباره صنایع کوچک، متوسط و طرح‌هایی صدق می‌کند که مجوز فعالیت خود را از سازمان صنعت، معدن و تجارت دریافت کرده باشند.



در آستانه دودهمه خدمت

همچنان به

کیفیت

محصول و خدمات پس از فروش

پایبندیم

باور دهمه مشتری یان
این است که
اولین
بافت
بهترین
باشد

ساین رایانه ساین
SIGN RAYANE SAYNA
Digital Printing System



تلفن : ۰۲۱ ۲۲۸۹۶۳۷۳

(خط ۲۰)

۰۲۱ ۲۲۸۷۷۸۶۷

۰۲۱ ۸۸۳۲۱۴۰۱

فکس :

تلفن ویژه : ۰۲۱ ۸۸۸۳۰۷۹۷

تلفن همراه : ۰۹۱۲ ۱۴۷۴۳۲۵

تلفن همراه : +۸۶ ۱۳۹۱۶۷۰۹۱۲۰
(چین)



www.shaberco.com

amir@shaberco.com

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



ساین رایانه ساین

SIGN RAYANE SAYNA
Digital Printing System



ارائه دهنده بهترین دستگاههای چاپ دیجیتال



چاپ دیجیتال رولت، پلاست
Jupiter WD 200-36A

Max Print Width 200 x 200 cm
Print Resolution 180-1080 dpi
Print Speed 3900m²/h
PrintHead No 36

چاپ شفاف و با کیفیت روی کارتن های سفید و خاکستری
۱، ۳، ۵ و ۷ لایه، بدون نیاز به فیلم و زینک، بدون بو
همراه با تاکن، جمع کن، روتاری دایکات، مناسب هر نوع کارتن
لقنادی، بیترزا فروشی، لوازم خانگی و صنایع مادر



حاجید
امیراطور

تحويل فوری

Max Print Width 3.20m
Print Resolution 1440 dpi
Print Speed 340m²/h
PrintHead Polaris
480m²/h Konica 1024i (30pl) 512i(30pl)



دستگاه چاپ
سطوح مسطح
Flat Bed

تحويل فوری

انواع دستگاههای صنعتی فلت
رول تورول 2x3 و 2/5x1/20 متر
باهدهای ریکو، کونیکا 1024i و توشیبا



چاپ دیجیتال
فضای بسته
Indoor

تحويل فوری

انواع دستگاههای فضای بسته
چاپ ترنسفر و اکوسالونت
باهدهای Dx5، 5113، ریکو G2200



گزارشی از مسایل
و مشکلات تعاونی‌های
صنعت چاپ ایران
به مناسبت ۱۳ شهریور،
روز تعاون

نفس تعاونی‌های صنعت چاپ به شماره افتاده...

چه کسی باید به داد برسد؟

■ فاطمه مهدوی

امروزه تعاون اهرم مناسبی برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی کشور به شمار می‌رود که می‌تواند در بهره‌وری بهینه از شرایط زندگی، کار و تولید، توسعه زیرساخت‌های عمرانی، ایجاد فرصت‌های شغلی، ارتقای سطح درآمد و وضعیت اجتماعی جامعه مؤثر باشد. تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که تعاونی‌ها بهترین و دموکراتیک‌ترین سازمان‌ها و تشکلهایی هستند که موفق شدند اسباب تجمع سرمایه‌های خرد و نیروهای خلاق و مستعد و با انگیزه را برای انجام کارهای گروهی و کارآفرینانه فراهم کنند.

در حال حاضر برابر آمارهای منتشره ۱۹۸ هزار تعاونی ثبت شده در کشور وجود دارد که ۴۳ درصد آن‌ها غیر فعال و راکد هستند. این امر نشان می‌دهد که مزیت‌های اقتصادی و اجتماعی تعاونی‌ها و تعریف صحیح از فعالیت و کارکرد تعاونی باید فرهنگ سازی شود؛ همچنین ۴۵ میلیون نفر در کشور عضو شبکه تعاونی‌ها هستند که ایران را جزو کشورهای پیشرو در این زمینه قرار داده است.

علیرغم آنکه توسعه تعاونی‌ها بر اشتغالزایی و افزایش درآمدهای سرانه کشور تأثیرگذار است و مزیت‌های نهفته در این بخش بر کسی پوشیده نیست اما متأسفانه سهم بخش تعاون در اقتصاد ملی بسیار ناچیز است؛ به نحوی که آمارها گویای سهم ۰.۳ درصد تا ۵ درصد و بعضاً ۸ درصدی بخش تعاون است که این تناقض آماری نیز خود از عدم بدست آوردن و پایش و استخراج دقیق آمارهای بخش تعاون در محاسبات کلان اقتصاد کشور حکایت دارد، با این حال بخش تعاون تا پایان برنامه پنجم توسعه باید به سهم ۲۵ درصدی از اقتصاد دست یابد سهمی که با گذشت سه سال از اجرای برنامه و در حالی که کمتر از دو سال دیگر به اتمام آن باقی مانده هنوز ارتقا پیدا نکرده و تعاون را از دستیابی به جایگاه حقیقی خود بازداشته است.

اگر چه تا رسیدن به سهم ۲۵ درصدی پیش بینی شده در برنامه پنجم فاصله بسیاری هست اما مسوولان بخش تعاون امیدوارند تا از ظرفیت تعاونی‌ها در همین زمان اندک به خوبی استفاده و اهداف توسعه این بخش محقق شود.

■ مزیت‌های بخش تعاون

تعاونی‌ها دموکراتیک‌ترین سازمان‌های روی زمین هستند که اعضای آن صاحبان اصلی را تشکیل می‌دهند. هر تعاونی کارکرد خاص خود را دارد به نحوی که تعاونی‌های کشاورزی نیازهایی چون تامین نهاده‌ها و بازاریابی کالا را بر طرف می‌کنند، تعاونی‌های مصرف، کالا و خدمات مورد نیاز را با کیفیت برتر و قیمت نازل در اختیار مردم می‌گذارند، تعاونی‌های مسکن امکان خانه‌دار شدن را به افراد با درآمد پایین می‌دهند، تعاونی‌های بیمه، مشاغل آزاد و کوچک را از خطرات حفظ می‌کنند، تعاونی‌های گردشگری فرصت گذران اوقات فراغت و مسافرت را فراهم می‌کنند و تعاونی‌های عمران روستایی با هدف توسعه جوامع محلی و گسترش مراودات و ارتباطات شکل می‌گیرند. هم اکنون ۷۰ درصد تعاونی‌های ثبت شده در کشور در بخش‌های مختلف اقتصادی فعالند که این امر مزیت‌های بالقوه این بخش مردمی را آشکار می‌کند. بیش از ۵۰ درصد تعاونی‌های کشور را تعاونی‌های

تولیدی تشکیل می‌دهند، ۴۰ درصد اشتغال کشور در دست تعاونی‌ها است و تعاونی‌ها ۵۰ درصد ساخت و ساز کشور را بر عهده دارند که این آمارها گویای موفقیت و ظرفیت‌های بالای بخش تعاون است.

سرمایه اصلی بخش تعاون، تجمع سرمایه‌های خرد مردم است که به منظور توسعه اشتغال و تولید به کار می‌رود چراکه یکی از اهدافی که برای گسترش تعاونی‌ها پیش‌بینی شده جمع‌آوری نقدینگی و سرمایه‌های اندک مردم در تعاونی‌هایی است که تولید و اشتغالزایی مناسبی داشته باشند از این رو طبقه کارگر و کشاورز و افراد متوسط جامعه که با سرمایه اندک امکان انجام کار مفید را ندارند می‌توانند سرمایه خود را در کنار دیگر سرمایه‌های خرد تجمع کنند تا به این طریق هم فرصت‌های اشتغال را نصیب خود کنند و هم توان اقتصادی خود را بالا ببرند. از سویی دیگر تعاونی‌ها از طریق واگذاری امور و اختیارات به مردم، توسعه خدمات اجتماعی و ایجاد فرصت‌های برابر برای پیشرفت و ترقی زنان، زمینه رشد و توسعه اقتصادی اجتماعی و در نهایت بهبود عملکرد شرکت‌های تعاونی را فراهم می‌کنند.

■ مسئولان تعاونی‌های حوزه چاپ چه می‌گویند؟

غلامرضا شجاع، مدیرعامل تعاونی سازندگان کلیشه و لیتوگراف، مهر و پلاک و چاپ اسکرین در خصوص نقش تعاونی‌ها و تأثیر آن‌ها بر صنایع مختلف از جمله صنعت چاپ گفت: نقش تعاون در اقتصاد کشور با اهمیت و با دید بلند در قانون اساسی کشور می‌باشد و از ۳۵ سال پیش در قانون اساسی اعلام کردند که شرکت‌های تعاونی، شامل تولیدی، توزیعی و خدماتی در اقتصاد کشور ۲۵ درصد جایگاه گردش مالی را داشته باشند ولی متأسفانه هیچکدام از دولت‌ها برای قوت بخشیدن به جایگاه تعاونی تلاش نکردند و به دلیل این عدم توجه و اهمیت ندادن به تعاون، در حال حاضر سرمایه‌گذاری در شرکت‌های تعاونی حداکثر به حدود ۵ درصد رسیده است.

شجاع با بیان اینکه تاکنون دولتمردان ما اعتقادی به تعاون نداشته‌اند، افزود: متأسفانه هیچکدام از دولت‌ها به سمت پیشبرد تعاونی در ایران نرفتند، چه بسا تعاونی‌ها می‌توانستند در تهیه و توزیع عادلانه هر محصولی که در حوزه آن خصوصاً صنایع باشد اقدام مناسبی انجام دهند چرا که آمارها حاکی از آن است که بیش از ۹۰۰ میلیون نفر در دنیا عضو شرکت‌های تعاونی‌های مختلفی هستند که در عدالت اقتصادی نقش اساسی دارند.

مدیرعامل تعاونی لیتوگرافان ایران تعداد تعاونی‌های پیش از انقلاب را حدود ۱۸۰۰ شرکت تعاونی عنوان کرد و افزود: کم‌کم آمار تعاونی‌ها در سال ۹۲ به حدود ۱۷۳ هزار تعاونی رسیده است که عدم موفقیت تعاون در کشور ما به نظر بنده سه دلیل دارد که عبارتند از:



تولید انواع سررسید - ارگانایزر - دفاتر مشق -
دفتر تلفن - رومیزی و زیر دستی

ساخت انواع جلدهای سررسید چرمی نرم، لب تیز، لب گرد،
لب رنگ، لب گرد سلفونی، گالینگوری، کش دار، پاکت دار
و پایه رومیزی

مجهز به ماشین آلات:

پانچ اتوماتیک
ترتیب کن ۲۴ ایستگاه
جلدسازی اتوماتیک
فنانداز 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
آسترچسبان
چسب گرم ۵ خانه

دارای ماشین چاپ ۲ ورقی ۵ رنگ هایدلبرگ zp ۲۰۰۵
چاپ دیجیتال جهت کتاب و مجلات در تیراژهای کمتر از ۱۰۰۰ عدد



شرکت تعاونی ناشران خراسان رضوی در خصوص نقش تعاونی‌ها در صنعت چاپ گفت: در حال حاضر این دیدگاه وجود دارد در شرکت تعاونی محصولات کوپنی عرضه کنیم و عملاً این روحیه

تعاون نیست. چون ما درک درستی از فلسفه تعاون نداریم در حالی که تعاونی‌ها می‌توانند در سطح گسترده‌ای خدمات‌رسانی کنند. مثلاً می‌گوییم فلان محصول را عرضه می‌کنیم با قیمت بازار بنابراین اگر هم گران هست باز از تعاونی‌ها باید خریداری شود تا

پا برجا بماند و این همان روحیه تعاون است. نصیرزاده با ذکر مثالی در رابطه با دیدگاه و نگرش به تعاونی‌ها گفت: در زمان دفاع مقدس شرایط به گونه‌ای بود که تعاونی‌ها مجبور به رساندن مایحتاج و کالاهای ضروری به دست مردم بودند که با سوبسید دولتی کالاها عرضه می‌شد اما بعد از به پایان رسیدن جنگ فعالیت تعاونی‌ها به این شکل جمع شد یعنی تعاونی‌ها کالاها را ارزان وارد می‌کردند و مردم قیمت‌ها را با بازار قیاس می‌کردند و با توجه به قیمت مناسب کالا از تعاونی‌ها کالاها را می‌خریدند اما متأسفانه همان طرز فکر در جامعه رایج است. این جریان برای زمان جنگ بود، در حال حاضر چنین اتفاقی در بازار آزاد رخ نمی‌دهد و ما امیدواریم که بحث تعاون برگردد به جایی که اجزای مختلف یک تیم بتوانند یک موسسه تعاونی خوب تشکیل دهند. مدیرعامل شرکت تعاونی ناشران خراسان رضوی با اشاره به اینکه اگر روحیه تعاون در افراد تشکیل شود تعاونی می‌تواند بالنده باشد افزود: با توجه به ملزومات صنعت چاپ، تعاونی‌ها می‌توانند در زمینه واردات و ساخت بیشتر فعال باشند. متأسفانه در حوزه نشر در بخش توزیع کتاب خیلی موفق نبودند بنابراین شرکت‌های تعاونی هم فعال نیستند.

عضو هیات مدیره شرکت تعاونی ناشران خراسان رضوی در مورد اختلاف نظر میان اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها گفت: تعاونی‌ها بیشتر به دنبال کارهای صنفی هستند در صورتی که تعاونی‌ها تشکلات اقتصادی هستند و باید پیگیر مشکلات اقتصادی باشند و اتحادیه‌ها مشکلات حقوقی صنف را برطرف می‌کنند و این دو فعالیت دارای دو ساختار متفاوت است.

وی با بیان اینکه حذف دلان از بازار کالا دغدغه اصلی تعاونی‌ها است افزود: در بحث تعاونی برای افزایش ثروت تعاونی، تلاش نمی‌کنیم بلکه در راستای ارائه خدمات برای اعضا هستیم و سعی داریم در بازار واسطه‌ها میانجی شویم و واسطه‌ها را حذف کنیم البته علت اصلی تعطیلی تعاونی‌ها در شهرستان‌ها به عدم درک درست از تعاونی‌ها برمی‌گردد.

■ تعاونی‌ها و تخفیف خرید کالا

محمد مهدی داوودی‌پور، مدیرعامل تعاونی ناشران و کتابفروشان تهران در خصوص وضعیت و مشکلات شرکت‌های تعاونی گفت: با توجه به اینکه بحث حدود ۶۰ هزار شرکت



تعاونی مطرح است و این مشکل عمیق‌تر از این است

باشد گرفتار سازمان امور مالیاتی می‌شود.

وی در مورد اینکه آیا اختلافی بین اتحادیه و تعاونی وجود دارد متذکر شد: اختلافی میان مانعیت و اگر هم باشد اختلاف مالک و مستاجری است و هر جا مشکلی باشد همدیگر را کمک می‌کنیم. من انتظاری که از اتحادیه دارم این است که با کمک متخصصین مالیاتی برای اعضای خود کلاس آموزشی بگذارد تا گرفتار وزارت دارایی و مالیات بر ارزش افزوده نشوند و اکثراً از روی ناآگاهی است. اگر تنها یکی از این فروشگاه شناسایی شود که در آینده شناسایی خواهند شد کافی است اسم ۱۰ مورد از کارگاه‌های لیتوگرافی که از این فروشگاه‌های غیرقانونی زینک بدون فاکتور می‌خرند مشخص شود و چون آن‌ها بدون فاکتور خرید می‌کنند کالای قاچاق محسوب می‌شود و به دردسر می‌افتند و اگر آن‌ها از تعاونی‌ها خریداری کنند مطمئناً به نفع آن‌ها خواهد بود و تعاونی باعث ثبات و تنظیم قیمت در بازار آزاد می‌باشد. اگر تعاونی ما مانند تعاونی‌های دیگر حوزه صنعت چاپ کارش به تعطیلی برسد مانند آن‌ها ضربه نمی‌خورد. حتماً با توجه به اینکه کالای ما از خارج وارد می‌شود حداقل قیمت زینک دو برابر خواهد شد.

■ گرانی نرخ ارز یکی از دلایل مهم تعطیلی تعاونی‌هاست



مسعود ادمی، رییس سابق هیات مدیره تعاونی چاپخانه‌داران استان مرکزی در ارتباط با وضعیت تعاونی‌های چاپ در اراک افزود: تعاونی در شهر ما فعال نیست بنابراین عدم فعالیت اعلام کرده‌ایم. البته گرانی نرخ ارز یکی از دلایل عمده این وضعیت است با این وجود تعاونی‌های کوچک خیلی موفق نبودند البته تعاونی‌های بزرگ به مراتب به جهت سرمایه فعال‌تر هستند.

ادمی با اشاره به اینکه تعاونی در صنعت چاپ یعنی توزیع کالا به قیمت مناسب است افزود: معمولاً در تعاونی‌ها حدود ۹۰ درصد محصولات ما وارداتی است و در کشور تولید نمی‌شود و ۱۰ درصد باقی مانده در داخل کشور تهیه می‌شود البته در تهران شرکت‌های تعاونی نسبت به شهرستان‌ها فعال‌تر است. تعاونی، کالاها را بین اعضا با قیمت پایین‌تری عرضه می‌کند و چون ۹۰ درصد مواد اولیه کاغذ است پس نقش تعاونی این است که در این میان اگر کاغذ گران شد تعاونی ملزم می‌شود که کالا را به قیمت مناسب عرضه کند و تعاونی‌ها باید اعضای زیاد داشته باشند تا هزینه‌های خود را تأمین کنند ولی در شهرستان چون تعداد اعضا کم است سرمایه لازم جمع‌آوری نمی‌شود بنابراین موجب تعطیلی تعاونی‌ها می‌شود و البته تعاونی لیتوگرافان نسبت به تعاونی چاپخانه‌داران چون کارشان توزیع لینک است بنابراین کمی فعال‌تر هستند.

■ حذف دلان از بازار کالا دغدغه اصلی تعاونی‌هاست

مهدی نصیرزاده، مدیرعامل و عضو هیات مدیره

۱- دولتمردان اعتقادی به تعاون نداشتند، بنابراین حمایتی نکردند ۲- نیروهای متخصص و کاردان در شرکت‌های تعاونی حضور نداشتند ۳- با حضور افراد سیاسی و ثروتمند در راس تعاونی‌ها، مردم که سهامداران شرکت تعاونی بودند اعتقاد راسخ به روسا و هیات مدیره‌ها نداشتند. اما بعد از انقلاب در حوزه صنعت چاپ حدود ۵ شرکت تعاونی به وجود آمد که در اوایل کار فعال بودند اما امروزه ۳ شرکت تعاونی که عبارتند از: ۱- شرکت تعاونی کاغذ و مقوا ۲- شرکت تعاونی ناشران ۳- شرکت تعاونی صنف صحافان که تعطیل هستند. البته این آمار مربوط به تهران است و در دیگر شهرها حدود ۸۵ درصد شرکت‌های تعاونی در حال تعطیلی یا نیمه‌تعطیل بوده و یا نامه اعلام عدم فعالیت به وزارت تعاون ارائه داده‌اند و در حال حاضر دو شرکت تعاونی در تهران به نام‌های شرکت تعاونی چاپخانه‌داران و سازندگان کلیشه و لیتوگراف که عملاً به سختی فعالیت می‌کنند و این برمی‌گردد به همان سه دلیلی که در ابتدای بحث گفتیم.

وی با کلمه‌مندی از اینکه شرکت تعاونی سازندگان کلیشه و لیتوگراف تحت هیچ‌گونه حمایت دولتی می‌باشد و در سال گذشته ۱۵ نفر از نمایندگان مجلس شورای اسلامی با توجه به شناختی که از شرکت تعاونی ما داشتند و اینکه تنها تعاونی تخصصی در این حوزه در کشور است و به وزارت ارشاد جهت حمایت نامه نوشتند ولی دریغ از یک ریال کمک. لازم به ذکر است که شرکت تعاونی سازندگان کلیشه و لیتوگراف که واردکننده زینک افست بوده که در کشور تولید نمی‌شود و تعاونی مادر این زمینه بسیار فعال می‌باشد و ۹۰ درصد مواد مصرفی اعضای شرکت تعاونی ما کالاهای وارداتی هستند و در کشور تولید نمی‌شود و قبلاً ۹۵ درصد زینک را از ایتالیا و آلمان وارد می‌کردیم و ۵ درصد باقی از کره جنوبی می‌آمد که البته بعد از سال ۲۰۰۷ که تحریم‌ها قوت گرفت، در سال ۲۰۰۸ بود که به سمت واردات از چین رفتیم و در حال حاضر ۹۸ درصد واردات زینک از کشور چین صورت می‌پذیرد. همچنین با توجه به اینکه در نمایشگاه اروپا ۲۰۱۶ نیز بزرگ‌ترین غرفه تخصصی مربوط به زینک شرکت کوئیتا که تعاونی ما نماینده انحصاری آن است حضور داشت متأسفانه برخی از واردکنندگان زینک‌های درجه ۲ و ۳ وارد کشور می‌کنند و با قیمت و با کیفیت پایین عرضه می‌کنند ولی شرکت تعاونی با توجه به اینکه حرفه‌ای‌ترین لیتوگرافان کشور عضو آن هستند هیچ‌گاه به دنبال کالاهای درجه ۲ و ۳ نمی‌رود.

شجاع در خصوص نبود حمایت دولتی خصوصاً سازمان امور مالیاتی از تعاونی افزود: متأسفانه شرکت ما که قانونی عمل می‌کند و با کارت بازرگانی معتبر اقدام به واردات زینک می‌نماید و فقط در فاکتورهای قانونی اقدام به فروش می‌کند، مورد حمایت دولت نیست. در این میان سازمان امور مالیاتی به وظیفه خود به خوبی عمل نمی‌کند که در چهارچوب قانون، با فروشندگان زینک که اقدام به فروش بدون فاکتور می‌کنند برخورد کند ولی بازرگانانی هستند که از طریق قاچاق و کارت یکبار مصرف اقدام به واردات زینک می‌کنند و چه بسا مالیات بر ارزش افزوده را مانند بقیه پرداخت نمی‌کنند و همین ناهنجاری لطمات جبران‌ناپذیری به فعالیت شرکت‌های تعاونی زده است. ما قانونی کار می‌کنیم اما اعضا می‌ترسند از ما زینک خریداری کنند. در تهران حدود ۱۰ فروشگاه زینک و فیلم بدون ارائه فاکتور قانونی فعال هستند و وزارت دارایی اصلاً اهمیتی به فعالیت آن‌ها نمی‌دهد که این کالا از کجا آمده است. البته وزارت دارایی تا مهرماه امسال به واردکنندگان و فروشگاه‌ها مهلت داده است تا اینگونه کالاها را که بعد از این زمان هر کجا باشند حتی اگر در لیتوگرافی و بدون فاکتور قانونی قاچاق محسوب می‌شوند و اعضای ما از روی ناآگاهی خرید می‌کنند را جمع‌آوری کند. زیرا اگر لیتوگراف فاکتور قانونی با کد اقتصادی نداشته



COLORGRAF

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: ۰۹۱۲۱۲۶۸۷۶۴ ۷۷۲۷۶۳۴۶-۷
تلفن فروش: ۷۷۶۲۵۹۵۰-۵

www.colorgraf.ir

که در چند خط تعریف شود و در حال حاضر تعاونی‌ها تقریباً در حال تعطیلی هستند. داوودی‌پور در خصوص مشکلات تعاونی‌ها افزود: تعاونی‌ها با سرمایه‌های اندک گرد هم جمع می‌شوند تا بتوانند قدرت خرید بیشتری داشته باشند و از تخفیف خریدهای کلان استفاده کنند و اگر بخواهند با سرمایه اندک خرید کنند چون قدرت خرید پایینی دارند بنابراین کالاهای کمتری می‌خرند و مشمول تخفیف نمی‌شوند. از طرفی شرکت‌های تعاونی با دو مشکل عمده درگیر هستند؛ عدم حمایت و رکود اقتصادی، یعنی برای تشکیل یک تعاونی افراد ضعیف دور هم جمع می‌شوند و فشار بیشتری هم گروه متحمل می‌شود چرا یک وزارتخانه‌ای تلاش می‌کند تا بودجه خوبی را از سهم بودجه‌های کشور دریافت کند و هدفش این است که فقط می‌خواهد خودش را سرپا نگه دارد در هر صورت امروزه وجود تعاونی را طبق عادت گذشته می‌بینم نه وجود ضرورتی چون تعاونی‌ها هیچ انگیزه‌ای برای اعضا ایجاد نمی‌کنند تا آن‌ها را جذب کنند. مدیرعامل تعاونی ناشران و کتابفروشان تهران در خصوص اینکه شرکت‌های تعاونی نقشی در بالندگی صنعت چاپ ندارند افزود: شرکت تعاونی ما جزو تعاونی ناشران است منتهی هم ردیف صنف چاپ نیز هستیم و طبیعی است ما در خیلی از مسائل از هم جدا نشدنی هستیم بنابراین تعاونی‌های چاپ هم دچار همین معضل هستند و ناتوانی تعاونی‌ها به خاطر کم‌تجربگی و سواد کم در ارتباط با کارشان نیست بلکه به خاطر این است که تعاونی‌ها به یک حمایت ویژه نیاز دارند و مشکلات آن‌ها چون دامنه گسترده‌ای دارد بنابراین باید به میزگرد تبدیل شود. شرکت تعاونی ما به سه متولی از جمله وزارت ارشاد، وزارت صنعت معدن و تعاون وابسته است و عملاً باید به یک وزارتخانه مرتبط باشیم.

■ خرید محصولات بی کیفیت به تعاونی‌ها ضربه می‌زند

سیروس کاشیگر، رییس هیات مدیره شرکت تعاونی تامین نیاز چاپخانه‌داران آذربایجان غربی در رابطه با نقاط ضعف و قوت تعاونی‌ها می‌گوید: نقاط ضعف و قوت تعاونی بستگی دارد به اینکه به کدام استان مربوط می‌شود البته شرکت ما استانی است و مربوط به استان آذربایجان غربی است، اگر بخواهیم یک محموله کاغذ وارد کنیم این سرمایه را تعاونی‌ها ندارند، بنابراین دولت هم در این زمینه کمک نمی‌کند و موجب تعطیلی تعاونی می‌شود. کاشیگر در مورد کیفیت کالاهای وارداتی افزود: زینکی که از تایوان می‌خریدیم الان از کشور چین تهیه می‌شود که با قیمت و کیفیت پایین‌تری وارد کشور می‌شود و اعضا بدون هیچ آگاهی کالا می‌خرند و این جریان موجب بدنامی تعاونی‌های استان ما می‌شود چرا که آن‌ها از کیفیت کالا اطلاعی ندارند.

رییس هیات مدیره شرکت تعاونی تامین نیاز چاپخانه‌داران آذربایجان غربی در مورد نقطه ضعف عملکرد تعاونی‌ها افزود: یکی از کارهای موثری که باید انجام شود این است که در استان دوره‌های آموزشی برای اعضا نداریم و تعاونی لیتوگرافان تهران به ورشکستگی کشیده شده است چه بسا اگر شرکت تعاونی ۲۰۰ میلیون جنس وارد کند این مبلغ در هزینه‌های جاری تعاونی موجود نیست بنابراین باید بانک‌ها برای رفع این مشکل به شرکت‌ها تسهیلات لازم را ارایه بدهد که متأسفانه این همکاری انجام نمی‌شود و موجب تعطیلی تعاونی‌ها می‌شود.

■ عوامل موثر بر ناکارآمدی تعاونی‌ها

فلسفه تشکیل تعاونی‌ها تجمیع شدن سرمایه‌های خرد و اندک افراد است اما به گفته کارشناسان بسیاری از اعضای تعاونی‌ها که دارای شغل ثابت‌اند به تشکیل تعاونی به چشم سرگرمی نگاه می‌کنند و از انجام تعهدات سرباز می‌زنند. فقدان مدیریت شایسته و توانمند، عدم بهره‌مندی از آموزش‌های لازم و تجهیز نبودن به استانداردهای روز از دیگر علل ناکارآمدی تعاونی‌ها به شمار می‌رود و در برخی موارد اگر سوء مدیریت‌ها به نتیجه نرسد منجر به انحلال تعاونی می‌شود.

در عین حال یکی از علل رکود برخی تعاونی‌ها اختلافات میان اعضا عنوان می‌شود که درصد ناچیزی از رکود را در برمی‌گیرد و غالباً با راهنمایی گرفتن از واحدهای مشاوره اتاق‌های تعاون و ادارات کل تعاون استانی این مشکل به سرعت برطرف می‌شود، تحصیلات کم اعضا نیز درصد کمی از علل ناکارآمدی تعاونی‌ها را موجب می‌شود.

کارشناسان تأکید دارند در سال‌های اخیر به دلیل عدم حمایت بانکی، نبود نقدینگی و سرمایه در گردش برخی از تعاونی‌ها در سراشیبی رکود قرار گرفتند که شاید بتوان گفت عامل اصلی غیرفعال بودن این دسته تعاونی‌ها و در واقع رکود آن‌ها بوده است، برخی از تعاونی‌های غیرفعال به دلیل نوع کاربری صرفه اقتصادی ندارند که با ارائه مشاوره‌های لازم امکان تغییر کاربری و احیای دوباره را به دست می‌آورند، همچنین به لطف وجود بانک توسعه تعاون به عنوان بازوی مقتدر مالی و بانک اختصاصی بخش تعاون که با سرمایه دولت راه اندازی شده است بخشی از مشکلات نقدینگی تشکیل‌های تعاونی در سال‌های اخیر مرتفع شده است.

■ علل رکود برخی تعاونی‌ها چیست؟

تعاونی‌های غیرفعال، شرکت‌ها و اتحادیه‌های تعاونی هستند که بیش از یک سال متوالی هیچگونه فعالیت اقتصادی و عملکرد مالی مناسب در زمینه موضوع فعالیت خود نداشته باشند. بنا به گفته مقامات بخش تعاون، هم اکنون نیمی از تعاونی‌های غیرفعال کشور قابلیت احیا دارند که با ارائه کمک‌های مالی و مشاوره‌های حقوقی می‌توان آن‌ها را احیا کرد در این راستا تعیین تکلیف تعاونی‌های راکد و غیرفعال یکی از سیاست‌های مهم و اثرگذار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با روی کار آمدن دولت یازدهم بوده است.

بر این اساس از سوی علی ربیعی، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی دستور کاری به تمام ادارات کل تعاون کشور ارسال شده تا با تعیین تکلیف تعاونی‌های راکد، آن دسته تعاونی‌هایی که قابلیت برگشت به چرخه اقتصاد را دارند شناسایی و

آن‌هایی را که فاقد توجیه لازم هستند، منحل کنند. این کار موجب می‌شود تا در یک دوره زمانی مشخص نسبت به عملکرد تعاونی‌های مذکور شفاف سازی شده و هر چه سریع‌تر تعیین تکلیف شوند همچنین تعاونی‌های غیرفعال که از قابلیت‌های مدیریتی و مالی لازم برای ورود به چرخه فعالیت‌های اقتصادی برخوردارند، شناسایی و مورد حمایت‌های مالی و اعتباری و فنی قرار بگیرند؛ تعاونی‌هایی هم که توجیه اقتصادی و فنی خود را از دست داده یا دوره زمانی فعالیت آن‌ها به پایان رسیده است در فرایند انحلال قرار بگیرند.

از زمان تشکیل دولت یازدهم تاکنون آسیب‌شناسی جامعی از آخرین وضعیت تعاونی‌ها در کشور صورت گرفته و مقرر شده تا همه فعالیت‌های مربوط به حوزه اشتغال و رفاه اجتماعی در قالب تعاون دنبال شود، از این رو وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با هدف تحقق منویات مقام معظم رهبری، بسته جامعی از سیاست‌ها، راهبردها و اقدامات لازم جهت ارتقای بخش تعاون و توسعه و توانمندسازی تشکلهای تعاونی را در قالب یک نقشه راه تهیه کرده که به طور حتم چشم‌انداز روشن بخش تعاون کشور خواهد بود. امروز تعاونی‌ها نقش موثر و ارزشمند خود را در بسیاری از مأموریت‌های کلان اقتصادی و اجتماعی به نمایش گذاشته و توانمندی‌های خود را به اثبات رسانده‌اند، حضور بخش تعاون در برنامه‌های کلان دولت از جمله طرح سهام عدالت، طرح مسکن مهر و توزیع سبد کالای حمایتی، مشارکت در ساخت و و تکمیل نیروگاه‌ها و پالایشگاه‌ها، راه‌اندازی تعاونی‌های بزرگ سهامی عام و فراگیر ملی، تشکیل تعاونی‌های توسعه عمران شهرستانی، وجود شبکه عظیم تعاونی‌های مصرف، توزیعی و تولیدی، راه‌اندازی بانک و بیمه تعاون و صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری همه و همه نشان از پتانسیل‌ها و قابلیت‌های بالای بخش تعاون دارد.

به گفته کارشناسان بدون تردید کمبود نقدینگی و ضعف مدیریتی یکی از اصلی‌ترین علل عقب ماندگی بخش تعاون در سال‌های گذشته بوده که تزریق به موقع منابع مالی و اختصاص تسهیلات بانکی مناسب، امکان رفع چالش‌ها و مشکلات پیش رو را فراهم کرده است.

فعالان بخش تعاون بر این باورند که ریشه بسیاری از ناکامی‌های بخش تعاون ناشی از نبود فرهنگ تعاون در کشور، نگاه تبعیض‌آمیز نسبت به فعالیت‌های بخش خصوصی و تعاونی، عدم کاهش تصدی‌گری‌های دولتی، نبود فضای رقابت و صادرات و عدم حمایت و اعتماد نظام بانکی به تعاونی‌ها است.

با توجه به اهتمام و تلاش وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برای ارتقای جایگاه بخش تعاون و همچنین تأکید قانون سیاست‌های اصل ۴۴ و قانون برنامه پنجم توسعه مبنی بر ضرورت افزایش سهم و کارایی این بخش در اقتصاد ملی، شایسته است که مسیر پویایی، بالندگی و توسعه هرچه بیشتر تشکلهای تعاونی‌ها در کشور هموار و اعتقاد به فرهنگ تعاونی به عنوان یک تفکر و ارزش ملی در کشور نهادینه شود.



چاپ دیجیتال و خدمات پس از چاپ

شایان گستر

سرمایه ما اعتماد شماست...
بیش از ۳۰ سال تجربه

تهران

خیابان دکتر فاطمی

روبروی هتل لاله، شماره ۲۴۷

تلفن: ۵۳-۸۸۹۷ ۱۱۵۰ (۰۲۱)

www.shayangostar.ir

۰۹۲۰-۳۱۷ ۱۳۴۰



چاپ کارت PVC



طراحی



چاپ DVD و CD



انواع پلات رنگی و سیاه و سفید



چاپ روی اجسام سخت



پرش و حک لیزری



چاپ دیجیتال و اسکن



مصحافی



چاپ کارت ویزیت



لیمیت مات و براق

چاپ بنر، فلکس و ...



چاپ پارچه

یک بار ما را تجربه کنید...
مشاوره رایگان



The 17th International Exhibition of
Food and Food Processing
Mashad Int'l Exhibition Center | 25-28 August, 2016 | Iran

هفدهمین نمایشگاه
بین‌المللی صنایع غذایی و
ماشین‌آلات مشهد برگزار شد

رونق صادرات صنایع غذایی ایران به دیگر کشورها

■ هانیه صراف‌زادگان

هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی و ماشین‌آلات مشهد با حضور ۷۵ شرکت خارجی و ۱۴۰ شرکت داخلی شرکت‌کننده‌های خارجی از کشورهای هند، پاکستان، لهستان، آلمان، فرانسه، ایتالیا، قزاقستان، اوکراین، بلژیک، جمهوری چک، چین و ایران هستند. برگزار شد.

استان خراسان رضوی از دیرباز قطب محصولات غذایی متنوع بوده است و با گذشت زمان و پیشرفت تکنولوژی به دلیل فراهم بودن امکانات صنایع غذایی امروز از جایگاه قابل توجهی در این استان برخوردار است، از طرف دیگر همسایگی با کشورهایی مثل افغانستان و پاکستان نیز باعث شده تا این مهم اهمیت بین‌المللی یابد. در همین راستا برگزاری نمایشگاه بین‌المللی در این استان اهمیت دو چندان می‌یابد. برگزاری هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی و ماشین‌آلات مشهد که در تاریخ ۴ تا ۷ شهریورماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان، برگزار شد، فضایی برای عرضه این دستاوردها به مشتریان و نمایندگان سایر کشورها شد. گزارشی که در پی می‌آید به تشریح روند برگزاری این نمایشگاه و دیدگاه‌های موجود می‌پردازد.

● اصلاح و بازبینی نمایشگاه

حامد ایرانی، مجری برگزاری نمایشگاه تخصصی و بین‌المللی صنایع غذایی با ذکر این نکته که این نمایشگاه از دیرباز در این استان برگزار می‌شد اما روند برگزاری این نمایشگاه از سه سال گذشته اصلاح شد و در مسیر درست قرار گرفت. از سال ۹۲ به بعد شرکت بر ساز رویداد برگزاری نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی در مشهد را بر عهده گرفت. وی در ارتباط با برگزاری نمایشگاه صنایع غذایی مشهد در سال ۹۵ و تفاوت آن با سال‌های گذشته عنوان کرد: نمایشگاه صنایع غذایی مشهد از سال ۹۲ به بعد برای اولین بار بسیار متفاوت از سال‌های قبل از آن برگزار شد و تنها ایراد آن پیش از سال ۹۲ همواره تمرکز بیش از حد این نمایشگاه در مسایل حاشیه‌ای مثل به نمایش گذاشتن غذاهای محلی، پخت نان و آش و... بود. البته این مسایل همواره جزئی از نمایشگاه صنایع غذایی است اما اصل نمایشگاه نیست و این مساله همواره اعتراض همگان را نسبت به نمایشگاه صنایع غذایی استان منجر شد.

ایرانی افزود: در سال ۹۲ شرکت بر ساز رویداد برگزاری نمایشگاه صنایع غذایی استان را بر عهده گرفت و از آن پس در راستای اعمال تغییرات گام برداشتیم، این در حالی بود که انتظار شرکت‌کنندگان، بازدیدکنندگان و فعالان، ارتباط‌گیری، پیدا کردن مشتری و بهره‌مندی از تخصص، کالا و خدمات بود، علاوه بر بحث‌های داخلی، انتظار می‌رفت در بخش بین‌المللی نیز اتفاقات خوبی رخ دهد. در سال ۹۲ اولین گام ما اصلاح رویکرد نمایشگاه بود و غرفه‌های خرده‌فروش و دور از شأن نمایشگاه کنار گذاشته شدند.

حضور بهتر شرکت‌های خارجی

به گفته ایرانی پس از اقداماتی طی یک همکاری با اتاق مشترک ایران و افغانستان اتفاقات بسیار بهتری در نمایشگاه افتاد به طوری که در سال اول ۱۰۷ شرکت‌کننده به همراه ۱۳۰ مهمان خارجی در نمایشگاه حضور پیدا کردند و ما با رویکرد تخصصی شدن و افزایش بازدیدهای بین‌المللی استقبال از نمایشگاه را افزایش دادیم، سپس در سال ۹۳ روند

رشد تعداد شرکت‌کنندگان ادامه یافت و ۱۴۶ شرکت‌کننده به همراه ۱۴۰ مهمان خارجی از پاکستان و افغانستان در نمایشگاه حضور یافتند. این روند در سال ۹۴ نیز ادامه پیدا کرد و شرکت‌های حاضر در نمایشگاه به ۲۰۷ شرکت داخلی، ۱۳ شرکت خارجی و ۲۵۰ مهمان و بازدیدکننده خارجی افزایش یافته است. در سال جاری نیز ۷۵ شرکت خارجی و ۱۴۰ شرکت داخلی در نمایشگاه حاضرند پیش‌بینی ما این است که به طور کلی ۲۵۰ شرکت‌کننده در این دوره از نمایشگاه حضور یابند. شرکت‌کننده‌های خارجی از کشورهای هند، پاکستان، لهستان، آلمان، فرانسه، ایتالیا، قزاقستان، اوکراین، بلژیک، جمهوری چک، چین و ایران هستند؛ و بازدیدکنندگان نیز از کشورهای ترکیه، تاجیکستان، روسیه، عراق و سایر کشورهای آسیای میانه می‌باشند. وی در خصوص اهداف کلی نمایشگاه اظهار داشت: این نمایشگاه طی سه سال فعالیت در حال حاضر به سکویی برای صادرات مواد غذایی به افغانستان تبدیل شده است. در سال جاری در این راستا همکاری‌های گسترده ایران با تجار افغانی ادامه یافت و همچنان نیز برای توسعه تعاملات با افغانستان می‌توان بیش از این روی نمایشگاه صنایع غذایی آیفود حساب کرد. مدیر برگزاری نمایشگاه در مورد حوزه‌ها و رویدادهای جانبی نمایشگاه امسال گفت: تلاش کرده‌ایم با توجه به نیاز روز صنعت غذانسیبت به برگزاری دوره‌های تخصصی برای فعالان نمایشگاه گام برداریم در همین راستا دوره‌های تخصصی فرآوری مواد غذایی ارگانیک با همکاری انجمن ارگانیک و دوره‌های آموزشی نقش بسته‌بندی در ماندگاری مواد غذایی برگزار می‌شود.

وی اضافه کرد: همایش نقش مسئولان فنی در افزایش کیفیت مواد غذایی توسط سازمان غذا و داروی علوم پزشکی و انجمن مسئولان فنی و کنترل کیفی برگزار می‌شود، طی یک دوره دو روزه با کیفیت مواد غذایی و تجارت بین‌الملل در روز اول و فرآوری سبزیجات، میوه‌جات و کنسروجات در روز دوم برگزار خواهد شد. که این دوره با حمایت جامعه کشاورزی و غذایی آلمان توسط استادان آلمانی برگزار خواهد شد. همچنین با رایزنی‌های انجام شده سوبسیدی از کشاورزی آلمان به منظور برگزاری این دوره‌ها دریافت شده و بر همین اساس هزینه شرکت در این دوره‌ها رایگان است. فقط به دلیل محدودیت پذیرش علاقه‌مندان باید برای حضور در این دوره‌ها با ستاد و یا انجمن مسئولان فنی و کنترل کیفی استان تماس بگیرند.



بانک اطلاعات خرید و فروش

ماشین آلات چاپ و بسته بندی

۰۹۱۲ ۷۹۵ ۶۰۹۰

۰۹۱۹ ۱۳۷ ۱۲۴۱

ایوبی



۰۹۱۲ ۷۹۵ ۶۰۹۰

۰۹۱۹ ۱۳۷ ۱۲۴۱

ایوبی

ایرانی در خصوص رویکرد ایجاد فضای بین‌المللی و افزایش صادرات به وسیله برگزاری نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی آی‌فود توضیح داد و گفت: یکی از رویکردهای ما ایجاد فضای بین‌المللی در نمایشگاه است، برنامه‌ای برای بازدیدکننده‌های خارجی و حضور در جلسه‌های تجاری همزمان با نمایشگاه‌ها در نظر داریم، همچنین برای مقامات و دعوت شدگان که در نمایشگاه حضور یافته‌اند، جلسات مشترک برای طرح مشکلات صادرات برگزار خواهد شد، در ادامه همزمان با نمایشگاه تورهای تجاری برای بازدید از شهرک‌های صنعتی و شرکت‌های مطرح استان انجام خواهد شد تا بتوانیم ضمن آشناسازی با فضای فرهنگی و نمایشگاهی از حضور شرکت‌ها و مهمانان خارجی استفاده بیشتری کنیم و آن‌ها را نیز با امکانات کشور خود آشنا سازیم.

● بازدیدهایی برای مهمانان خارجی

وی خاطر نشان کرد: مجموعه چاپ استان قدس یکی از واحدهای پیشرو در چاپ استان است و سرمایه‌گذاری عظیمی در این مورد در این واحد انجام شده است و با همکاری مدیرعامل این مجموعه قرار است طی یک بازدید دو روزه مهمانان خارجی نمایشگاه از امکانات این مجموعه اطلاع یابند همچنین بازدید از پارک علم و فن آوری مواد غذایی و بیولوژی شرق کشور که در استان ما واقع است خواهیم داشت، سایر شرکت‌های علاقه‌مند به برگزاری این دوره‌ها در شرکت خود نیز می‌توانند اعلام تمایل کنند.

مجری برگزاری نمایشگاه در پاسخ به این سوال که شرکت بر ساز رویداد علاوه بر نمایشگاه بین‌المللی آی‌فود چه نمایشگاه‌هایی در سطح استان، ایران و سایر کشورها برگزار می‌کند، عنوان کرد: با توجه به اینکه صنعت چاپ و بسته‌بندی و صنایع غذایی لازم و ملزوم یکدیگرند شرکت ما نسبت به برگزاری نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نیز اقدام می‌کند و توانسته بین این دو حوزه همکاری خوبی به وجود آورد همچنین در برگزاری نمایشگاه مواد غذایی در تهران و نمایشگاه صنایع غذایی در تاجیکستان نیز همکاری داشته‌ایم.

● رقابت‌پذیری برای توسعه

وی در اشاره به بحث رقابت‌پذیری شرکت‌ها در شرایط امروز افزود: ابتدا ما باید ببینیم به عنوان یک فعال چه اقدامی در این زمینه می‌توانیم انجام دهیم. ابتدا باید رقابت‌پذیری کالاهای خود را با افزایش فروش داخلی و همچنین افزایش کیفیت بهبود بخشیم تا بتوانیم در بازار رقابت کنونی باقی بمانیم کاری که نمایشگاه برای شرکت‌های حاضر در نمایشگاه بین‌المللی آی‌فود انجام می‌دهد تسهیل فضای تبادلات تجاری در داخل و حوزه‌های صادراتی است تا شرکت‌کنندگان بتوانند خدمات و کالا را به متقاضیان عرضه کنند، از طرف دیگر با توجه به اینکه مدت زیادی در جذب فناوری و تکنولوژی هیچ اقدام مثبتی انجام نداده‌ایم، بنابراین در حال حاضر حضور شرکت‌های خارجی با دسترسی به تکنولوژی با صرف هزینه کمتر می‌تواند به این موضوع کمک کند.

وی افزود: به ما اعلام شد به منظور ممیزی کیفیت در بازارهای صادراتی و دسترسی به تکنولوژی جهت افزایش تولیدات نیازمند نمایشگاه‌هایی هستیم که بتوانند شرکت‌های خارجی ارائه‌دهنده را با تولیدکنندگان داخلی مرتبط کنند. به همین منظور با همکاری کشور آلمانی یک روز کامل به شرکت‌های خراسان رضوی به منظور استانداردهای لازم برای ورود



به بازارهای صادرات مشاوره داده می‌شود، همچنین با توجه به جایگاه بالای صنعت غذا در استان یک روز از این دوره به اتخاذ تصمیم برای سرمایه‌گذاری و استفاده از تجربه سرمایه‌گذارهای حرفه‌ای اختصاص خواهد یافت؛ به طور کلی نمایشگاه بین‌المللی آی‌فود با افزایش فروش، کیفیت، صادرات غیر نفتی و دسترسی به تکنولوژی و فناوری روز در راستای بحث تحقق اقتصاد مقاومتی گام بر می‌دارد.

مهندس ایرانی یادآور شد: شرکت‌کننده‌های خارجی از کشورهای هند، پاکستان، لهستان، آلمان، فرانسه، ایتالیا، قزاقستان، اوکراین، بلژیک، جمهوری چک و چین هستند و علاوه بر بازدیدکنندگان داخلی بازدیدکنندگانی از کشورهای ترکیه، تاجیکستان، روسیه، عراق و سایر کشورهای آسیای میانه در این نمایشگاه حضور خواهند داشت.

وی در خصوص فضای اختصاص یافته به این نمایشگاه گفت: مساحت اختصاص یافته به نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی و ماشین‌آلات مشهد بیش از هفت هزار متر مربع را شامل می‌شود.

ایرانی با اشاره به اینکه این نمایشگاه در حال حاضر به سکویی برای صادرات مواد غذایی به افغانستان تبدیل شده است؛ گفت: در سال جاری در این راستا همکاری‌های گسترده ایران با تجار افغانی ادامه یافت و همچنان برای توسعه و پیشبرد تعاملات با افغانستان می‌توان بیش از این

روی نمایشگاه صنایع غذایی آی‌فود حساب کرد.

● برگزاری دوره‌های تخصصی

وی در خصوص فعالیت‌های انجام شده در حاشیه برگزاری نمایشگاه امسال، گفت: تلاش کردیم با توجه به نیاز روز صنعت غذا نسبت به برگزاری دوره‌های تخصصی برای فعالان نمایشگاه گام برداریم در همین راستا دوره‌های تخصصی فرآوری مواد غذایی ارگانیک با همکاری انجمن ارگانیک و دوره‌های آموزشی نقش بسته‌بندی در ماندگاری مواد غذایی برگزار می‌شود، همچنین همایش نقش مسئولان فنی در افزایش کیفیت مواد غذایی توسط سازمان غذا و داروی علوم پزشکی و انجمن مسئولان فنی و کنترل کیفی برگزار می‌شود، طی یک دوره دو روزه با کیفیت مواد غذایی و تجارت بین‌الملل در روز اول و فرآوری سبزیجات، میوه‌جات و کنسروجات در روز دوم برگزار خواهد شد که این دوره با حمایت جامعه کشاورزی و غذایی آلمان توسط استادان آلمانی برگزار خواهد شد. همچنین رایزنی‌های انجام شده سوبسیدی از کشاورزی آلمان به منظور برگزاری این دوره‌ها دریافت شده و بر همین اساس هزینه شرکت در این دوره‌ها رایگان خواهد بود. فقط به دلیل محدودیت پذیرش علاقه‌مندان باید برای حضور در این دوره‌ها با ستاد و یا انجمن مسئولان فنی و کنترل کیفی استان تماس بگیرند.

ایرانی در خصوص نقش نمایشگاه صنایع غذایی آی‌فود در راستای تولید محصولات ارگانیک انجام یادآور شد: نسبت به برگزاری دوره‌های آشنایی با محصولات ارگانیک اقدام کرده‌ایم و فضای ویژه‌ای در اختیار عرضه‌کنندگان این محصول قرار داده‌ایم تا به معرفی این محصولات بپردازند و با همین اقدامات در راستای آشنایی مردم با این محصولات و تغییر الگوی مصرف نیز گام بر می‌داریم و در انتها لازم است از تمامی یاری‌رسانندگان در این راستا کمال تشکر را داشته باشیم.

● نمایشگاه و رقابت‌های مثبت

حسین سالارپیشه، مدیرعامل گروه مهندسی راستان به بهانه حضور در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی و ماشین‌آلات مشهد در ارتباط با مجموعه خود و ارزیابی میزان موفقیت در بازارهای داخلی



و صادراتی گفت: گروه مهندسی راستان با بیش از ۱۰ سال سابقه فعالیت در زمینه اتوماسیون صنعتی و کسب تجربه و تخصص کافی در این زمینه سعی در تامین نیازهای صنعت کشور داشته و همواره توانسته است با تلاش بر کسب رضایت مشتری و ارائه خدمات بی‌مثال در روند رو به رشد صنایع داخلی سهم بسزایی داشته باشد.





M T213



MT 214



M T231



M T230

پاوربانک
Power bank
باریک سالی کارا، تھوینک

KAVIA Advertising Gifts

۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱ | ۰۲۱ ۵۵ ۵۷ ۶۴ ۴۹

WWW.KAVIA5.COM | KAVIAPEN@YAHOO.COM



است. در حال حاضر ما به بازارهای افغانستان دسترسی داریم و محصولات نوشین به این کشور صادر می‌شود و البته از بازارهای پاکستان و تاجیکستان هم غافل نیستیم و برنامه‌هایی برای ورود به این بازارها و صادرات محصولاتمان به این کشورها داریم. حضور در آی‌فود هم قطعاً در این مسیر به ما کمک خواهد کرد.

بگلری اشارهای به تاثیر نمایشگاه آی‌فود بر رشد بازار منطقه داشت و گفت: استان خراسان و به ویژه شهر مشهد به علت حضور میلیونی زوار حضرت رضاع همیشگی به عنوان یکی از بازارهای مهم، مطرح بوده است. بنده معتقدم که حضور در نمایشگاه صنایع غذایی و ماشین‌آلات مشهد با توجه به توضیحات داده شده اثرات مثبت و مفیدی در افزایش سهم ما از این بازار خواهد داشت. وی افزود: ما برای دومین سال پیاپی است که در این نمایشگاه حاضر می‌شویم، سال گذشته باتوجه به بازخورد مثبت تصمیم به شرکت مجدد گرفته‌ایم و این بار غرفه‌ای با مساحت بیشتری را آماده خواهیم کرد.

● ابزار ورود به بازارهای خارجی است

علی اصغر فیاض، مدیرعامل شرکت عالیس در ارتباط با علت حضور در نمایشگاه آی‌فود گفت: توجه به صادرات جهت خروج از رکود بازار اولویت اصلی عالیس است و حضور در نمایشگاه تخصصی آی‌فود یکی از ابزارهای ما برای توسعه صادرات و ورود موثرتر به بازارهای خارجی است. فیاض در خصوص جایگاه عالیس در بازار و برنامه‌های آینده شرکت خاطرنشان کرد: در بازار داخلی در خصوص بعضی از محصولات در جایگاه برتر و رهبر بازار هستیم و در مورد بعضی از محصولات در رتبه دوم و سوم بازار قرار گرفته‌ایم. برنامه ما ارتقای سهم بازار داخلی و توجه جدی به صادرات است. وی ادامه داد: مشهد قطب صنایع غذایی کشور است و به بازار چند ده میلیونی زائر دسترسی دارد بدون شک برگزاری نمایشگاه صنایع غذایی در این شهر در توسعه بازار داخلی و همین‌طور ارتقا سهم شرکت‌های فعال در حوزه صنایع غذایی در صادرات موثر است و دقیقاً به همین علت است که عالیس در نمایشگاه آی‌فود حضوری موثر و پررنگ خواهد داشت.



ما و اینکه صنعت ماشین‌سازی مشتریان خاص خودش را دارد، حضور متخصصان، مدیران و صنعت‌کاران به مراتب بهتر و مفیدتر خواهد بود.

● نیم‌قرن سابقه و دومین سال حضور پیاپی

بگلری، رییس هیات مدیره شرکت نوشین‌فرد با توجه به حضور در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی «آی‌فود» از میزان موفقیت شرکت نوشین‌فرد در بازارهای داخلی و صادراتی گفت: باتوجه به استراتژی شرکت نوشین‌فرد که شامل تلاش مستمر جهت جلب رضایت مشتریان، تلاش در جهت افزایش حجم فروش محصولات، افزایش میزان کیفیت محصولات و تولید در راستای «حفظ محیط زیست برای همه نسل‌ها» است حضورمان را قابل قبول و در آینده بسیار پررنگ‌تر ارزیابی می‌کنم.

وی در خصوص هدف از حضور در نمایشگاه آی‌فود بیان کرد: به طور مسلم حضور در این چنین نمایشگاه‌هایی به هرچه بیشتر شناساندن شرکت نوشین و در عرضه محصولات باکیفیت و در نتیجه افزایش رضایت‌مندی مشتریان و افزایش فروش موثر است. در هر حال مشتری باید به نحوی با محصول شما آشنا شود این آشنایی برای ما که تولیدکننده بزرگ محسوب می‌شویم در چنین نمایشگاه‌هایی که فرصت برقراری ارتباط با خریداران بزرگ و همچنین بازارهای صادراتی را فراهم می‌کند؛ ضروری است.

وی در پاسخ به پرسش خبرنگار ما که چه برنامه و اهدافی برای توسعه بخش صادراتی خود به خصوص کشورهای افغانستان، پاکستان و تاجیکستان دارید، تاکید کرد: اهداف صادراتی شرکت نوشین از جمله اهداف استراتژیک شرکت محسوب شده و دارای اهمیت فراوان



وی افزود: با توجه به پیشرفت تکنولوژی در دنیای امروز کشور جوان ایران نیز از این قاعده جدا نیست بنابراین حرفه برق، کنترل و ابزار دقیق که محوریت اصلی فعالیت این شرکت است. فضای رو به رشد و قابل پیشرفتی را سپری می‌کند که امید است در سال‌های پیش رو این کشور جزو یکی از پایه‌های اصلی این تکنولوژی در دنیا باشد.

سالارپیشه در مورد حضور در نمایشگاه آی‌فود و موثر واقع شدن پیشبرد اهداف شرکت عنوان کرد: ماهیت کلی نمایشگاه مفید است و می‌تواند در معرفی همکاران به یکدیگر در رقابتی مثبت و در آگاهی بخشیدن به سطح علمی و تخصصی افراد کمک شایان ذکری داشته باشد. بنابراین فضاهای جمعی جهت معرفی تکنولوژی‌های نو و به کارگیری آن در صنعت بسیار پرفایده است.

وی در مورد برنامه‌ها و اهداف شرکت برای توسعه بخش صادرات به خصوص در کشورهای افغانستان، پاکستان و تاجیکستان در نمایشگاه آی‌فود که یک نمایشگاه بین‌المللی با نگاهی ویژه به بخش صادرات برنامه‌ریزی شده است، اظهار کرد: قطعاً با معاملاتی که در این نمایشگاه انجام شده این شرکت نیز به دنبال مشتریان جدیدی در کشورهای همسایه است.

مدیرعامل گروه مهندسی راستان اشاره کرد: با توجه به دانش جدید اتوماسیون و استقبال مکانیزاسیون در صنعت جهت بالا بردن سطح کیفی محصولات خود، این شرکت با معرفی خود می‌تواند این راه را برای صنعت‌گرانی که به دنبال بالا بردن سطح کیفی محصولاتشان هستند؛ هموار کند. در این نمایشگاه با رویکردی کاملاً کاربردی و عملگرا قصد نمایش قسمت‌هایی از تکنولوژی کاربردی را داریم.

● ضرورت حضور متخصصان، مدیران و صنعت‌کاران

علیرضا عاشوری، مدیرعامل گروه صنعتی عاشوری ضمن معرفی مجموعه خود، در مورد حضور در نمایشگاه‌ها گفت: گروه صنعتی عاشوری امروز پس از بیست و دو سال تلاش و کسب تجربیات و به کارگیری دانش روز توانسته به یکی از قدرتمندترین ماشین‌سازهای صنایع غذایی کشور تبدیل شود. اکنون گروه صنعتی عاشوری یکی از موفق‌ترین تولیدکننده‌های خطوط کامل صنایع غذایی به خصوص خطوط تولید رب گوجه‌فرنگی در شرق کشور است. این گروه با همت و پشتکار توانست به اولین و بهترین تولیدکننده صافی‌های توربو نیز تبدیل شود.

عاشوری اضافه کرد: بدون شک حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی تعامل این شرکت را با مشتریان داخلی و خارجی بیشتر می‌کند و علاوه بر اینکه پویایی شرکت را نشان می‌دهد در حیطه خود نوعی قدرت‌نمایی محسوب می‌شود.

وی در ارتباط با رونمایی از دستاوردهای جدید مجموعه خود در نمایشگاه آی‌فود عنوان کرد: رونمایی از جدیدترین خط تولید رب گوجه‌فرنگی، با نام «پولومیکس‌فلو» که تا به حال در ایران ساخته نشده است. به همراه برنامه‌های دیگری که به امید خدا در نمایشگاه شاهد آن خواهید بود. در سال‌های گذشته متناسفانه میزان مخاطب‌های متخصص بسیار کم‌تر از مخاطب‌های عام بود و امیدواریم امسال شاهد حضور چشمگیر متخصص‌های این صنعت باشیم چرا که خود علتی برای بهبود و رشد صنعت غذایی کشور است. با توجه به حیطه کاری





گفت و گو با حامد ایرانی،
مدیریت برگزاری پنجمین
نمایشگاه بین‌المللی
چاپ و بسته‌بندی مشهد

صادرات محصولات چاپی ایران به افغانستان دو برابر شده است

■ هانیه صراف زادگان

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی مشهد ۲۵ تا ۲۸ آبان ماه سال جاری در محل نمایشگاه بین‌المللی مشهد برگزار خواهد شد. برگزاری این رویداد مهم باعث شد تا گفت و گویی با مدیر برگزاری این نمایشگاه باشیم و ضرورت اجرای این نمایشگاه را جویا شویم. آنچه در پی می‌آید صحبت‌های حامد ایرانی، مدیر برگزاری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی مشهد است.

■ حداقل افزایش قیمت

حامد ایرانی، مدیرعامل شرکت برساز رویداد، برگزارکننده پنجمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی مشهد در خصوص نمایشگاه امسال اظهار داشت: نمایشگاه امسال نسبت به سال گذشته تفاوت چندانی ندارد. نمایشگاه حدود شش هزار مترمربع متراژ دارد و در چهار سالن بهار، انوری، مولوی و ابوسعید، همانند سال‌های گذشته برگزار خواهد شد. در خصوص افزایش قیمت غرفه‌ها نیز باید بگویم، سعی کرده‌ایم حداقل افزایش قیمت ممکن را داشته باشیم. ایرانی در ارتباط با اهداف برگزاری نمایشگاه چاپ و

مدیر برگزاری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی مشهد در خصوص تاثیر برگزاری این نمایشگاه در استان، یادآور شد: در حال حاضر در حدود ۱۳ تا ۲۵ درصد محصولات غذایی کشور در استان خراسان تولید می‌شود. بنابر این، استان خراسان به حجم گسترده‌ای از محصولات چاپی و انواع بسته‌بندی‌ها نیاز دارد که این نمایشگاه می‌تواند بخش وسیعی از این نیاز را رفع کند.

■ برنامه‌های جانبی

به گفته ایرانی اداره کل ارشاد اسلامی، سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتحادیه صنعت چاپ و بسته‌بندی استان خراسان رضوی در برگزاری این نمایشگاه همکاری‌های لازم را با مجموعه برساز رویداد دارند و حامیان اصلی این نمایشگاه هستند.

ایرانی در ارتباط با برنامه‌های جانبی نمایشگاه عنوان کرد: یکی از سیاست‌های ما در برگزاری نمایشگاه استفاده از رویدادهای جانبی، برای بهره‌وری بیشتر غرفه‌داران از زمان نمایشگاه است و برای این مورد افزایش مخاطبان خاص و بازدیدکنندگان داخلی و خارجی را در نظر داریم. در کنار آن مبحث دوره‌های آموزشی که توسط مجامع مختلف برنامه‌ریزی شده است و همزمان در نمایشگاه به صورت رایگان برگزار می‌شود.

مدیر برگزاری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی مشهد در ارتباط با ارزیابی سطح نمایشگاه امسال تاکید کرد: سال گذشته، سطح نمایشگاه نسبت به سال‌های قبل، ۱۵ درصد رشد داشت، امیدواریم که امسال نیز حداقل ۱۵ درصد رشد ثابت، را داشته باشیم. وی افزود: غرفه‌دارانی که سه سال گذشته در نمایشگاه همراه ما بودند این خود نشان مثبتی از جواب دهی سیاست‌های نمایشگاه است. هرچند که این نمایشگاه نیازمند تلاش بیشتر است ولی تاکنون فرآیند رو به جلویی را پیش گرفته و از عملکرد خودمان رضایت داریم. ایرانی به نحوه تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه اشاره کرد و گفت: در بخش اطلاع‌رسانی نمایشگاه، با حدود ۱۲ نشریه تخصصی صنعت چاپ، بسته‌بندی و صنایع غذایی همکاری کرده‌ایم، همچنین مطبوعات پرتیراژ را در برنامه اطلاع‌رسانی نمایشگاه قرار داده‌ایم. به جز موارد ذکر شده به صورت مستقیم اطلاع‌رسانی به واحدهای مرتبط از طریق اتحادیه‌ها را نیز در برنامه داریم. ایرانی در بخش پایانی صحبت‌هایش اظهار داشت: سیاست‌گذاری نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی مشهد امسال بیشتر به سمت و سوی دو حوزه بسته‌بندی و لیبل است و قصد پررنگ کردن این بخش را در برنامه کاری نمایشگاه قرار داده‌ایم. همچنین در حوزه چاپ، نیز با توجه به نیاز بازار، تاکید بیشتری بر صنعت چاپ دیجیتال خواهیم داشت.



بسته‌بندی مشهد گفت: با توجه به این مورد که این استان از استان‌های مرزی کشور است و با کشورهای افغانستان و پاکستان مرز مشترک دارد، برگزاری چنین نمایشگاهی می‌تواند بستر خوبی برای معرفی پتانسیل‌های خانواده بزرگ چاپ و نشر ایران و در نتیجه توسعه بازار آن از طریق کشورهای شرقی هم مرز همسایه باشد. ما عمدتاً در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی مشهد به دنبال تاثیرگذاری بیشتر بر روی بازار کشور افغانستان هستیم. وی از کشور افغانستان به عنوان مهم‌ترین بازار بالقوه صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران نام برد و تاکید کرد: هر ساله از ماه‌ها قبل از برپایی این نمایشگاه، تبلیغات گسترده‌ای را در کشور افغانستان انجام می‌دهیم تا باعث شود، کارشناسان و متخصصان افغانی بسیاری برای بازدید و رفع نیازهای چاپی خود به این نمایشگاه مراجعه کنند. ایرانی به عنوان دلیلی برای تاثیر برگزاری این نمایشگاه در توسعه بازارهای صنعت چاپ در کشورهای همسایه افزود: به عنوان مثال در سال ۹۳ به گفته اداره ارشاد استان، از دی ماه که نمایشگاه صنعت چاپ خراسان برگزار شد، تا پایان سال درخواست مجوز صادرات محصولات و تولیدات چاپی ایران به افغانستان دو برابر شده بود که این آمار موید تاثیر این نمایشگاه در بخش صادرات است.



گزارشی از بی‌توجهی مسئولان دولت تدبیر و امید به مطالبات دست‌اندرکاران صنعت چاپ

آقای رییس جمهور؛ صنعت چاپ در حال مرگ است، تدبیر کنید

وزارت ارشاد نمی‌تواند متولی صنعت چاپ ایران باشد

■ هانیه صراف زادگان

هفته دولت همواره در تاریخ بعد از انقلاب به این موضوع اختصاص یافته است که دولت به تشریح عملکرد خود می‌پردازد و یا اقدام به افتتاح بعضی از پروژه‌های ملی یا استانی می‌کند و جایی است که همواره از دولت تقدیر و تشکر می‌شود و کمتر نقاط ضعف دولت‌ها بازگو می‌شود و این در حالی است که بسیاری از مدیران صنایع و تولیدکنندگان از عملکرد دولت انتقاد دارند و در این هفته جایی برای بازگویی نقطه نظرات آنان متأسفانه وجود ندارد. گزارشی که در پی می‌آید، به بیان نقطه نظرات دست‌اندرکاران صنعت چاپ و انتقاد آنان به بی‌توجهی دولتمردان به این حوزه پراهمیت می‌پردازد که سال‌هاست فراموش شده است.



■ چاپ، وصله ناجور ارشاد

امیرحسین رازی، مدیرعامل چاپ و بسته‌بندی فرارنگ آریا در خصوص کمرنگ بودن نقش صنعت چاپ در هفته دولت عنوان کرد: جایگاه چاپ در کشور به روشنی مشخص نیست و متولی ثابتی ندارد. از آنجایی که این صنعت اداره‌کننده درستی ندارد بنابراین در هیچ‌جا قدرتی ندارد و نخواهد داشت.

رازی افزود: اتحادیه چاپخانه‌داران تهران در خصوص رسیدگی به مشکلات این صنف در کل عملکردی ضعیف دارد. وزارت ارشاد اسلامی نیز اصلاً به فکر صنعت چاپ نیست و چاپ را به عنوان وصله ناجور به خود می‌داند. مراسم‌هایی نظیر جشنواره چاپ تنها موقعیتی است که مدیران در رابطه با چاپ در جشنواره‌ها شرکت کنند و لاف سیاسی بزنند و خودی نشان دهند. اداره چاپ و نشر وزارت ارشاد یک اداره تشریفاتی است و تنها یک ویرترین برای صنعت چاپ است.

وی اشاره کرد: متأسفانه ردیف بودجه‌ای که از سوی ارشاد به صنعت چاپ تعلق می‌گیرد بسیار کم است. اگر هم بودجه‌ای تخصیص دهند شرایط سختی را در نظر می‌گیرند تا فرد متقاضی از خواسته خود پشیمان شود. بودجه ارشاد بیشتر در بخش‌های سینما، کتاب و... صرف می‌شود.

این در صورتی است که در کشورهای توسعه‌یافته مانند آلمان، صنعت چاپ صنعت دوم یا سوم است. به عنوان مثال در کشور آلمان بعد از خودروسازی دومین صنعت محسوب می‌شود و شرکت‌هایی مانند هایدلبرگ و KBA و رولند را می‌توان شاهد این مساله گرفت.

مدیرعامل چاپ و بسته‌بندی فرارنگ آریا با اظهار تأسف در خصوص دید مسئولان نسبت به صنعت چاپ گفت: در ایران متأسفانه چاپ را به عنوان واحد زیرپله‌ای نگاه می‌کنند و هیچ درک درستی از صنعت چاپ وجود ندارد و چاپ را زیر نظر ارشاد قرار داده‌اند. این در صورتی است که چاپ در همه دنیا زیر نظر وزارت صنایع است اما در ایران هیچ جایگاهی ندارد. ما به عنوان یک واحد تولیدی بزرگ نه می‌دانیم جایگاهمان کجاست و نه می‌دانیم متولی‌مان چه ارگانی است؟

وی در خصوص دغدغه نداشتن مسئولان حوزه دولت در خصوص صنعت چاپ گفت: در کل می‌توان گفت دولت مصرف‌گرا شده است و بیشتر به فکر واردات است و کمتر به صنایعی مانند چاپ توجه دارد. بیشتر اجناس از چین و کشورهای حوزه خلیج فارس، آذربایجان، گرجستان، روسیه و... وارد می‌شود. کارهای چاپی از جمله چاپ رول و بسته‌بندی نیز با وجود چاپخانه‌های مجهز در ایران وارداتی‌اند. به عنوان مثال جعبه چای از کشورهای چین، سریلانکا و ترکیه وارد می‌شود. از مسئولان باید پرسید مگر ما قابلیت چاپ این جعبه‌ها را نداریم؟

به گفته رازی اتحادیه‌های چاپ در حال حاضر در عمل هیچ قدرتی ندارند. این در حالی است که در کشور آلمان اتحادیه‌های کارگری و صنفی برای دولت خط مشی تعیین می‌کنند و بسیار قدرتمند هستند. وی در خصوص عدم اعطای تسهیلات دولتی





پارسا گرافیک

تولید کننده انواع جعبه و ساک تبلیغاتی



مجهز به دستگاه های

سلفون کشی اتومات حرارتی با تیراژ روزانه ۵۰/۰۰۰ عدد

پاکت سازی اتومات با چسب گرم

سلفون کشی چسبی

لمینیت و دایکات

لتپرِس

آدرس دفتر مرکزی و کارخانه

کیلومتر ۱۵ جاده خاوران ، فرون آباد اول ، خیابان مقداد ، مقداد ۴ ، پلاک ۲۰

تلفن : ۱۳ - ۳۶۰۹۸۵۱۱ فکس : ۳۶۰۹۸۵۱۴ همراه : ۰۹۱۲ ۱۱۵۴۰۱۸



ساخت ماشین‌ها همخوانی ندارد. چه کسی باید جوابگوی ما باشد؟ وزیر ارشاد، معاون فرهنگی، مدیرکل چاپ وزارت ارشاد یا مسئولان مملکتی و مجلس؟ چرا وزارت ارشاد به ماشین‌های قدیمی مجوز می‌دهد؟ در حال حاضر ایران گورستان ماشین‌های قدیمی شده است. هم اکنون در افغانستان نیز چنین ماشین‌هایی که در ایران خریداری می‌شود، وجود ندارد.

وی با اظهار تاسف از واردات بی‌رویه به کشور اشاره‌ای به آمار واردات کالاهای چاپ و بسته‌بندی کرد و گفت: آیا مدیرکلی که مجوز واردات جعبه‌های چای، دستمال کاغذی، قرآن، سرسید و... را صادر می‌کند نمی‌داند که چاپخانه‌های ما توان تولید این کالا را دارد؟ بودجه‌ای که از کشور برای واردات کالاهای چاپی صرف می‌شود چندین برابر بودجه کل ارشاد است. این واردات باعث بیکاری چاپخانه‌داران می‌شود و ارز و سرمایه کشور به راحتی از کشور خارج می‌شود. اگر بودجه و ارزی که از کشور خارج می‌شود را به صنعت چاپ اختصاص دهند صنعت چاپ متحول می‌شود. با وجود این همه شهید که برای دفاع از کشور دادیم چگونه می‌توانند جواب خون شهدا را بدهند؟ این در صورتی است که ترکیه به جز مواد خام در هیچ صنعتی نمی‌گذارد کالای تمام شده وارد کشور شود.

رییس اتحادیه لیتوگراف خاطر نشان کرد: در حال حاضر صنعت چاپ باید زیر نظر وزارت صنایع باشد اگر زیر نظر وزارت صنعت و معدن و تجارت برویم حداقل، بودجه‌ای به ما اختصاص داده می‌شود. این‌ها همه دردهای صنعت چاپ است. دولت یا هیچ دغدغه‌ای برای صنعت چاپ ندارد یا علم آن را ندارد یا علم دارد و نمی‌خواهند کاری برای این صنعت انجام دهد. در هر صورت چاپ خواسته یا ناخواسته ضربه می‌خورد.

ابوالحسنی در ادامه اشاره کرد: در تقویم روزی به اسم صنعت چاپ نامگذاری شده است در این روز فقط چند نفری از اهالی صنعت چاپ دور هم جمع می‌شوند و تنها تقدیری از چند نفر انجام می‌شود و مساله تمام می‌شود. تنها خدمت دولت این است که سالی یکبار از چند پیشکسوت تقدیر کند. در همین جشنواره، جلسات داوری بسیاری برای آثار چاپی برتر گذاشته می‌شود. این کار بسیار پسنیده است ولی سوال این است آیا از افراد برگزیده که توان تولید دارند، استفاده می‌شود؟

وزیر ارشاد اشاره‌ای داشتند که افرادی که بودجه فرهنگی می‌گیرند نسبت به آن بودجه جوابگو نیستند ولی در اینجا جای دارد از وزیر پرسید آیا خودشان نسبت به صنعت چاپ جوابگو هستند؟

وی تاکید کرد: صنعت چاپ در کشور آمریکا صنعت سوم و در کشورهای اروپایی صنعت پنجم است. باید پرسید آیا در ایران در بین ۲۰۰ صنعت، صنعت چاپ دیده می‌شود؟ پس این مهم نشان می‌دهد مسئولان ما در این حوزه هیچ شناختی از صنعت چاپ ندارند و نمی‌دانند این صنعت چه میزان باعث ارزآوری در کشور می‌شود.

ابوالحسنی افزود: وزیر ارشاد اشاره‌ای داشتند که افرادی که بودجه فرهنگی می‌گیرند نسبت به آن بودجه جوابگو نیستند ولی در اینجا جای دارد از وزیر پرسید آیا خودشان نسبت به صنعت چاپ جوابگو هستند؟ آیا به مسئولیتی که در قبال صنعت چاپ دارد پاسخگو است؟ در مدت تصدی این وزارت چند قدم مثبت برای صنعت چاپ برداشته است؟ به جز اینکه با انتخاب و عدم مدیریت مسئولان مرتبط با صنعت چاپ کمک به ضعیف‌تر شدن این صنعت کرده است و تنها افتخاراتشان ساختن فیلمی از پیشکسوتان صنعت چاپ است. دغدغه صنعت چاپ بیکاری است نه ساختن فیلم. اهالی صنعت چاپ، این صنعت را مانند بچه خود می‌دانند ولی متأسفانه این صنعت در حال نابودی است و هیچ کاری چه کار پژوهشی، علمی و کارشناسی در صنعت چاپ و در دولت تدبیر و امید انجام نشده و نمی‌شود.

به گفته ابوالحسنی فاجعه بالاتر از اینکه صنعت چاپ را جدا از اینکه نابود کردند در حیطه اختلافات و دادگاه‌هایی که برای شناسنامه ماشین‌های دست دوم صادر کرده‌اند، برده‌اند. بالغ بر ۹۰ درصد شناسنامه‌هایی که توسط ارشاد صادر شده با مشکل روبرو است. زیرا شناسنامه‌ها با سال

به بخش چاپ کشور گفت: دولت هیچگونه حمایتی از تولیدکننده‌های حوزه چاپ نمی‌کند. به طور مثال برای دریافت تسهیلات بانکی از سوی وزارت ارشاد نامه‌ای با امضای معاون وزیر برده‌ام ولی متأسفانه بانک توجهی نکرد و بانک‌ها مستقیم به ما اعلام کرده‌اند که به واحدهای تولیدی تسهیلات نمی‌دهند.

رازقی مهم‌ترین بحث در حوزه چاپ را آموزش و پرورش دانست و در خصوص اینکه اگر پیامی برای رییس‌جمهور در هفته دولت دارید بیان کنید گفت: رییس‌جمهور نمی‌تواند هیچ کمکی به صنعت چاپ کند چون در این خصوص هیچ نگرشی ندارد. وزیر ارشاد باید به رییس‌جمهور در خصوص صنعت چاپ اطلاع‌رسانی کند ولی متأسفانه خود شخص وزیر درگیر مسایل حاشیه‌ای است و معمولاً به مشکلات صنعت چاپ توجهی نمی‌کنند. آیا وزیر ارشاد تاکنون از یک چاپخانه بخشی خصوصی دیدن کرده است؟ متأسفانه ایشان تنها از چاپخانه‌های دولتی مانند بانک ملی، آستان قدس رضوی و... بازدید می‌کنند.

وی گفت: به رییس‌جمهور باید گفت آقای رییس‌جمهور اگر در کشور ابتدا به مبحث آموزش و پرورش و اصلاح زیرساخت‌ها بپردازید، همه مشکلات به صورت خودکار درست خواهد شد. این مدیر چاپ در خصوص بیان وضعیت موجود صنعت و تولید عنوان کرد: چاپ بخشی از صنعت است. در حال حاضر تمام صنایع کشور بیمار هستند و تا زیرساخت‌ها به صورت اصولی درست نشوند، هیچ چیزی تغییر نخواهد کرد. کسی به فکر زیرساخت‌های صنعت از جمله صنعت چاپ نیست. اگر نگرش‌هایمان اصلاح شود و از تولید حمایت صورت گیرد، بستری برای عرضه و تقاضا فراهم می‌شود و بعد از همه این موارد بازار کار درست خواهد شد و زمانی که بازار درست شود، اقتصاد رونق می‌یابد. ولی متأسفانه هم اکنون اقتصاد خراب است. در زمان بحران با مدیریت بحران می‌توان مدیریت کرد. ولی در زمان رکود نمی‌توان کار کرد. اگر به فکر نباشند عواقب بدتری صنعت چاپ را در پی خواهد داشت.



■ چه کسی باید جوابگوی ما باشد؟

احمد ابوالحسنی، رییس اتحادیه لیتوگرافان تهران در خصوص کم‌توجهی به صنعت چاپ از سوی دولت اظهار داشت: مشکل و معضلی که برای صنعت چاپ در ایران وجود دارد این است که همه مسئولان به خصوص مسئولانی که مستقیم با صنعت چاپ در ارتباط هستند، نه چاپ را می‌شناسند، نه اطلاعی از جایگاه چاپ، نه دغدغه چاپ و نه احساس مسئولیت نسبت به آن دارند و متأسفانه چاپ را فقط در حد کتاب می‌دانند. در صورتی که کتاب در زمانی که حوزه نشر بسیار فعال و پویا بود تنها ۲۵ درصد بازار صنعت چاپ به کتاب اختصاص داشت. در حال حاضر این آمار به ۱۰ درصد هم نمی‌رسد.



مشاور و مجری ایده های خلاق تبلیغاتی
استودیو طراحی گرافیک (لوگو، بوستر، بروشور، کارت ویزیت و...)
چاپ دیجیتال
خدمات نمایشگاه
استندهای تبلیغاتی

www.seebabi.ir
Instagram: seebabi
Email : seebabi@yahoo.com



سیدخندان/سهروردی شمالی
خیابان اشراقی/شماره ۱۹
۸۸۳۲۵۳۳۲ - ۸۸۳۲۹۹۳۶



پرسش را دارم که قانونی در کشور در مورد صنعت چاپ وجود دارد یا خیر؟ اگر نیست، لایحه بدهید تا قانون وضع شود. اگر قانونی وجود دارد، چرا اجرایی نمی‌شود؟

وی به مشخص نبودن متولی واقعی صنعت چاپ اشاره کرد و گفت: یکی از مسایل که همه ما هم آن را می‌دانیم این است که اداره‌کننده صنعت چاپ دقیق و مشخص نیست. علاوه بر آن باید گفت در گذشته، چاپخانه‌های دولتی در زمانی تاسیس شدند که تعداد چاپخانه‌ها کم بود و چاپخانه‌های خصوصی جوابگوی سفارشات وزارتخانه‌ها نبودند بخشی نیز به مسایل امنیتی مرتبط می‌شد که موظف به انجام کارهای خود بودند ولی در شرایط امروزی کشور ما، چاپخانه‌های بسیار زیادی با دستگاه‌های مدرن بسیار به وجود آمده‌اند و این در حالی است که حجم کارهای دولتی نیز در بازار کم شده است ولی هر روز شاهد این هستیم که تعداد چاپخانه‌های دولتی با دستگاه‌های مدرن تاسیس می‌شوند بدون اینکه شرایط بازار در نظر گرفته شود.

غفاری افزود: متأسفانه جای عجیب و غریب کار اینجاست که هر ارگان دولتی از جمله ارتش، سپاه، نیروی انتظامی، بانک ملت، بانک تجارت، بانک صادرات، اوقاف، ارشاد، سازمان تبلیغات و... برای امور چاپی خود اقدام به تاسیس چاپخانه کرده‌اند. حرف من این است اگر کار چاپی دارید، چرا به چاپخانه‌های خصوصی نمی‌دهید. مگر هر شخصی که نان می‌خواهد نانوايي راه‌اندازی می‌کند؟ متأسفانه هر کسی در این کشور نشریه‌ای ۱۰ صفحه‌ای داشته باشد به راحتی چاپخانه راه‌اندازی می‌کند. این خلاف قانون است و باعث فلج و رکود اقتصادی بخش خصوصی شده است. چاپخانه‌داران بخش خصوصی نمی‌توانند با چاپخانه‌های دولتی رقابت کنند چون دولتی‌ها بسیاری از مخارج از جمله مالیات و... را ندارند همین مسایل باعث می‌شود که چاپخانه‌ها یکی پس از دیگری تعطیل شوند. بعد بیکاری رواج پیدا می‌کند، بیکاری باعث فساد، دزدی، افسردگی و ناراحتی روحی در جامعه می‌شود، ازدواج کاهش می‌یابد و تبعات مختلف بسیاری را در پی خواهد داشت و سلسله مشکلات و مسایل بسیار حاد برای جامعه اتفاق می‌افتد.

وی خاطر نشان کرد: متولی این صنعت که وزارت ارشاد است نمی‌تواند به داد این صنعت برسد چرا وزارتخانه دیگری هم مثل دارایی بر مشکلات صنعت اضافه کرده‌اید؟ قصدتان گرفتن آخرین نفس‌های حیات این صنعت است؟ آیا درست است حدود ۲۰۰ چاپخانه‌دار که کار فرهنگی این

به گفته مدیر چاپ نور حکمت در مشاغل دولتی و سمت‌های دولتی، معمولاً از افراد متخصص استفاده نمی‌شود و عدم تخصص حرفه‌ای عمومیت پیدا کرده است و تقریباً تخصصی در زمینه مشاغل دولتی صنعت چاپ وجود ندارد

وی ادامه داد: تعداد زیادی از کارگرهای چاپخانه که اخراج شدند، رابطه پدر و فرزندی داشتند ولی کارفرما مجبور به اخراج آن‌ها شده است. این مسایل خیلی دردناک است. در زمینه دریافت وام، تولیدکنندگان و صنعتگران هیچ محلی از اعراب ندارند. در حال حاضر متأسفانه کوچک‌ترین امنیت شغلی در این صنعت وجود ندارد.

به گفته مدیر چاپ نور حکمت در مشاغل دولتی و سمت‌های دولتی، معمولاً از افراد متخصص استفاده نمی‌شود و عدم تخصص حرفه‌ای عمومیت پیدا کرده است و تقریباً تخصصی در زمینه مشاغل دولتی صنعت چاپ وجود ندارد. اگر هم باشد از بین می‌رود. این عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران در ادامه با بیان مثالی در خصوص اجرای قوانین اجتماعی و همچنین پرسش از رئیس‌جمهور عنوان کرد: مهم‌ترین موردی که از رئیس هر مجموعه و رئیس‌جمهور انتظار می‌رود کنترل و نظارت است. اگر قانونی وجود داشته باشد مجریان قانون به ناچار باید تن بدهند و خود را با آن هماهنگ کنند. به عنوان مثال گفته می‌شود روزهای فرد و زوج از آوردن خودروها به خیابان‌ها خودداری شود، ممکن است همان روز کار داشته باشید ولی به هر حال چون قانون است قبول می‌کنید و از اجرای قانون ناراحت نمی‌شوید و به مصلحت کار می‌اندیشید ولی متأسفانه می‌بینید از اتوبوس و خدمات شهری خبری نیست، مترو هم سر ساعت نمی‌آید در ضمن خیابان پر از ماشین‌های زوج و فرد است که قوانین را رعایت نکرده‌اند اینجا است که قانون بی‌ارزش می‌شود و دفعه بعد قانون را اجرا نخواهید کرد. از رئیس‌جمهور این

وی با اشاره به مشکلات صنعت چاپ کشور گفت: درد ما یکی دو تا نیست، اهالی صنعت هم با هم همدل نیستند و ناهماهنگی‌هایی وجود دارد و دولت از آن سوء استفاده کرده است، در حال حاضر در حال رسیدن به نقاط خوبی هستیم و امیدواریم این مسائل نیز حل شود، اگر این مساله را هم ریشه‌یابی کنیم قبل از این همدلی بوده و این عدم همدلی از بدنه ارشاد ناشی می‌شود. همه اهالی صنعت چاپ مشکلات را به ارشاد گوشزد کرده‌اند ولی نتیجه نگرفته‌اند. تاکنون خیلی انتقاد کرده‌ایم و حضوری خدمت مدیر کل چاپ وزارت ارشاد رفته‌ایم، با آقای صالحی معاون فرهنگی ارشاد صحبت کرده‌ایم ولی هیچ نتیجه‌ای نگرفته‌ایم و مجبوریم مشکلاتمان را رسانه‌ای کنیم تا ببینیم آیا کسی به فریاد ما می‌رسد؟

این مقام مسئول در ادامه در خصوص مشکلات موجود و اینکه اگر پیامی در هفته دولت برای رئیس‌جمهور دارید گفت: خواهشی که از رئیس‌جمهور و مسئولان دولتی دارم این است که یک بار در رابطه با صنعت چاپ به بیانات و توصیه‌های رهبری گوش دهند. تاکید ایشان بر این نکته است که کار را به خود مردم بسپارید. اگر دولت می‌خواهد به صنعت چاپ خدمت کنند امورات صنعت چاپ را به اهالی صنف واگذار کند. بالاترین خدمت به صنعت چاپ این است که صنعت چاپ را زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت ببرند، زیرا ارشاد با چارت سازمانی فعلی و سیاست‌هایش هیچ کار مثبتی برای صنعت چاپ انجام نخواهد داد، برای پویای صنعت چاپ این کار را انجام دهند.



■ بیکاری چاپخانه‌های خصوصی از چاپخانه‌های دولتی تاثیر می‌گیرد

حمید غفاری، مدیر چاپ نور حکمت و عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران در پاسخ به سوال خبرنگار نشریه که چرا دغدغه دولت صنعت چاپ نیست و جایگاهی ندارد، گفت: به نظر بنده مخاطب اصلی این سوال دولتمردان هستند و باید به این واقعیت پاسخ روشنی دهند. نمی‌توان از جریانی که دارای تخصص نیست توقع خروجی درجه یک و ممتاز انتظار داشت. هر جایی که به واسطه خروجی آن محک زده می‌شود. به عنوان مثال بهترین کارخانه‌های اتومبیل‌سازی کمترین تبلیغات را دارند. مثلاً تبلیغ در مورد اتومبیل بنز و بی‌امو خیلی کم دیده می‌شود چون محصول آن کمپانی بهترین تبلیغ است.

غفاری افزود: در بخش فرهنگ و صنعت چاپ نیز مانند همین است. خروجی صنعت چاپ چه از نظر کسب و کار، گردش کاری، بازده اقتصادی و امید به ادامه کار حرفه‌ای، تأسف‌بار است. وقتی چاپخانه‌داری بعد از ۴۰ سال کار حرفه‌ای ناچار به فروش ماشین و اخراج کارگر می‌شود و خودش پای ماشین می‌ایستد و کار کند، اوج فاجعه برای صنعت چاپ است.



کشور را انجام می‌دهند طوماری را امضا کنند و به ۱۲ مرکز دولتی از جمله شورای تامین استان، دارایی، مجلس، دفتر ریاست جمهوری و ... ارسال کنند و با بیان شرایط و اطلاع دادن این موضوع که قادر به ادامه کار نیستند و با سیلی صورتشان را سرخ نگه داشته‌اند با فروش دستگاه‌ها، خانه و یا اخراج کارگر تا کنون سرپا مانده‌اند. با تمام این تفاسیر هیچ نتیجه‌ای ندیده‌اند. این حمایت از یک تولیدکننده است؟ این حمایت از بخش فرهنگی است؟

غفاری در انتها در جمله‌ای به رییس‌جمهور گفت: در یک جمله به جناب آقای رییس‌جمهور می‌گویم به والله ما هم از فرزندان و مردم همین مملکت هستیم، تبعه کشور خارج نیستیم، سرمایه ما داخلی است. چه گناهی کرده‌ایم با وجود سرمایه‌گذاری‌های میلیاردی، سرانجام کارمان مشخص نیست؟ و مدیرکل دارایی به تک‌تک ما می‌گوید اگر کاری برای انجام دادن ندارید، مجموعه را تعطیل کنید، بفروشید و پولتان را بانک بگذارید.



■ چاپ، در عمل یک صنعت است

مهرداد باقری، مدیرعامل شرکت مگاپس در خصوص کم‌رنگ بودن صنعت چاپ در هفته دولت اظهار داشت: خوشبختانه هنوز حوزه چاپ در کشور ما دولتی نشده است و زیر ساخت آن در دست بخش خصوصی است. به همین جهت در هفته دولت طی سال‌های گذشته، قانون توجه قرار نگرفته است که اتفاقاً این موضوع را باید به فال نیک گرفت و پایه‌ای برای تصمیم‌گیری‌های اساسی بعدی منظور کرد و شایسته‌تر است دست‌اندرکاران اصلی چاپ در کشور، تلاش کنند تا حقانیت خود را به عنوان یک حوزه بسیار تاثیرگذار در عرصه‌های فرهنگی و صنعتی در روز متعلق به خود به اثبات برسانند.

باقری افزود: از سوی دیگر، تشکلهای خصوصی هنوز توانسته‌اند، یا شاید نگذاشته‌اند تا برای خود هویتی مستقل در ساختار صنفی و صنعتی کشور پیدا کنند که دلیل آن هم اعمال نظرها و اختلاف نظرهای دولتی است.

وی اشاره کرد: جا دارد به نکات دیگری اشاره کنم که بیانگر عدم درک کامل تصمیم‌گیرندگان

از حوزه چاپ است و باعث شده تا نگاهی کاملاً خدماتی و آن هم خدمات سطح پایین به آن داشته باشند. اگر شخصی تصمیم به راه‌اندازی یک کارخانه کوچک تولید دستمال کاغذی بگیرد، به راحتی تحت پوشش‌های حمایتی وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار خواهد گرفت و با عنوان یک واحد تولید محصولات بهداشتی از کلیه امتیازات موجود بهره‌مند می‌شود و یا اگر شخصی تصمیم به ایجاد یک کارخانه کوچک تولید مواد غذایی مثلاً سیب‌زمینی آماده طبخ گرفت، به همان ترتیب از امتیازهای موجود در حوزه صنایع برای صنعت غذایی بهره‌مند خواهد شد. نگاه یک مسئول و تصمیم‌گیرنده دولتی به فعالیت‌هایی مشابه دو مثال فوق این است که جامعه نیاز به مواد غذایی و مواد بهداشتی و امثال آن دارد و به همین جهت در راس برنامه‌های سالانه آن مرجع تصمیم‌گیری، سهم مشخصی از امتیازها و حمایت‌های مادی و معنوی را برای آن‌ها منظور می‌کند.

باقری با اظهار تأسف از وضعیت فعلی صنعت چاپ اشاره کرد: امثال ما که در خانواده چاپ فعالیت داریم به خوبی می‌دانیم که هم دستمال کاغذی و هم سیب‌زمینی آماده پخت و هم بسیاری از کالاهای دیگر بدون کمک نهایی از سوی حوزه چاپ، جایگاهی را برای بازاریابی و فروش پیدا نخواهند کرد. در حالی که تولیدکننده مواد اولیه دستمال کاغذی یا اصطلاحاً رول تیشو، که در حوزه صنعت تعریف می‌شود، اگر تولیدکننده کالای دستمال کاغذی قابل فروش و مصرف، که فقط به برش رول‌های بزرگ و قطعه کردن آن و در جعبه یا کیسه گذاشتن آن بسنده می‌کنند در حوزه صنعت تعریف می‌شوند و همگی می‌دانند که بدون چاپ و بسته‌بندی، زنجیره فعالیت آن‌ها برای به ثمر نشستن مراحل تولید یک کالای قابل عرضه و فروش گسسته خواهد بود، چرا حوزه چاپ نباید حلقه‌ای از زنجیره صنعت محسوب شود؟ این همان نکته‌ای است که تصمیم‌گیرندگان صنعتی آن را بلد نیستند. آیا حالا باور می‌کنیم که چاپ، در عمل یک صنعت است؟ ناگفته نماند که برخی مراکز بزرگ چاپ هستند که تحت پوشش صنایع می‌باشند، اما نه به واسطه عنوان چاپخانه‌داری، بلکه با عناوین دیگر مثلاً کارتن‌سازی (در حوزه صنایع سلولزی) یا کارخانه‌های تولید ظروف یکبار مصرف و... که همه آن‌ها مجهز به امکانات چاپ هستند. اما این سهم بسیار اندک نمی‌تواند باعث دگرگونی صنعت چاپ کشور و تسریع در روند بازسازی و نوسازی آن

شود. نکته‌های دیگر هم در خود صنعت چاپ قابل ذکر است:

زنجیره شکل گرفتن چرخه چاپ متشکل از صنایع مختلفی است از جمله:

- ماشین‌آلات در حوزه صنایع ماشین‌سازی
- کاغذسازی که در حوزه صنایع سلولزی
- مرکب‌سازی در حوزه صنایع شیمیایی
- مواد پاک‌کننده در حوزه صنایع پتروشیمی
- قطعات و لوازم یدکی برقی و مکانیکی در حوزه این دو صنعت بزرگ

دانش فنی لازم برای حضور و فعالیت در صنعت چاپ، چه در بخش اپراتوری، چه در بخش مدیریتی و چه در بخش‌های پشتیبانی از درجه بالایی برخوردار است که حفظ و ارتقای مستمر آن نیازمند سرمایه‌گذاری‌های اصولی خواهد بود و ...

همانطور که یک کارخانه تولید دستمال کاغذی و یا تولید سرنگ تزریق به عنوان مراکز صنعتی در بهداشت جامعه نقش مهم و اثربخشی دارند، مراکز چاپ هم، به طور خاص در حوزه فرهنگ و به طور عام در تمام حوزه‌های صنعتی نقش جدایی‌ناپذیر دارد. اگر افراد جامعه به دلیل بروز شرایط بیماری از سرنگ استفاده می‌کنند، همین افراد از بدو تولد تا آخرین لحظه حیات خود نمی‌توانند از صنعت چاپ جدا باشند. پس می‌توان دوباره این نکته را گفت که نداشتن دغدغه برای صنعت چاپ ناشی از ندانستن تصمیم‌گیرندگان، به خصوص در رده‌های کارشناسی تخصصی است.

مدیرعامل شرکت مگاپس در مورد انتظار خودش از رییس‌جمهور گفت: منطقی‌ترین انتظار و عادلانه‌ترین تصمیم این است که هر کاری برای دیگر صنایع انجام می‌دهند برای صنعت چاپ هم انجام دهند. این زیاده‌طلبی نیست و یک درخواست منصفانه است. با این کار، آن پیکره‌ای که در چرخه صنعت یا فرهنگ است و از اجزای مختلفی که یکی از آن‌ها صنعت چاپ است تشکیل شده، یکسان رشد خواهد کرد و همانند یک موجود عقب‌افتاده با سر بزرگ و پای کوچک و ناقص نخواهد بود. اگر به این حداقل توجه شود، ما هم دعای خود را اجابت شده می‌دانیم.

باقری در خصوص اینکه اگر بخواهد جمله‌ای به رییس‌جمهور در باب چاپ بگوید گفت: جناب رییس‌جمهور محترم! حکم تنفیذ ریاست جمهوری حضرتعالی، جلوه‌ای از تجلی صنعت چاپ در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی است. این جلوه را به فراموشی نسپارید و اجازه ندهید از خاطر همکاران شما محو شود. وی در مورد رسیدگی دولت مردان، به خصوص شخص رییس‌جمهور به صنعت چاپ خاطر نشان کرد: اصولاً افراد در این رده‌های مسئولیتی، به سیاست‌های کلان توجه می‌کنند و برای این سیاست‌ها، بدنه کارشناسی هر وزارتخانه باید بررسی‌های لازم را به انجام برساند تا تصمیم‌گیری‌ها محقق شود. بهترین کار این است که در بخش‌های کارشناسی از کارشناسان کاملاً آگاه استفاده شود تا بتوانند تمام جوانب امر را در نظر گیرند.

وی در ارتباط با رساندن پیام مشکلات صنعت چاپ به رییس‌جمهور و معاون اول اظهار داشت: خیلی اعتقادی به این ندارم که رییس‌جمهور محترم یا معاون اول بزرگوار ایشان با شنیدن پیام مشکلات صنعت چاپ هیجان‌زده شده و اقدامی مافوق تصور در جهت رفع آن‌ها به عمل آورند. کاری که در این صورت انجام خواهد شد، بعد از مطلع شدن از موضوع، ارجاع پیام به مبادی مرتبط خواهد بود، یعنی باز در همین شرایط موجود خواهیم بود.

مدیرعامل شرکت مگاپس در انتها اشاره کرد: اگر مسئولان از استدلال قوی و به اصطلاح محکمه‌پسند برخوردار باشند، خواهند توانست در روابط بین‌وزارتی و جلسات کارشناسی موضوع را حل‌وفصل کنند و در غیر این صورت، هر سال در هفته دولت باید همین پرسش و پاسخ‌ها را تکرار کنیم. به این نکته توجه کنید که چند دهه زمان، فرصت کمی برای بازسازی سیاست‌ها و روش‌ها در صنعت چاپ نبوده است.



یووی فول اتومات



سلفون واتر بیس فول اتومات
شیت کن



لمینت فول اتومات

سلفون حرارتی
نیمه اتومات



چسب گرم تک گیره و سه گیره



دایکات فکی ایرانی و چینی



آدرس کارخانه: کیلومتر ۲۰ جاده خاوران، بعد از پمپ بنزین صنعترا، جاده قیامدشت به
حصار امیر، اول شهرک انقلاب، صنایع ماشین سازی حرفه و فن
تلفن: ۰۲۱-۳۶۰۸۱۹۱۹ فکس: ۰۲۱-۳۶۰۸۱۹۲۰ همراه: ۰۹۱۲۱۴۳۹۷۶۸
آدرس دفتر: میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، کوچه تکاپو، پلاک ۷، طبقه دوم شرقی
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۹۲۵۷ فکس: ۰۲۱-۳۳۹۷۴۰۵۴ همراه: ۰۹۱۲۲۹۳۳۱۸

www.herfofan.com
info@herfofan.com

فروشگاه عراقی

آدرس: تهران، چهارم راه گلوندک، جنب بانرا مرصا، بانرا مرصا، پلاک ۱۵۳

تلفن: ۰۵۶۰۰۷۴۶-۰۵۱۶۸۱۱۲-۰۹۱۲۶۰۱۸۹۵۵

وب سایت: www.irangalingor.com

اینستاگرام: [irangalingor](https://www.instagram.com/irangalingor)

پخش انواع گالینگور ایرانی در طرح های مختلف
برای دیدن طرح ها از سایت ما دیدن فرمایید.

گفتگو با مدیران سختکوش
و باتدبیر شهرک کاوه

به شهرک صنفي-خدماتي كاوه خوش آمدید

برای تولید ملی با
امکانات عالی حتما به
اینجا بیایید

در ۸ کیلومتری شرق شهر تهران در جاده امام رضا(ع) به سمت شهر پاکدشت، تابلویی خودنمایی می‌کند که روی آن نوشته شده است شهرک صنفی-خدماتی کاوه و کنار آن نوشته شده سوله‌های آماده تحویل. با پرس‌وجویی که می‌کنیم بالاخره باغبانی که در حال آب دادن باغچه است به ما می‌گوید ورودی اول نه، ورودی دوم و ما خودمان را روبروی دفتر شهرک کاوه می‌بینیم. آقای حسینی، مدیر کارتن‌سازی حسینی با آن خنده همیشگی به استقبال‌مان می‌آید. در طبقه اول دفتر فروش، مشتری‌های زیادی در حال گفتگو برای خرید سوله‌ها هستند. ما را به طبقه دوم، دفتر مدیریت راهنمایی می‌کنند. بعد از پذیرایی و خوش‌ویش با محمد سرپوشان و شریک همیشگی همراهش غلامحسین حجازی که در کار امور خیریه هم دستی بر آتش دارند از آنان می‌خواهیم که از روند شکل‌گیری شهرک بسیار زیبایشان همراه با خاطرات تلخ و شیرین برایمان بگویند و آن‌ها با همان صداقت و روحیه استوار از خودشان و هدفشان از شکل‌گیری این شهرک مدرن و زیبا گفتند.



• روند شکل‌گیری شهرک

محمد سرپوشان با بیان اینکه هدف از تاسیس شهرک کاوه، ساماندهی مشاغل است که آلودگی محیط زیستی دارند می‌گوید: این شهرک در جاده امام رضا عباس‌آباد علاقمند واقع شده است و با مساحت ۱۲۶ هزار متر با هدف تاسیس شهرک در دهه ۸۰ خریداری شد. پس از اینکه جواز شهرک در پایان سال ۸۸ گرفته شد قرار شد بخشی از آن را تجاری کنیم و از سال ۹۱ شهرک صد درصد صنعتی شد. سوله‌های شهرک ۲۹۷ سوله است. متراژ سالن‌ها از ۱۲۰ تا ۶۵۰ متر است. قسمت بالکن سوله‌های طوری طراحی شده است که ارتفاع سالن‌ها بلندتر از سوله‌های معمولی است و سوله‌ها تقریباً دو طبقه ساخته شده است و به اصطلاح دومنظوره است. کف آن‌ها با بتن محکم‌کاری شده است و دستگاه‌های سنگین را تحمل می‌کند.

مدیرعامل شهرک صنعتی خدماتی کاوه در مورد زیرساخت‌های این شهرک می‌گوید: ارتفاع شهرک از شمال به جنوب حدود ۹/۵ متر اختلاف سطح دارد و چون از ابتدا طرح بالکن را در نظر گرفتیم. هر بالکن ۳۵۰ کیلو بار را تحمل می‌کند. بنابراین فندانسیون بسیار قوی دارد. همچنین عرض خیابان شهرک نیز ۱۳/۸۰ متر جدول به جدول است و در حال حاضر مشغول زیباسازی شهرک هستیم و به تازگی ۷/۲۰۰ تن داخل شهرک آسفالت شده است.

• رعایت تمام اصول مهندسی شهرسازی

سرپوشان در خصوص بحث رعایت اصول مهندسی شهرسازی در ساخت شهرک می‌گوید: سوله‌های این شهرک برای کارهای انباری و صنعتی بسیار مناسب است. در سال گذشته سازمان محیط زیست اعلام کرد شهرک‌های بالای ۱۰ واحد باید سیستم فاضلاب بزنند و ما این اقدام را انجام دادیم و تمام خدمات لازم که برای خریدار حائز اهمیت است نظیر بحث محیط زیست، تغییر کاربری، فضای سبز، آب و برق، گاز، سیستم مخابرات، سیستم فاضلاب و... را سعی کرده‌ایم ارایه دهیم و تمام مجوزهای قانونی را نیز گرفته‌ایم البته در بحث ایمنی و زلزله استانداردهای لازم توسط مهندس ناظر انجام شده است و بحث شهرسازی به خوبی رعایت شده است.

وی به شیب‌بندی زمین شهرک اشاره‌ای می‌کند و می‌گوید: حدود یک سال برای شیب زمین، کار کردیم تا در زمان بارندگی آب‌ها در یک جا جمع نشود و خارج شود البته به فکر احداث خیابان و پیاده‌روها با فضای سبز نیز بودیم.

سرپوشان در خصوص تامین آب آشامیدنی شهرک اظهار داشت: شهرک دارای یک شبکه کامل آبرسانی شامل چاپ عمیق، مخزن نگهداری آب، اتاق کلرزی و پمپاژ شبکه با ظرفیت مناسب است و همچنین شهرک دارای شبکه فاضلاب و تصفیه‌خانه مربوط بوده و از خروجی تصفیه‌خانه جهت آبیاری فضای سبز موجود در شهرک استفاده می‌شود و در خصوص تامین برق مورد نیاز سوله‌ها مدیریت شهرک با تقبل هزینه شبکه اصلی برق و همچنین تامین سایر هزینه‌ها برای تمام سالن‌ها برق مورد نیاز را تامین کرده است.

• شهرکی با تمام امکانات مستقل

در ادامه گفتگو آقای غلامحسین حجازی، رییس هیأت مدیره شرکت کاوه در خصوص تامین نیاز گاز شهرک اظهار داشت: جهت برقراری شبکه گاز، با توجه به فاصله این شهرک از خط اصلی گاز که حدوداً یک کیلومتر است پس از انجام کلیه اقدامات و تشریفات قانونی لازم و همکاری مدیریت محترم گازرسانی به صنایع شرکت ملی گاز استان تهران، ابتدا با هزینه شرکت، این شهرک به خط اصلی گاز و سپس با نصب ایستگاه گاز در محل ورودی شهرک موفق به تامین گاز جهت کلیه سوله‌ها شد و همچنین در مورد برقراری شبکه مخابراتی این شرکت نیز پس از انجام کلیه تشریفات قانونی لازم با هزینه خود اقدام به نصب یک مرکز تلفن ۱۲۰۰ شماره از مرکز شهرک کرد که این مرکز ضمن تامین نیاز شهرک سالن‌های اطراف شهرک را نیز پاسخگو بوده است.



سوله‌ها با امکانات بی نظیر آماده فروش و تحویل به مشتریان عزیز است



آشنایی با امکانات منحصر به فرد شهرک صنعتی خدماتی کاوه

شهرک صنعتی-خدماتی کاوه دارای مزایا و امکانات زیر برای دست‌اندرکاران صنعت و خدمات است:

- سند تفکیکی شش‌دانگ تک‌برگ (عرصه و اعیان)
- بنچاق
- پایان کار
- تغییر کاربری قطعی
- تامین امنیت (پلیس نگهبانی، سیستم دوربین مداربسته، کارت تردد و قبض خروج)
- امکان ورود کامیون و تریلی حداکثر تا ارتفاع ۴/۵ متر به داخل سالن
- نزدیک به تهران
- دسترسی آسان از طریق بزرگراه‌های اتوبان امام علی (ع)، بزرگراه شهید باقری، امام رضا (خاوران)، بزرگراه بسیج
- شهرک دارای سیستم آب و فاضلاب و تصفیه‌خانه فاضلاب است
- ارتفاع سالن ۸/۲۰ متر
- رعایت کلیه استانداردهای فنی
- انشعاب (آب، برق، گاز، خط تلفن، فاضلاب)
- برق (۳۲، ۵۰ و ۱۰۰ آمپر سه فاز است)
- ابعاد مترهای مختلف از ۱۲۰ تا ۶۵۰ متر
- کلیه سوله‌ها دارای بالکن است
- دفتری و اداری در دو طبقه

• امنیت کامل در شهرک

رئیس هیات مدیره شرکت کاوه در مورد امنیت و نحوه اداره شهرک می‌گوید: ما کنتور جداگانه‌ای برای روشنایی شهرک در نظر گرفته‌ایم. این شهرک به دوربین مداربسته مجهز است و برای امنیت شهرک، دفتر نگهبانی و حراست و برکه ورود و خروج بار کامیون در نظر گرفته شده است و می‌توانیم بگوییم شعار شهرک کاوه دروازه روشنایی به سوی تولید است. ما یک سازمان مدیریتی که از ۵ نفر از مالکان سوله‌ها که قبلاً انتخاب کرده‌ایم تشکیل داده‌ایم. البته با راه‌اندازی سایت و از طریق مجله‌ها و روزنامه‌ها

• سندهای شش‌دانگ تک‌برگ

رئیس هیات مدیره شهرک کاوه در خصوص سند سوله‌های شهرک گفت: جهت هر سالن یک سند تک‌برگ ۶ دانگ صادر و در حال حاضر کلیه سالن‌های شهرک دارای سند تک‌برگ و همچنین پایان کار اعیانی احداث شده می‌باشند.

• شرایط آسان خرید برای متقاضیان

وی در خصوص شرایط خرید این سوله‌ها برای متقاضیان می‌گوید: خریدار بعد از پسند کردن



کم‌کم شروع به تبلیغ شهرک خواهیم کرد تا قابلیت‌های آن بهتر و کامل‌تر برای استفاده مشتریان باشد.

• نام باستانی برای عشق به ایران

وی در توضیح اینکه چرا شهرک به اسم کاوه نام‌گذاری شده است می‌گوید: به خاطر علاقه‌مندی به تاریخ باستانی ایران برای شهرک این نام‌گذاری را انتخاب کرده‌ایم. در همین راستا و در راه کمک به مردم سرزمین‌مان در قیام‌دشت مدرسه‌ای توسط شرکت ما با مساحت ۴ هزار متر زمین و ۲۵۰۰ متر زیربنا را در بر داشت که به نام دبیرستان کاوه آهنگر نام‌گذاری شد و ادامه (شهرک کاوه) است که راه‌اندازی شده است.

سوله، از طرف شرکت، فردی را به او معرفی می‌کنیم تا وکالت کاری را انجام دهد. البته هزینه مختصری را نیز از وی دریافت می‌شود تا کارهای ثبتی و سند برایش انجام شود.

حجازی در مورد تسهیلات ارایه شده فروش برای متقاضیان خرید گفت: ما ملاحظه خریدار را به جهت این که تولیدکننده است را داریم. بنابراین برای خریدار شرایط مناسبی گذاشته‌ایم به این ترتیب که در ابتدا حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد پیش‌پرداخت را دریافت می‌کنیم. سپس سالن را تحویل می‌دهیم تا خریدار از آن روز مشغول کار شود و درآمدزایی کند.



آدرس شهرک: تهران، کیلومتر ۱۰ بزرگراه امام رضا، بعد از خاورشهر، جاده عباس‌آباد علاقمند، بعد از کانال، شهرک صنعتی خدماتی کاوه

تلفن: ۹۵۱۲۵۰۰۰ - ۹۵۱۲۵۰۰۱ (۰۲۱)

همراه: ۰۹۱۲۳۷۱۳۲۲۱

سایت: www.kavehiec.com



گپ‌وگفتی با علی آسیم،
مدیرعامل شرکت نویسا

شرکت نویسا، صنعت مهرسازی ایران را متحول کرد

شرکت نویسا به عنوان یکی از معتبرترین شرکت‌های ایرانی شناخته‌شده در صنعت نوشت‌افزار و لوازم التحریر امروزه به نامی موفق و پراعتبار تبدیل شده است و این موفقیت چیزی نیست جز تلاش و کوشش مدیریت و کارکنان این شرکت که طی چندین نسل در این صنعت درخشانده‌اند، از تولید و عرضه اولین خودکار بیک در ایران تا مداد سوسمارنشان و شترنشان و آخرین مورد آن عرضه مجهزترین دستگاه ساخت مهر که در نوع خودش منحصر به فرد و صاحب ویژگی‌های مدرن است. به همین منظور و برای آشنایی با روند شکل‌گیری این شرکت و بیان دستاوردها و هدف‌های آن در آینده، گفتگویی را با علی آسیم مدیرعامل این شرکت انجام داده‌ایم که به تشریح موضوع می‌پردازد.

■ روند شکل‌گیری

علی آسیم در خصوص روند شکل‌گیری این شرکت می‌گوید: می‌توان رسمیت شروع و سابقه کاری شرکت در حوزه صنعت لوازم التحریر را به زمان پدر، پدر بزرگم، حاج میرزا علی آقای رفوگران که خودکار بیک را وارد کشور کرد، مرتبط دانست، از آن تاریخ بیش از ۷۰ سال می‌گذرد. حاج میرزا علی آقای رفوگران بنیانگذار تولید خودکار بیک بودند، سپس پسرانشان این کار را به اوج رساندند، بعدها پسر بزرگشان حاج عباس رفوگران با آسیم ادامه کار را عهده دار شدند و کار را به صورت رسمی در بازار تهران گسترش دادند و به صورت پویا و به شیوه سنتی با بازار ارتباطی قوی داشتند. ایشان بسیار مردم‌دار و از روابط عمومی خوبی برخوردار بودند و رویکردشان با بازار بر پایه رابطه بود و تنها به کسب و کار و درآمد نمی‌اندیشیدند.

وی می‌افزاید: ایشان، بانی واردات و سپس تولید مداد سوسمارنشان در ایران بودند که این محصول برای شرکت فایبرکاستر آلمان است. پس از آن به تولید مداد استدلر پرداختند که پدران مانیز با آن مشق نوشته‌اند.

شرکت آسیم بعد از تولید خودکار و مداد، اقدام به تولید خودکار، مدادتراش و مدادرنگی روی آورد، سپس نمایندگی انحصاری شرکت شاجی هاتا را اخذ کرد، بیش از بیست سال است که تنها نماینده رسمی این شرکت ژاپنی در ایران هستیم.

■ رابطه نویسا با شرکت شاجی هاتا

وی در خصوص ارتباط و همکاری شرکت نویسا با شرکت شاجی هاتا ژاپن تأکید می‌کند: این شرکت مانند دیگر شرکت‌های ژاپنی نیز به صورت خانوادگی اداره می‌شود و در حال حاضر نسل چهارم خانواده، شرکت را اداره می‌کند. زمینه فعالیت این شرکت در سه مورد است. دو بخش زیرمجموعه شاجی هاتا آرت‌لاین است، یکی از آن‌ها به لوازم التحریر و نوشت‌افزار از جمله ماژیک‌ها، مدادها، روان‌نویس‌ها و... می‌پردازد. اکس استامپر و بخش دیگر زیرمجموعه شاجی هاتا است که به خانواده مهرها و استامپ‌ها می‌پردازد. گروه دیگری در این شرکت تحت عنوان آرت‌لاین‌ها عرضه و ارایه می‌شود ولی در حقیقت به صورت صنعتی است که قلم‌ها و نوشت‌افزار برای مصارف صنعتی از جمله صنعت خودروسازی، ساختمان، نجاری و... استفاده می‌شود. چون این موارد به کار ما به صورت مستقیم مرتبط می‌شد، زمان گذاشته‌ایم و سعی داریم به نحو احسن این مورد را در بازار ایران عرضه کنیم. آسیم به کیفیت این کالاها اشاره می‌کند و می‌افزاید: کالاهای شرکت شاجی هاتا محصول کشور ژاپن و

بسیار باکیفیت است. بسیاری از این کالاها با توجه به سرمایه‌گذاری‌هایی که انجام شده توسط کشور ژاپن در کشور مالزی زیر نظر مدیریت ژاپن تولید می‌شود و کنترل کیفیت‌ها و استانداردهای کشور ژاپن را دارد. باید گفت تاکنون شرکت شاجی هاتا جایگاه جهانی خود را در این عرصه به دست آورده است و دارای ۹ کارخانه در اقصی نقاط دنیا از جمله ژاپن، استرالیا، مالزی، امارات متحده عربی، آمریکا و... است؛ و دفتر مرکزی این شرکت در ناگویا، جنوب ژاپن است. شاجی هاتا در استرالیا و آمریکای جنوبی تقریباً رتبه اول را دارد و در اروپا به علت وجود رقبای زیاد در سطح نوشت‌افزار، مانور کمتری داده است. در خاورمیانه نیز به کشور امارات متحده عربی صادرات بسیار خوبی دارد و این در حالی است که در کشورهای استرالیا، آمریکای جنوبی و ایران محصولات این شرکت تولید می‌شود. نگاه شرکت شاجی هاتا نسبت به بازار جهانی حفظ کیفیت و نوآوری است و در این زمینه نیز تقریباً موفق عمل کرده است. مردم ژاپن در زمینه نوآوری افراد خوش فکری هستند و مدیریت کالا، هزینه، کیفیت را در صدر کارهای خود قرار می‌دهند.

■ چرایی نام نویسا

وی در خصوص چرایی انتخاب نام نویسا افزود: هشت سال قبل زمانی که اقدام به ثبت و رسمی کردن شرکت نویسا کردیم. یکی از دوستان مان مرحوم دکتر بهمن بوستان، پیشنهاد نام نویسا را در قالب شعر زیر برای شرکت دادند:

اگر دانش بود اندر نویسایی و خوانایی
چرا آن قبله دل نانوایسا بود و ناخوانا
اشاره به پیغمبر اسلام دارد که، دانش تنها به دانستن خواندن و نوشتن نیست، زیرا پیغمبر نیز با وجود اینکه خواندن و نوشتن نمی‌دانستند ولی دانش فراوانی را کسب کردند. دانش به نویسایی و خوانایی نیست. به همین دلیل اسم شرکت را نویسا گذاشتیم.

■ ورود به مهرسازی

آسیم در خصوص موضوع مهرسازی و نحوه ورود شرکت نویسا به آن می‌گوید: صنعت مهرسازی در ابتدا کار به صورت ژلاتینی عمل می‌کرد و این مهرها به دسته‌های چوبی چسبیده و حتماً باید برای استفاده، مهر در جوهر استامپ زده می‌شد. پس از آن شرکت‌های اروپایی و آسیایی محصولی را تولید کردند که همان مهر ژلاتینی به مهرهای اتوماتیک می‌چسبید و ژلاتین به صورت چرخی در استامپ می‌خورد و سپس بر روی کاغذ اثر خود را می‌گذاشت. در گذشته تولید مهرهای ژلاتینی بسیار زمانبر بود در حدود دو یا سه ساعت زمان می‌برد، گاهی نیز آماده کردن مهر یک روز به طول می‌کشید، همچنین کار

سه ویژگی اصلی ماشین مهرسازی کوئیکس شاپی هاتارا می‌توان سرعت، سادگی و کارایی ساده دستگاه و قیمت مناسب و ارزان است.

■ برگزاری همایش شرکت نویسا

وی با اشاره به برگزاری همایش و مراسم رونمایی از دستگاه مهرسازی کوئیکس گفت: برای معرفی ماشین مهرسازی کوئیکس شاپی هاتا به رسته مهر فروشان در هتل اسپیناس تهران همایشی را برگزار کردیم و از اتحادیه و از تعدادی مهر فروشان و تولیدکنندگان مهر دعوت کردیم در همان جلسه از دستگاه رونمایی کردیم و شرکت شاپی هاتا و کوئیکس را به صورت کامل معرفی و به صورت عملیاتی و اقتصادی به تصویر کشیدیم. در این همایش، داد و ستد اطلاعاتی بین شرکت نویسا و مهر فروشان انجام شد، فضای خوبی ایجاد شد و استقبال خوبی هم صورت گرفت. به عقیده بنده هنوز این صنعت جای رشد بسیاری دارد. شعار ما این است که کالای خوبی را به فروش برسانیم و الزامی به کالای خود نداریم. بیشتر تمایل داریم بازار را به سوی کالای با کیفیت سوق دهیم.

■ جایگزینی روش مدرن به جای سنتی

آسیم در خصوص تحولات در نوشتافزار ایران گفت: نحوه عرضه محصول

مهرسازی تمیز نبود و در ضمن این امکان وجود نداشت که عکسی تبدیل به مهر شود و این کار بسیار مشکل بود. زمانی که فرآیند فلش وارد بازار شد، زمان تولید مهر کمتر شد و فرآیند تولید مهر به یکی دو ساعت کاهش یافت و تقریباً عملکردی تمیزتر داشت ولی باز هم نسبت به دستگاه جدید قابل مقایسه نیست و در دسر بیشتری داشت.

وی اشاره می‌کند: بعد از آن وارد دوران مهرهای لیزری می‌شویم. مهرهای لیزری نیز نیازمند دستگاه لیزر گران قیمتی است، عملکرد دستگاه به این شکل است که مهر درون دستگاه لیزر قرار می‌گرفت، لیزر صفحه حساس را می‌سوزاند و جوهر به آن تزریق می‌شد. ولی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین معایب این دستگاه هزینه سنگین دستگاه لیزر بود که امکان خرید شرکت‌ها برای ساخت مهر را کاهش می‌داد. در گذشته مکانیزم ساخت مهر به این صورت بود که اگر قصد سفارش مهری را داشتیم باید جمله و یا واژه را به کشور ژاپن ارسال می‌کردیم تا مهر ساخته و سپس از ژاپن برای ما ارسال می‌کردند ولی متأسفانه این فرآیند خیلی عملیاتی نبود. شاید در زمانی که کامپیوتر وجود نداشت، این روش امکان پذیر بود ولی زمانیکه حوزه فعالیت گسترش یافت، می‌طلبید که در هر محلی مهرسازی انجام شود. در همین راستا شرکت نویسا دستگاه مهر فلش را تولید کرد ولی به موازات آن شرکت‌های اروپایی و آسیایی



نوشتافزار رادر ایران تغییر داده‌ایم و ساختار سنتی لوازم التحریر فروش‌ها را کنار گذاشته‌ایم و فروش مدرن را جایگزین آن کرده‌ایم. به این شکل که مشتری به جای خواستن محصول خاص از فروشنده، کالا را در استندهای عرضه شده استفاده می‌کند و در مشتری نیاز آنی ایجاد می‌شود و فرصت مقایسه به مشتریان داده می‌شود تا در نهایت به انتخاب بهتر برسد. در نظر داریم این فرآیند نیز در صنعت مهرسازی اتفاق بیافتد. مصرف مهر به عنوان کالای حقوقی است و هدف ما این است که مهر را جایگزینی برای کارت ویزیت کنیم و مهرهایی با شماره تلفن و آدرس به همراه عکس تولید شود. ماشین مهرسازی کوئیکس، باعث ارزش افزوده در صنعت مهرسازی است و در بسیاری از موارد در بازار صرفه‌جویی‌هایی را در پی خواهد داشت و کارایی را افزایش خواهد داد.

■ خدمات پس از فروش

وی به خدمات پس از فروش این شرکت در خصوص این دستگاه مهر اشاره کرد و گفت: تمام خدمات پشتیبانی این دستگاه را به عهده شرکت نویسا است و مهرسازی که اقدام به خرید از ما می‌کند اگر به هر دلیلی ماشین اش متوقف شود، کالای پشتیبان داریم که در دوره تعمیر ماشین آن را در اختیارشان قرار خواهیم داد. این محصول یک سال وارانتی گارانتی دارد، یعنی رایگان تعمیر می‌شود، پس از یک سال باز نیز در صورت خرابی ماشین خدمات تعمیر را با گرفتن هزینه ارایه می‌دهیم و خدمات پشتیبانی را به طور کامل عهده‌دار هستیم. علاوه بر مورد ذکر شده از خدمات دیگر ما در حوزه مهرسازی، رساندن مهرها در سایزهای مدنظر مشتریان است.

■ برنامه آینده نویسا

وی به برنامه‌های نویسا در آینده اشاره کرد و گفت: اطلاع‌رسانی و برگزاری همایش‌هایی در زمینه آشنایی مهرسازان با دستگاه‌های شرکت شاپی هاتا در برنامه‌های آینده ما قرار دارد. کارگاه آموزشی نیز در همایش برای مهر فروشان در نظر گرفته‌ایم تا از نزدیک با عملکرد و کارایی دستگاه آشنا شوند. برای مهرسازها شرایطی را ایجاد کرده‌ایم تا ماشین مهرسازی کوئیکس شاپی هاتا را با قیمتی مناسب تهیه کنند. در نظر داریم هم از لحاظ قیمت و هم پرداخت شرایطی برای خرید مهرسازها فراهم کنیم زیرا به دنبال سود از فروش ماشین نیستیم و بیشتر به فکر عرضه بدنه مهر در سطح جامعه‌ایم و شغل مان بیشتر مهرفروشی است.

نیز این محصول را تولید کردند. عملکرد این دستگاه به این صورت بود که صفحه حساسی داشت و در اثر برخورد نور و انداختن سایه بر روی آن، توسط ماشین فلش که قیمت مناسب‌تری نسبت به دستگاه لیزر داشت با کیفیت بهتر مهر را تولید می‌کرد. ولی نکته مهم این است که به موازات آن بسیاری از شرکت‌ها این کار را تولید کردند و به همین جهت شرکت آسیم ترجیح داد در این حوزه وارد نشود.

وی یادآور شد: شروع فعالیت شرکت نویسا با معرفی شرکت شاپی هاتا بود. در سال ۲۰۱۵ شرکت شاپی هاتا اختراعی را در زمینه مهرسازی انجام داد و در سال ۲۰۱۶، دستگاه مهرسازی را عرضه و رونمایی کرد. این ماشین به صورت ترمو روی صفحه حساس مطلب یا واژه مورد نظر را می‌سوزاند و نسبت به تکنولوژی فلش عملکردی جدیدتر و دارای مزایای بیشتری است.

■ ماشین جدید مهرسازی کوئیکس

مدیرعامل نویسا در خصوص عرضه، عملکرد و قابلیت‌های دستگاه جدید مهرسازی کوئیکس شاپی هاتا ژاپن در بازار ایران که چند روز قبل در هتل اسپیناس تهران با حضور دست اندرکاران این حوزه رونمایی شد تصریح کرد: در بازار ایران ماشین مهرسازی مذکور را با عنوان مهر کوئیکس شاپی هاتا راعمرفی کردیم. در مورد عملکرد این دستگاه باید بگویم، روند به این صورت است که با مراجعه به مهرسازها و دادن فایل مدنظر (این فایل می‌تواند تصویر صورت فرد باشد) فایل به کامپیوتر داده می‌شود و سپس بر روی ماشین خروجی گرفته می‌شود، صفحه حساس داخل ماشین گذاشته می‌شود. یک دقیقه بعد، مشتری فایل مدنظرش را آماده برای مهر شدن بر روی کاغذ دارد. اولین ویژگی مهم این دستگاه سرعت تولید مهر است با توجه به ادعای شرکت مادر و مستندات عرضه شده این را می‌رساند که مهر در مدت ۳۰ ثانیه تولید و در ۳۰ ثانیه بعدی بدنه آن سرهم و تبدیل به مهری قابل استفاده در لحظه می‌شود. از دیگر مزایای دستگاه می‌توان به گران‌قیمت نبودن، کوچک و کم‌حجم بودن و قابلیت جابجایی آسان و سبک بودن آن اشاره کرد، علاوه بر موارد ذکر شده کار کردن با این دستگاه بسیار ساده است و نیاز به تخصص خاصی ندارد. این دستگاه دارای DPI ۶۰۰ دقت است و این دقت بسیار زیاد، بیش از نیاز یک مهرساز و در حد یک عکس است. این مهرها تقریباً هم قیمت تمام مهرهای موجود در بازار است ولی با مهرهای موجود در بازار بسیار متفاوت است.



گفتگو با سید محمد مصطفی موسوی، مدیر گروه sepi

خبرهای خوبی در راه است...

دومین جشنواره عکاسی به مناسبت روز ملی صنعت چاپ برگزار می شود

■ هانیه صراف زادگان

به مناسبت روز ملی صنعت چاپ، ۱۱ شهریورماه، دومین جشنواره عکاسی در حوزه چاپ توسط گروه علمی تخصصی صنعت چاپ ایران، گروه sepi برگزار می شود. برای اطلاع از اقدامات انجام شده در خصوص این جشنواره، گفتگویی را با سید محمد مصطفی موسوی، مدیر گروه sepi انجام داده ایم که به تشریح روند این موضوع پرداخته شده است.



سید محمد مصطفی موسوی، مدیر گروه sepi و مدیر سایت علمی تخصصی صنعت چاپ ایران در خصوص هدف برگزاری جشنواره عکاسی صنعت چاپ اظهار داشت: در جشنواره ملی صنعت چاپ که هر ساله توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار می شود، مسابقاتی بین چاپخانه ها و چاپخانه داران و آثار برگزیده آن ها برگزار می شود و معمولاً اپراتورها، کارگران، طراحان و افراد مختلفی که در چاپخانه ها بیشترین زحمات تولید یک محصول چاپی را عهده دار هستند در اینگونه مراسم ها، همایش ها و جشنواره ها دیده نمی شود، در همین راستا به فکر افتادیم تا با برگزاری جشنواره عکاسی از این افراد نیز تقدیر و تشکر داشته باشیم چرا که محیط کار صنعت چاپ، دارای محیطی خشک است سعی کرده ایم به این شکل این عزیزان را مورد توجه قرار دهیم و قدرانی لازم را داشته باشیم.

وی در خصوص هماهنگی و همکاری وزارت ارشاد در خصوص برگزاری این جشنواره گفت: از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیشتر به صورت مشاوره کمک خواستیم تا تصویری بر این مبنای که به دنبال بودجه دولتی برای برگزاری این جشنواره هستیم صورت نگیرد.

موسوی تاکید کرد: مسایل جانبی مربوط به چاپ بسیار کم رنگ شده است و گروه sepi به دنبال این است که به واسطه فعالیت هایی که در برنامه کاری خود دارد، سمت و سویی در جهت رخداد اتفاقات خوب برای ارتقای این صنعت باشد.

وی در ارتباط با معیارهای انتخاب عکس برتر در اولین جشنواره عکاسی خاطرنشان ساخت: سال گذشته عکس های بسیاری برای گروه sepi ارسال شد و با توجه به ملاک هایی از جمله خلاقیت، کیفیت، همبستگی بین افراد چاپخانه و... برترین عکس ها انتخاب شد. امسال نیز مانند سال گذشته داوری ها انجام خواهد گرفت.

وی در مورد شکل گیری ایده جشنواره عکاسی افزود: بنده تحصیل کرده رشته چاپ هستم و چندین سال در چاپخانه کار کرده ام و شاهد این موضوع بوده ام که قشری که در چاپخانه مشغول به کار هستند بسیار مظلوم واقع و کمتر دیده می شوند. در همین راستا با استادان این صنعت مشورت کردم و

آنها نیز مشوق من بودند تا این جشنواره را برگزار کنیم و به صورت گسترده پیش ببریم. وجود چنین برنامه هایی باعث جذابیت و پویایی صنعت چاپ می شود.

مدیر گروه sepi یادآور شد: ارگان های دولتی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیشتر قوانین را پایه ریزی می کنند، اتحادیه ها نیز به مسایل صنفی می پردازد. موارد جانبی صنف وظیفه گروه ها و تشکلهایی است که به مسایل فرهنگی علمی آموزشی می پردازند. به همین علت در نظر داریم به چنین مسایلی که کمتر مورد توجه و اهمیت واقع می شوند، بپردازیم.

وی عنوان کرد: برنامه های مختلفی را در روال کاری گروه قرار داده ایم ولی به دلیل این که حمایتی از ما نمی شود از سوی صنعت کمتر عملیاتی شده است. حمایت، صرفاً حمایت مالی نیست، ما نیازمند حمایت معنوی از سوی کمپانی ها، چاپخانه ها، نشریه های صنف و... هستیم.

موسوی در ادامه گفت: این جشنواره برای افراد فعال در خانواده بزرگ صنعت چاپ اعم از مدیران، ناظران، اپراتورها، طراحان و در واقع همه کسانی که در چاپخانه ها، لیتوگرافی ها، صحافی ها و تمامی



افراد و فعالانی که در خانواده بزرگ صنعت چاپ نقشی ایفا می کنند در نظر گرفته شده است.

وی به شرایط شرکت متقاضیان در جشنواره اشاره و تاکید کرد: در صورت تمایل برای حضور در جشنواره عکاسی می توانید از محیط کار خود با ماشین آلات در کنار طرح مجموعه sepi که در زیر به صورت یک فایل jpg است در قطع A4 پرنیت رنگی تهیه کرده و برای گروه به آدرس ایمیل info@sepi.ir ارسال کنید. لازم به ذکر است که مشخصات خود، شامل نام، نام خانوادگی فرستنده، شماره همراه، شهر و نام واحد مربوطه را همراه با عکس ارسال شده، قید فرمایید.

به گفته موسوی مهلت ارسال آثار تا ۲۰ شهریورماه است و به عکس های برتر هدیه یادبودی از طرف مجموعه sepi اهدا خواهد شد. نتایج داوری جشنواره نیز اواخر شهریورماه اعلام خواهد شد.

در انتها از تمامی دست اندرکاران صنعت چاپ، چاپخانه ها، دانشجویان رشته های مرتبط با صنعت چاپ دعوت می کنیم که در تمامی برنامه های گروه sepi شرکت و از سایت علمی تخصصی صنعت چاپ ایران بازدید کنند و هدف گروه این است که به واسطه همکاری دو جانبه اتفاقات خوبی در صنعت چاپ رخ دهد. خبرهای خوبی در راه است...



ARMEH PRINT



اولین و بزرگترین مجتمع اختصاصی چاپ فاکتور در ایران
چاپ، شماره، پرفراژ با سیستم افست و بهترین کیفیت
بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، پاساژ شقایق، طبقه اول واحد ۲۳۷
تلفن: ۳۳۹۲۳۴۱۸ - ۳۳۹۲۳۴۲۷ فکس: ۳۳۹۱۱۷۱۱
www.armehprint.com Email: info@armehprint.com

NCR تخصص ماست

لیست قیمت انواع فاکتور کاربن دار NCR

تعداد هر سری فاکتور ۱۰۰۰ شماره (۲۰ دسته) می باشد. کلیه قیمت ها به ریال می باشد.
کلیه فاکتور ها بصورت تک رنگ می باشد. در صورت چاپ رنگ دوم به مبلغ فوق ۳۰٪ اضافه می گردد.
جهت چاپ در اندازه دیگر و تعداد نسخه بیشتر یا واحد سفارشات هماهنگ نمایید.
لطفا به منظور پایین آوردن خطای کاربری و سهولت سفارش، قبل از طراحی فرم به صفحه راهنمای طراحی در سایت مراجعه نمایید.

فاکتور سه نسخه ای		فاکتور دو نسخه ای		اندازه فاکتور
تحويل ۴ روز کاری	۸۵۰۰۰۰۰	تحويل ۲ روز کاری	۵۵۰۰۰۰۰	A5 (21*14.5)
تحويل ۴ روز کاری	۱۵۰۰۰۰۰۰	تحويل ۲ روز کاری	۱۰۰۰۰۰۰۰	A4 (21*29)
تحويل ۴ روز کاری	۱۰۵۰۰۰۰۰	تحويل ۲ روز کاری	۷۰۰۰۰۰۰	B5 (24*17)
تحويل ۴ روز کاری	۱۶۵۰۰۰۰۰	تحويل ۲ روز کاری	۱۲۵۰۰۰۰۰	B4 (34*24)



مدیرعامل شرکت توسعه
نمایشگاه‌های بین‌المللی
استان قم عنوان کرد:

برگزاری نمایشگاه تخصصی چاپ استان قم در پایان شهریورماه

■ هانیه صراف زادگان

اولین نمایشگاه تخصصی چاپ صنعتی، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته استان قم در تاریخ ۲۴ تا ۲۷ شهریورماه، در محل دائمی نمایشگاه‌های استان قم توسط شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم برگزار می‌شود. برای اطلاع از نحوه برگزاری و کم‌وکیف این رویداد، گفتگویی را با سیدحسین میرسراجی، مدیرعامل شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم انجام داده‌ایم که در پی می‌آید.



بسته‌بندی دیده می‌شود به همین علت برای تغییر فاز در استان و روی آوردن به صنعت بسته‌بندی این نمایشگاه را برگزار خواهیم کرد.

میرسراجی افزود: فلسفه وجودی برگزاری این نمایشگاه درخواستی است که دست‌اندرکاران حوزه چاپ استان از ما داشته‌اند و با برگزاری این نمایشگاه بازاری ایجاد خواهد شد تا افراد این صنعت در استان قم به سمت‌وسوی چاپ بسته‌بندی و رشد آن حرکت کنند. علاوه بر مورد ذکر شده به واسطه این نمایشگاه با برندها، تولیدکننده‌ها نیز آشنایی خوبی انجام خواهد شد تا شرکت‌هایی که در زمینه بسته‌بندی فعال هستند در استان قم هم به فعالیت بپردازند و به جذب مشتری بیشتری در این حوزه انجام شود.

وی اضافه کرد: برحسب مصوبه کارگروه نمایشگاهی که ریاست آن با استانداری قم است، امسال مکلف شدیم تا در تقویم نمایشگاهی چاپ صنعتی را برگزار کنیم. به علت وجود حوزه علمیه و فراوانی تعداد نویسندگان و کتاب‌هایی که در شهر قم چاپ می‌شود، شهر قم جز ۵ استانی است که در صنعت چاپ عملکردی قوی دارد و می‌توان به جرأت قم را یک قطب صنعتی کشور خواند و مرکز فرهنگی ایران بعد از مشهد است. تعداد زیادی چاپخانه و اهالی صنعت چاپ در شهرک‌های قم مشغول به کار هستند. هدف ما از برگزاری نمایشگاه نشان دادن توانمندی و پتانسیل استان قم در این حوزه است و باید این توانمندی معرفی شود و نمایشگاه می‌تواند کمکی باشد برای رسیدن به این مهم.

■ برنامه‌های جانبی نمایشگاه

وی در خصوص برگزاری برنامه‌های جانبی و کارگاه‌های آموزشی در نمایشگاه عنوان کرد: کارگاه‌های آموزشی برای دیگر نمایشگاه‌های استان را در نظر داریم ولی تاکنون برای این نمایشگاه کارگاهی مطرح نشده است، در حال حاضر غرفه گذاران درخواست کارگاه را نداشته‌اند ولی در برنامه نمایشگاهی این مورد را خواهیم گنججانید. از شرکت کنندگان واز غرفه‌های برتر قدردانی لازم را خواهیم داشت.

مدیرعامل شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم در خصوص اطلاع‌رسانی و تبلیغات این نمایشگاه اظهار داشت: چند ماهی است که سایت qomexpo.ir راه‌اندازی کرده‌ایم و در حال به‌روزرسانی اطلاعات سایت هستیم. همچنین از طریق کانال‌های اتحادیه‌های مرتبط با صنعت چاپ و بسته‌بندی و نیز از طریق سیستم شبکه استانداری نیز تبلیغاتی انجام داده‌ایم تا به واسطه این شبکه به تمام مسئولان استان، کارمندان و کارشناسان اطلاع‌رسانی شود. وی در ادامه گفت: از طریق اتاق اصناف به شهرک‌های صنعتی نیز خبر برگزاری این نمایشگاه را اطلاع داده‌ایم، زیرا این نمایشگاه، یک نمایشگاه تخصصی است و تمام سعی و کوشش ما بر این است که به مخاطبان خاص اطلاع‌رسانی کنیم. علاوه بر موارد ذکر شده در حال حاضر با یکی از مجلات صنعت چاپ صحبت شده تا آگهی نمایشگاه را چاپ کنند. همچنین در روزنامه‌هایی مانند همشهری، جام جم و از طریق ارسال پیامک، نصب پوستر و بنر در سطح شهر و میادین قم و شهرهای نزدیک اطلاع‌رسانی انجام خواهد گرفت و تبلیغات صدواسیمایی استانی را نیز در نظر داریم.

■ مجری مستقیم برگزاری نمایشگاه

سیدحسین میرسراجی، مدیرعامل شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم در خصوص برگزاری نمایشگاه تخصصی چاپ صنعتی، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته استان گفت: چند دوره‌ای در استان قم نمایشگاه‌هایی با عنوان نمایشگاه تخصصی چاپ و بسته‌بندی برگزار شد ولی مجری برگزاری آن نمایشگاه‌ها به عهده شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم نبود. امسال به عنوان تنها مجری نمایشگاه‌های استان قم، نمایشگاه صنعت چاپ را نیز برگزار خواهیم کرد. تاکنون تشکله‌ها و ارگان‌ها برای اسپانسرری اقدامی نکرده‌اند و ما به صورت مستقل برگزاری نمایشگاه را عهده داریم.

میرسراجی با اشاره به مشکلاتی که سال‌های گذشته در برپایی این نمایشگاه پیش آمده بود اظهار داشت: افرادی که در سال‌های گذشته در نمایشگاه شرکت داشتند از تبلیغات و اطلاع‌رسانی و از رسیدگی مسئولان نمایشگاه ناراضیتی داشتند. به همین دلیل ترجیح داده‌ایم که امسال نمایشگاه زیر نظر مستقیم شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم برگزار شود.

میرسراجی افزود: شرکت توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم مورد تایید مسئولان استان قم است و هم‌اکنون مشغول ساخت شهرک نمایشگاهی جدید در قم هستیم که این شهرک شامل ۱۵ تشکل اقتصادی، بازرگانی، تجاری، صنعتی قم است و امروزه استان قم جزو بزرگ‌ترین شرکت‌های نمایشگاهی کشور است. از سال گذشته کل مسئولیت برگزاری تمام نمایشگاه‌هایی که در سالن‌های قدیمی برگزار می‌شود را به ما واگذار کرده‌اند و این شرکت عامل اجرای برگزاری نمایشگاه‌ها شده است. نیروهای متخصصی را در این خصوص آموزش داده‌ایم و دپارتمان خاصی تشکیل شده است و به همین دلیل شرکت نمایشگاهی ترجیح داده است به صورت مستقیم بدون نیاز به مجری اقدام به برگزاری نمایشگاه کرده است.

وی عنوان کرد: این نمایشگاه در تاریخ ۲۴ تا ۲۷ شهریور در محل دائمی نمایشگاه‌های استان قم برگزار خواهد شد و یک سالن به متراژ ۱۲۰۰ متر را به خود اختصاص داده است.

به گفته میرسراجی زمان ثبت‌نام متقاضیان حضور در نمایشگاه از اواسط تیرماه آغاز شده است و آخرین مهلت ثبت‌نام تا تاریخ ۱۰ شهریورماه نیز ادامه خواهد داشت. تاکنون استقبال بد نبوده است. تقاضاهای خوبی برای شرکت در نمایشگاه داشته‌ایم ولی جانمایی‌ها هنوز به صورت کامل انجام نگرفته است و اولویت جانمایی بر اساس تاریخ ثبت‌نام و واریز وجه است.

وی در مورد هدف از برگزاری نمایشگاه در استان قم اشاره کرد و افزود: استان قم در زمینه خدمات بسته‌بندی محصولات فعالیت چندانی ندارد و بیشترین حوزه فعالیت و قدرت استان در زمینه نشر و انتشارات است ولی چون احساس نیاز در استان قم به حوزه



قیمت ۵۵۰۰ تومان

اتیکت پیلینی
تمویل یک روزه

جهت دیدن دیگر محصولات به وب سایت ما مراجعه کنید.

۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱ / ۰۲۱ ۵۵ ۵۷۶ ۴۴۹

WWW.KAVIA5.COM KAVIAPEN@YAHOO.COM

گفتگو با «مارتین زیگارد» مدیر منطقه‌ای شرکت نیلیپتر دانمارک، غول لیبل جهان

بازار لیبل ایران قابلیت بزرگی در منطقه خاورمیانه است

برگزاری دومین سمینار تخصصی لیبل در ایران فرصتی پیش آورد تا از نزدیک با بعضی از نام‌آوران جهانی این صنعت آشنا شویم. از جمله سخنرانان مطرح این سمینار حضور «مارتین زیگارد» به عنوان نماینده و مدیر منطقه‌ای شرکت بین‌المللی نیلیپتر از دانمارک بود که نمایندگی آن در ایران به عهده شرکت بین‌المللی همتا با مدیریت مهندس محمد سزاوار است. سخنان او در سمینار و برشمردن ویژگی‌ها و قابلیت‌های بزرگ این غول لیبل جهان باعث شد در محل شرکت همتا گپ‌وگفتی را با او داشته باشیم تا او به ما بگوید نیلیپتر کجا بود، به کجا رسید و برنامه‌هایش برای سرمایه‌گذاری و فروش محصولاتش در صنعت چاپ ایران چیست؟ ضمن تشکر از مهندس سوختکیان، مسئول فروش شرکت همتا برای ترجمه صحبت‌های ایشان، گفتگوی خبرنگار ما با این مدیر برجسته صنعت لیبل در پی می‌آید.



● فضای ایران و فضای سمینار لیبل را چگونه دیدید؟

فضای ایران را فضای یادگیری و فضای دوستی و همکاری دیدم و فضای سمینار مملو از فراوانی ذوق و شوق برای دانستن در خصوص لیبل و تغییر به سمت پیشرفت بود. در مورد نیلیپتر و معرفی آن به صنعت چاپ ایران در نمایشگاه اروپا سعی شد که شرکت نیلیپتر و محصولات آن را به ایرانیان معرفی کنیم و حضور در این سمینار هم شناسایی بهتر نیلیپتر به جامعه چاپ ایران به خصوص صنعت لیبل است و باید بگویم در این راه موفق بودیم. در اولین مسافرت به ایران واقعا چهره ایران و سطح آن فراتر از انتظاراتم بود. با مردمی برخورد داشتم که خیلی رفتار خوب و گرمی داشتند، مردم ایران را خیلی فعال و علاقه مند به یادگیری دیدم و البته این را هم اضافه کنم که ایران بسیار مستعد برای سرمایه‌گذاری و دارای مردمانی با دانش است.

در این چند روز، بعد از خاتمه سمینار لیبل این شانس را داشتم که در شهر گردش کنم و محصولات را در صنعت لیبل ایران دیدم که برایم جالب و تعجب‌آور بود چرا که برابری با محصولات اروپایی در آن‌ها به خوبی مشاهده می‌شد و من چنین انتظاری از ایران نداشتم به عقیده من بسته‌بندی و لیبل‌ها خیلی خوبی در ایران مورد مصرف است و نشان می‌دهد پتانسیل خیلی خوبی در بازار کشور و ایران در خصوص مصرف لیبل وجود دارد.

در دومین سمینار لیبلی که برگزار شد در ابتدا متعجب شدم که افراد زیادی در این سمینار شرکت کرده‌اند و همه‌گونه تیبی وجود داشتند و علاقه‌مندی وجود داشت و شانس شناسایی مشتریان را پیدا کردیم و به این نکته رسیدیم که تعدادی از آن‌ها

در مورد لیبل اطلاعاتی دارند و با تکنولوژی آن آشنایی دارند و کاملا به‌روز هستند. گروهی نیز این دانش را ندارند ولی بسیار علاقه‌مند به کسب دانش لیبل‌اند و این جای پیشرفت و رشد دارد.

● در خصوص سابقه شکل‌گیری و ساختار شرکت نیلیپتر اطلاعاتی به ما می‌دهید؟

شرکت نیلیپتر یک شرکت دانمارکی است و نزدیک به صد سال سابقه دارد و کاملا خانوادگی است و هم‌اکنون سه نسل خانواده در این کمپانی مشغول هستند و امکانات بسیار خوبی در سراسر دنیا به ویژه خاورمیانه دارد و شرکت همتا با مدیریت محمد سزاوار تنها نمایندگی این کمپانی را در خاورمیانه عهده‌دار است.

● نظرتان راجع به بازار لیبل در حوزه خاورمیانه چیست و آن را چگونه می‌بینید؟

بازار خاورمیانه بازار بسیار بزرگی است و در صنعت لیبل رشد خوبی دارد و در حال گسترش است. به طور مثال اگر کشور ترکیه و کشورهای حوزه خلیج فارس، مانند عربستان را بررسی کنیم در ۲۰ سال گذشته

من چنین انتظاری از ایران نداشتم به

عقیده من بسته‌بندی و لیبل‌ها خیلی خوبی

در ایران مورد مصرف است و نشان می‌دهد

پتانسیل خیلی خوبی در بازار کشور و

ایران در خصوص مصرف لیبل وجود دارد

سرمایه‌گذاری بسیار خوبی در ماشین‌های لیبل داشته‌اند و نیلیپتر هم خوب توانسته آن‌ها را ساپورت کند و در این بازار بسیار موفق بوده است گرچه احساس می‌کنیم شاید نسبت به بقیه رقبا در این منطقه دیرتر عمل کرده‌ایم ولی در حال جبران هستیم. در خصوص نقش شرکت همتا و ساختار صنعت لیبل ایران در این حوزه باید بگویم شانس این را داشتم که در خیابان‌های تهران بگردم و به این نکته رسیدم که ایران کشوری دارای مصرف بالا لیبل است و این بخش عمده از صنعت در سطح بالایی به کشور وارد می‌شود و به نظر می‌رسد علیرغم تمام مسایل موجود و تحریم‌های ایران، از تمام دنیا این کشور در زمینه واردات محصولات لیبل استفاده می‌کند و لیبل در ایران جنبه بین‌المللی دارد. برندهای آمریکایی، اروپایی، آسیایی و چینی و... در بازار ایران را دیدم و این نشان می‌دهد که پتانسیل رشد خوبی در این کشور در زمینه لیبل دارد.

● از همکاری نیلیپتر با شرکت بین‌المللی همتا بگویید.

با مدیریت محترم شرکت همتا در گذشته صحبت کرده بودیم، ما تیم همتا را می‌شناختمیم و با موقعیت ارزشمند این شرکت در ایران آشنا بودیم و چون دید یکسان و مشترکی با مدیریت این شرکت داشتیم می‌دانستیم که همتا علاقه و امکانات شناخت بازار را دارد و تیمی دارد که می‌تواند به بازار ورود پیدا کند و ارتباط لازم را با مشتریان ایرانی داشته باشد. این دلیل اصلی انتخاب شرکت همتا از طرف نیلیپتر بود. نکته بعدی این است که دانش صنعت چاپ در این شرکت وجود دارد نه تنها تکنولوژی بازار را می‌شناسند از علم روز چاپ جهان هم مطلع هستند و در هر دو مورد شرکت همتا پیشرو و موفق است هم بازاریابی و هم شناخت بازار را کاملا در اختیار دارد.





● در دومین سمینار لیبیل ایران آیا نیلپیتر به برنامه‌ها و اهداف خود رسید؟

موردی که در سمینار می‌خواستیم عنوان کنیم این بود که ما به طور جدی تصمیم گرفته‌ایم وارد بازار ایران شویم و آمده‌ایم تا بمانیم و ادامه دهیم و هر دو طرف از این بازار بهره‌مند شویم. برگزاری این سمینار ما را به اهدافمان نزدیک کرد و نکته دیگر اینکه اصالت در کار ما بسیار اهمیت دارد. ترجیح می‌دهیم حتی کمتر فروش داشته باشیم ولی ماشین با کیفیت را به شخص مورد نظر، درست و دقیق بفروشیم. نه اینکه ماشین را به شخصی بفروشیم که کارایی آن را بلد نباشد یا بازار آن را ندارد یا بازاریابی آن را نمی‌داند.

● اگر به شرکت نیلپیتر در دانمارک بازگردید اگر از شما بپرسند که چه دستاوردی از ایران کسب کرده‌اید به آن‌ها چه می‌گویید؟

زمانی که به دانمارک برگردم توضیحی که برای شرکت دارم این است که من بازاری را دیدم برخلاف انتظارم هم عالی‌ترین سطح ماشین‌های شرکت را می‌توان فروخت هم معمولی‌ترین سطح از هر نوع تقاضایی وجود دارد. هدفمان بیشتر از همه این است که مشاوره بدهیم و انتقال تکنولوژی داشته باشیم سیاستمان این نیست که ماشین را با هزینه‌های کلان به مشتریان بفروشیم و آن‌ها نتوانند از آن استفاده کنند. یا بازار برای محصول ماشین نداشته باشد. اگر ببینیم که مشتری آپشن یا ماشینی درخواست کند و نداند که با آن چه کار کند من رای او را خواهم زد. ترجیح می‌دهم ماشین را نفروشم صرفاً به فکر فروش ماشین نیستم.

● آیا در حاشیه این سمینار زمینه‌هایی برای فروش به دست آورده‌اید؟

با مشتریان علاقه‌مند صحبت کردم و اگر مساله خاصی پیش نیاید این انتظار را داریم که بتوانیم در چند ماه آینده معامله‌هایی در ایران داشته باشیم.

● مشتریان ایرانی می‌پرسند که خدمات بعد از فروش نیلپیتر چگونه است؟

خدمات بعد از فروش نقش بسیار کلیدی در فروش را بازی می‌کند. ما از آن شرکت‌هایی نیستیم که دستگاهی را بفروشیم و مشتری را به حال خود رها کنیم. ما برای این موضوع یک برنامه سه مرحله‌ای داریم. در مرحله اول به تکنسین‌های شرکت‌های نماینده نیلپیتر آموزش می‌دهیم و یا به مشتریان آن‌ها، مرحله دوم بعد از مدتی خودشان به مشتری‌ها آموزش می‌دهند در مرحله سوم با ما تبادل اطلاعات می‌کنند و خواسته‌ها و نیازهایشان را عنوان می‌کنند. دنیا بزرگ است و هر منطقه‌ای شرایط خاص خود را دارد. با توجه به آنچه که در ایران دیدیم تصمیم گرفتیم در شرکت هم‌تا تکنسین‌هایی را تربیت کنیم که بتوانند مسایل اولیه را رفع کنند. در مرحله دیگر در نظر گرفته‌ایم که هر ماشینی که نصب می‌شود به هد کوارترهای ما متصل می‌شود چون می‌دانیم اختلاف ساعت در دنیا وجود دارد. این سرویس همیشه آنلاین شرکت ما در دانمارک، آمریکا و هند همیشه فعال است و در هر شیفت کاری یک نفر در دسترس و جوابگو است. نکته بعدی این است که اطلاعات با هم ارتباط دارند و به هم اطلاع می‌دهند. داده‌های پایه آن‌ها ثابت است اگر

ما شریک کار چاپی شما هستیم (we are your printing partner).

ما جدا از لگو و صحبت‌هایی که می‌کنیم می‌خواهیم تکنولوژی و ایده‌هایمان را بفروشیم نمی‌خواهیم ماشین بفروشیم



صبح با دانمارک صحبت کرده است شب می‌تواند با همان داده‌ها با آمریکا ادامه دهد و برنامه‌های از پیش تعریف شده دارند که ماشینی را در یک تاریخ معین نصب شده است، تیراژ کار و حتی نوع کار چاپی برای هد کوارتر مخابره می‌شود. فرض کنید اگر بعد از یک میلیون کار چاپی ماشین نیاز به سرویس داشته باشد و این سرویس انجام نشده است سیگنال اخطار برای هد کوارتر ارسال می‌شود و آن اخطار را به مشتری تاکید می‌کند.

Management Information Sys-tem (MIS) که به صورت یک پارامتر مهم در اختیار مدیر چاپخانه قرار می‌گیرد که می‌تواند هزینه‌ها را هم آنالیز کند هزینه چاپ هر لیبیل را بررسی کند.

● در خصوص رقابت در کیفیت و قیمت محصولات شما و تسهیلاتی که ارایه می‌دهید توضیح دهید.

در فروش کالای خود مراحمی را در نظر گرفته‌ایم که به رقابت در این عرصه توجه

ویژه داریم و از اصول حرفه‌ای رقابت مطلع هستیم و با وزارت اقتصاد و دارایی کشور دانمارک و بانک صحبت کرده‌ایم که آیا امکان در نظر گرفتن مسایل مالی و ارایه تسهیلات برای بازار ایران وجود دارد ولی این شرایط را به توان مالی مشتریان می‌سنجیم و این تسهیلات برای هر مشتری نیز متفاوت است و برای هر مشتری برنامه‌ای در نظر داریم و این موردی است که در برگشت به دانمارک بیشتر روی آن کار خواهم کرد. باید طوری باشد که هر طرف هم مشتری هم بانک و هم شرکت با هم مشارکت داشته باشیم و مشتری بازار هدفمند و تعریف‌شده‌ای دارد تا پول دریافت کند.

● شعار شرکت نیلپیتر برای معرفی خود به مشتری چیست؟

ما شریک کار چاپی شما هستیم (we are your printing partner). ما جدا از لگو و صحبت‌هایی که می‌کنیم می‌خواهیم تکنولوژی و ایده‌هایمان را بفروشیم نمی‌خواهیم ماشین بفروشیم. تقریباً تمام اروپا به علاوه خاورمیانه و شمال آفریقا کاملاً در حوزه من است.

● موقعیت فروش شما در خاورمیانه چگونه است؟

تا به حال در کشورهای حوزه خلیج فارس از جمله عربستان و کشور ترکیه بازار خیلی خوبی تاکنون برای ما بوده است. البته در شرایط امروز اولین مورد در ترکیه وضعیت سیاسی زیاد پایدار نیست و دومین مورد این است که کشورهای عربی که وابسته به درآمد نفتی هستند مشکل دارند. امیدواریم ایران اضافه شود.

● آیا رنگ قرمز در آرم نیلپیتر معنای خاصی دارد؟

رنگ قرمز و سفید بیشتر به دلیل پرچم دانمارک است که شرکت نیلپیتر انتخاب کرده است.

● آیا ایران می‌تواند جایگزین مشتریان خاورمیانه شود؟

درست است وضعیت سیاسی ترکیه به هم ریخته است ولی خبر خوب این است که باز هم در این شرایط به کار ادامه می‌دهند. پتانسیل بزرگی در بازار ایران می‌بینم و اعتقاد داریم و مطمئن هستیم در بازار ایران جای پیشرفت وجود دارد و صرفاً صنعت چاپ نیست، صنایع در ایران رو به گسترش است و هر صنعتی در انتها وابسته به چاپ است.



«نیلیتر»

۱۰۰ سال ساخت ماشین آلات لیبل و بسته بندی

شرکت نیلیتر دانمارک که به غول صنعت لیبل جهان معروف است با تقریباً صد سال سابقه در ساخت ماشین آلات لیبل نوآورترین و پیشرفته ترین سیستم های چاپ لیبل و بسته بندی های انعطاف پذیر را به بازار جهان عرضه می کند. به طوری که تمامی بزرگان صنعت لیبل جهان مشتریان دائم این شرکت برای سالیان متوالی هستند.



شرکت نیلیتر در اکثر فن آوری های چاپ پیشتاز صد در صد بازار لیبل بوده، سطح اختراعات و فن آوری های عرضه شده در ماشین آلات این شرکت به قدری بالاست که برای رقبای این شرکت دست نیافتنی است. قابلیت چاپ ماشین آلات نیلیتر علاوه بر چاپ لیبل و بسته بندی، چاپ جعبه، لفاف های بسته بندی، آلومینیوم، لیبل های IML، تیوب های پلاستیکی آرایشی-بهداشتی و چاپ بر روی کاغذ و مقوا می باشد. با سرمایه گذاری در ماشین آلات فوق چاپخانه داران قدم به آینده صنعت چاپ خواهند گذاشت و با ماشین های چاپ نیلیتر قابلیت چاپ همزمان افست، فلکسو، اسکرین، گراور را به همراه خدمات دای کات، طلاکوب، لمینت، یووی و... را در یک ماشین خواهند داشت.

گستره محصولات نیلیتر در حدی می باشد که کامل ترین مجموعه چاپ در این شرکت عرضه می شود که شامل فلکسو پیشرفته تا افست و چاپ دیجیتال، از این نظر به کامل ترین سازنده تولید چاپ لیبل جهان معروف است. نگاه ویژه نیلیتر به توسعه صنعت لیبل بر آن شده که این شرکت پیشرفته ترین ماشین دیجیتال جهان را به نام پاناراما عرضه کند.

● ماشین های نیلیتر سری افست MO

شما می توانید با پلیت های افست، مرکب یووی، پلاستیک، کاغذ و مقوا طیف گسترده ای از مواد خام موجود در بازار خدمات چاپ و در نهایت خدمات تکمیلی را انجام دهید. به دلیل کیفیت بسیار بالای چاپ ماشین آلات فوق حتی برای چاپ های امنیتی استفاده می کنند. علاوه بر این برای تولید کارت های پلاستیکی و کارت بانکی بسیار مناسب می باشد. به طوری که در انتهای خط تولید، کارت تکمیل شده را آماده تحویل به مشتری خواهید داشت.

● نیلیتر تنها ماشین لیبل جهان با ۷ سرو موتور در یک یونیت

سوال بسیار قابل تامل این است که چرا ۷ سرو موتور در این ماشین آلات مهم می باشد، دلیل عمده این ۷ سرو موتور دقیقاً مثل این است که ۷ دست استاد کار در یک واحد چاپ در حال تکمیل فرایند چاپ شما می باشد. تمامی کنترل رجیستری، سرعت موتور، فشار چاپ و جزئیات چاپ توسط این سرو موتورها در حال کنترل می باشد.

● کنترل ماشین چاپ فقط با یک تابلت

تصور کنید کامل ترین ماشین چاپ جهان تنها با یک تابلت و با قدم زدن در اطراف آن و یا روز میز کار خود کنترل می شود، تمامی تنظیمات توسط تابلت فوق انجام خواهد شد و حتی نمونه کارهای چاپی روی هم خوردگی (رجیستری) و کنترل رنگ ها نیز با لمس صفحه این تابلت قابل کنترل اپراتور می باشد.

شرکت نیلیتر با برنامه های آموزش محور و پروژه محور هم اکنون به بازار ایران وارد شده و این شرکت به همت نمایندگی خود در ایران (گروه همتا) برنامه های خود را برای بازار ایران اعلام کرده است.



انفرا

مجموع چاپ و صحافی
فرانگار

لیتوگرافی

چاپ ۲ ورقی ۴ رنگ

چاپ ۲ ورقی ۳ رنگ

صحافی چسب گرم، مفتول،
جلدسازی و ته دوخت، پانچ و فنر
سلفون حرارتی

۷۷ ۳۳۸۰۶۳ | ۷۷ ۳۳۹۳۳۹
www.faranegar.co



گفتگو با «راجر استفان پلو» در
حاشیه برگزاری دومین سمینار
لیبل ایران

بازار لیبل ایران آماده به دست آوردن جایگاه واقعی خود است

رسانه‌های جهانی حوزه چاپ
باید به‌روز باشند

«راجر استفان پلو» مدیر بزرگ‌ترین
نمایشگاه چاپ لیبل در جهان و رییس
هیات مدیره بخش چاپ، بسته‌بندی و
لیبل گروه تارسوس در خصوص ارزیابی
خود از سمینار تخصصی لیبل در ایران
گفت: همین‌طور که می‌دانید این دومین
سمیناری است که در ایران برگزار شد و
من نیز در آن حضور پیدا کردم، ارزیابی
من از اولین سمینار لیبل خوب بود ولی
این سمینار خیلی خیلی بهتر و مفیدتر
برگزار شد.
وی اشاره کرد: با توجه به حضور
چشمگیر افراد در سمینار لیبل و سوالاتی
که امروز در سمینار از من پرسیده شد
به این نتیجه رسیدم که این بازار آمادگی
کامل برای پرتاب به سمت موفقیت را
در ایران دارد. با تجربیات من و با حضور
بایک عابدین کشور ایران آمادگی این را
دارد که جایگاه خودش را در دنیا از نظر
اقتصادی پیدا کند.

● فرهنگ ایران شبیه به اروپاست

«پلو» در خصوص ورود ایران امروزه جامعه جهانی
افزود: کشور ایران من را یاد آفریقای جنوبی می‌اندازد که
البته خیلی آنجا را دوست دارم، آن کشور به دلیل شرایط
و مسایل نژادی از دنیا طرد شده بود. ولی وقتی به دنیا و
جامعه جهانی بازگشت از نظر اقتصادی منفجر شد و به
رشد و شکوفایی رسید.

به گفته «پلو» کشور ایران از تعداد جمعیت بسیار و جوان،
وسعت خوب، جایگاه منطقه‌ای ویژه برخوردار است و یک
نکته وجود دارد که همگی مردم این کشور نیازمند کسب
اطلاعات و موفقیت هستند و دوست دارند که همانند باقی
مردم دنیا امکانات برایشان فراهم باشد. متأسفانه در دنیا
خیلی وقت‌ها ایران را به عنوان یک کشور عربی می‌شناسند
ولی تا زمانی که به ایران سفر نکنند و از نزدیک جامعه ایرانی
را لمس نکنند به تفاوت این مساله پی نخواهند برد. به عقیده
بنده، مردم ایران خیلی مشابه با فرهنگ و مردم اروپا هستند
تا کشورهای عربی.

وی در پاسخ به سوال خبرنگار چاپ و نشر که صنعت
لیبل چقدر زمان دارد در ایران تا اشباع شود، تاکید کرد: این
سوالی است که هر کشوری در ابتدای این موضوع می‌پرسد.
من فکر نمی‌کنم نیاز باشد در حال حاضر در این خصوص
نگرانی داشته باشید. در ایران هنوز به جایی که فکر کنید
فرصت سرمایه‌گذاری از بین رفته باشد نرسیده‌ایم.

مدیر بزرگ‌ترین نمایشگاه چاپ لیبل جهان خاطرنشان
کرد: پانزده سال پیش مساله اشباع چاپ لیبل در کشور
انگلیس اتفاق افتاد و تولید کشور بیشتر از تقاضا شد
و نتیجه رخداد این شد که خیلی از کمپانی‌ها که
نمی‌توانستند در بازار رقابت کنند و هماهنگی لازم
را با بازار نداشتند یکی یکی از سیستم خارج شدند و
کمپانی‌های قوی، قوی‌تر و استخوان‌دارتر شدند و به
موجب این مساله بازار بسیار وسیعی از اروپا را کشور
انگلیس گرفت و شرکت‌ها با سرمایه‌گذاری مجدد برای
نگه داشتن بازار لیبل، بازارهای منطقه را به دست آوردند.

● هوش ایرانی‌ها

«پلو» با توجه به حضور در ایران در پاسخ به این سوال که
آیا جامعه چاپ ایران به این علم رسیده‌اند که برنامه‌ای برای
بازار خود داشته باشند و با برنامه‌ریزی ماشین‌های مورد نیاز
خود را خریداری کنند، گفت: من فکر می‌کنم چاپخانه‌داران
و مردم ایران به اندازه کافی هوشمند و باهوش هستند که
بتوانند تصمیمات خوبی برای آینده شغلی خود بگیرند ولی
آن‌ها نیاز دارند که آموزش را محور کارهای خود قرار دهند و
در سمینارهای بیشتری حضور پیدا کنند.

وی تاکید کرد: ایرانی‌ها در سمینارها، نمایشگاه‌های
مرتبط با چاپ در دنیا حضور دارند ولی به طور معمول سر
خودشان را بسیار شلوغ کرده‌اند. باید در این سمینارها و
نمایشگاه‌ها حضور داشته باشند. باید جراید و نشریات را برای
کسب اطلاعات، بیشتر در این جلسات فراخواند تا یادگیری
بیشتری داشته باشند. به عنوان مثال یک پزشک ناگزیر است
سالانه در چند سمینار و کنفرانس شرکت کند و از اطلاعات
روز پزشکی مطلع شود تا به موقع از آن اطلاعات برای بهبود
مریض‌هایش استفاده کند.

«پلو» اشاره کرد: بزرگ‌ترین موردی که یک
چاپخانه‌دار باید انجام دهد شناخت سفارش دهنده‌ها و
خواسته‌هایشان است. من اگر یک چاپخانه‌دار بودم، به
فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌ها می‌رفتم، برندها را در کنار هم
رصد می‌کردم و به این می‌اندیشیدم که چه کار باید کرد
که برند بیشتری من از برندهای دیگر بهتر و پرفروش‌تر
شود. در چاپخانه خودم تیم پروژه‌ام را تشکیل می‌دادم
و لیبل‌های را طراحی و تولید می‌کردم تا از لیبل رقیب
سفارش‌دهنده بهتر باشد. زیرا اگر فروش مشتریان من
بیشتر باشد، سفارشات چاپی من بالاتر خواهد رفت.

● نقش نمایندگی‌ها

رییس هیات مدیره بخش چاپ، بسته‌بندی و لیبل
گروه تارسوس در ارتباط با نقش و میزان کمپانی‌ها و
نمایندگی‌های فروش دستگاه لیبل در بالا بردن دانش
و آموزش مارکتینگ و فروش دستگاه‌ها عنوان کرد: اگر
کمپانی‌ها و نمایندگی‌ها تنها قصد فروش ماشین‌های خود
را داشته باشند، رسالت خود را به درست انجام نداده‌اند.
من ۱۶ سال است که وقتی به صرف تولیدکنندگان و
عرضه کنندگان ماشین‌های لیبل را کرده‌ام و توصیه‌ام به
چاپخانه‌داران این است که قبل از خرید ماشین‌ها از دانش
بسیاری از فروشندگان ماشین‌آلات استفاده کنند و این
برنامه را داشته باشند که چرا و به چه دلیل باید ماشینی
را خریداری کرد. خریدار باید هوشمند باشد.

● نقش رسانه‌ها در توسعه چاپ

مدیر بزرگ‌ترین نمایشگاه چاپ لیبل در جهان در مورد
رسانه‌ها و نقش آن‌ها در توسعه چاپ گفت: مهم‌ترین
و اولین مساله یک رسانه این است باید و باید مستقل
بماند و هیچ وابستگی نسبت به هیچ یک از شرکت‌ها و
ارگانی نداشته باشد. دومین مورد که باید مورد اهمیت
رسانه‌ها باشد این است که رسانه‌ها نیز همانطور که به
چاپخانه‌داران توصیه کردم باید با مسایل و تکنولوژی‌های
روز دنیا پیش روند و بدانند که چه اتفاقاتی در حوزه
فعالیشان رخ می‌دهد، به‌روز باشند و اطلاعات روز دنیا را
در اختیار جامعه صنعت چاپ داخل کشور قرار دهند. سوم
رسانه‌ها باید با مخاطبان خود که چاپخانه‌داران هستند
حتی در سراسر کشور ارتباط برقرار کنند، می‌توانند از
چاپخانه‌ها بازدید کنند بعد از بازدید گزارشی از بازدید در
مجله بنویسند و روش‌هایی که باعث پیشرفت‌شان شده
است را توضیح دهند تا خوانندگان کسب اطلاع کنند.

وی ادامه داد: درست است که کار آسانی نیست که
یک چاپخانه‌دار راحت و شفاف صحبت کند چون همیشه
نگران از دست دادن موقعیت و کارهای خود است. باید
اطمینانشان را جلب کنید که این خود زمانبر است. باید
ثابت شود که بی‌طرفانه در نشریه مطلب می‌نویسید.

پلو افزود: یک رسانه باید خیلی مواظب باشد تا زبان
گویای یک برند نشود، چون ممکن است بودجه هنگفتی
از سوی برندی داده شود تا مطلب آن برند چاپ شود. این
در کوتاه‌مدت ممکن است سودآور باشد ولی اگر رسانه‌ای
مستقل عمل کند در طولانی مدت آگهی‌های بیشتری
کسب خواهی کرد.



شرکت‌کنندگان در دومین سمینار
لیبل تهران چه گفتند؟

استقبال عالی نشان از زمینه‌های فراوان برای سرمایه‌گذاری است

جنبه تبلیغاتی سمینار با جنبه
آموزشی آن همخوانی نداشت

■ فاطمه مهدوی

دومین سمینار آموزشی لیبل از طرف اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران و با همکاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران و گروه تارسوس و با حمایت مالی شرکت ایران‌دار، شرکت ایران روتاتیو و گروه صنعتی هم‌تا در روز دوم شهریور در تهران برگزار شد. استقبال بی‌نظیر اهالی صنعت چاپ و لیبل از این رویداد مهم و حضور نمایندگان برندهای جهانی در این رویداد اهمیت و جایگاه این صنعت را در ایران دوچندان ساخت و باعث شد تا فصل جدیدی در این صنعت در ایران برای سرمایه‌گذاری، تولید و صادرات به وجود آید. در همین راستا با بعضی از شرکت‌کنندگان در این سمینار گپ‌وگفتی انجام داده‌ایم و دیدگاه‌های متفاوت آن‌ها را در این خصوص جویا شده‌ایم. آنچه در پی می‌آید گفتگوی خبرنگار چاپ و نشر با فعالان این عرصه است.



استقبال بی‌نظیر

ابوالفضل ایمنی، مدیر روابط عمومی کنفرانس لیبل و اتحادیه صادرکنندگان در خصوص نحوه برگزاری سمینار لیبل گفت: این سمینار دومین دوره از سمینار لیبل است. اولین بار برای آشنایی دست‌اندرکاران لیبل بود و بعد از اینکه اتحادیه صادرکنندگان در نمایشگاه بزرگ لیبل اکسپو در جهان، شرکت کرد کارگروهی را تشکیل داد تا به مشکلات این صنعت بیشتر رسیدگی شود.

وی در خصوص اهمیت لیبل در جهان گفت: لیبل یکی از مهم‌ترین بخش‌های چاپ است و تفاوت بسیار بزرگی با صنعت چاپ دارد در زمینه لیبل سمینارها و همایش‌های تخصصی برگزار می‌شود که بسیار متفاوت از صنعت چاپ است.

ایمنی در خصوص هدف از برگزاری سمینار و نحوه برگزاری آن افزود: با توجه به اینکه در صنعت لیبل ساماندهی خاصی داشتیم تعداد ۳۲۷ نفر به صورت آنلاین و حدود ۴۵۰ کارت دعوت به برندهای مطرح از جمله بانک‌ها، دومینو و صنایع غذایی که مطرح هستند ارسال شد و توانستیم تعداد خوبی از افراد متخصص را به این سمینار دعوت کنیم و استقبال بی‌نظیری در این خصوص داشتیم.

وی در خصوص برنامه بعدی این اتحادیه گفت: برنامه بعدی ما حضور در نمایشگاه لیبل شیکاگو آمریکا است که هیأت تجاری ایران برای اولین بار در ۲۵ شهریور به نمایشگاه لیبل آمریکا خواهند رفت.

مدیر روابط عمومی کنفرانس لیبل با بیان اینکه شرکت ایران روتاتیو، شرکت ایران‌دار و شرکت هم‌تا با نمایندگی نیلپیتر از لحاظ تحقیقاتی و ثبت نام کمک بسیار زیادی به برگزاری این سمینار انجام دادند در خصوص سخنرانان این سمینار افزود: سخنرانان این سمینار به ترتیب بابک عابدین رئیس اتحادیه، مهندس مس‌فروش رئیس سازمان صنعت و معدن و محمودرضا برازش، مدیر کل چاپ و آقای ظریف از شرکت ایران روتاتیو بودند.

تبادل اطلاعات و آگاهی در صنعت چاپ است

علی مخزن، مدیر چاپ طلایه مرجان که خود در صنعت لیبل فعالیت‌های موثری دارد در خصوص حضور چاپخانه‌داران در این سمینار و تاثیر آن در صنعت چاپ و سرنوشت بازار لیبل ایران گفت: برگزاری



چنین سمینارهایی می‌تواند اطلاع رسانی خیلی خوبی داشته باشد و باعث می‌شود نسل جوان‌تر و باسوادتر پا به عرصه گذارد و رفته‌رفته ما به سمت پیشرفت این صنعت خواهیم رفت.

مدیر چاپ طلایه مرجان در ارتباط با جنبه تبلیغات نمایندگی‌ها برندهای خارجی در این سمینار افزود: صنف چاپ صنف یتیمی است و متولی خاصی ندارد بنابراین در چنین سمینارهایی نیاز به اسپانسر است و هر اسپانسر باید محصولات خود را تبلیغ کند و این امری طبیعی است و جزیی از برگزاری حرفه‌ای سمینارهای این چنینی است.

وی در ارتباط با واردات دستگاه‌های چاپ لیبل به کشور یادآور شد: متأسفانه دستگاه‌های لیبل بدون هیچ آگاهی به کشور وارد می‌شود و در برخی مواقع هم محصولات لیبل به صورت قاچاق وارد می‌شود و امیدوارم آقایانی که می‌خواهند سرمایه‌گذاری کنند بیایند اتحادیه و جستجو کنند و آمار دقیقی از مصرف کالا بگیرند و بدانند چند کارخانه مصرف‌کننده محصولات آن‌ها هستند، بعد اقدام به واردات دستگاه کنند. البته خیلی کالاهای وارداتی در صنعت چاپ و بسته‌بندی داریم که مطرح نشده اند و باز تاکید می‌کنم که همه علم چاپ را داریم ولی هنر استفاده از چاپ را نداریم.



LOW ODOR
PLANT BASE
TRUE COLORS



شرکت رهاگستران

عرضه کننده چاپگرهای عریض
دستگاههای حرارتی و مواد مصرفی

- برای اولین بار، جوهر با پایه گیاهی و سازگار با محیط زیست
- ماندگاری دو ساله به همراه ضمانت اجرا • بدون بو و ساطع مواد شیمیایی و ترکیبات آلی فرار
- دارای خاصیت ضد خش و دارای بالاترین درصد Eco Max
- رنگ زرد خردلی برای خلق منحصرترین رنگ در خروجی کار

تهران، خیابان ولیعصر، پایین تر از مطهری، شماره ۱۹۶۵، طبقه بالای بانک پاسارگاد
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۸۵۴۵۰۵، ۸۸۸۵۴۵۲۴، ۸۸۹۲۶۷۱۱-۲

این تکنولوژی
رنگ هاست!

www.rahagostaran.com
info@rahagostaran.com



دگردیسی برای چاپخانه‌های ایران

علی ظریف، مدیر ارشد پروژه‌های فروش ایران روتاتیو و عضو گروه هایدلبرگ به عنوان یکی از سخنرانان این سمینار عنوان کرد: سیل و سونامی تکنولوژی باعث بهم‌ریختگی وضعیت بازار می‌شود ولی من این دید را دارم که چاپخانه‌ها باید یک دگردیسی در این شرایط را داشته باشند. پرسش اینجاست آیا صرفاً ورود تکنولوژی می‌تواند پاسخگو باشد باید بگویم کلیه کمپانی‌ها به دنبال این بحث‌ها هستند که عبارتند از ۱- بحث‌های مدیریت ضایعات ۲- مدیریت دانش ۳- مدیریت بهره‌وری این‌ها مسائلی است که باید به آن توجه کرد و برای پیشرفت در کار باید آن‌ها را در نظر گرفت.

ظریف با بیان اینکه شرکت ایران روتاتیو به عنوان عرضه‌کننده تکنولوژی این بحث را برای خود یک رسالت می‌داند تاکید کرد: البته به غیر از تکنولوژی موضوعات دیگری در چاپخانه‌ها است که مورد توجه باید قرار گیرد. به عنوان مثال یکسری دوره‌های آموزشی و آکادمیک است که بخشی در سایت یا در کمپانی گالوس انجام می‌شود و افراد ظرف ۳ روز می‌توانند متناسب با جریان کاری، آموزش داده شوند که این آموزش‌ها عبارتند از دوره‌های آموزشی چاپ لیبل برای بهبود کیفیت ۲- مدیریت رنگ (مباحث) ۳- ارایه بررسی آموزش‌های اختصاصی ۴- آموزش عملی در سالن تولید برای تولیدکننده‌ها است و کسانی که علاقه‌مند به شرکت در این کلاس‌ها هستند می‌توانند با شرکت ما در تماس باشند.



حمایت از تشکلهای صنعتی

محمد سزاوار، مدیرعامل شرکت بین‌المللی همتا در سمینار لیبل با تاکید بر اینکه شرکت‌کنندگان در این سمینار حضوری موثر داشتند گفت: همایش خیلی خوبی بود و این دومین همایش در این خصوص در ایران است و نمی‌توان توقع زیادی داشت ولی به نظرم

باید از تشکلهای صنعتی، اتحادیه‌ها و از برگزاری چنین همایش‌هایی حمایت کنیم. سزاوار در خصوص وضعیت صنعت افست و چاپ لیبل و صنعت رو به رشد آن در ایران با بیان اینکه باید ابتدا بازار را شناخت بعد اقدام به واردات دستگاه‌ها کرد افزود: به نظر من صنعت چاپ افست به ورشکستگی نرسیده است چرا که در ایران ظرفیت به اندازه کافی داریم، علت تعطیلی کارخانه‌ها در ایران به علت تحریم است که روی صنعت چاپ هم به شدت تاثیرگذار بود بنابراین مصرف‌کنندگان به دلیل گرانی ۱۰ درصدی کالاهای سعی کردند مشابه خارجی را بخرند ولی احساس می‌کنم افست دوباره زنده بشود.

مدیر شرکت همتا در خصوص صنعت لیبل متذکر شد: در صنعت لیبل دانش فنی مساله مهمی است و من تاکید می‌کنم خریداران مشاوره بگیرند و شرکت ما برای اینکه این مشکل را حل کند جلسات آموزشی و دوره‌های مشاوره‌ای را در نظر گرفته است.

وی در مورد تاثیر این سمینار گفت: برگزاری این سمینار خیلی عالی بود. همین‌قدر که افراد کنار هم جمع شدند این حسن کار است.



با آمار عرضه و تقاضا می‌توان بازار لیبل را به دست گرفت

مهدی رضائیان، مالک و سهامدار ارشد چاپ اندیشه آمل از شرکت‌کنندگان دومین سمینار لیبل در خصوص حضور چاپخانه‌داران در این سمینارها و تاثیر آن در صنعت چاپ و صنعت لیبل افزود: قطعاً برگزاری این سمینارها موجب ارتقای تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری می‌شود و در صنعت لیبل با توجه به اینکه لیبل را به صورت شیت چاپ می‌کنیم و در بخش رول اطلاعات خیلی کمی داریم. این سمینار باعث شد تا اطلاعات خوبی به دست آوردم. در این سمینار ماشین‌ها و بازار صنعت لیبل را معرفی کردند که بسیار موثر بود و این باعث می‌شود صنعتگران با دید باز سرمایه‌گذاری کنند. اتحادیه‌های مربوطه می‌توانند در این راه آمار دقیقی از ماشین‌آلات موجود و عرضه و تقاضا را بدهند تا سرمایه‌گذاران بیشتر راهنمایی شوند.

رضائیان با اشاره به اینکه هر ساله ۱۲۰ هزار تن سفارش چاپی از خارج از کشور وارد می‌شود افزود: اگر این آمار به شکل هدفمند در اختیار سرمایه‌گذاران قرار بگیرد بهتر می‌توان بازار را به دست گرفت چرا که شاید ۵ سال بعد اینجا گورستان ماشین‌های افست بشود و باید آن‌ها را به شکل قراضه‌ها در کوره‌ها ذوب کرد و امیدوارم برای بقیه صنایع چنین اتفاقی رخ ندهد.



صنعت چاپ وسیع‌تر از صنعت لیبل است

رضا محمودی، مدیرعامل پایپرداز آینده در خصوص حضور چاپخانه‌داران در سمینار صنعت چاپ لیبل گفت: برگزاری این سمینارها می‌تواند به وسعت کار خدمات‌رسانی و نیاز مشتریان جواب بهتری بدهد. البته باید گفت که صنعت چاپ وسیع‌تر از بحث لیبل است و این سمینار نباید معطوف به حوزه لیبل باشد و افراد متخصص باید در این سمینارها حضور یابند و این قضیه شروع خوبی برای صنعت چاپ است.



وارد کردن «ماشین افست دو ورقی» اقتصادی نیست

مهدی ناظمی‌پناه، مدرس و کارشناس چاپ در خصوص حضور چاپخانه‌داران در این سمینار یادآور شد: تاثیر سمینار برمی‌گردد به محتوای آن اگر محتوا، مورد نیاز چاپخانه‌داران باشد خیلی مفید خواهد بود. البته سمینار از نظر فیزیکی در جای خوبی مستقر شده و پذیرایی نیز خوب است و اسپانسرها خوب عمل کردند و ما در ایران کمتر شاهد برگزاری چنین سمینارهایی در حوزه چاپ هستیم و این سمینار را باید به فال نیک گرفت. ناظمی‌پناه در رابطه با مزیت حضور مهمان‌های خارجی در سمینار و تاثیر آن افزود: مدیرمسئول مجله لیبل اند لیبلینگ یکی از سخنرانان سمینار بودند و این موقعیت خوبی برای شرکت‌کنندگان است تا اطلاعات خوبی از نیاز بازار و میزان مصرف و تمایل مصرف‌کننده و اینکه در چه زمینه‌هایی از چاپ لیبل استفاده کنند به دست آورند.





می‌توان در بخش تبلیغات این مورد را مشاهده کرد زیرا اغلب شرکت‌کنندگان خارجی برای فروش محصولات خارجی به ایران می‌آیند و بخش آموزش که متناسب با نیازهای این صنعت است و عملاً به اقتصاد کشور کمک می‌کند در این سمینار کمتر به آن پرداخته شد.



بسترسازی و آموزش از طریق مجلات و سایت‌ها

مرتضی جعفری، مدیرعامل و عضو هیات مدیره شرکت ایراندار تولیدکننده کاغذ و فیلم‌های پشت چسبدار در خصوص تاثیر این سمینار در صنعت چاپ گفت: این سمینار فراتر از تصوراتم بود و در سطح بین‌المللی برگزار شد و چرا که آگاهی دادن از پیش چاپ، پروسه چاپ، بعد چاپ است در این صنعت بسیار حایز اهمیت است. از مزایای این سمینار این است که صنعتگران می‌توانند بقیه شرکت‌ها را بشناسند و امیدوارم که به سال ختم نشود و هر سه ماه یکبار ادامه‌دار باشد و سمینار کوچک در قالب آموزش نیز برگزار شود و وجود چنین

برگشت داشته باشد باید آگاهی داشته باشد که برای چه مقطعی و برای چه بازاری ماشین وارد شود.



استمرار در برگزاری سمینارها موجب به‌روز شدن صنعت می‌شود

مجتبی رادمنش، مدیر فروش شرکت میزان در خصوص تاثیر برگزاری چنین سمینارهایی گفت: معمولاً در حوزه چاپ هرچه بیشتر این سمینارها برگزار شود نتیجه بهتری در فرآیند صنعت چاپ و به‌روز شدن کارها خواهد داشت. رادمنش در رابطه با نقاط قوت و ضعف این سمینار افزود: در واقع این نوع سمینارها راهکارها را از جنبه تئوری و عملی ارایه می‌دهد که نتیجه گیری بهتری خواهد داشت و این برمی‌گردد به خود شرکت‌کننده که نکات مهم را در نظر بگیرد و در متن کارش رعایت کند.

هر دو جنبه تبلیغات و بخش آموزشی در سمینار لحاظ شد

ایگال عبدیان، مدیر شرکت چشم جهان در خصوص نقاط ضعف و قوت این سمینار گفت: در این سمینار مطالب جدیدی عنوان شد ولی اگر بخواهیم از نقاط ضعف این سمینار بگوییم

این مدرس و کارشناس چاپ با تاکید بر اینکه بعضی از سرمایه‌گذاران با خوش‌بینی و چشم‌پسته می‌آیند و سرمایه‌گذاری را در این صنعت انجام می‌دهند و عوارض حاصل از آن افزود: مثلاً وارد کردن ماشین افست دو ورقی نه اقتصادی است و نه بازار مصرف دارد. در حاشیه چنین سمینارهایی می‌توانیم مقالاتی را ارایه دهیم و اگر سعی شود اینگونه سمینارها علمی-تخصصی‌تر باشد و مخاطبانی از چاپخانه‌دار تا اپراتور تا مصرف‌کننده لیبل و کسانی که می‌خواهند سرمایه‌گذاری کنند حضور داشته باشند اطلاعات خوبی در زمینه لیبل به دست می‌آورد.



سرمایه‌گذار اگر با آگاهی سرمایه‌گذاری کند سرمایه‌اش برمی‌گردد

حسین احمدی، مدیرعامل صنایع چاپ مادرول در خصوص برگزاری سمینار لیبل و تاثیر آن گفت: مخاطب اصلی در این سمینار چاپخانه‌داران هستند و با این حجم از واردات اگر انسجامی بین چاپخانه‌داران نباشد و به بازارهای بزرگ‌تر فکر نکنیم دچار رکود خواهیم شد. چاپخانه‌داران در این راه باید بسیج شوند و از امکانات یکدیگر استفاده کنند تا بتوانیم در بازارهای بین‌المللی حضوری موثر داشته باشیم.

احمدی با تاکید بر اینکه کارگروه لیبل تشکیل شده برای برگزاری این سمینار قصد دارد که سالیانه این سمینار را در ایران برگزار کند افزود: یکی از اقداماتی که در ترکیه برای این صنعت انجام شده است مداومت در برگزاری سمینار تخصصی و کارگاه آموزشی است که موجب شناخته شدن این صنعت شده است و این تجربه می‌تواند در کشور ما هم انجام شود. لازم به ذکر است واردات ماشین‌آلات خیلی مهم است که بازار هدف چیست چون بازار ما بازار هیجانی است و اگر صنعتگری یک ماشین وارد کند، بنابراین چاپخانه‌داران دیگر بدون شناخت بازار اقدام به خرید و وارد کردن چنین دستگاهی می‌کنند و متأسفانه این موضوع در صنعت ما وجود دارد و این برمی‌گردد به اینکه اطلاع و آموزش وجود ندارد و این کارگروه وظیفه‌اش کنترل هیجان و شناختن بازار لیبل است. باید گفت هر نوع سرمایه‌گذاری چون باید سرمایه‌اش

PISHIRO LAMINATE

طراحی و تولید انواع جعبه و کارتن های لمینیتی و دایکاتی

پیشرو لمینیت



انتهای شهرک قدس (قلعه حسن خان)، بعد از پمپ بنزین
خیابان سیمرغ، پلاک ۲۰ تلفن: ۸۸۹۷۰۰۳۰-۰۹۳۰۹۶۱۳۳۵۳



در ایران از گرایش‌ها، تکنولوژی‌ها و نیازهای بازار اکثراً آگاهی لازم را نداریم و اغلب خیلی کورکورانه روی سرمایه‌های کلان سرمایه‌گذاری و تصمیم‌گیری می‌کنیم و این در حالی است نمی‌توان بدون اطلاعات و دانش کافی روی آن‌ها بررسی و سرمایه‌گذاری کرد و شرکت در چنین سمینارهایی منجر به سرمایه‌گذاری‌های هوشمندانه می‌شود و این جریان هدف اصلی ایران روتاتیو برای حضور در چنین سمینارهایی است.

اسفرجانی در رابطه با اینکه بخشی از برنامه‌های سمینار مربوط به کارهای تبلیغاتی شرکت‌ها است افزود: در هر صورت شرکت‌ها باید خودشان را معرفی کنند و خواهان این هستند که علوم خود را انتقال دهند و بعد دیگر این است که آموزش‌ها باید منجر به سرمایه‌گذاری شرکت‌ها شود و نکته‌ای که حایز اهمیت است این است که فرآیند آموزش در قالب برگزاری کارگاه‌های آموزشی است که در کنار سمینار باید باشد که باعث می‌شود سمینارها از کلی گویی خارج شوند که در این خصوص آقای عابدین وعده برگزاری چنین کارگاه‌هایی را در سمینارهای بعدی راداده اند.

نایب رییس هیات مدیره و مدیر فروش شرکت ایران روتاتیو در رابطه با زمان دوره‌های بعدی برگزاری اینگونه سمینار افزود: هنوز تاریخ برگزاری دوره بعدی سمینار مشخص نشده است و دوره اول سمینار حدود شش سال پیش اتفاق افتاد. و این نشان‌دهنده این است که باید تغییر روش و دیدگاه داده شود و این کنفرانس‌ها با زمان زودتر و تفاوت چشمگیرتر نتایج مثبتی در بر داشته باشد.

شرکت در سمینار گفت: هدف از حضور در این سمینار، تبادل اطلاعات با شرکت‌کنندگان و گرفتن اطلاعات است و بودن این سمینارها در بازار کار ما بسیار لازم است و بسیاری از کسانی که در این کار هستند اطلاعات کافی از نوع کار ندارند و این کمک می‌کند که آن‌ها به‌روز باشند و تبادل اطلاعات کنند در زمینه لیبیل این دومین سمیناری بود که برگزار شد و نقاط قوتش این بود که پژوهش‌هایی که انجام شده در مورد صنعت لیبیل به صورت جامع در اختیار مخاطبان قرار گرفت. همچنین معرفی ماشین‌آلات جدید از نکات مثبت این سمینار بود و نقطه ضعف این سمینار اکتیو نبودن در بخش عملی است چراکه قسمت تئوری بیشتر از قسمت عملی عرضه شد.



سرمایه‌گذاری‌های هوشمندانه

شاهین اسفرجانی، نایب رییس هیات مدیره و مدیر فروش شرکت ایران روتاتیو به عنوان حمایت‌کننده مالی سمینار در خصوص هدف از برگزاری این سمینار گفت: برگزاری چنین سمینارها و رویدادها برای صنعت چاپ کشور بسیار مفید است چون

سمینارهایی همت می‌خواهد. چون از کشورهای عربی و ترکیه خیلی عقب هستیم و در توانمان است که بتوانیم خودمان را به کشورهای پیشرفته در صنعت برسانیم و از طریق سایت‌ها و مجلات مختلف شروع به آموزش باید کرد و بسترسازی خوبی در این زمینه باید انجام دهیم تا به هدف نهایی برسیم.



علت وقفه ۶ ساله در برگزاری سمینار

هومن محمدی، مدیرعامل چاپ و نشر هودیس پارس در خصوص عملکرد و تاثیر این سمینار گفت: سمینار خیلی خوب و جامعی بود و شاید خیلی‌ها بگویند سمینار جنبه تبلیغاتی داشته است اما چاره‌ای نیست چرا که بودجه سمینار باید تامین می‌شد و البته جنبه آموزشی هم در این سمینار اهمیت داده شده است.

محمدی در ارتباط با برنامه آینده چنین سمینارهایی گفت: چون بازار لیبیل در شش سال گذشته در ایران خیلی مطرح نبود بنابراین شاهد وقفه شش ساله شدیم ولی از سوی بخش خصوصی به بازار لیبیل ایران در یک سال اخیر خیلی اهمیت داده شد و اگر بازاریابی درستی صورت بگیرد بازار ایران گنجایش خیلی خوبی در این خصوص دارد البته باید بازارهای خارجی را در نظر بگیریم و افراد کارشناس و خبره وارد این حوزه بشوند و کار لیبیل و بازار تقاضا را ارزیابی کنند.



از اهداف سمینار، تبادل اطلاعات میان شرکت‌کنندگان است

مهدی کوشیاری، نماینده تکنوتراس ایران از شرکت افق قطعات آسیا در رابطه با هدف از





به مناسبت روز
صنعت چاپ انجام شد:

بازدید خبرنگاران از چاپخانه‌های «پردازش تصویر رایان» و «رسام‌نگار جاوید» تهران

در حوزه چاپ امنیتی در ایران
جزو برترین‌ها هستیم

■ هانیه صراف زادگان

در آستانه فرارسیدن ۱۱ شهریور ماه و روز صنعت چاپ، خبرنگاران از چاپخانه «پردازش تصویر رایان» و «رسام‌نگار جاوید» دیدن کردند. به گزارش چاپ و نشر، این بازدید به همت مدیرکل دفتر چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به دعوت چاپخانه رسام‌نگار جاوید و پردازش تصویر رایان انجام شد و خبرنگاران حوزه کتاب و نشر از بخش‌های مختلف این چاپخانه‌ها بازدید کردند. این گزارش می‌افزاید: در این بازدید محمدحسن فکری دبیر شانزدهمین جشنواره صنعت چاپ به همراه جمعی از کارشناسان اداره کل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حضور داشت که به تشریح و توضیح در خصوص این چاپخانه‌ها پرداخت.

■ هدف از بازدید شناخت بهتر صنعت چاپ

محمدحسن فکری، دبیر شانزدهمین جشنواره صنعت چاپ در گفتگو با چاپ و نشر علت برنامه‌ریزی بازدید برای خبرنگاران حوزه چاپ و نشر از دو چاپخانه مطرح کشور گفت: به مناسبت روز ملی صنعت چاپ که ۱۱ شهریور ماه است، هر ساله به صورت نمادین برای معرفی روز صنعت چاپ بازدید از یکی از چاپخانه‌های توانمند ترتیب می‌دهیم تا خبرنگاران و دوستان اهل قلم این حوزه با بخشی از فعالیت‌هایی که کمتر دیده می‌شود، آشنا شوند.

فکری اشاره کرد: عموم مردم چاپ را به چاپ کتاب، نشریه و مجله می‌شناسند در حالی که این بخش کمتر از ۲۰ درصد از چاپ را در بر می‌گیرد و بیشترین بخش به چاپ صنعتی از جمله چاپ امنیتی، بسته‌بندی تعلق دارد و بسیار بسیار گسترده است.

وی با اظهار تأسف از حذف نام صنعت چاپ از تقویم کشور افزود: متأسفانه کم‌لطفی بعضی از دوستان باعث شد روز صنعت چاپ از تقویم کشور حذف شود ولی اهالی صنعت چاپ روز ۱۱ شهریور را به عنوان روز صنعت چاپ می‌شناسند و فراموش نمی‌کنند.

وی در بخش پایانی صحبت‌هایش خبر داد و گفت: روز یکشنبه ۱۴ شهریور ماه جلسه‌ای در خصوص عملکرد یک ساله جشنواره صنعت چاپ با حضور مدیر کل دفتر چاپ و نشر جلسه‌ای برگزار خواهد شد.

■ آموزش و رقابت سالم سرلوحه کار

اسدالله جوادی، مدیر برنامه و کیفیت شرکت پردازش تصویر رایان در جریان بازدید خبرنگاران از این مجتمع،

در خصوص برنامه‌هایی که برای آینده شرکت در نظر دارند عنوان کرد: هر شرکتی برای اینکه در حوزه رقابت ماندگار باشد به طور طبیعی باید به سمت توسعه پیش رود و منطبق با اتفاقاتی که در صنعت رخ می‌دهد، خودش را تغییر دهد. ما نیز از این مساله مستثنی نیستیم ولی حوزه‌هایی که در آن‌ها وارد شده‌ایم متفاوت است.

جوادی اشاره کرد: هم اکنون در حوزه هولوگرام بیشتر فعالیت می‌کنیم و در حال توسعه آن هستیم زیرا این صنعت در حال پیشرفت است، در حوزه چاپ امنیتی در ایران جزو برترین‌ها هستیم و سعی داریم همچنان در این موقعیت باقی بمانیم. در حوزه چاپ نیز محصولات جدیدی از جمله «آی‌آل‌ام» را به سبد محصولات‌مان اضافه کرده‌ایم.

وی در پاسخ به سوال خبرنگار چاپ و نشر که ارزیابی و تأثیر بازدید خبرنگاران از مجموعه را چگونه می‌بینید، عنوان کرد: از تفاوتی که شرکت رایان با دیگر شرکت‌ها دارد این است که بسیار شناخته شده است. از اهداف کلان مجموعه ما این است که مرجع علمی صنعت چاپ ایران شویم. به همین دلیل با این بازدید موافقت کردیم. مدیر برنامه و کیفیت شرکت پردازش تصویر رایان به نقش مهم آموزش در صنعت چاپ اشاره کرد و تأکید کرد: از سال گذشته شروع به برگزاری دوره‌ها و سمینارهای آموزشی چاپ کرده‌ایم، امسال نیز آموزش را در برنامه کاری خود قرار داده‌ایم. آموزش صنعت چاپ نیازمند توسعه است. بسیاری از مجموعه‌های چاپی هنوز به روش سنتی ۵۰ سال قبل کار می‌کنند ما هیچ محدودیتی در آرایه سیستم و روش نداریم، یعنی حتی اگر رقبا هم از ما بخواهند سیستم مدیریت کیفیت را برایشان تشریح می‌کنیم.





وی خاطرنشان کرد: سیستم مدیریت کیفیتی مجموعه رایان در ایران به نوبه خود خاص است برخلاف رویکردهایی که تاکنون در صنعت چاپ حاکم بوده است و به صورت سنتی هر چاپخانه‌ای شگردی را برای خود نگه می‌داشت ما جزوهای آموزشی را در اختیار علاقمندان قرار می‌دهیم با استادان دانشگاه همکاری‌هایی نیز داشته‌ایم. سال گذشته اولین بسته آموزشی را در اختیار تمام دوستان، رقبا و دوستانمان قرار دادیم و در نظر داریم رقابت سالمی را داشته باشیم.

گفتنی است، چاپخانه «پردازش تصویر رایان» از سال ۱۳۸۲ فعالیت خود را آغاز کرد و هم‌اکنون با حضور ۳۰۰ نیرو و متخصص در حوزه چاپ امنیتی، چاپ هولوگرام و چاپ به فعالیت می‌پردازد. همچنین چاپخانه «سام‌نگار جاوید» نیز از سال ۱۳۸۴ کار خود را آغاز کرد و با ۲۵۰ پرسنل در حوزه چاپ امنیتی، چاپ امنیتی و چاپ دیجیتال، چاپ هوشمند به فعالیت می‌پردازد. این دو چاپخانه در جاده مخصوص کرج، خیابان نخ زرین واقع شده‌اند. در همین راستا خبرنگاران در گفتگو با کارکنان و مدیران تولید، با چگونگی فعالیت بخش‌های مختلف چاپخانه‌ها از جمله سالن تولید، افسس مرطوب و افسس خشک، تولید کارت‌های هوشمند اعتباری و هولوگرام آشنا شدند. بر اساس این گزارش، در این دیدار خبرنگاران حوزه چاپ، نشر و کتاب با بخش‌های مختلف چاپخانه‌ها آشنا شدند و در جریان مراحل پیش از چاپ و چاپ و بسته‌بندی قرار گرفتند.

■ معرفی «چاپخانه پردازش تصویر رایان»

چاپخانه پردازش تصویر رایان، بزرگ‌ترین و مجهزترین مجتمع چاپ و بسته‌بندی خصوصی در کشور است در سال ۱۳۸۲ با ۳۰۰ نیروی متخصص در حوزه‌های طراحی، تولید، پژوهش، توسعه، تضمین کنترل کیفیت و مدیریت راهاندازی شده است و توانایی انجام سفارشات تراز اول و پیچیده چاپ را دارا است.

از دیگر فعالیت‌های این مجموعه تولید بسته‌بندی دخیات ایران و لیبیل مورد استفاده کارخانه‌های مواد غذایی، آرایشی، بهداشتی و دارویی از محصولات پردازش تصویر رایان است.

شرکت پردازش تصویر رایان، مجهز به آخرین تکنولوژی پیشرفته در تولید برجسب متالایز، برجسب هولوگرام و چاپ امنیتی است و نخستین شرکت ایرانی در تولید هولوگرام‌های فراییشرفته امنیتی با تیراژ بسیار بالا است.

این چاپخانه با هدف حفظ نام و اعتبار تولیدکنندگان داخلی و جلوگیری از وابستگی تضمین امنیت اوراق و اسناد بهادار به کشورهای اروپایی و ارتقای توانمندی‌های کمی و کیفی در این زمینه اقدام به سرمایه‌گذاری و خرید کامل‌ترین و به‌روزترین تجهیزات و ماشین‌آلات هولوگرام با استانداردهای اروپایی کرده است.

این مجتمع به‌عنوان تنها شرکت ایرانی دارنده تجهیزات پیشرفته برای تولید فویل‌های هولوگرافی با به‌کارگیری بهترین امکانات چاپ، اقدام به معرفی بازار جدیدی در حوزه چاپ و بسته‌بندی کرده است.

■ آشنایی با «چاپخانه رسام‌نگار جاوید»

چاپخانه «رسام‌نگار جاوید» با اتکا به تجربه و علم بنیان‌گذاران خود در سال ۱۳۸۴ در دو بخش «تولیدی» و «بازرگانی» با هدف توسعه صنعت چاپ در کشور و منطقه شروع به فعالیت کرد در فضایی بیشتر از ۲۵ هزار مترمربع با تقویت و آموزش بیش از ۲۰۰ نیروی متخصص و زبده و استفاده از فن‌آوری روز جهان بخش تولید خود را در زمینه چاپ کارت‌های هوشمند، کارت‌های پیش پرداخت و چاپ اطلاعات متغیر و پاکت‌گذاری صورت حساب راهاندازی کرده است.

«رسام‌نگار جاوید» در بخش بازرگانی نمایندگی انحصاری شرکت‌های بین‌المللی تراز اول جهان در زمینه تهیه مرکب، کاغذهای امنیتی و ملزومات چاپ است، هم‌اکنون با سرمایه‌گذاری کلان در تولید کارت‌های هوشمند و ایجاد قابلیت افزایش سطوح امنیت کارت‌ها توانایی تولید خود را تا مرز ۴۵ میلیون کارت هوشمند در سال بالا برده است. در حال حاضر شرکت‌های مخابراتی مانند همراه اول و بانک‌های مختلف از محصولات این شرکت استقبال کرده‌اند.

این شرکت یکی از پیشروان عرصه چاپ اطلاعات متغیر است. همچنین این شرکت توانایی تولید یک میلیون قبض در روز را دارد؛ در این زمینه دستگاه‌های رسام‌نگار جاوید، می‌توانند پاسخگوی نیازهای خارجی نیز باشند.

کارتن مقوا :

ساخت انواع جعبه های دارویی ،
بهداشتی ، غذایی ، صنعتی ،
فرهنگی آموزشی و تبلیغاتی .



اسفنج ، پلی اتیلن ، فوم :

تولید انواع نگهدارنده و محافظ داخل کارتن و جعبه در
ابعاد ، ضخامت ، اشکال و رنگهای مختلف ساخت انواع
قطعات صنعتی از کوچکترین تا



چوب :

ساخت انواع جعبه های چوبی با ورق تخته های مخصوص
و مقاوم ، استفاده از یراق آلات متنوع به نسبت حجم
و وزن جعبه .

صنعتی و نظامی





گپ‌وگفت با محمود ناظران‌پور،
پیشکسوت شاعر و اهل علم و
ادب صنعت چاپ ایران

عرق کاری به چاپ کم شده است

متاسفانه پول حرف اول و آخر را
می‌زند

■ فاطمه مهدوی

«متولد سال ۱۳۱۹ در شهر مشهد هستم. در مکتب‌خانه قرآن، خوشنویسی، حساب سیاق شعر فارسی را آموختم، پس از پایان تحصیلات ابتدایی در مدارس جدید، یک سال در مدرسه عسکریه مرحوم عابدزاده، جامع‌المقدمات و انیس‌المقلدین خواندم. پنج سالگی چنان که مرسوم بود در سال ۱۳۳۴ به روزنامه خراسان رفتم (زمان حسن عمید و سپس فخرالدین حجازی). تیتیرچین و سپس در چاپخانه طوس مسئول حروفچینی کتاب‌ها شدم. از آنجا به انتخاب مرحوم دکتر فیاض و زنده‌یاد دکتر یوسفی برای راه‌اندازی بخش فرم‌بندی و صفحه‌پردازی چاپخانه نوبنیاد دانشگاه مشهد، استخدام شدم (بهمن ۱۳۴۱). سربازی را نیز کفالت مادر گرفتم. در سال ۱۳۴۳ ازدواج کردم. در چاپخانه دانشگاه سرپرستی فرم‌بندی، صفحه‌پردازی و حروفچینی دستی را داشتم.»

این صحبت‌های محمود ناظران‌پور، شاعر معروف در صنعت چاپ ایران است. با پای خودش همراه با استاد دمیرچی به تحریریه نشریه آمد و ما را ذوق‌زده کرد. خوش‌برخورد و آرام و متین است. در سفر کاروان مهربانی به مشهد او برایمان شعرهایی دلچسب گفت و در اینجا هم برای نشریه چاپ و نشر هم شعری خواند و بعد از خوش‌وبش و تجدید خاطرات همراه آرامش خاصی که دارد از خودش و زندگی‌اش در چاپ گفت.

■ ورود به چاپ

در سال ۱۳۳۴ در روزنامه خراسان به عنوان مبتدی حروفچینی مشغول به کار شدم. تیتیر آگهی پایین صفحات روزنامه خراسان را انجام می‌دادم که حسن عمید و فخرالدین حجازی که در آنجا سرپذیر بودند. تا دو سال مشغول بودم و بعد به چاپخانه توس رفتم. در چاپخانه طوس سرپرست حروفچینی کتاب‌ها شدم و از آنجا با استاد مرحوم دکتر فیاض که کتاب تاریخ اسلام و مرحوم دکتر یوسفی که کتاب فرخی سیستانی را برای چاپ آورده بودند، بعد کار حروفچینی را انجام دادم، کارم را پسندیدند و تایید کردند.

در این میان دکتر فیاض از من خواست تا در جلسات دانشجویی او شرکت کنم و بعد از چند روز از من پرسید تو متوجه شدی من چگونه صحبت می‌کنم و من در جواب گفتم: شما حین صحبت بین کلمات فاصله می‌اندازید و مرحوم دکتر با تایید بنده گفت: کتاب تاریخ اسلام را همین‌گونه که من صحبت می‌کنم با فاصله لازم بین کلمات حروفچینی کن تا خواننده همانطور با فاصله مطالب را آهنگین بخواند.

■ کار در چاپخانه دانشگاه تهران

وی از شروع کار خود در چاپخانه دانشگاه تهران می‌گوید و می‌افزاید: از سال ۱۳۳۴ در چاپخانه دانشگاه تهران مشغول به کار شدم و این دو استاد بزرگ از من خواستند تا در چاپخانه دانشگاه تهران مسئولیت صفحه در بخش فرم‌بندی و حروفچینی را انجام دهم. روز اول با دو جوان زرنگ که یکی مدیر فنی و دیگری ماشین اینتر تایپ راه می‌برد آشنا شدم و جذب آقای دمیرچی شدم و خیلی کارها را از ایشان یاد گرفتم و دوستی ما تا الان ادامه دارد.

■ ازدواج و تشکیل خانواده

حاصل ازدواج من شش فرزند است و پسر رضا در حال حاضر در میان فرزندانم به کار چاپ علاقه‌مند است و در روزنامه خراسان علاوه بر کار چاپ مسئولیت طراحی آگهی‌ها را عهده دار است.

■ شروع شعر خوانی

از سن ۵ سالگی راهی مکتب شدم و در زمان رضا شاه هنوز مدرسه نیامده بود و معلم من یک شخص روحانی بود که شعر می‌گفت و از طریق او کم‌کم تحت تاثیر قرار گرفتم و شعر گفتم و در کنار شعر قرآن را هم یاد گرفتم.

■ تاثیر استادان دانشگاه

من در ایجاد چاپخانه دانشگاه تهران با همراهی دمیرچی و نوریانی نیروهای لازم را برای بهتر شدن آنجا استخدام کردیم و در همین زمان بود که با دو استاد گرانقدر آشنا شدم. از اینکه با دو استاد یعنی مرحوم دکتر فیاض و مرحوم دکتر یوسفی در تهران آشنا شدم خوش‌حال بودم. واقعا دستیابی به این دو بزرگوار برای من گنج بود و آرامش الان خودم در آشنایی و راهنمایی آنها می‌دانم و از نبود چنین استادانی تاسف باید خورد.

■ وضعیت صنف چاپ

در حال حاضر صنعت چاپ وضعیت خوبی ندارد چرا که افراد که به کار گماشته می‌شوند بیشتر به فکر درآمد هستند. عرق کاری کم شده است ولی نسل ما عاشق کار بود و تعصب خاصی به انجام کار با کیفیت بالا داشت و می‌دانست که بالاخره به پول هم می‌رسد.

■ توصیه به جوانان و سختی کار در گذشته

جوانان باید مطالعه کنند و حروفچینی قدیمی را بشناسند. من در کتابی تاریخچه حروفچینی را تشریح کرده‌ام. چاپ در قدیم آنقدر برای حروفچین سخت و خطرناک بود چون دستان‌شان با سرب در ارتباط بود و بعضی‌ها بیماری‌های پوستی خطرناک می‌گرفتند و چون در زمان قدیم حروفچین‌ها سواد بالایی داشتند در روزنامه‌ها حروفچین‌ها در غیاب سرپذیر روزنامه را می‌بستند. یعنی اگر بعضی از حروفچین‌ها به روزنامه نمی‌آمدند اعضای تحریریه کار حروفچینی را انجام می‌دادند زیرا آن‌ها از قبل در کار حروفچینی مهارت داشتند و از حروفچینی به تحریریه آمده بودند.

■ کار در آستان قدس رضوی

سال ۶۱ بعد از انقلاب عده‌ای از استادان دانشگاه به فکر احداث چاپخانه در آستان قدس برآمدند و باز به من پیشنهاد دادند و من با ۲۰ سال کار در دانشگاه تهران بازنشسته شدم و به تنهایی چاپخانه را با مدیرعامل که استاد دانشگاه جغرافیایی بود و هیچ سر رشته‌ای از کار چاپ نداشت راه‌اندازی کردم. افتتاح چاپخانه مصادف شد با انقلاب شورای فرهنگی که در آن زمان تصمیم گرفته شده که ماشین چاپ دیگر وارد ایران نشود و البته این موضوع لطامت جبران‌ناپذیری به کار چاپ وارد کرد. آن‌ها دلیل این کار را در اشباع شدن ماشین‌های چاپ بیان کردند ولی آن‌ها متوجه پیشرفت صنعت در ماشین‌های نو در غرب نبودند تا اینکه آقای نوریانی ماشین «اسپید مستر» را برای چاپخانه آستان قدس خریداری کرد و برایمان آورد که با آوردن دستگاه‌های پیشرفته کارهای چاپی باکیفیت‌تری آرایه شد. همچنین ماشین «سی‌پی‌سی» آنقدر پیشرفته بود که مرکبات، آب ماشین و شستشوی ماشین را نیز کنترل می‌کرد و کسانی که می‌خواستند ماشین‌های نو را بخرند از من می‌پرسیدند توانستی با این دستگاه کار کنی و با راهنمایی من بقیه چاپخانه‌داران هم راغب می‌شدند که بخرند.

■ توصیه به تازه‌واردان چاپ

افرادی که تازه می‌خواهند وارد کار چاپ شوند با مطالعه وارد این شغل شوند و عرق کاری یعنی همان تعصب را داشته باشند و این تعصب را نه فقط به نوع کار بلکه به موسسه یا سازمانی که در آن خدمت می‌کنند داشته باشند. متاسفانه افرادی که وارد کار چاپ می‌شوند کار کردن با دستگاه‌های چاپ را آموزش نمی‌بینند و همین امر به دستگاه آسیب می‌رساند. به گفته یک مدیر انگلیسی اگر دو دستگاهی که ساخته شده است یکی را به کارگر انگلیسی و دیگری را به کارگر ایرانی بدهیم، کارگر ایرانی چون آموزش ندیده بنابراین دستگاه را خراب می‌کند و خرج تعمیرات می‌کند. متاسفانه حتی استادان این رشته که در دانشگاه‌ها هستند خیلی عملی در این رشته‌ها کار نکرده‌اند و بیشتر تئوری درس می‌دهند در صورتی که رویه چاپ، کار عملی را بیشتر می‌طلبد.



همه چیز را گرد هم آوردیم!

01 design طراحی

طراحی یا دیزاین، اولین مرحله پروژه تبلیغاتی یا کاربردی شماست. یک طرح ایده آل، شما را سریع تر به مقصودتان می رساند. شما می توانید از نیروهای توانمند آتلیه در پیشبرد اهداف عالی خود مشاوره و در اجرای ایده های پتان بهترین خدمات را دریافت کنید!

- ارائه کمپین تبلیغاتی برای کسب و کار شما
- طراحی، مستقل از پروسه چاپ
- طراحی وبسایت

02 lithography لیتوگرافی

دستگاه جدید پلیت ستر CREO و خروجی ایمیج ستر بخش لیتوگرافی دیجیتال، کمترین تراکم پیکسلی طرح شما را برای یک چاپ ایده آل، ثبت می کند. سرعت و دقت نیروهای متخصص لیتوگرافی در کنار سیستمها و تجهیزات به روز و نیز آگاهی از استانداردهای دستگاههای چاپ مجتمع، بالاترین درجه کیفی را برای پلیت های خروجی، ایجاد می کند.

- چیدمان فرم
- تهیه پلیت، مستقل از پروسه چاپ برای همکاران
- تمحیح رنگ و رفع اشکالات فنی طرح های دریافتی

03 press چاپ

یک طراحی خوب، خروجی بی عیب و نقص، نیازمند چاپی توانمند در ارائه هر چه بهتر محصول نهایی است. بخش چاپ افست با ظرفیت ۴۰۰۰۰۰ دور چاپ و با در اختیار داشتن نیروهای فنی و متخصص، تجهیزات و ماشین آلات به روز و نواد مصرفی مرغوب، خیال شما را از هر بابت راحت می کند تا نتیجه ای ایده آل به دست آید.

- دو دستگاه دو ورقی چهار رنگ SM74
- یک دستگاه دو ورقی دو رنگ رولند
- دستگاه برش دیجیتال پلار EM92

04 after printing services خدمات پس از چاپ

انواع یو-وی و سلفون، طلاکوب، قالب اختصاصی، شماره و پرفراژ و نیز خدمات اختصاصی ای که پس از چاپ، نیاز دارید، در این بخش انجام خواهد شد.

03² digital printing چاپ دیجیتال

برای چاپ با تیراژ پایین و متوسط و نیز سایزهای بزرگ فضاهای داخلی و خارجی و چاپ های عریض، شما را پشتیبانی خواهیم کرد. سرعت و کیفیت بالای تجهیزات مدرن این بخش، مطمئن نظر شما را جلب خواهد کرد.

05 binding صحافی

در این قسمت، پروژه های چاپی به محصول نهایی تبدیل خواهند شد. کاتالوگ، بروشور، کتاب، مجله، فولدر، پاکت، جعبه بسته بندی و ... در این بخش نهایی شده و تمام تلاش همکاران مجتمع در بخش های مختلف، به نتیجه ای قابل ارائه به شما تبدیل خواهد شد.

- سه دستگاه ورق تاکنی آپارات افستی سه ورقی اشتال
- دو دستگاه خط کامل چسب گرم ۱۲ خانه ترتیب با ۹ و ۵ گیره چسب، سه طرف بر
- خط کامل مجله دوزی (مقتول لوپ و ساده) ۶ خانه ترتیب، سه طرف بر
- سایت کامل ساخت جلد سخت
- خط کامل پانچ و فنر

مجمع چاپ سارمادی

Sarmadi Print Complex



خیابان انقلاب، روبروی ایستگاه BRT پل چوبی، شماره ۲۰۳ و ۲۰۵

۷۷۵۰۳۸۶۵ | ۷۷۵۰۲۷۹۸ | ۷۷۵۳۸۳۰۹

www.sarmadiprint.com

سود سپرده‌های بانکی را اندکی کاهش دادیم ولی سود تسهیلات هرگز تکان نمی‌خورد

دولت جرأت پایین آوردن نرخ سود وام بانکها را ندارد

عملکرد بانکها در ایران ضد تولید و منافع ملی است

■ فاطمه مهدوی

کارشناسان می‌گویند کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی به نفع بانکداران و به ضرر سپرده‌گذاران است و بالعکس کاهش نرخ سود تسهیلات به نفع بخش خصوصی، فعالان اقتصادی، بخش تولید، صنعت کشور و در نتیجه به ضرر بانکداران است. به همین دلیل کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی بدون تصمیم‌گیری برای کاهش نرخ سود تسهیلات اتفاق افتاد این در حالی است که بخش تولید کشور هم‌اکنون با مشکلات فراوانی از جمله بالا بودن نرخ سود تسهیلات دست‌وپنجه نرم می‌کند و چند ماهی است که شورای پول و اعتبار نرخ سود تسهیلات بانکی را ۱۸ درصد اعلام کرده است و سوالی که پیش می‌آید این است که آیا با این میزان کاهش، مشکل بخش صنعت حل می‌شود و رونق به تولید برمی‌گردد و یا اینکه همه صنایع می‌توانند از این طرح استفاده بهینه در جهت توسعه و رونق تولید که ایجاد بازار کار هدف اصلی آن است، گزارشی که در پی می‌آید به بررسی این موضوع از نگاه دست‌اندرکاران حوزه چاپ و کارشناسان اقتصادی می‌پردازد.

■ در حد شعار خوب است

احمد ابوالحسنی، رئیس اتحادیه لیتوگرافان تهران درخصوص کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی می‌گوید: این مساله درحد شعار خوب است چون هیچ تاثیری در



صنعت نخواهد داشت و اگر تولیدکننده‌ای اقدام به گرفتن این تسهیلات کند مطمئناً به راحتی نمی‌تواند به وام‌های بانکی دسترسی پیدا کند و اگر قرار است صنعت چاپ به روز شود به مبالغ بسیار زیادی لازم است تا هزینه خرید دستگاه‌ها تامین می‌شود.

ابوالحسنی با تاکید بر اینکه سود تسهیلات بانکی باید به زیر ۱۰ درصد برسد افزود: نرخ ۱۸ درصد مشکلی را حل نمی‌کند اما اگر این رقم به زیر ۱۰ درصد تنزل یابد راهکار خوبی خواهد بود.

وی با مقایسه ایران با دیگر کشورهای همسایه و موفقیت آن‌ها افزود: ترکیه در حدود ۶ درصد بازار منطقه را احاطه کرده است سوال اینجاست که این کشور چگونه توانسته به اینجا برسد این به سه دلیل برمی‌گردد، ۱- اول اینکه در کشوری مثل ترکیه کار را به خود صنعت چاپ سپرده‌اند ۲- در ترکیه هیچ کالای تمام شده‌ای حق ورود به این کشور را ندارد مگر اینکه مواد اولیه باشد ۳- حمایت دولت از صنعت به جهت دادن تسهیلات بانکی به صنعت چاپ است و دیگر اینکه از دلایل موفقیت کشور ترکیه این است که دولت در کنار صنایع است و مشکلات صنایع را بدون دخالت در صنعت چاپ حل می‌کند.

وی در رابطه با اختلاس‌هایی که در بانکها به وجود آمده و تاثیر آن بر منابع بانکی افزود: ما مشکل منابع نداریم شاید اگر جلوی اختلاس‌ها گرفته می‌شد بانکها به راحتی تسهیلات زیر ۱۰ درصد را به صنایع می‌دادند و دچار کمبود بودجه نبودند چرا که این تسهیلات عملاً در خود بدنه صنعت خرج می‌شد بنابراین ما مشکل منابع نداریم بلکه مشکل در سوء مدیریت بانک‌هاست.

ابوالحسنی با بیان اینکه برخی از تولیدکنندگان وام را به بهانه تولید دریافت می‌کنند اما برای ساخت‌وساز و مسایل خارج از تولید هزینه می‌کنند افزود: این افراد کسانی هستند که بانکی‌ها خودشان به آن‌ها خبر داده‌اند و یکسری افراد سودجو هستند و این همان سوء مدیریت در نظام بانک‌ها است و تولیدکننده به جای آنکه ماشین نو خریداری کنند ماشین مستهلک خریدند و وام را در جای دیگر هزینه کرده است و از طرفی قسط بانک را نداده است و وقتی مسئول بانک مراجعه کرده با ماشین مستهلک مواجه شده است و پس از شکایت از شخص خاطی هنوز این مبلغ به بانک برگردانده

نشده است و این برمی‌گردد به اینکه وقتی منافع شخصی در نظر گرفته شود نمی‌توان مدافع منافع ملی شد و اگر ریشه‌یابی شود مشخص می‌شود مسلماً این افراد از بدنه صنعت نیستند که به اسم صنعت سودجویی می‌کنند. من به عنوان مدیر لیتوگرافی آبرنگ چون عاشق کارم هستم بنابراین به کارم تعهد دارم و با تسهیلات سعی در گسترش کارم دارم.

وی در رابطه با نحوه حمایت از صنعت چاپ گفت: ما با کارشناسان حقوقی بانک ملت تفاهم‌نامه‌ای امضا کردیم تا تسهیلات بانکی را به کانون تبلیغاتی و چاپ دیجیتال بدهیم و وارد مذاکره شویم و وام با تایید اتحادیه که در ورود و خروج دستگاه‌ها ناظر آن باشند و با تایید اتحادیه وام پرداخت شود و در مدت نصب دستگاه زیر نظر اتحادیه باشد زیرا با این عمل کلاه سر اتحادیه نمی‌رود و چون اتحادیه مسئولیت حقوقی را به عهده بگیرد مطمئناً نتیجه خوبی حاصل می‌شود البته ما در قالب (اقتصاد هنر) وارد این مقوله شده‌ایم و خود بانک هم دنبال راه‌هایی هستند تا بتوانیم تسهیلات سنگین را از بانک‌ها بگیریم و در حال حاضر توانسته‌ایم در بخش چاپ دیجیتال برای ۱۰ الی ۱۵ شرکت وام بگیریم تا با کارشناسی دستگاه را بیاورند و برای آن برنامه‌ریزی کنند و تولید رونق گیرد.

■ حمایت از صنایع کوچک، اولویت امسال نظام بانکی

ولی‌اله سیف، رئیس کل بانک مرکزی هم با اشاره به این موضوع که تلاش می‌کنیم از استفاده غیربیهوده از منابع محدود نظام بانکی جلوگیری شود ۲ اولویت اصلی نظام بانکی کشور در سال ۹۵ را «حمایت



از صنایع کوچک، متوسط و تامین سرمایه در گردش برای بنگاه‌های اقتصادی» عنوان و تاکید کرد: نظام بانکی باید کمک کند خط تولید واحدهای کوچک و متوسطی که مشکل نقدینگی دارند رونق یابد همچنین واحدهایی که مشکل ساختاری دارند نیز باید ساختار خود را اصلاح کنند.

رئیس کل بانک مرکزی با تاکید بر اینکه بانک‌ها درصد زیادی از درخواست‌های تسهیلات بنگاه‌های کوچک و متوسط را با تشخیص خود بررسی می‌کنند و پاسخ می‌دهند افزود: کسانی باید به کارگروه مراجعه کنند که اختلاف نظری با بانک پیدا کرده‌اند همچنین واحدی که باید تسهیلات بگیرد به مرجع بالاتر ارجاع شود تا سرعت پاسخگویی و رسیدگی به درخواست‌ها بالا رود. همچنین تمرکز ما بر تصمیم‌گیری برای اختصاص ۱۰ درصد تسهیلات به بنگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به تاکید مقام معظم رهبری مبنی بر استفاده از همه امکانات است تا نقطه عطفی برای رونق تولید باشد با این وجود می‌توان بنگاه‌های کوچک و زودبازده را با تخصیص ۱۰ درصد از منابع به حرکت درآورد و اشتغال را در این بنگاه‌ها پایدار کرد.



■ کاهش تورم در رونق اقتصادی



مستخديم حسينى، رئيس سابق بانک مرکزی در ارتباط با کاهش نرخ سود تسهیلات بانكى گفت: بنده جزو دسته اقتصاددانانى بودم که به اين سياست دولت اعتراض کرده‌ام نه اينکه مخالف کاهش تورم باشم خير موافق کاهش نرخ تورم هستم اما موافق کاهش تورم درشرایط رونق اقتصادى هستم. هنر سياست‌گذاران اقتصادى و دولت‌ها اين است که در شرایط رونق بتوانند تورم را کنترل کنند و اين هنر اقتصاددانان و سياست‌گذاران اقتصادى و مجموعه دولت است ولى در شرایطى که رکود حاکم است و درآمد مردم کاهش و کار و فعاليتى انجام نمى‌شود و بنگاه‌ها کاهش شيفت داده و درآمدى ندارند، کاهش تورم، درآمدها را کاهش مى‌دهد ووقتي مردم پولى نداشته باشند که مسکن و خانه يا کالا بخرند و مصرف را تحريك کنند، تورم خود به خود پايين مى‌آيد بنابر اين اين هنر نيست، هنر زمانى است که در شرایط ورود به کانال رونق، تورم را کاهش دهيم.

وى با تاکيد بر اينکه پيامد کاهش نرخ تورم در شرایط فعلى يعنى رکود اقتصادى است افزود: اين شرایط مردم را فقيرتر مى‌کند و بنگاه‌هاى اقتصادى را يک به يک به تعطيلى مى‌کشاند، چيز ديگرى نمى‌تواند باشد. به عبارت ديگر از نظر علمى و اداره اقتصادى کشور، کاهش تورم را جامعه نه حس مى‌کند و نه اينکه مردم لذت اين کاهش را مى‌برند در صورتى که مردم مى‌گويند که حاضريم کار (اشتغال) وجود داشته باشد ولى تورم هم باشد اما کار و اشتغال در حال حاضر محدودتر شده است و سياست‌هاى اشتباه مى‌تواند اقتصاد را به هم بريزد. در عين حال اشتغالزايى جديد صورت نمى‌گيرد و بيشتر کارها به سمت فعاليت‌هاى سوپرمارکت، دکان، بقالى و بنگاه‌هاى تجارى سوق پيدا کرده ست و کارهاى توليدى رقم نمى‌خورد بلکه کارهاى خدماتى و واسطه‌گرى شکل و رونق مى‌گيرد و در اين چهارچوب اقتصاد ما نمى‌تواند جاىگاه مثبتى داشته باشد.

■ رشد اقتصادى در گرو کاهش نرخ سود تسهیلات بانكى

اميررضا حسنى، کارشناس اقتصادى با اشاره به اينکه با کاهش نرخ سود تسهیلات بانكى مى‌توان انتظار داشت تا هزينه تمام شده بنگاه‌هاى اقتصادى براى تامين مالى کم شود و رشد اقتصادى را تامين کند افزود: نکته قابل اهميت اينجاست که با کاهش نرخ سود سپرده بانكى عملاً سود حقيقى کاهش يافته و به آنچه که مد نظر بانک مرکزی براى رسيدن به افزايش سرمايه گذارى در بازار مولد است مى‌رسيم البته بايد توجه داشت که اين کاهش نرخ بهره فعلى شايد بتواند نرخ بهره حقيقى را به حداقل برساند و ما بتوانيم مجدداً از اثرات کاهش نرخ سود در اقتصاد کشور بهره ببريم.

حسنى در رابطه با برداشته شدن تحريم‌ها و اثرات آن نيز افزود: با توجه به برداشته شدن تحريم‌ها در صورتى که بانک‌ها بتوانند سودهاى عملياتى‌شان را از طريق نقل و انتقالات برداشته شدن تحريم‌ها وصول کنند مى‌توان انتظار داشت که اين فرصت به وجود بيايد تا نرخ سود

تسهيلات را کاهش دهند البته با کاهش نرخ سود تسهیلات مى‌توان انتظار داشت تا هزينه تمام شده بنگاه‌هاى اقتصادى را براى تامين مالى کم کرده تا آثار رشد اقتصادى که در ۲ سال گذشته مثبت بوده و يا در سال‌هاى گذشته نزديک به صفر بوده و چشم انداز آن بالای ۱۴ درصد است محقق شود.

■ پايبندي به نرخ‌هاى جديد

آلبرت بغزيان از کارشناسان حوزه بانكى و استاد دانشگاه با تاکيد بر اينکه سياست کاهش نرخ سود بانكى اقدامى بجا و منطقى است که با توجه به شرایط فعلى اقتصاد بايد زودتر اتفاق مى‌افتاد گفت: در اين مدت نگرانى‌هاى از بابت خروج سرمايه‌ها از بانک‌ها با کاهش نرخ سود سپرده‌ها مطرح بود که به نظر من کاملاً نابعاست چون درنهايت منابع در اقتصاد به گردش درمى‌آيد و بازهم وارد سيستم بانكى مى‌شود.

بغزيان در بخش ديگرى از صحبت‌هايش به اين موضوع تاکيد کرد که بدون ترديد نرخ سود تسهیلات و سپرده‌ها بايد همزمان با هم کاهش مى‌يافت تا اين امر به نفع بخش توليد و صنعت کشور بود البته موضوع ديگرى که در اين بين بسيار حائز اهميت است، اين است که در صورت کاهش نرخ سود تسهیلات، بانک‌ها به نرخ‌هاى جديد پايبنده باشند.

به گفته اين کارشناس در مواردى ديده مى‌شود که برخى از بانک‌ها در ظاهر به عنوان نمونه نرخ سودى را براى ارائه تسهیلات مطرح مى‌کنند اما در عمل با محاسباتى که انجام مى‌دهند در نهايت نرخ سود تسهیلات براى وام‌گيرنده بيشتر تمام مى‌شود و در اين زمينه بانک مرکزی بايد نظارت جدى بر عملکرد بانک‌ها داشته باشد تا جلوى تخلفات گرفته شود ضمن اينکه بانک مرکزی با رصد فرآيند پرداخت تسهیلات در بانک‌ها بايد اين شرایط را ايجاد کند که در زمان ارزان‌تر شدن وام‌ها براى جلوگيرى از انحراف منابع، منابع به دست مصرف‌کننده واقعى برسد.

■ سياست‌هاى اشتباه مى‌تواند اقتصاد

را به هم بريزد

حميدرضا اشرف‌زاده، کارشناس اقتصادى با بيان اينکه هميشه دولت فکر مى‌کند کاهش نرخ سود تسهیلات در نهايت به نفع توليد خواهد بود اين‌طور نيست بلکه در برخى موارد کاهش نرخ سود تسهیلات اثر منفى مى‌گذارد. تغييرات نرخ‌هاى بانكى اثرات پيچيده‌اى دارد که بايد به صورت دقيق بررسى و سپس در مورد آن‌ها برنامه‌ريزى شود کاهش سودها بايد با تحقيقات علمى انجام شود چرا که هرگاه تورم بالا رود لازم است نرخ تسهیلات افزايش پيدا مى‌کند و زمانى که تورم منفى باشد يا با رکود اقتصادى روبه‌رو باشيم لازم است نرخ بهره نيز کم شود تا معاملات رونق گيرد.

اشرف‌زاده با اشاره به اينکه ژاپن و آمريکا در حال حاضر با رکود اقتصادى مواجه هستند گفت: به همين دليل نرخ بهره در آمريکا ۲۵ درصد و ژاپن صفر است زيرا اين کشورها نياز دارند نقدينگى را افزايش دهند تا اقتصاد کم‌کم رونق بگيرد بنابر اين در ايران از سال ۱۳۹۲ اقتصاد با رکود مواجه بود اما در سال گذشته شاهد رشد مثبت اقتصادى بوده‌ايم بنابر اين در حال حاضر کشور رکود ندارد و تورم نيز کنترل شده است پس اگر نرخ بهره بانكى به همين شکل ثابت بماند وضعيت بهتري در اقتصاد به وجود خواهد آمد.

اين کارشناس اقتصادى درباره توان بازپرداخت تسهیلات با نرخ بهره بالا از سوي بنگاه‌هاى اقتصادى گفت: بيشتر توليدکنندگان مايلند بهره‌هاى کم‌ترى پردازند تا سود بيشترى نصيب‌شان شود بنابر اين از اين کانال براى کاهش سود بانكى فشار مى‌آورند تا تعهدات مالى کم‌ترى داشته باشند.

اشرف‌زاده با تاکيد بر اينکه بسيارى از بنگاه‌ها و فعالان بخش صنعت توان باز پس دادن تسهیلات با نرخ بالا را دارند گفت: نبايد به اين بهانه نرخ سود را کاهش داد سياست‌هاى اشتباه مى‌تواند اقتصاد را به هم بريزد که اين اتفاق در دولت قبل به وجود آمده بود.





همراه با کاروان مهربانی در منزل
تقی تقی‌زادگان، پیشکسوت بزرگ
چاپ ایران

روزگاری او یکی از چاپخانه‌های بنام ایران را داشت

■ هانیه صراف زادگان

«پدرم تقی تقی‌زادگان متولد ۲۵ خرداد ماه ۱۳۰۶ در تهران است، در سال ۱۳۳۲ ازدواج کرد و صاحب چهار فرزند شد (دو پسر و دو دختر). از ۱۴ سالگی در چاپخانه خودکار واقع در خیابان بهار نزد عمویشان به عنوان کارگر چاپخانه مشغول به کار شد و در سال ۱۳۲۸ مغازه کوچکی در کوچه خندان خریداری کردند و با ماشین‌های ساده و دستی چاپ مشغول به کار شدند. در سال ۱۳۴۰ توانستند چاپ لوکس را واقع در خیابان لاله‌زار پاساژ ممتاز خریداری کنند و کار خود را گسترش دهند.»

این صحبت‌های زهرا تقی‌زادگان، فرزند ارشد تقی تقی‌زادگان است که در دیدار اعضای کاروان مهربانی به علت اینکه پدر گرمی‌شان به خاطر کسالت قادر به گفت و گو نبودند در اختیار ما گذاشتند.



● داشتن قلبی مهربان

پدرم با وجود مشکل تکلم به دلیل قلب مهربان و رئوف‌شان مورد لطف خداوند قرار گرفته و پله‌های ترقی را یکی یکی طی کردند به طوری که چاپخانه ایشان تبدیل به یکی از چاپخانه‌های به نام ایران شد. از جمله کارهای ایشان چاپ پوسترهای آستان قدس رضوی، کاتالوگ‌های کارخانه‌های مختلف از جمله کارخانه ارج و آزمایش و بلیت‌های شرکت‌های ترابری، پوسترهای هنرمندان و لیبل‌های کارخانه‌های کنسروسازی است.

● توجه به کار و خانواده

در تمام مراحل زندگی فقط به کارشان و رفاه خانواده اهمیت می‌دادند که البته کار در اولویت همیشگی او قرار داشت، به طوری که ما بچه‌ها همیشه به کار ایشان حسودی می‌کردیم و می‌گفتیم شما چاپخانه را بیشتر از ما دوست داری چون بیشتر وقت‌تان را آنجا می‌گذرانید و بیشتر از ما به کارگران‌تان توجه می‌کنید ولی پدر فقط با لبخندی زیبا جواب ما را می‌دادند. در ارتباط با دوستان و اقوام و همکاران و کارگران زیر دستشان بسیار رئوف و مهربان بودند و بارزترین خصوصیت اخلاقی‌شان غیبت نکردن و نشکستن دل هیچ بنی‌آدمی است که همیشه زیان‌زد همه بوده است. پدرم در سال ۱۳۸۵ به علت کهولت سن و متاسفانه دست‌تنها بودن چاپخانه را تعطیل اعلام کرد و از آن پس نیز در منزل به سر می‌برند.

● کار بسیار زیبای کاروان مهربانی

کاری که اعضای کاروان مهربانی انجام می‌دهند، از نظر من که دختر ارشد ایشان هستم و در شش سال اخیر تنها فرزند ایشان در کنارشان هستم، فکر می‌کنم بسیار کار زیبایی است زیرا من فکر می‌کردم





شرکت خدمات هنری

دیدگاه سیم

با ۱۷ سال سابقه و پیشرو در
فرم های گروهی و اختصاصی

حالت وصفحافی

فوریت های چاپی

مجهز به سایت

طراحی گرافیک

دارای چاپخانه و مصافی مجهز

(دیدگاه عطوف)

سفرشات مستقیم چاپخانه، فقط زینگ و دور چاپ GTO و دور قی
اکبری ۰۹۱۲۲۰۸۵۸۹۰

اولین

فرم بند ویزیت یکروزه و اینک فرم های ۶ ساعته و ۲۴ ساعته

شعبه مرکز (آرژانتین) ۸۸۷۹۸۸۳۰ - ۴۴۰۵۵۶۰۰

شعبه غرب (آیت ا... کاشانی) ۴۴۰۵۵۶۰۰ - ۳۳۱۱۳۴۵۰

شعبه بازار (ظییرالاسلام) ۳۳۱۱۳۴۵۰ - ۷۷۷۲۴۹۳۴

شعبه شرق (سه راه تهرانپارس) ۷۷۷۲۴۹۳۴ - ۵۵۹۲۷۵۱۷

شعبه جنوب (شهری) ۵۵۹۲۷۵۱۷ - ۵۵۹۲۷۵۲۱

ساعت کار شعبه شرق ۹ الی ۲۳ - پنجشنبه ۹ الی ۲۱

سایر شعب ۹ الی ۱۸:۳۰ - پنجشنبه ۹ الی ۱۵:۳۰

برای اطلاع از قیمت های چاپ
به کانال تلگرام مراجعه فرمایید



telegram.me/didgahsima



پدرم که همیشه اول به خاطر وجود خودشان و دوم به خاطر کارشان باعث افتخار خانواده بوده‌اند به فراموشی سپرده شده‌اند. اما روز سه شنبه ۹ شهریور ۱۳۹۵ با حضور استادان و همکارانشان و نماینده محترم وزارت ارشاد دلگرمی خاصی به ما داده شد، زیرا پدرم مدت یکسال است که به بیماری آلزایمر دچار شده‌اند و کمتر از گذشته صحبت می‌کنند و تنها صحبت ایشان در محیط کار با ارباب رجوع و رسیدگی به امور کارگران است. من از تک‌تک دست‌اندرکاران سپاسگزار و ممنون هستم که قدم بر چشم ما گذاشتند و دل این نازنین ما را شاد و خانه ما روشن کردند.

● توصیه به جوانان

پدرم صحبتی که همیشه به همه جوانان می‌کردند، در هر صنعتی که بودند این بود که یک‌شنبه نمی‌توان ره صد ساله را طی کرد و باید صبور باشد و قانع باشد به روزی‌ای که خداوند برایشان تعیین کرده است.

● خاطره از پدر

خاطره‌ای را که پدر همیشه برای ما می‌گفتند، طریقه پس‌انداز کردن پولشان بود که هر شب درآمد روز را در صندوقی می‌ریختند و فقط یک تومان را برای خرج روز بعد برمی‌داشتند و به این طریق توانستند سرمایه‌شان را زیاد کنند.

● اخلاق خوب

من به عنوان فرزند ارشد تقی تقی‌زادگان که هم‌اکنون دارای دو فرزند و نوه هستم، هیچ‌وقت صدای بلند پدر عزیزم را مگر در جایی که حق کسی پایمال شده باشد نشنیده‌ام و مطمئن هستم دیگران هم حرف من را تایید می‌کنند. در پایان از همه تقاضا دارم برای بهبودی ایشان دعا کنند.





برگزاری مراسم رونمایی
از کتاب «در تمنای یادگیری»
شرکت چاپ افست

انتشارات شرکت افست قصد حضور همه جانبه و پررنگ در بازار نشر را ندارد

سیاست نشر افست روی آثاری متمرکز
است که به بهسازی آموزش کمک کند

■ فاطمه مهدوی

مراسم رونمایی از کتاب «در تمنای یادگیری» به نویسندگی دکتر محمدرضا سرکار آرانی با حضور برخی از اندیشمندان، صاحب نظران، مدیران ارشد آموزشی، معاونان استان های آموزش و پرورش در شرکت چاپ افست برگزار شد. به گزارش چاپ و نشر، در این مراسم سیدمحسن گلدان مدیرعامل شرکت افست ساز با اشاره به اینکه آموزش و پرورش گسترده ترین، پیچیده ترین و مهم ترین کار کشور است و مسئولان کشور نیز بر این باورند و بر ضرورت آن نیز تاکید می کنند، افزود: حالا چرا به این مسئولیت توجه نمی شود جای پرسش فراوانی را بر جای می گذارد.



وی افزود: در تمنای یار تلاش های ستودنی دکتر محمدرضا سرکار آرانی و گره خورده با دغدغه های انقلاب است و باز اینکه هر نویسنده و نظریه پردازی رمان های ماندگار خود را را بعد از ۵۱ سالگی دقیقاً شکل می دهد اما در آثار آرانی این مساله زودتر نمود کرده است و آثار آرانی انصافاً جریان ساز و ماندگار است.

در آموزش و پرورش در قالب آزمون و خطا اقدام کرده ایم

دکتر نجفی نیز در ادامه جلسه و در راستای موضوع کتاب به دو نکته اشاره کرد و افزود: تجربیات آموزش و پرورش کمتر جمع آوری و بسته بندی شده است در نتیجه انباشت تجربه تحقق پیدا نکرده است و در دستگاه اجرایی- عملی در قالب سعی و خطا اقدام کرده ایم و صدمات جبران ناپذیری متحمل شده ایم صدها تجربه شکست خورده وجود دارد که بارها تکرار شده است و امید است مجموعه اندیشه و آراء خسارت های وارده به این صنف را هم در حد قابل توجهی جبران کند. باید بتوانیم فرهنگ تعلیم و تربیت آموزش و پرورش را تقویت کنیم تا از غنای بیشتری برخوردار باشد. در ادامه مراسم میزگردی از کارشناسان برگزار شد که به تحلیل و تشریح کتاب دکتر سرکار آرانی پرداختند.

خوش آمدگویی به نقد کنندگان کتاب در تمنای یادگیری

در این مراسم آقای دکتر سرکار آرانی به عنوان آخرین سخنران همایش از دست اندرکاران این پروژه که سه سال طول کشیده است و همچنین از آقای دکتر نجفی نیز تقدیر و تشکر به عمل آورد. سرکار آرانی نویسنده کتاب در تمنای یادگیری به سه نکته تبلیغ، تعجیل و تهییج اشاره کرد و افزود: این سه مقوله در زندگی مورد توجه و ترس من بوده است زیرا در تفکیک دل و ذهن ما حرف هایی برای گفتن دارد و تا جایی که در قالب زبان سامان نیافته است و قابل بحث و بررسی نیست اما پس از چاپ کتاب می توان نقد و بررسی کرد، خواننده های کتاب می توانند بنویسند و نقد کنند و من به همه آن ها خوش آمد می گویم و باید گفت انتشارات اندیشه و آراء همسفران تازه ای خواهد داشت و به هر ترتیب جلوه های تازه ای را به کار خواهد گرفت و این کتاب تشبیتی از تجربه زیستی تمنای یادگیری بنده است. گفتنی است در ادامه این مراسم، فصول کتاب که در قالب اندیشه نو در باب تربیت معلم، درس پژوهی، آموزش توسعه، فناوری برای آموزش با حضور صاحب نظران است در قالب میزگرد مورد بحث و بررسی قرار گرفت.



گلدان ساز در رابطه با مراسم رونمایی از کتاب در تمنای یادگیری افزود: امروز این کتاب از این مجموعه در پیش رو قرار گرفته است و درون مایه این کتاب زندگی نامه اندیشمندان با محوریت زمینه های تربیتی و با فراز و فرودها به آموزش و پرورش تا رسیدن به جایگاه عالی بیان شده است. مدیرعامل شرکت افست با اشاره به اینکه حضور دکتر سرکار آرانی در گستره آموزش و پرورش کشور در مواردی بیشتر حس می شود افزود: دکتر آرانی به تدریس مشغول است و در عرصه بین المللی پرکار است و حضور دکتر آرانی بهسازی آموزش و کلاس درس را نشانه رفته است و چگونه معلمی کردن را هدایت می کند و امید است دستمایه ای برای معلمان و کارشناسان برای دست یافتن به آموزش باشد.

وی به ویژگی چاپ کتاب در تمنای یادگیری در چاپخانه افست اشاره کرد و افزود: شرکت افست ۶۰ سال است که به چاپ کتاب های ابتدایی و مجلات رشد چاپ می پردازد و سازمان آموزش و پرورش که نیمی از سهام این شرکت را نمایندگی می کند به ضرورت در قرار دادهای سال های اخیر شرکت افست را ناشر می شناسد و این امر با اخذ مجوز از مراکز رسمی است که به انتشارات افست شده است و سیاست نشر افست به آثاری متمرکز است که به بهسازی آموزش کمک خواهد کرد.

گلدان ساز با تاکید بر اینکه انتشارات شرکت افست قصد حضور همه جانبه و پررنگ در بازار نشر را ندارد افزود: به اتکای سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی و به ویژه دفتر انتشارات، تکنولوژی آموزشی دست به این مهم زده ایم و در این محدوده فعالیت خواهیم کرد.





فلش سلیکونی

جهت دیدن دیگر محصولات به وب سایت ما مراجعه کنید.
تحويل ۲۰ روزه

4GB | 8GB | 16GB

4GB: ۱۹۵۰۰

8GB: ۲۱۵۰۰

KAVIA Advertising Gifts

۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱ | ۰۲۱ ۵۵ ۵۷ ۶۴ ۴۹

WWW.KAVIA5.COM | KAVIAPEN@YAHOO.COM



Iran Graphic Print

چاپ ایران گرافیک



**مجری و مشاور در کلیه امور چاپ و صحافی
(طراحی و لیتوگرافی)**



www.irangraphicprint.com



info@irangraphicprint.com



print.color93@gmail.com



[irangraphicprint](https://t.me/irangraphicprint)



[irangraphicprint](https://www.instagram.com/irangraphicprint)



۳۳۹۱۳۶۱۰-۳۳۹۱۴۸۹۲-۳۳۹۹۸۰۱۸

فروشگاه سلفون

بهاری

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 ۱۵۰ میکرون**



آدرس فروشگاه: چهارراه سیروس، به طرف پلی ری

کوچه آل آقا کوچه خشک پز پلاک ۳

تلفن: ۳۳۵۰۶۶۴۷ ۳۳۵۰۶۶۳۸

فکس: ۳۳۹۱۱۲۴۵ موبایل: ۰۹۱۲۱۳۸۰۴۲۳

آدرس کارگاه: باقر شهر،

مجتمع صنعتی تجریشی، فاز ۱،

بلوک A، پلاک ۱۷



گام بلند واحدهای لیبلینگ ایران



■ هومن اخوین محمدی

طراح، مدیر هنری و مشاور راهبردی پروژه‌های بسته‌بندی
مشاور هیات مدیره گروه صنایع کاغذ پارس

تا پیش از برگزاری اولین همایش «جایگاه لیبل در صنعت بسته‌بندی ایران» که توسط اتحادیه صادرکنندگان محصولات چاپی در تابستان ۱۳۸۹ در محل اتاق بازرگانی ایران بسیاری از مدیران و حتی صاحب‌نظران متوجه عرصه و دامنه وسیع این صنعت نبودند و مباحث مربوط به آن زیر مباحث عمومی - و اغلب تکراری - مطرح شده در مورد کلیت صنعت بسته‌بندی پنهان و خارج از دایره اهمیت و دید دست‌اندرکاران قرار داشت.

اما وقتی در آن سمینار، بابک عابدین به عنوان رییس هیات مدیره اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران و عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران و عضو هیات مدیره اتحادیه صنف چاپخانه‌داران تهران، اطلاعات دست اول و تخصصی و قابل اعتمادی را ارائه و ارقام مربوط به حجم مصرف و سرمایه‌گذاری در صنعت بسته‌بندی آن هم فقط در بخش لیبل را مطرح کرد، توجه صاحبان صنایع و مدیران چاپخانه‌های بزرگ و مخاطبان همایش را به این مقوله جلب کرد به طوری که تأثیر این سخنان از چهره‌های آن‌ها آشکار بود.

اتحادیه صادرکنندگان محصولات چاپی و برگزارکننده این سمینار - بابک عابدین - توانسته در روند شکل‌گیری برنامه یاد شده و جلب توجه سرمایه‌گذار داخلی و خارجی موفق بوده و بسیاری از مهمانان که با پیگیری‌های او در این سمینار حضور می‌یابند افرادی تأثیرگذار بوده و از استراتژیست‌های مطرح در این بخش از صنعت در ایران و جهان به شمار می‌روند.

اتفاق خوش‌یمن در این ماجرا آنجا است که در تمامی عرصه‌های این جریان کمتر نقشی از مراکز دولتی به چشم می‌خورد و برگزارکنندگان این همایش توانسته‌اند همدلی کم‌نظیری میان کارشناسان و سرمایه‌گذاران و اصناف مرتبط ایجاد کنند که می‌تواند در پیشبرد اهدافشان در زمینه‌های آموزش و هماهنگی‌های لازم میان طراحان و صنعتگران در صنف چاپ و شناخت سفارش‌دهنده‌ها برای ایجاد بازاری حقیقی و موثر در پیشرفت جامعه صنعتی را مورد توجه قرار گیرد.

اما بهترین نتیجه و دستاورد این جریان و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته این است که تولیدکنندگان ایرانی به خصوص در بخش صنایع غذایی و آشامیدنی‌ها که مهم‌ترین مصرف‌کننده لیبل هستند بازار کاذبی که برای صنعتگران چینی و ترکیه‌ای و حتی امارات ایجاد کرده و نیاز خود را از آنجا تأمین می‌کرده و با مشکلات فراوان به خصوص در انتقال ارز و... کار خود را پیش می‌بردند و درحالی که تا همین چند سال پیش نزدیک به ۹۵ درصد لیبل‌های خاص تر و نیازمند تکنولوژی مدرن در کشورهای چون ترکیه و امارات به چاپ می‌رسید به یکباره و با جریان‌سازی موثر اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران در این عرصه توجه سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان صنعت چاپ کشور به این بخش بیشتر شد و اینک امکان سرازیر شدن سفارش‌ها به داخل ایران را پیدا کرده و در تعاملی به مراتب آسان‌تر و ایمن محصول خود را تولید می‌کند که از سویی دیگر نتیجه این فرآیند، کارافرینی و رونق در صنعت بحران زده چاپ در کشور خواهد بود.

در سال گذشته و پس از توافق برجام و اخبار نویدبخش و امیدواری‌های شکل گرفته همراه با قابلیت‌های بی‌نظیر کشور برای صادرات مواد غذایی (که بیشترین مصرف لیبل را دارند) همچنین آمادگی و تسلط اغلب مدیران صنعت چاپ به شیوه و چگونگی واردات تجهیزات مورد نیاز در کنار بررسی‌هایی که منجر به تصمیماتی که تا پیش از این انجام داده بودند شد همراه با همکاری بانک‌ها در ارایه کمک‌ها سبب پیدایش روندی شد که امروزه منجر به گشایش نسبی در فضای تجارت شده است به طوری که هم زمان با برپایی دومین همایش لیبل در صنعت بسته‌بندی، اخبار امیدوارکننده و در بسیاری موارد شگفت‌آور و قابل توجهی از این صنعت به گوش می‌رسد.

در این ارتباط آگاهان اقتصادی و سیاسی معتقد هستند اگر چه این روند دیر یا زود در کشور شکل می‌گرفت ولی توافق برجام و ترسیم افقی روشن از تجارت با ایران باعث شد نگاه‌های سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به توانمندی‌های صنایع چاپ و بسته‌بندی در ایران جدی‌تر شود تا حدی که این بخش سرعتی درخور توجه پیدا کرده و به سمت رقابتی شدن پیش رود.

ورود و نصب پیشرفته‌ترین تجهیزات مربوطه در کنار سرمایه‌گذاری‌های به نتیجه رسیده در بخش مواد اولیه لیبلینگ نظیر کاغذ پشت چسبدار و انواع فیلم‌های پلیمری و... همراه با حضور تمام قد صاحبان صنایع و تأمین‌کنندگان مواد اولیه و تجهیزات این صنعت به عنوان اسپانسر در عین ورود چهره‌های شاخص و جهانی به عنوان مهمانان این همایش نظیر استفان پولو مدیر بزرگ‌ترین نمایشگاه چاپ لیبل در جهان و... نشانه آشکاری است از تحولی بزرگ که این بار نه احتمالاً بلکه به طور حتم در آینده‌ای بسیار نزدیک قادر است این صنعت را به جایگاهی پویا برساند.



Royan.co®

تولید کننده ملزومات صحافی

تولید کننده فنرهای مارپیچ
(روکش دار و استیل) در ۱۴ سایز

تولید کننده آویزهای فلزی تقویم دیواری
در اندازه های مختلف

انجام کلیه امور صحافی سیمی (پانچ، فنر)

تلفن کارگاه: ۰۲۱-۳۳۵۱۹۵۳۸

علیپور: ۰۹۱۲۲۸۳۹۳۲۲

زکایی: ۰۹۱۲۴۳۳۳۷۳۹



این در حالی بود که طبق شاخص های جهانی صنعت چاپ لیبل، نزدیک به ۳۰ درصد از تولیدات لیبل بیش از ۷۰ درصد سود دارد که مربوط به لیبل های خاص با جلوه های ویژه بصری تکنولوژی های مدرن هستند و ۷۰ درصد تولیدات لیبل ها، عمومی و تنها ۳۰ درصد سود را در اختیار گرفته اند.

تولید لیبل بسیار تخصصی و دارای ابعاد بسیار گسترده است و این ابعاد و تولیدات گسترده باعث رونق تولید در بازار لیبل جهان شده است و ایران در این منطقه از جهان پتانسیل بالایی برای ایجاد بازارهای جدی و پاسخگویی به تقاضاها را دارد و هدف گذاری دقیق و خرید ماشین آلات و تجهیزات مورد نیاز بازار هدف کمک شایانی به رشد و موفقیت چاپخانه ها و واحدهای مرتبط با تولید لیبل خواهد کرد.

سایت معتبر و مرجع اطلاعات تجاری، پایرا اعلام کرده که در حال حاضر بازار لیبل در دنیا بیشترین بخش بسته بندی را در اختیار دارد و این رشد و توسعه تا سال ۲۰۲۰ میلادی ادامه خواهد داشت. حضور راجر استنفان پلو، مدیر بزرگ ترین نمایشگاه چاپ لیبل در جهان و مدیر بخش چاپ و بسته بندی گروه تارسوس و نیز مارتین زیگارد مدیر منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا شرکت نیلپیتر از بزرگ ترین تامین کنندگان تجهیزات این صنعت در جهان در دومین همایش لیبل ایران، کافی است تا متوجه باشیم بازار این صنعت، یعنی تولید و چاپ لیبل در خاورمیانه و شمال آفریقا که بیش از چهار میلیارد دلار در سال گذشته بوده و با سرعت در حال رشد است و حضور متخصصان باتجربه و باانگیزه در کشور ما می تواند با سرمایه گذاری مشترک ایرانی و خارجی، پاسخگویی و رفع نیاز منطقه را مد نظر قرار دهد.

در حال حاضر مصرف سرانه لیبل در این منطقه حدود ۳ دلار است در حالی که در ایالت متحده و اروپا این مصرف سرانه به ۳۰ دلار می رسد که این خود مسیر رو به رشد و تضمین بازگشت سرمایه گذاری و رشد روزافزون در این موضوع را نشان می دهد از سویی افزایش نسبی تولیدات لیبل داخلی و رقابت قابل توجه ریال ایران با پول کشورهای همسایه بازار لیبل ایران را گرم تر از گذشته و یا بهتر از همیشه برای چاپخانه داران تولید کننده و شرکت ها و برندهای مصرف کننده لیبل کرده است.

به طور قطع تولید کنندگان صاحب نام ماشین های چاپ لیبل، تولید کنندگان مواد اولیه و ملزومات این بخش از چاپ و... بیشتر و بهتر از همیشه به این روند رو به رشد جهانی توجه داشته و دارند. از این رو برای تقاضای جدید، رشد و توسعه برنامه ریزی دقیقی صورت داده اند و صنعتگران ایرانی نیز می توانند با تکیه به این موقعیت ممتاز کمک ها و امکانات بهتری را در مذاکرات بین المللی خود مطالبه کنند اما در عین حال با توسعه روزافزون تجهیزات و امکانات مدرن در این صنعت باید متوجه نگرانی قدیمی و مهمی باشیم که عبارت است از ضعف بزرگ آموزش و کمبود نیروی متخصص و عدم تسلط گروه بزرگی از طراحان به این دستاوردها که ناشی از بی توجهی مراکز دانشگاهی و علمی به این مهم است و این نکته که همیشه تن رنجور صنعت چاپ را همیشه آزرده کرده، باید در آسیب شناسی این جریان مورد توجه جدی قرار بگیرد.

احتمالا به همین دلیل است که اتحادیه صادر کنندگان چاپ اعلام کرده این همایش در نظر دارد تولید کنندگان لیبل، مصرف کنندگان لیبل، روسای اتحادیه ها، چاپخانه داران و حتی دانشجویان و علاقه مندان به صنعت چاپ لیبل را گرد هم آورد تا علاوه بر آشنایی به صورت تئوری با پیشرفت های این صنعت در زمان این کنفرانس در روندی دنباله دار کلاس های آموزشی مرتبط را نیز در ادامه برگزار کند.

به هر جهت باید گفت دنیای لیبل ایران برای روزهای آینده حرف های فراوانی برای گفتن دارد و برگزاری دومین همایش لیبل ایران نقطه عطفی در این راه است.





کامل محصول را ایجاد کند. ما این چرخه را پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ تعریف می‌کنیم. من معتقدم بسته‌بندی مناسب، تأثیر به‌سزایی در برندینگ و فروش محصول دارد. صنعت بسته‌بندی، عرصه نوینی در کشور ما است که در این بین صنایع غذایی، لوازم الکترونیک، قطعات خودرو، شوندها، دارو، سلولزی‌ها و... پتانسیل خوبی دارند.»

● فرآیندگرا هستیم

این فعال صنعت چاپ در ادامه صحبت‌های خود به وجود انسجام در فرآیند طراحی و تولید در شرکت آنیل‌پک اشاره و تصریح می‌کند: «یکی از نکاتی که مادر کنار ورود تکنولوژی به آن توجه کرده‌ایم، فرآیندگرایی و فعالیت سیستماتیک است. وجود واحد طراحی، ایده‌پردازی و پیش از چاپ (۲ خط پلیت‌ستر) و همچنین پس از چاپ شامل دایکات، چسب، هات فویل، ویندوچ و همچنین واحد R&D و QC و واحد آموزش برای ارتقای ظرفیت نیروی انسانی همیشه مد نظر ما بوده است. نگاه ما صرفاً این نبوده است که ماشین‌های مدرن را وارد کنیم، بلکه اعتقاد داریم ماشین‌های پیشرفته و خوب باید در کنار نیروی انسانی خوب و آموزش دیده قرار بگیرند. در کنار این‌ها باید فرآیندهای دیگر مانند واحد بازاریابی، واحد تحقیقات بازار و واحد تضمین کیفیت وجود داشته باشند. به همین دلیل یکی از اقدامات خوبی که در کنار خرید ماشین‌های چاپ و بسته‌بندی انجام دادیم، خرید نرم‌افزار MIS کمپانی KBA بود. این نرم‌افزار، سیستم اطلاعات مدیریت است که فرآیند و چرخه اطلاعات را یکپارچه می‌کند و این توانمندی را به مدیریت شرکت می‌دهد تا تصمیمات بهتری را اتخاذ کند و سبب افزایش بهره‌وری در چرخه تامین، تولید و توزیع شود.»

● مشتری پادشاه است

مدیرعامل شرکت آنیل‌پک و رسانه برتر به ویژگی‌ها و وجه تمایز واحد صنعتی تحت مدیریت خود اشاره و اظهار می‌کند: «به باور من مشتری پادشاه است و باید بهترین خدمات را دریافت کند. با توجه به این که شرکت‌های چاپ و بسته‌بندی که استراتژی تولید انبوه دارند، محدود هستند، ورود ما به این عرصه می‌تواند باعث رقابت بیشتری شود. مطمئناً این رقابت زمینه‌ساز ارائه خدمات بهتری را ایجاد می‌کند که در نهایت به سود مشتری است. وجه تمایز ما اعتقاد و التزام به مشتری‌مداری است. مجموعه ما تمام فرآیندهای تولید جعبه، اعم از طراحی، لیتوگرافی، چاپ و واحد پس از چاپ را به صورت یکجا در خود جای داده است. یکی دیگر از ویژگی‌های ما این است که ماشین‌های چاپ و بسته‌بندی‌مان قابلیت چاپ انواع افکت‌های چاپی و محصولات چاپی را دارند و وجود دانش متناسب با این ماشین‌ها باعث افزایش کیفیت و تولید در حداقل زمان می‌شود. البته واحدهای نشر و تبلیغات و تولید مستند و فیلم و تجربه ما در عرصه‌های رسانه‌ای می‌تواند در کنار خدمات چاپ و بسته‌بندی به مشتریان عزیزمان ارایه شود.»

● توافق با KBA

مدیرعامل شرکت آنیل‌پک و رسانه برتر در گفتگو با نشریه چاپ و نشر گفت: «پس از بررسی‌هایی که صورت گرفت، از سال ۱۳۹۳ زیرساخت‌های مورد نیاز شرکت آنیل‌پک اعم از ابنیه و تأسیسات را ایجاد کردیم و از همان سال برای تامین ماشین‌های مدرن بسته‌بندی، با کمپانی‌های مطرح دنیا وارد مذاکره شدیم.»

حسینی با اشاره به این که طرح توسعه رسانه برتر مصوبه استانی دارد، می‌گوید: «تمام تلاش ما این بود که مجموعه‌ای با تمام استانداردهای بین‌المللی و بهترین تکنولوژی راه‌اندازی کنیم. از این رو با شرکت هایدلبرگ مذاکراتی را داشتیم که متأسفانه به توافق نرسیدیم؛ اما در نمایشگاه اروپای امسال، شرکت KBA با پیشنهادی که به ما ارایه کرد، توانستیم قرارداد خوبی را برای خرید دستگاه رایپیدا ۱۰۶ منعقد کنیم. با توجه به این موضوع می‌توان گفت ما در حال وارد کردن جدیدترین تکنولوژی صنعت چاپ و بسته‌بندی به ایران هستیم. همچنین برای تامین دیگر دستگاه‌های مورد نیازمان، با شرکت‌های آلمانی کومن، یانگبرگ و ابریکانیز وارد مذاکره شدیم که خوشبختانه قراردادهای خوبی هم منعقد شد.»

● لمس «برجام» در صنعت چاپ و بسته‌بندی

یکی از ضعف‌های صنایع ایران، به ویژه صنعت چاپ و بسته‌بندی، واردات ماشین‌های دست دوم است که منجر به تسریع فرسودگی آن‌ها و کاهش کیفیت تولید می‌شود؛ اما آنیل‌پک این سنت دیرینه را زیر پا گذاشته و پس از توافق هسته‌ای و رفع تحریم‌ها، نخستین شرکتی است که دستگاه‌های چاپ جدید از جمله رایپیدا ۱۰۶ شش رنگ با لاک و قابلیت چاپ مرکب UV و IML و همچنین دستگاه دایکات ۱۰۶ مدل ۲۰۱۶ را وارد کشور می‌کند.

مدیر عامل آنیل‌پک در این‌باره می‌گوید: «غلب ماشین‌های صنعتی به ویژه ماشین‌های چاپ و بسته‌بندی ای که وارد کشور می‌شوند، دست دوم هستند؛ اما شرکت آنیل‌پک با یک سرمایه‌گذاری ۱۶۰ میلیارد ریالی توانسته است جدیدترین تکنولوژی صنعت چاپ دنیا را خریداری کند. پس از برجام و رفع تحریم‌ها این نخستین ماشین چاپ و بسته‌بندی به‌روزی است که وارد کشور می‌شود. ما برای واردات این تجهیزات، LC (اسناد اعتباری) باز کردیم که این موضوع نشان می‌دهد برجام به صنعت چاپ و بسته‌بندی کمک کرده است. بنابراین فعالیت‌ها و زحمات دولت و نظام در زمینه توافق هسته‌ای اثرگذار بوده و ما تأثیر مثبت آن را لمس کرده‌ایم.»

● برند با بسته‌بندی مناسب ایجاد می‌شود

در حال حاضر، نبود بسته‌بندی مناسب یکی از مهم‌ترین چالش‌های کالاهای تولید ایران به حساب می‌آید. به طوری که این خلأ، مانعی جدی بر سر راه برندسازی و فروش محصولات داخلی است. در حال حاضر بسیاری از محصولات ایرانی بدون بسته‌بندی مناسب به دیگر کشورها صادر می‌شوند.

مدیرعامل شرکت آنیل‌پک با تأیید این موضوع می‌افزاید: «بسته‌بندی علاوه بر این که باعث نگهداری و طول عمر محصولات می‌شود، کمک بسیار شایانی به عرضه و فروش آن می‌کند. طی تحقیقات صورت گرفته، ثابت شده است که ۷۰ درصد تصمیم‌گیری برای خرید، در محل عرضه کالا اتفاق می‌افتد. از این رو بسته‌بندی نقش پررنگی در فروش کالا دارد. البته این امر نیاز به چرخه‌ای یکپارچه دارد که باید در کشور ما هم به وجود بیاید. این چرخه شامل تحقیقات بازار، روانشناسی، طراحی جعبه، پیش از چاپ و پس از چاپ، حمل‌ونقل، بازاریابی و عرضه است. مشکل ما این است که بخش عمده‌ای از دانش این چرخه را نداریم. ما دانش متناسب با دستگاه‌های مدرن را وارد نکرده‌ایم؛ بنابراین یکی از کارهای شرکت آنیل‌پک همزمان با ورود ماشین‌ها و تکنولوژی جدید، کسب دانش لازم و به‌روزرسانی اطلاعات است. عقد قرارداد برای برگزاری دوره‌های آموزشی توسط کارشناسان شرکت KBA آلمان در سطوح مختلف مدیریت چاپ، آموزش اپراتوری و... مبین این موضوع است. در واقع هدف صرفاً وارد کردن ماشین‌های جدید نیست، بلکه می‌بایست همزمان با آن، دانش و تکنولوژی لازم را وارد کرد. استفاده بهتر از ماشین چاپ، باید در کنار واحد پیش از چاپ (حوزه گرافیک و فرآیند تولید پلیت‌ستر) و نیز مراحل پس از چاپ باشد. باید توانمندی این را داشته باشیم، سیستمی را طراحی کنیم که یک چرخه



پاس طلایی «برجام»
به صنعت چاپ و بسته‌بندی

جدیدترین دستگاه‌های KBA در ایران

سال ۱۳۷۹ آغاز فعالیت‌های شرکت «رسانه برتر» بود. شرکتی که در ابتدا کار خود را با مطبوعات و نشر آغاز کرد و در ادامه، با توجه به مشکلاتی که در چاپ و توزیع نشریات ملی و محلی وجود داشت، پا به عرصه صنعت چاپ گذاشت. این شرکت با مدیریت «سیدرضا حسینی» در راستای گسترش دامنه فعالیت‌های خود، برای چاپ همزمان نشریات سراسری و محلی، در سال ۱۳۸۷ نخستین چاپخانه رول را در استان اصفهان تأسیس کرد. پس از افتتاح این چاپخانه بسیاری از مشکلات چاپ و توزیع روزنامه‌ها برطرف شد. هم‌اکنون این شرکت ۶۰ درصد از بازار چاپ نشریات مرکز و جنوب ایران و چاپ همزمان روزنامه‌های همشهری، ایران و خبر ورزشی را در اختیار دارد. البته روند رو به جلوی رسانه برتر به این جا ختم نشد؛ این شرکت پس از افت نسبی صنعت نشر، با تعریف طرح‌های توسعه جدید، برند «آنیل‌پک» را ایجاد کرد تا فصل نوینی در صنعت بسته‌بندی کشور آغاز شود. پس از دو سال پژوهش و تحقیق در واحد R&D، رسانه برتر به این نتیجه رسید که ضعف‌ها و چالش‌های بسیاری در صنعت بسته‌بندی کشور وجود دارد که تنها با یک برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری قوی و منسجم قابل حل است.



چاپ معلی

طراحی
چاپ
صحافی

چاپ کتب و مجلات



دو ورقی ۴ رنگ



دو ورقی ۲ رنگ ZP

۷۷۵۰۲۲۹۷

۳۶۶۴۲۱۴۴

۳۶۶۴۲۰۷۴

فاوران، سه راه سیمان
مجمع عقیق رضا، شماره ۴۱
E-mail: moallaprint@yahoo.com

سمینار لیبل، تحولی در صنعت بسته بندی



■ رضا نورازی

برگزاری سمینار لیبل به خودی خود اتفاق بسیار خوبی است. هر چه رویدادهای تخصصی در صنعت بیشتر شود می توان امیدوار بود که در آینده شاهد تمرکز بر کیفیت و استاندارد باشیم. ضمن اینکه برگزاری سمینارهای تخصصی انتظارات تخصصی را بالا می برد.

صنعت لیبل در جهان رشد خوبی داشته و این رشد همچنان ادامه دارد. در این راستا ایران سرشته کار را به خوبی در دست گرفته و در حال پیشرفت است. راه اندازی دومین کارخانه تولید سطوح پشت چسبدار در منطقه را بسیار بالا برده اند گواه این ادعا است. سرمایه گذاری بسیار حرفه ای در بخش ماشین آلات چاپ و تبدیل لیبل توسط حرفه ای های صنعت چاپ که در چند سال اخیر صورت گرفته در انطباق کامل با برگزاری کنفرانس لیبل است دارای هم افزایی قابل قبولی هستند. برگزاری کنفرانس لیبل و طرح موضوعات تخصصی از یک سو و استفاده از افرادی چون «راجر پلو» که از صاحب نظران و افراد مطلع لیبل در جهان است از سوی دیگر یکی از امتیازات برجسته کنفرانس لیبل در ایران است.

با توجه به آمارهای پیش رو، صنعت چاپ و بسته بندی منطقه در آینده شاهد ظهور یک قدرت مدعی به نام ایران در عرصه لیبل خواهد بود. تامین مواد اولیه مرغوب و استاندارد که با ورود دومین تولیدکننده سطوح پشت چسبدار به حد رقابتی در منطقه رسیده، قادر است نقشی اساسی در جهت صنعت لیبل ایران ایفا کند. می توان پیش بینی کرد با ورود نسل جدید ماشین آلات چاپ و تبدیل لیبل به کشور که در حال انجام است در کنار برگزاری حرفه ای رویدادهای تخصصی چون کنفرانس لیبل که انتقال دانش فنی و دانش بازار را به دنبال دارد، انتظار می رود سال های آینده دوران باشکوهی برای این بخش از صنعت چاپ ایران باشد.

برگزارکنندگان کنفرانس لیبل باید توجه داشته باشند که این رویداد مهم تحت تاثیر برخی مشکلات درون صنفی، اختلاف سلیقه ها و باندبازی ها قرار نگیرد به این دلیل که چهره ملی کنفرانس لیبل ارزش زیادی دارد و گردانندگان و حتی حامیان آن باید از وجهه ملی برخوردار باشند. از این رو نیاز است در دوران برگزاری چنین رویدادهای مهم و ارزشمندی همه اعضای صنف در پی نزدیک شدن به یکدیگر باشند. در این شرایط توازن بین منافع بنگاهی و منافع عمومی صنف در کنفرانس لیبل از اهمیت زیادی برخوردار است. یعنی کنفرانس نباید بیش از حد تحت تاثیر حامیان مالی خود و خواسته ها و دیکته های آنان قرار گیرد. به همین نسبت حضور خارجیان نیز باید حافظ منافع ملی باشد و ایرانیان حاضر در کنفرانس بیشترین بهره را از برگزاری کنفرانس و دانش و تعامل با آن ها برده و بتوانند مشکلات خود را در مسیر رشد این صنعت حل کنند.



فرآیند تولید کاغذ از صدف کوهی

صدف کوهی یا صدف لوماشل یکی از ۶۴ نوع ماده معدنی یافت شده در معادن ایران است که تنها در معادن استان گلستان یافت می شود. در حقیقت صدف کوهی یک نوع ماده معدنی کرم تا سفید رنگ است که از تجمع سنگ و سخت شدگی پوسته و اسکلت صدف ها تشکیل شده و در حقیقت به لایه های عظیم فسیل گوش ماهی که به سنگ تبدیل شده، اطلاق می شود. در اصل به این ماده معدنی، لوماشل یعنی سنگ آهکی که در داخل آن فسیل صدف است، گفته می شود.



خاستگاه صدف کوهی

در واقع معادن صدف کوهی از انباشته شدن بقایای اجساد موجودات دریایی در یک دوره حیات به وجود آمده اند. به این ترتیب که در ابتدا به صورت لایه های گسلی و تپه ماهورهای بلند و کوتاه در اعماق دریاها تشکیل شده و با گذشت میلیون ها سال که در زیر خاک پنهان مانده بودند با عقب نشینی دریا به خشکی رسیده و روی زمین قرار گرفتند. این تپه ها بر اثر حوادث طبیعی همچون باد و باران با گذشت زمان دچار فرسایش شده و فرصت را برای استفاده از این منابع با ارزش فراهم کرده است. همچنین در لوماشل تنوع گونه های مختلف جانوری همچون مرجان ها، صدف ها، حلزون ها و شکم پایان، زمینه تفکیک پذیری معادن را ایجاد کرده است. برای مثال برخی معادن تنها از مرجان تشکیل شده و برخی دیگر بخش عمده ای از آن را مرجان و مابقی آن را صدف و حلزون تشکیل داده است. همچنین در دیگر معادن لوماشل به میزان مساوی از صدف - حلزون و مرجان یافت می شود. البته معادنی هم وجود دارند که بیشترین ماده تشکیل دهنده آن از صدف و حلزون بوده و درصد کمی از آن را مرجان ها تشکیل می دهند.

از خوراک دام تا استفاده آرایشی

از سال های دور، مرغداران سراسر کشور برای تامین کلسیم مورد نیاز مرغ و تخم مرغ خود از پوسته صدف های استحصالی از ساحل خزر به ویژه در ساحلی به طول ۲۰ کیلومتر، از آستارا به تالش به عنوان مکمل استفاده می کردند. اما هم اکنون با کشف معادن صدف کوهی در شرق استان گلستان و با توجه به کمبود صدف های خرد و وجود ناخالصی های بی شمار، توجه تامین کنندگان مکمل های غذایی دام و طیور را به خود معطوف کرده است. عنصر کلسیم موجود در پودر صدف در استخوان سازی و انعقاد خون دام و طیور (بالاخص) در گاوهای شیری و مرغ های تخم گذار نقش عمده ای دارد و پودر صدف، یکی از مهم ترین منابع تامین کننده این عنصر است. البته با توجه به میزان کربنات کلسیمی که در صدف کوهی وجود دارد، این ماده معدنی در صنایع مختلف از جمله داروسازی، تهیه مواد اتیلنی و پلیمری، صنایع پی وی سی، مواد آرایشی و بهداشتی، رنگ سازی، کارخانه های قند، سیمان، ساخت ظروف ملامین، کلید و پرز، عایق های رطوبتی و... نیز مورد استفاده قرار می گیرد.

از صدف کوهی کاغذ می سازیم

درباره معادن صدف کوهی در استان گلستان، حسین قلی قوائلو رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان گلستان در گفت و گو با صمت با اشاره به اینکه معادن صدف کوهی در کشور تنها مختص استان گلستان است، اظهار کرد: حدود ۱۲ تا ۱۳ پروانه بهره برداری معادن صدف کوهی در استان صادر شده و در حال حاضر نیز چند پروانه جدید نیز قرار است به آن اضافه شود. ظرفیت معدنی که در سطح استان هستند از ۵۰۰ هزار تن آغاز می شود و در برخی معادن نیز به یک میلیون

تن می رسد. قوائلو با اشاره به موارد مصرف صدف کوهی، عنوان کرد: مصرف صدف کوهی بیشتر در خوراک دام و طیور در سطح استان مطرح است. اما مصارف صنعتی دیگری مانند صنعت کابل سازی، رنگ سازی و... دارد.

رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان گلستان با اشاره به کاربردهای جدیدتری که از صدف کوهی می شود، عنوان کرد: البته به تازگی نیز در خواست ها و مجوزهایی برای صدور تولید کاغذ از صدف کوهی نیز داشتیم چراکه در صدف کوهی کربنات کلسیم وجود دارد که در تولید کاغذ سنگی نیز مورد استفاده قرار می گیرد. قوائلو در ادامه توضیح داد: کاغذ سنگی در کشور استفاده و کاربردهای فراوان دارد و در حال حاضر نیز این کاغذ در کشور وارد می شود. با توجه به نیاز به این نوع کاغذ در کشور با ۲ درخواست و ۲ پیشنهاد احداث جواز تاسیس برای تولید کاغذ از صدف کوهی موافقت شده است.

گنبد کاووس منشأ صدف کوهی

در شرق استان گلستان و در حوزه شهرستان گنبد کاووس، بیشترین معادن صدف کوهی واقع شده است. ظرفیت و ذخیره معادن صدف کوهی این شهرستان افزون بر ۱۴ میلیون تن است. اما مهم ترین مسئله این نکته است که بیشترین معادن صدف کوهی این شهرستان به صورت خوراک دام و طیور استفاده می شود. در این باره رییس اداره صنعت، معدن و تجارت گنبد کاووس عنوان کرد: با وجود کاربردهای فراوان و با ارزش اقتصادی بالای صدف کوهی، در حال حاضر بیشتر صدف استخراج و فرآوری شده این معادن تنها به مصارف صنعت دام و طیور می رسد. به گزارش ایرنا، خلیل رجبلی در ادامه گفت: متأسفانه فعالان فعلی این معادن در جهت ارتقای ماشین آلات خط تولید و حرکت به سمت تولید پودر میکرونیزه صدف رغبتی نشان نمی دهند. وی گفت: در صورت حمایت های مالی و تسهیلات بانکی کم بهره به فعالان صدف کوهی این شهرستان می توان با راه اندازی خط های تولید جدید، برای دیگر مصارف این ماده معدنی با ارزش در دیگر صنایع اقدام کرد.

۳/۱ میلیارد تن ذخیره صدف کوهی

درباره میزان ذخایر صدف کوهی و کاربردهای آن در صنایع مختلف، رییس گروه اکتشافات طلا و فلزات گرانبها و کارشناس اکتشافات غیرفلزی، علی کریمی به صمت گفت: استان گلستان یکی از بزرگترین ذخایر صدف کوهی را در خود جای داده و بر اساس آخرین تحقیقات و مطالعات زمین شناسی ذخیره این مواد رقمی افزون بر ۳/۱ میلیارد تن تخمین زده شده است.

وی با اشاره به صرفه اقتصادی که در بهره برداری از معادن صدف کوهی وجود دارد، عنوان کرد: در صورتی که سرمایه گذاری روی این بخش از معادن انجام شود بدون نیاز به عملیات حفاری و تنها با استفاده از یک دستگاه بولدوزر می توان نسبت به استخراج این مواد اقدام کرده و در مرحله بعد با استفاده از دستگاه سنگ شکن زمینه فرآوری آن را فراهم کرد.

JAHANIAN INDUSTRY



گروه صنعتی مهندس
جهانیان



تولید و واردات ماشین آلات خدمات پس از جاب
دستگاههای سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی چسب سرد
شیت کن سلفون کشی، UV، لمینت کارتن
دستگاه سلفون حرارتی نیمه اتوماتیک

- سیستم حرارتی روغنی
- سیستم کنترلی PLC باصفحه نمایشگر لمسی
- سهولت در تعویض غلطک و نصب غلطک امباس
- رول گیر پنوماتیک
- دارای شیت کن انتهایی همزمان
- ماکزیمم سایز کاغذ ۷۰۰×۱۰۰۰ میلیمتر
- مینیمم سایز کاغذ ۲۸۰×۳۵۰ میلیمتر
- حداکثر و حداقل وزن کاغذ: ۴۵۰-۱۲۵ گرم
- توان مصرفی: ۱۰ کیلووات - ۳۸۰ ولت - ۳ فاز
- حد اکثر دمای روغن: ۱۴۰ درجه سانتی گراد
- وزن: ۱ تن
- سایز: طول ۲۲۰۰، عرض ۱۳۰۰، ارتفاع ۱۳۰۰ میلیمتر

تهران - فلکه دوم صادقیه، ابتدای آیت اله کاشانی، برج مینا، طبقه ۸، واحد ۴۶
تلفن: ۴۴۰۶۴۲۱۵ دورنگار: ۴۴۰۶۲۹۸۲ همراه: ۰۹۱۲۱۲۴۰۷۷۰
www.jhni.com



**سلفون
طرحدار و مخملی
رسید**

سلفون حرارتی
سلفون واتر بیس (چسبی)
سلفون لیزری
سلفون مخملی
مات و براق
دو رو جرقه گیری شده
کیفیت عالی
قیمت مناسب



گروه صنعتی مهندس جهانیان
۰۲۱-۴۴۰۶۴۲۱۵
۰۲۱-۴۴۰۶۲۹۸۲
www.jhni.com



دانشگاه جامع علمی-کاربردی
مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر
واحد ۳۰ تهران

گفتگو با رییس مرکز
آموزش علمی-کاربردی
فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران

نبض آموزش دانشگاهی صنعت چاپ هنوز در اینجا می‌زند



تنها مرکز دانشگاهی بدون کنکور آموزش چاپ در تهران با تلاش و همت جوانی به نام آرش سیاسی‌مقدم که خود تحصیلکرده این رشته است هنوز با برجا است و آمادگی این را دارد که با همکاری مراکز بزرگ چاپی تهران و سایر دست‌اندرکاران چاپ مانند اتحادیه‌های چاپی به آموزش تخصصی این حرفه بپردازد. این واحد علمی-کاربردی با بهره‌گیری از استادان بنام چاپ در دو رشته چاپ با گرایش طراحی و آماده‌سازی و مدیریت چاپ مشغول به فعالیت است. البته علاوه بر این رشته‌ها، دیگر رشته‌های متنوع کاربردی در حوزه علوم انسانی را در بخش آموزشی خود داراست. برای اطلاع و آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این مرکز گپ‌وگفتی را با آرش سیاسی‌مقدم مدیر این مرکز انجام داده‌ایم که به تشریح فعالیت‌های آن می‌پردازد.

■ برگزاری دوره‌های کاردانی و کارشناسی

وی در خصوص آغاز به کار این مرکز می‌گوید: مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران در اردیبهشت ۱۳۸۲ با چهار رشته «آموزش زبان انگلیسی، مترجمی نوار و فیلم، گرافیک و مترجمی اسناد و مدارک» مجوز فعالیت گرفت تا در مقطع کاردانی به شیوه پودمانی به تربیت دانشجو بپردازد و بتواند بخشی از نیازهای علمی و مهارتی جامعه را برآورده کند.

این واحد یکی از مراکز تحت نظارت دانشگاه جامع علمی-کاربردی و از دانشگاه‌های وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است که با هدف ارتقای سطح مهارت شاغلان بخش‌های مختلف اقتصادی و افزایش مهارت‌های حرفه‌ای دانشجویانی که فاقد تجربه اجرایی هستند، تشکیل شده و با به‌کارگیری و سازمان‌دهی امکانات، منابع مادی و انسانی، دوره‌های علمی-کاربردی را در مقاطع کاردانی و کارشناسی برگزار می‌کند.

دانشگاه جامع علمی-کاربردی تنها متولی نظام آموزش عالی علمی-کاربردی (یا به عبارتی بهتر نظام آموزش عالی مهارتی) است که زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اداره می‌شود.

■ فضاهای آموزشی و کارگاهی

سیاسی‌مقدم در خصوص فضاهای آموزشی این مرکز افزود: مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران، دارای بیش از ۲۷۰۰ متر فضای آموزشی است که این مجموعه شامل ۳۰ کلاس درس با گنجایش ۲۰ الی ۴۰ نفر، ۴ کارگاه گرافیک و چاپ دستی و سه سایت کامپیوتر به منظور یادگیری علوم رایانه، کتابخانه‌ای با محیطی آرام و پویا است. همچنین این مرکز، سالن اجتماعاتی با وسعت ۲۰۰ متر مربع به منظور برگزاری مراسم و سخنرانی‌ها در اختیار دارد.

■ امکانات پژوهشی

وی در خصوص امکانات پژوهشی این واحد گفت: واحد انتشارات مرکز (انتشارات معرفت) از سال ۱۳۷۰ فعالیت خود را آغاز کرده است و تاکنون بیش از ۴۸۰ عنوان کتاب مرجع، تالیفی استادان و مدرسان، مجموعه و... را منتشر کرده است. «نمایشگاه و فروشگاه کتاب مرکز» با فضایی بیش از ۳۰۰ متر مربع در طبقه همکف مجتمع قرار دارد و کتاب‌های مورد نیاز دانشجویان این واحد دانشگاهی را ارایه می‌دهد و فضای مناسبی برای مطالعه در اختیار دانشجویان قرار داده است. همچنین این مرکز بوفه‌ای با مساحت افزون بر یکصد متر برای استراحت و تغذیه دانشجویان در اختیار دارد.

■ کادر علمی و مهارتی

سیاسی‌مقدم تأکید کرد: مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران با بهره‌گیری از بیش از یکصد نفر از استادان دانشگاه جامع علمی-کاربردی و اعضای هیات علمی سایر دانشگاه‌ها، موجب شده است کادری علمی و حرفه‌ای



صنعت شیرازه کتاب

قابل توجه تولیدکنندگان محترم دفاتر تحریر
مدارس و دانشگاه در سراسر ایران

مجهزترین کارگاه تولید فنرهای صحافی تک لوب و دولوب

نقره ای (استیل و ایر) ، روکش دار
در طول ، گام ، ضخامت و رنگهای سفارشی



ماشین پانچ حرفه ای KB600

بهترین ، کارآمدترین و جدیدترین ماشین پانچ صحافی سیمی

۰۹۱۲۱۵۴۸۳۴۶ - ۸۸۷۱۵۲۳۸ - ۸۸۷۲۶۵۷۲
www.starline.ir



با پیشینه کار و تدریس طولانی فراهم آید و در مجموع فرصت مناسبی برای یادگیری مهارت‌های حرفه‌ای، پژوهش و شرایط ایجاد اشتغال برای علاقه‌مندان ایجاد شده است.
رشته‌های مرکز آموزش علمی-کاربردی بدون کنکور فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران به شرح زیر است:

■ رشته‌های کارشناسی

۱- مترجمی همزمان انگلیسی ۲- چاپ - گرایش طراحی و آماده‌سازی ۳- مدیریت امور چاپ
۴- گرافیک - گرایش پوستر و نشانه ۵- گرافیک - گرایش تصویرسازی ۶- گرافیک - گرایش
گرافیک تزیینی و محیطی ۷- نقاشی - گرایش نقاشی ۸- نقاشی - گرایش نگارگری و زنگاره ۹-
طراحی و الگوسازی پوشاک - گرایش لباس مجلسی و خانگی ۱۰- خبرنگاری - گرایش سیاسی و
اقتصادی ۱۱- روابط عمومی - گرایش امور رسانه ۱۲- روابط عمومی - گرایش رفتار اجتماعی و
افکارسنجی ۱۳- مدیریت امور فرهنگی - گرایش امور همایش‌ها و جشنواره‌ها ۱۴- حقوق - گرایش
ارشاد در امور مدنی.

■ رشته‌های کاردانی

۱- مترجمی زبان انگلیسی - گرایش آثار دیداری و شنیداری ۲- مترجمی زبان انگلیسی -
گرایش آثار مکتوب و متون رسمی ۳- چاپ - گرایش طراحی چاپ ۴- هنرهای تجسمی - گرایش
نقاشی ۵- هنرهای تجسمی - گرایش گرافیک ۶- امور فرهنگی ۷- بازاریابی ۸- خبرنگاری ۹-
روابط عمومی ۱۰- حقوق - گرایش حقوقی ثبتی ۱۱- حقوق - گرایش شورای حل اختلاف ۱۲-
بازرگانی - گرایش مشاوره حقوقی اصناف.

■ برگزاری دوره های فوف برنامه

یکی از برنامه‌های این واحد برگزاری دوره‌های فوق برنامه است که هم در محل دانشکده و هم
در محیط کار صنعت چاپ به اجرا در می‌آید.

■ راه‌های ارتباط با مرکز و دریافت اطلاعات

سایت مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران

ir.www.uast۳۰

uast.ac.ir.www.fh۳۰

صفحه پذیرش سایت مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۰ تهران

uast.ac.ir/paziresht.htm.www.fh۳۰

کانال تلگرام اطلاع‌رسانی پذیرش علمی-کاربردی

www.telegram.me/pazireshuast

پست الکترونیک:

uast.ac.ir-info@fh۳۰

تلفن تماس: ۶۶۴۹۱۲۰۹ - ۶۶۴۹۱۲۱۵

مرکز پیام کوتاه: ۳۰۰۰۹۹۰۰۹۳۰۴۰

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی، نبش کوچه نایبی، پلاک ۲۵

RANGIN[®] NAGHSH

چاپ رنگین نقاش

دو دستگاه چاپ ۲ ورقی ۴ رنگ مدل ۲۰۱۲، مجهز به سیستم **Tiff Converter**

دستگاه چاپ ۷۰ x ۱۰۰ تک رنگ، (چاپ تا ۷۰۰ گرم)

دستگاه چاپ واتر بیس تا ابعاد ۷۰ x ۱۰۰

دستگاه UV سیلندری افستی تا ابعاد ۷۰ x ۱۰۰ (با قابلیت خالی کردن لب چسب)

دستگاه پلیت ستر تا ابعاد ۴.۵ ورق، **Online مدل ۲۰۱۰** (برای گرفتن زینک با ترامهای AM و FM)

دستگاه ایمیج ستر (برای گرفتن فیلم یووی)

دستگاه چاپ سیلک، **مدل ۲۰۱۳** (UV موضعی، اکلیلی، شنی، امباس، و ...)

دستگاه صحافی مجله ساز، دپلو ژاپن (ترتیب و منگنه) **مدل ۲۰۱۲**

دستگاه سلفون کشی حرارتی، **مدل ۲۰۱۱**

دستگاه تا کن (با سرعت بالا) **مدل ۲۰۱۱** (هر لت تا عرض ۴ سانتی متر)

دستگاه آج زن (امباس) **مدل ۲۰۱۱**

دستگاه لتر پرس

ما چاپ شما
را گارانتی می‌کنیم

جدید	دستگاه طلاکوب ۹۰ x ۶۰
جدید	دستگاه دورنگ دو ورقی ۷۰ x ۵۰
جدید	دستگاه جعبه چسبانی دهنه ۷۰ مدل ۲۰۱۶

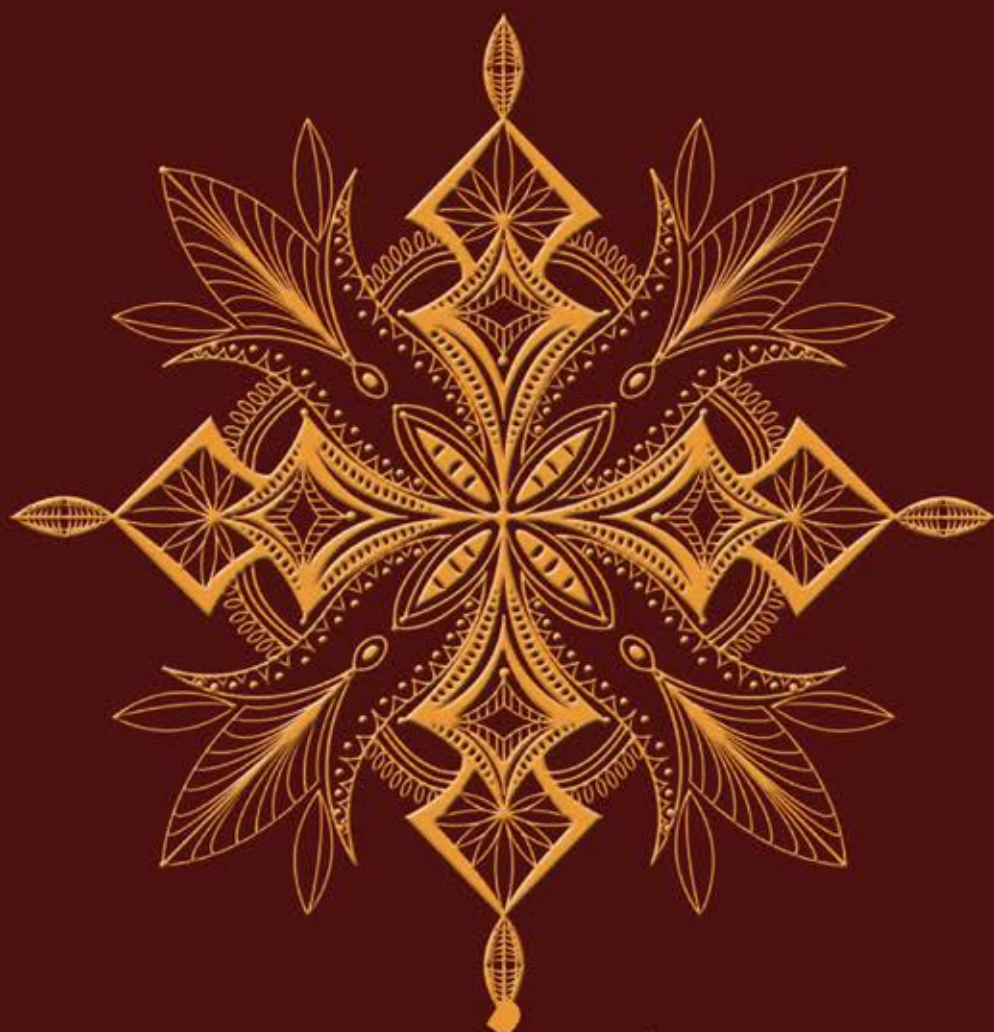
+ 989203171325



تهران، خیابان دماوند، خیابان سازمان آب، بعد از تقاطع زین الدین،
کوچه پژم، پلاک ۸ تلفن: ۷۷۰۱۰۹۲۴ ... ۷۷۰۱۰۵۶۹ ... ۷۷۰۱۰۵۸۴

Naghsh-e-kaj
021-88790523





چاپ رنگین نقش

خدمات پس از چاپ

دستگاه طلاکوب ۹۰ x ۶۰

• دستگاه UV سیلندری افستی تا ابعاد ۷۰ x ۱۰۰ (با قابلیت خالی کردن لب چسب)

• دستگاه سلفون کشی حرارتی مدل ۲۰۱۱

• دستگاه لتر پرس

• دستگاه آج زن (امباس) مدل ۲۰۱۱

• دستگاه صحافی مجله ساز، دیپلو ژاپن

(ترتیب و منگنه) مدل ۲۰۱۲

• دستگاه تاکن (با سرعت بالا) مدل ۲۰۱۱

(هر لت تا عرض ۴ سانتی متر)

• دستگاه جعبه چسبانی دهانه ۷۰ مدل ۲۰۱۶

www.ranginnaghsh.ir
sales@ranginnaghsh.ir

+ 989203171325





آنچه را که باید در خصوص بهتر برگزار کردن نمایشگاه بدانیم

نمایشگاه فرصت است، آیا قدرت فرصت‌سازی داریم یا فرصت‌سوزی؟



■ محمود سمیعی

هر ساله به‌خصوص در شهریورماه نمایشگاه‌های در حوزه چاپ و بسته‌بندی کشور برگزار می‌شود و این نمایشگاه‌ها دستاوردهایی برای یک عده دارد و برای عده‌ای دیگر جز اعلام اینکه هزینه‌ای بیش نبود چیز دیگری ندارد. آنچه مهم است بررسی این موضوع است که به درستی چقدر از برگزاری نمایشگاه و روند برگزاری آن اطلاعات کارشناسی داریم و آیا تا به حال از خود پرسیده‌ایم چرا بعضی از نمایشگاه‌ها موفق‌اند و بعضی ناموفق. مقاله زیر راه‌حل‌های کارشناسی را پیش‌روی ما می‌گشاید تا دریابیم که چگونه می‌توان نمایشگاه خوب و موفق برگزار کرد.

■ تعریف نمایشگاه

نمایشگاه به مکانی گفته می‌شود که کالاها، خدمات، فن‌آوری، تکنیک‌های جدید، نوآوری‌ها و هنرها برای معرفی و آشنایی مردم به معرض تماشا قرار داده می‌شود. هر عملی که توسط تولیدکنندگان و فروشندگان برای معرفی کالاها انجام و منجر به فروش کالاها و خدمات گردد نوعی نمایش است. از زمان‌های قدیم نمایشگاه به شیوه کنونی پس از انقلاب صنعتی انگلستان شروع شده و در آغاز قرن بیستم تکامل یافته و امروزه به صورت یکی از ارکان مهم بازرگانی درآمده است.

■ علل پیدایش نمایشگاه

- تغییرات روزافزون فن‌آوری، ظهور کالاهای جدید، تنوع آن‌ها و عدم آشنایی مصرف‌کننده توأم با رقابت شدید و نامطلوب تولیدکنندگان از علل تشکیل نمایشگاه می‌باشد.
- قطع رابطه بین خریدار و فروشنده به طوری که رابطه میان مصرف‌کننده یا خریدار و تولیدکننده از بین رفته و این عامل باعث توسعه نمایشگاه‌ها شده است.
- افزایش درآمد سرانه کشورها همراه با درآمد ملی آن‌ها باعث افزایش قدرت خرید شده و از طرفی افزایش قدرت خرید نیز سبب تغییر در تولید شده و تولیدات باید به مصرف‌کننده معرفی گردند که این امر با نمایش کالا در نمایشگاه‌ها انجام می‌گیرد.

■ فواید نمایشگاه

- نمایش تفکرات دیگران
- نمایش فن‌آوری‌های جدید
- نمایش شیوه‌های جدید تولید
- جلب توریست
- کسب بازارهای جدید

■ نمایشگاه و انواع آن

نمایشگاه‌ها انواع مختلفی دارند. یکی از مهم‌ترین نمایشگاه‌ها، نمایشگاه‌های بین‌المللی و بازرگانی است که نمونه آن هر ساله در تهران برگزار می‌شود. هدف از برگزاری این نمایشگاه‌ها در کشورهای صنعتی پیشرفته، ایجاد بازاری متمرکز برای کلیه خریداران خارجی (بهره‌برداری تجاری) می‌باشد ولی در ایران به دلیل عدم وجود امکانات و در نتیجه عدم حضور بازدیدکنندگان خارجی، این نمایشگاه درست به بازار واردات تبدیل شده است. برخی از نمایشگاه‌ها به عنوان نمایشگاه‌های اختصاصی برگزار می‌شود که معمولاً یک کشور با هویت خود در یک کشور دیگر ظاهر می‌شود، برای موفقیت در چنین نمایشگاه‌هایی به هزینه تبلیغاتی بالایی نیاز می‌باشد که متأسفانه شرکت‌های ایرانی چنین هزینه‌هایی را اختصاص نمی‌دهند. از انواع دیگر نمایشگاه‌ها می‌توان به نمایشگاه تخصصی اشاره کرد. در این نوع نمایشگاه رقابت بین‌المللی وجود ندارد بلکه ارتباط تجاری مطرح است. نمایشگاه‌های ملی از دیگر انواع نمایشگاه‌ها محسوب شده که برای نمایش و توانمندی‌های بومی یک کشور برگزار می‌شود. بدین شکل که توانمندی‌های تولیدی و خدماتی کشوری را در همان کشور به نمایش می‌گذارد و از خارجیان برای بازدید دعوت می‌نماید. یک نوع نمایشگاه هم با

عنوان اکسپو وجود دارد که مدت برگزاری آن‌ها بیشتر می‌باشد (۳ تا ۴ ماه) و در آن علاوه بر جنبه‌های تجاری، جنبه‌های اعتقادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی در کنار مسایل تجاری مطرح می‌شود که اساس آن اطلاع‌رسانی از توانمندی‌های موجود در یک کشور است. در کل نمایشگاه‌ها چه بین‌المللی و چه تخصصی، محل برخورد خریداران و فروشندگان، متقاضیان و عرضه‌کنندگان کالا و به عبارت اقتصادی نقطه برخورد عرضه و تقاضا می‌باشد که برای مشاهده نمونه محصولات و مبادله اطلاعات بین افراد تشکیل می‌شود.

■ سیر تاریخی نمایشگاه

در سال ۱۸۵۱ اولین نمایشگاه تجاری به شکل امروزی در لندن در محلی به نام «کریستال پالاس» در هایدپارک لندن با عنوان «نمایشگاه بین‌المللی کالاهای ملل جهان» برپا شد و حدود ۱۴۰۰۰ غرفه‌دار از سراسر جهان در آن حضور داشتند. ایران نیز در فضایی به وسعت ۹۲ متر مربع یکی از مشارکت‌کنندگان بود. حدود ۶ میلیون نفر در آن زمان از این نمایشگاه دیدن کردند. این نمایشگاه تأثیر فراوانی بر نمایشگاه‌های آمریکا گذارد به طوری که سال بعد از آن آمریکایی‌ها با الهام از نمایشگاه لندن نمایشگاهی مشابه را در نیویورک در سال ۱۸۵۲ برپا کردند. از آن زمان به بعد نمایشگاه‌ها در صنایع و تجارت جوامع منشأ اثر فراوان شدند.

البته کلماتی مثل نمایشگاه، جشنواره، همایش، fair، exhibition، شو، اکسپو ... دارای بار معنایی متفاوتی است که متأسفانه در ایران این کلمات بیشتر اوقات یکسان در نظر گرفته می‌شوند در کشورهای دیگر از جمله کشورهای اروپایی این کلمات کاربردی‌های متفاوتی دارند. یکی از مهم‌ترین این کلمات همان نمایشگاه است. در حقیقت نمایشگاه محلی است که کالاهای بازرگانی، محصولات کشاورزی، مصنوعات کارخانه‌ها یا آثار باستانی را به معرض نمایش می‌گذارند. تفاوت زیادی بین مفهوم کلمه نمایشگاه در ایران و کشورهای اروپایی وجود دارد. در واقع نمایشگاه برای دسترسی مستقیم به مصرف‌کننده نهایی نیست بلکه برای اصلاح، تقویت و بهبود سیستم توزیع، تسهیل ارتباطات تجاری و رونق مبادلات است.

■ بازدیدکنندگان از نمایشگاه

مشتری بنا به میل شخصی و در وقت فراغت خود به نمایشگاه می‌آید بی آنکه تحت هیچ‌گونه فشاری باشد، آمادگی او برای شنیدن بیش از هر وقت دیگری است (حتی بیش از زمانی که برای خرید به فروشگاه‌های مراجعه می‌کند) مردم به دلایل مختلفی به نمایشگاه می‌آیند و مراجعه‌کننده باید بتواند از شرکت‌کنندگان حداکثر استفاده را بنماید برخی از این دلایل به شرح زیر می‌باشد:

- مقایسه
- ارزیابی
- انتخاب کالا

■ رهنمودهایی برای حضور و بهره‌گیری از نمایشگاه

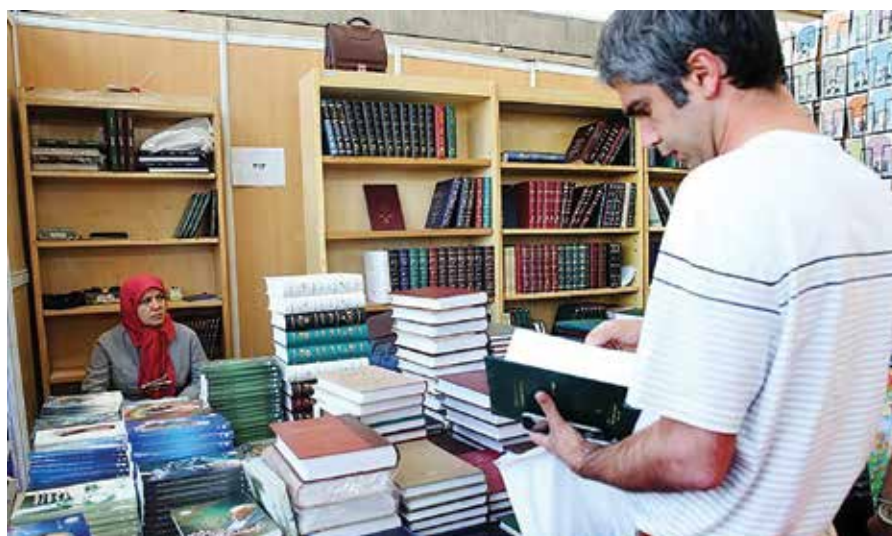
توجه به نکات لازم و پیشگیری از نقایص ضعف در مراحل مختلف برگزاری نمایشگاه با استفاده از تجارت سازمان‌دهندگان و شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌های گوناگون می‌تواند به موفقیت شما در نمایشگاه و رسیدن

هولوگراف

تولید هولوگرام امنیتی
تمویل ۱۵ تا ۲۰ روز

برای تیراژ تا ۱۰/۰۰۰ عدد
(تا سایز ۳/۵ در ۳/۵ با هر شکل درخواستی)
یک قیمت استثنایی
۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال

۰۲۱ ۵۵ ۵۷ ۶۴ ۴۹
۰۹۱۲ ۸۹۸ ۴۱ ۰۱



- داشتن روحیه دیپلماتیک، خوش برخورد، آراسته و فعال.

- دارا بودن قابلیت تطبیق و شجاعت لازم منطبق با شرایط خاص سیاسی موجود در روابط کشور خود با کشورهای دیگر.

- داشتن قابلیت ایجاد ارتباط سازنده با مقامات و ارگان‌های اقتصادی و بازرگانی کشور محل برگزاری نمایشگاه.

- دارا بودن قدرت سرپرستی هیات‌های بازرگانی و مدیریت آن‌ها و ترجیحاً طی دوره‌های تخصصی در این زمینه برای نظارت و کمک به مذاکرات گروه‌های بازرگانی.

- داشتن قدرت برنامه‌ریزی و برخورداری از بینش علمی و پیگیری فعالیت‌های انجام شده در نمایشگاه پس از خاتمه آن و ارایه تحلیل‌های مفید در ارتباط با ثمرات طولانی‌مدت نمایشگاه.

■ رهنمودهایی در مورد شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی

شرکت در نمایشگاه‌های به خصوص در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی در واقع اعلام آمادگی برای صادرات و واردات و ورود به بازارهای خارجی می‌باشد که این امر مستلزم آمادگی و برنامه‌ریزی بسیار منظم از قبیل تولید، کیفیت، رقابت، بسته‌بندی و حمل‌ونقل می‌باشد.

- تولید: هر بازاری برای خود قانون مقررات، سنت و الگوی مصرفی خاصی دارد که باید تولیدکننده، تولید ارسالی به آن بازار را با شرایط آن منطبق نماید در غیر این صورت قابل عرضه در آن بازار نخواهد بود به جز بعضی تولیدات خاص که در تمام دنیا به صورت عام قابل عرضه می‌باشد. آیا تولید شما در بازار قابل عرضه می‌باشد؟

- کیفیت: باید قبلاً شناسایی کرده باشید که آیا خریداران تولید با کیفیت خوب و قیمت بالا می‌خواهند یا بالعکس؟

- رقابت: شناخت رقبای آشنا و نامشروع تولیدات موجود در بازار در موفقیت شما در آن بازار بسیار موثر خواهد بود.

- بسته‌بندی: آیا بسته‌بندی، قابل قبول بازار مورد نظر می‌باشد و کالای شما صحیح و سالم دست مصرف‌کننده خواهد رسید؟

- حمل‌ونقل: بازاری را انتخاب نمایید که امکانات محل و نقل آن فراهم و متنوع باشد (هوایی، دریایی، زمینی).

■ نتیجه‌گیری

از آن چه گفته شد، چنین برمی‌آید که اهداف کلی از برگزاری نمایشگاه به شرح زیر خواهد بود:

- هر نمایشگاهی که برگزار می‌شود اهداف خاصی را دنبال می‌کند اما هدف کلی نمایشگاه‌ها معرفی تکنولوژی و فن‌آوری با ماشین‌آلات و تجهیزات جدید یک کشور می‌باشد. از دیگر اهداف نمایشگاه جذب مشتریان جدید و نمایندگان جدید، شناخت و اصلاح کانال‌های توزیع و ارتباط با آن‌هاست علت اصلی این مطلب که بیشتر شرکت‌کنندگان ما نمی‌توانند به اهداف فوق برسند این است که اصول بازاریابی و چگونگی حضور در نمایشگاه را آموزش ندیده‌اند و از آن اطلاعی ندارند. اخذ سفارشات جدید در معرفی محصولات بهتر و ارایه خدمات بهتر از دیگر اهداف حضور در نمایشگاه است و برخی اهداف دیگر عبارتند از:

- معرفی آخرین محصولات تولیدی به خریداران

- تبادل اطلاعات، دستاوردها و تحقیقات کاربردی و زمینه‌های فنی-تولیدی و تجاری

- شناخت رقبا و ایجاد رقابت سالم

- سنجش بازار مصرف کالا و استفاده از فرصت‌ها برای بهینه‌سازی

- گردآوری اطلاعات جامع از محصولات تولیدکننده همگون

- نمایش تجهیزات غیرقابل حمل

- انجام بازاریابی برای توزیع و فروش کالا در داخل و خارج از طریق نمایندگی‌های معتبر

بهتر از شرکت در نمایشگاه لازم است جواب درستی برای پرسش‌های زیر داشته باشید:

- شرکت در نمایشگاه برای شما چه منافعی در بر خواهد داشت؟

- آیا زمان برگزاری آن برای کالای شما مناسب است؟

- آیا هدف‌های شما از شرکت در نمایشگاه تحقق خواهد یافت؟

- آیا بازار منطقه هدفی برای محصولاتتان است؟

- آیا به طور تدریجی و یا دایمی می‌توانید با تولیدات‌تان پاسخگوی تقاضای کالا باشید؟

- آیا محصولات شما در سطح استانداردهای بازار است؟

- مشکلات شما در رابطه با بازار چیست؟

- هدف اصلی شما از شرکت در نمایشگاه‌ها چیست؟

- به نمایش گذاشتن کالاهایتان به طور موثر مستلزم چه هزینه‌هایی برای شماست؟

- آیا نتایج به دست آمده در این نمایشگاه ارزش هزینه‌هایتان را دارد؟

■ نکات لازم برای نیل به موفقیت بیشتر

- قبل از نمایشگاه: مشتریان را از محل و ساعت حضور خود مطلع نمایید و از آنان دعوت به عمل آورید.

- در طول نمایشگاه: بروشورها و کارت‌های ویزیت خود را توزیع نمایید همچنین فرم مصاحبه با بازدیدکنندگان را تکمیل نمایید.

- پس از نمایشگاه: به محض خاتمه نمایشگاه با بازدیدکنندگان تماس بگیرید از نظرات آنان به عنوان پایه‌ای برای برنامه‌های آینده خود بهره بگیرید و برای نمایشگاه بعدی برنامه‌ریزی نمایید.

■ علل عدم موفقیت در نمایشگاه

- عدم شناخت بازار منطقه

- عدم وجود اهداف روشن و مطمئن

- عدم شناخت و انتخاب نمایشگاه مناسب با اهداف خود

- ضعف ارتباطات در دوران نمایشگاه

- عدم توانایی در به ثمر رساندن کوشش‌های به عمل آمده طی برگزاری نمایشگاه

■ ویژگی‌هایی که مدیر نمایشگاه باید داشته باشد

- داشتن حداقل مدرک لیسانس در رشته مدیریت بازرگانی و یا روابط بین‌الملل و یا رشته مرتبط با موضوع نمایشگاه.

- تسلط به یکی از زبان‌های انگلیسی، فرانسه، آلمانی و غیره به تناسب کشور برگزاری نمایشگاه.

- داشتن سابقه فعالیت‌های بازرگانی خارجی و مسافرت به کشورهای دیگر و یا اقامت مفید در کشور محل برگزاری نمایشگاه.

به اهداف بازاریابی و فروش کالاهایتان کمک کند. هر غرفه نمایشگاهی هنگامی موفق قلمداد خواهد شد که بتواند بیشترین تعداد از مناسب‌ترین بازدیدکنندگان را به سوی خود جلب کند و این بازدیدها را به نتایج مطلوب منتهی سازد. اگر نمایشگاه از کیفیت خوبی برخوردار باشد حضور عده زیادی از افراد متخصص و بازرگان امری حتمی خواهد بود و این امر در مورد نمایشگاه‌های تخصصی بیشتر صدق می‌کند.

■ رعایت معیارهایی برای حضور بهتر در نمایشگاه

- تعیین اولویت‌های مناسب برای حضور در نمایشگاه.

- تخمین، تعیین و تامین فضای لازم برای غرفه.

- طراحی هنرمندانه غرفه و دوری از تزئینات زاید.

- نمایش چشمگیر کالا در غرفه حتی‌الامکان به صورت سه بعدی.

- غرفه نه ویرترین است و نه تابلوی نقاشی، بنابراین آرایش آن بایستی به شکلی باشد که پیام‌رسان، گیرا و گویای اهداف شرکت از تولید محصول باشد.

- تجهیز غرفه بایستی بر اساس فکر، تجربه و هنر باشد. بنابراین هماهنگی میان رنگ‌ها، کالاهای و دیوارها در تجهیز غرفه باید مورد توجه قرار گیرد.

- از آویختن کاتالوگ، جعبه، پوستر به دیوار غرفه حتی‌الامکان پرهیز گردد.

- ظاهر غرفه باید بازدیدکنندگان را جلب کند.

- ماهیت و اهداف شرکت باید در نحوه تزئین مشخص باشد.

- همه وسایل مرتب بوده و به آسانی در دسترس قرار داشته باشد.

- محل نمایش باید به طوری باشد که همه به طور یکسان آن را ببینند.

- پرهیز از انباشت کالا در غرفه.

■ هدف از شرکت در نمایشگاه

هدف اصلی از شرکت در هر نمایشگاه داخلی و خارجی، در کوتاه‌مدت یا درازمدت افزایش فروش تولیدات یا خدمات است. گاهی نیز اهداف دیگری از قبیل مقاصد سیاسی و فرهنگی برای برگزاری یا شرکت در نمایشگاهی عنوان می‌شود. هدف هر چه باشد برگزاری یک نمایشگاه بازرگانی موفق و اصولی می‌تواند زمینه‌های لازم برای گسترش مناسب سیاسی و فرهنگی و اقتصادی مورد نظر را فراهم آورد.

اگر هدف اصلی شما فروش فوری کالا است، بهتر است در نمایشگاه‌های تخصصی شرکت کنید، یا خود اقدام به برگزاری یک نمایشگاه اختصاصی بنمایید، برای اهداف بلندمدت و نفوذ در بازارهای جدید و همچنین یافتن نماینده تجاری شرکت در نمایشگاه‌های عمومی و بین‌المللی که همه‌ساله در کشورهای مختلف برگزار می‌شود راه متداول و خوبی است.

■ ارزیابی لزوم شرکت در نمایشگاه

قبل از تصمیم به شرکت در هر نمایشگاهی ابتدا باید چند مساله را روشن ساخت. به منظور نتیجه‌گیری



110AX

www.110AX.com



FM 650

PDFM 1100

دستگاه های لمینیت
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-330D

LM-330I

LM-22 & 32

دستگاه های لمینیت
پرس کارت (رایسون و AX)



PDFM360 & 480

360C

LBS700

دستگاه های لمینیت
و سلفون کشی اتوماتیک



9100

5800D

2800

دستگاه های اسکناس شمار AX



HP CW 7588

EB-30

TD-200R

دستگاه های صحافی دوکاره،
دوبل، مارپیچ و پلاستیک



605C

AZA4130

SD815B

AZ80S & AZ8S

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

Design: sadragraph@gmail.com 0539-0555475

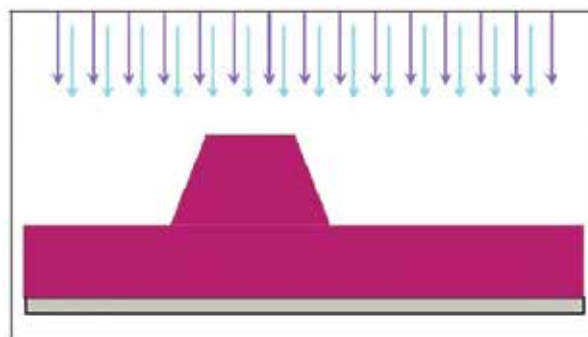
اثرات KBr

در طی تولید محلول مرحله پایانی شیمیایی، پتاسیم آزاد با تاثیر اسید هیدروکلریدریک بر روی $KBrO_3$ ساخته خواهد شد. از آنجا که برومین در آب حل نمی شود، تبخیر شده و به وسیله سیستم تخلیه هوا مکیده می شود. پارامترهای زیر برای تاثیرات محلول های پایانی و همچنین یک شکل شدن نتیجه های مراحل پایانی خیلی مهم هستند:

- توجه به بروم های آزاد فعال
- توجه بیشتر به KBr به عنوان بافر سطح
- درجه حرارت محلول
- زمان نفوذ
- طرز آماده سازی (اسپری، حمام، وان، محلول)
- تاثیر محلول در درجه حرارت بالاتر، بیشتر خواهد بود، افزایش ۱۰ درجه سانتی گراد تاثیر محلول را دو برابر خواهد کرد. با افزایش بیشتر KBr تاثیر محلول پایین تر خواهد آمد اما ثبات محلول افزایش پیدا خواهد کرد.

مرحله پایانی نوری (UV-C, 254nm)

اشعه UV-C برای پوست و به ویژه برای چشم انسان خطرناک است و به هیچ وجه قابل رویت نیست. حتی زمان نفوذ کوتاه اشعه ممکن است سبب سوختگی در لایه های پایین پوست و آسیب دیدن پوست شود. بنابراین، در طی مرحله پایانی در ب ماشین کاملاً بسته خواهد بود. همچنین هیچ گاه با چشم غیرمسلح به داخل منبع نور نگاه نکنید.



در این باره، باید چند نکته مهم زیر را مدنظر داشت:

- زمان مرحله پایانی به میزان حلالی که بر روی کلیشه بعد از زمان خشک شدن قرار داشته است بستگی دارد. زمان خشک شدن و زمان انبار کلیشه ها ممکن است در نتیجه کار تاثیر داشته باشد. پیشنهاد می شود که مرحله نور پایانی بلافاصله بعد از خشک شدن صحیح انجام شود. با طولانی تر شدن زمان خشک شدن و مدت زمان نگهداری کلیشه ها، معمولاً در مرحله پایانی به زمان بیشتری نیاز است.
- اثرات اشعه UV-C به نوع پلیمری که در انواع مختلف کلیشه ها استفاده می شود بستگی دارد، بنابراین زمان مرحله پایانی صحیح را باید آزمایش کردن به دست آورد.
- مرحله پایانی نوری می تواند قطع شود و مجدداً ادامه یابد.
- کلیشه هایی که با مرحله پایانی شیمیایی تولید شده در مرحله پایانی نوری تقریباً شفاف خواهد بود.

- اگر مرحله پایانی به سرعت بعد از مرحله خشک شدن انجام نگیرد، ممکن است در کلیشه هایی که با زمان طولانی تر خشک می شوند اشکالاتی به وجود آید. باید توجه داشت این کلیشه ها نباید بیشتر از اندازه با حلال های تازه قبل از قرار گرفتن در مرحله پایانی خشک شوند.



- ممکن است در طول مرحله پایانی نوری بر روی سطح کلیشه با نور طول موج کوتاه آزون تولید شود. آزون به وسیله سیستم تخلیه مکیده می شود ولی وجود آزون در هوا ممکن است موجب ثبات مرکب شود.

- ترک خوردن سطح کلیشه ممکن است بیشتر در مرحله پایانی شیمیایی رخ دهد. در مرحله پایانی نوری، می توان کلیشه ها با حساسیت بیشتر و در اندازه بزرگ تر تولید کرد.

- طولانی شدن مرحله پایانی نوری بیش از حد، ممکن است به دلیل سخت شدن و خشک شدن بیش از حد سطح کلیشه، باعث از بین رفتن کلیشه شود.

- اگر مرحله پایانی نوری به درستی انجام گیرد، نتیجه چاپ با کلیشه هایی که با مرحله پایانی شیمیایی به دست آمده است، شبیه خواهد بود.

نوردهی نهایی

برای اینکه مطمئن شویم تمام ملکول های مونومری که بعد از نوردهی از پشت و نوردهی اصلی پلیمر شده اند، نیاز است که نوردهی نهایی را به کار گیریم. در غیر این صورت طول عمر کلیشه چاپ ناکافی و کم خواهد بود. اگر نوردهی از پشت نامناسب یا به طور کامل نباشد، ترام های بخش روشن تصویر ممکن است از روی کلیشه کنده شود. به ویژه در کارهای هفتون، ترام های (Highlight) ممکن است ترام ها شکسته شوند و یا به درستی چاپ نشوند.

نوردهی نهایی مقاومت کلیشه را در مقابل حلال های مرکب و محلول شستشو افزایش می دهد و سختی مطلوب را ایجاد می کند (به خصوص در چاپ های High graphic). کارایی نوردهی نهایی بستگی به شدت نور UV خروجی از منبع دارد. در واحدهای نوردهی معمولی، این نوردهی از سمت روی کلیشه و بدون فیلم نگاتیو و وکیوم صورت می گیرد.

امکان ترکیب نوردهی نهایی و مرحله پایانی همزمان نیز وجود دارد. اما اصولاً این دو مرحله را به صورت مجزا انجام می دهند و نوردهی نهایی بعد از مرحله پایانی انجام شود.

ادامه دارد...



- ◀ چاپگر لارج فرمت با بدنه وینسنت در سه مدل XAAR 382 و KONICA 512-1024 به صورت چهار هد و هشت هد
- ◀ بدنه صنعتی وینسنت با وزن ۸۵۰ کیلوگرم
- ◀ مجهز به سیستم هوشمند اتوماتیک محافظ هد، جهت تنظیم ولتاژ هد در شرایط دمایی متفاوت
- ◀ صفحه نمایشگر LCD پانزده اینچی
- ◀ سیستم گرمایش مرکب داخل ساب تانک ها جهت گرم کردن مرکب و تنظیم غلظت آن
- ◀ قابلیت تنظیم سرعت چاپ، خطای رفت و برگشت در حین چاپ
- ◀ استفاده از DC servo driver جهت محافظت بیشتر از موتور های کریچ و مدیا
- ◀ استفاده از DC servo driver های ۱۲۰ وات جهت پایداری چاپ و افزایش طول عمر سنسور
- ◀ استفاده از موتورهای ۳۰ وات DC در رول باز کن و رول جمع کن جهت افزایش توان و طول عمر
- ◀ تعبیه سه هیتر جهت گرم کردن مدیا و خشک کردن چاپ
- ◀ مجهز به سیستم خشک کن INFRARED با تنظیم ولتاژ
- ◀ مجهز به جدیدترین ورژن نرم افزار فتو پرینت با پروفایلهای مخصوص جهت چاپ بنر، فلکس، استیکر و...



مرکب سروه تنها مرکب
مورد تایید شرکت زار



مطسا تنها نماینده رسمی هد زار در خاورمیانه



دفتر فروش: تهران، سه راه طالقانی، خیابان خواجه نصیرالدین طوسی، نبش مقدم، پلاک ۸۰، واحد ۳

وب سایت: www.matsajet.com

MATSA SPECTRUM

تلفن واحد فروش: ۰۲۱-۷۷۶۳۸۷۷۲-۴

۱۸۱ روش مؤثر برای کاهش هزینه‌ها



سرمایه‌گذاری در طرح‌های دارای بازدهی بلندمدت

به طور کلی، حقوق و دستمزد مهم‌ترین بخش از صورت سود و زیان یک شرکت را تشکیل می‌دهد و برای بسیاری از شرکت‌ها بهترین نقطه برای شروع کاهش هزینه‌هاست. اگر سطح درآمد شرکت شما شدیداً کاهش پیدا کند و ناچار به اجرای برنامه تعدیل نیرو شوید، باید از روش‌هایی استفاده کنید تا هم هزینه‌های جانبی آن کاهش یابد و هم پذیرش آن توسط کارکنان آسان‌تر باشد. طی شماره‌های قبل، تا روش صد و چهل و دوم پیش رفتیم؛ در این شماره یک روش دیگر را معرفی می‌کنیم.



روش شماره ۱۴۳: از ارزیابی زمان سربه‌سر استفاده کنید

معمولاً تجزیه و تحلیل سربه‌سر در بررسی موضوعاتی مثل قیمت‌گذاری، ساختار هزینه و حجم تولید به کار می‌رود. اما تجزیه و تحلیل سربه‌سر نباید محدود به هزینه‌ها، قیمت‌ها و حجم تولید شود. برای نمونه در شرکت هیلوت پاکارد، مدیریت در صدد تنظیم معیارهایی برآمد که به شرکت در کنترل هزینه‌های توسعه طرح کمک می‌کرد. در این مورد، زمان سربه‌سر تعداد ماه‌هایی خواهد بود که طول می‌کشد تا اصل سرمایه‌گذاری در توسعه محصول برگشت نماید. در حالی که زمان برگشت سرمایه برای بعضی از پروژه‌ها بسیار طولانی بود، شرکت تلاش کرد تا با اصلاح محصولات فعلی در دوره‌های کوتاه‌مدت زمان برگشت سرمایه را کاهش دهد. همچنین این روش جهت ارزیابی عملکرد مدیران توسعه محصول نیز استفاده می‌شود.

اما باید هوشیار بود؛ اگر بر دوره‌های سربه‌سر کوتاه‌مدت تاکید زیادی صورت گیرد، مدیران ممکن است وسوسه شوند تا با انتخاب گزینه اصلاح محصولات به جای اجرای پروژه‌های ابتکاری با کیفیت عالی، سامانه را از اهداف خویش دور سازند.

روش شماره ۱۴۴: با استفاده از بررسی سیستماتیک، ضایعات را کاهش دهید

بیشتر سازمان‌های بزرگ، به ویژه آنهایی که در بخش عمومی فعال هستند، ضایعات زیادی تولید می‌کنند و تنها راه‌حل برای کاهش آن خانه‌تکانی کامل سازمان می‌باشد. معمولاً آنهایی که در این سازمان‌ها ضایعات ایجاد کرده‌اند، صلاحیت حذف آن را ندارند. در حقیقت، گاهی اوقات برای انجام این کار باید مدیریت تغییر کند. این موضوع به طور واقعی در مورد دولت فدرال آمریکا در سال ۱۹۹۳ صحت داشت. طرح «طرح ملی بررسی عملکرد» که توسط رئیس‌جمهور جدید، الگور، هدایت می‌شد با ارائه ۱۲۵۰ پیشنهاد درباره کاهش هزینه به پایان رسید.

اما توصیه‌های مربوط به کاهش هزینه در حد توصیه باقی ماندند و اجرا نشدند. کمیسیون الگور (که بررسی‌ها توسط آن انجام می‌شد) نتوانست در همان وامی گرفتار شود که کمیسیون گراس، رئیس‌جمهور قبلی، در سال ۱۹۸۴ به آن مبتلا شد. کمیسیون گراس برنامه‌هایی را شناسایی نمود که ادعای شد در صورت اجرای آن ضایعات کاهش و مدیریت بهبود می‌یابد و در طی ۵ سال بالغ بر ۴۲۴/۶ میلیارد دلار صرفه‌جویی خواهد شد. تقریباً تعداد کمی از پیشنهادها این کمیسیون به اجرا درآمد. در عوض، کمیسیون الگور مسئولیت اجرای توصیه‌ها را به ادارات و نهادهای ویژه‌ای که آموزش‌های لازم را دیده بودند واگذار کرد. به این نهادها دستور داده شد تا گزارش سالانه خود را به کنگره ارائه بدهند. تا سال ۱۹۹۵ حدود ۲۰۰۰ اداره غیرفعال تعطیل شد و ۲۴۴/۰۰۰ شغل و ۲۰۰ نهاد دولتی حذف شدند. این کار ۱۱۸ میلیارد دلار صرفه‌جویی به دنبال داشت.

روش شماره ۱۴۵: مهندسی مجدد را به کار گیرید و الگوبرداری نمایید

یکی از موارد مهمی که شرکت شما ممکن است به آن توجه نکند، عضویت در تیم مهندسی مجدد است. بدون شک تیم مهندسی مجدد باید دارای کارکنانی باشد که از فرآیندهای فعلی سازمان ناخشنود هستند، در غیر این صورت نتیجه مناسبی نخواهید گرفت. گاهی اوقات این تیم می‌تواند شامل مشتریان یا سایر افراد خارج از شرکت باشد.

روش شماره ۱۴۶: از حسابرسی عملیاتی استفاده کنید

هرچند به نظر می‌رسد این کار باید به حسابداران واگذار شود، اما آنها آخرین افرادی هستند که باید این کار را انجام دهند. حسابرسی عملیاتی، روشی است که تلاش می‌کند تا رویه‌های غیراقتصادی و ناکارای عملیات را شناسایی نماید. افرادی مثل تحلیلگران پژوهش عملیاتی، اقتصاددانان و روان‌شناسان اجتماعی اغلب بهترین افراد جهت انجام چنین کاری هستند. حسابرسی عملیاتی به طور دائم درگیر تجزیه و تحلیل فرآیند و جریان‌های موجود در آن است. در این تجزیه و تحلیل، تحلیلگر مسیر انجام فعالیت‌ها برای یک کار خاص را مشخص، نکات اصلی تصمیم‌گیری را شناسایی و پیامدهای هر کدام را تجزیه و تحلیل می‌کند. اگر این کار به درستی انجام شود، دیگر اهداف مبهم (مثلاً مسیرهای تصمیم‌گیری‌ای که ناشناخته باقی می‌مانند) در شرکت وجود نخواهد داشت. بنابراین مدیران می‌توانند فرآیند تصمیم‌گیری را به طور کامل زیر نظر داشته باشند و حوزه‌های را که احتمال ایجاد مسأله در آن وجود دارد شناسایی نمایند.

برای سازمان‌هایی که در حال اجرای سامانه بهبود دائمی کیفیت (CQI) و مدیریت جامع کیفیت (TQM) هستند، تجزیه و تحلیل فرآیند فعالیت‌ها بسیار مهم است. همچنین این تجزیه و تحلیل در بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی، که مشکلات کارایی در آنها همیشه به آسانی حل نمی‌شود، بسیار مفید می‌باشد.

شرکت انگل هارد که یک شرکت تخصصی در زمینه تولید مواد شیمیایی است که می‌تواند مثال خوبی از قدرت تجزیه و تحلیل فرآیند کسب و کار باشد. در انگل هارد تجزیه و تحلیل فرآیند منجر به تعریف شش تا دوازده فرآیند اصلی در هر شش واحد کسب و کار شد. تیمی که مسئول انجام این کار بود نقاط اهرمی - نقاطی که کوچک‌ترین تغییر در آن بهبود زیادی در عملکرد ایجاد خواهد کرد - را برای هر فرآیند شناسایی نمود. در یک مورد، زمان‌بندی تولید به عنوان یک نقطه اهرمی اصلی مورد شناسایی قرار گرفت. حتی بهبود اندک در دقت زمان‌بندی منجر به کاهش بسیار زیاد در سطح موجودی مواد شد.

ادامه دارد...

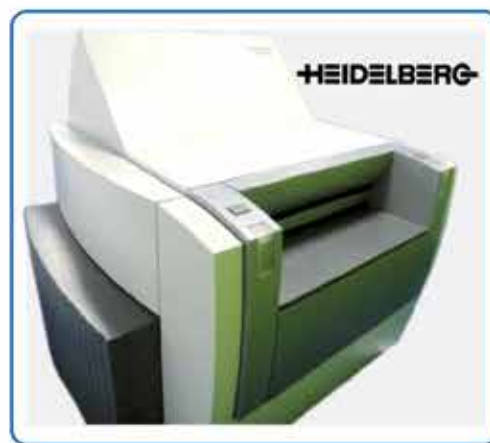
برگرفته از کتاب «راهنمای جامع کاهش هزینه‌ها»
مترجمان: محمد روشن‌دل و قربان برارنیا ادبی

شرکت مهین

ارائه پلیر سترهای:

CREO-AGFA-SCREEN-HEIDELBERG

تأمین لیزر، قطعات انواع پلیر ستر وایمچ ستر



تلفن: ۷۷۶۳۵۴۲۹-۷۷۶۳۴۰۹۸ همراه: ۰۹۱۲۲۰۴۶۸۴۳ کریمی

فکس: ۷۷۵۱۴۱۵۴

نگاهی به زندگی بزرگ‌مرد صنعت
موتور و خودروسازی ژاپن

پسر آهنگر فقیر، صاحب برند «هوندا» شد

تصور اینکه یک پسر آهنگر فقیر که با صداهای کوبنده پتک بر سندان بزرگ شده بود، صاحب شرکت هوندا موتور شود و بتواند به یکی از ثروتمندان شرکت خودروسازی ژاپن تبدیل گردد کمی سخت به نظر می‌رسد، خصوصاً اینکه او هیچ تحصیلات عالیه‌ای هم نداشت.



سوئی‌چیرو هوندا، پسر آهنگر فقیری در روستای کوچک کومیو بود. این روستا در ۲۷۰ کیلومتری جنوب غربی توکیو قرار داشت. پدرش در کنار کار آهنگری، به تعمیر دوچرخه نیز اشتغال داشت. پسر جوان، همراه با صداهای کوبنده پتک بر سندان بزرگ می‌شد و شاید این زمینه‌ای بود که به تدریج عشقی جاودان به مکانیکی را در او به‌وجود آورد. سوئی‌چیرو هوندا حتی پیش از ورود به مدرسه در تعمیر دوچرخه به پدرش کمک می‌کرد.

هنگامی که هوندا به یک آگهی کوچک استخدام شاگرد در یکی از مجلات تجاری برخورد و به آن پاسخ داد، به ناگاه دست از تحصیلات کشید.

او در سن شانزده سالگی عازم توکیو شد تا در یک تعمیرگاه کوچک اتومبیل موسوم به آرت شوکائی، دوره شش‌ساله شاگردی را بگذراند. برای او، این کار آغازی بود از سطح پایین در رشته مکانیکی و اجرت نخستین ماه کار او، مبلغی معادل یک دلار و بیست‌وپنج سنت بود. با این وجود، هنگامی که این دوره شش‌ساله پایان گرفت، مرد بیست‌ودو ساله، تعمیرکاری بسیار ماهر شده بود و استادش به او مبلغی پول داد که هوندا می‌توانست با آن، شعبه آرت شوکائی را در زادگاهش برای خود باز کند.

ظاهراً در پی بروز یک رشته رویدادهای طبیعی، شیفته خودروهای تندرو شد و سرانجام به طراحی و ساخت آن‌ها روی آورد. در اواخر سال ۱۹۳۷، هوندا با حمایت مالی بستگان و دوستانش، تعدادی ماشین‌آلات برای ایجاد یک کارخانه ساخت رینگ پیستون خریداری کرد. عزم او برای رسیدن به کامیابی آنقدر راسخ بود که شبانه‌روز در کارخانه‌اش زندگی می‌کرد. روی کف کارگاه می‌خوابید و برای صرف غذا، آنجا را ترک نمی‌گفت و از این‌رو همسرش غذای او را به کارگاه می‌آورد، با این وجود این کسب‌وکار هم رونق نیافت.

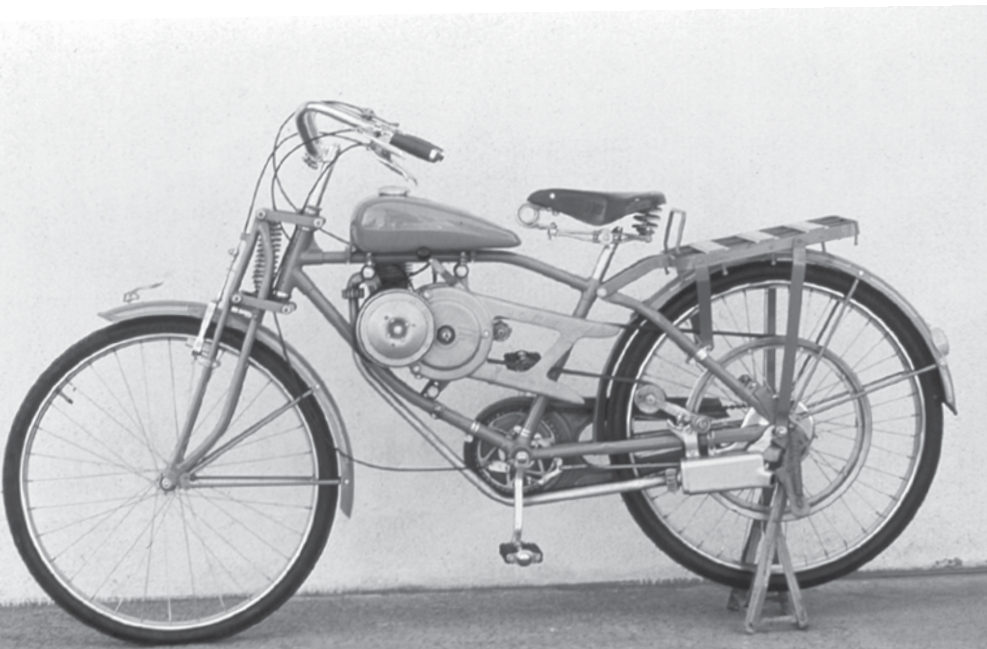
هوندا در اکتبر سال ۱۹۴۶ «موسسه تحقیقاتی فنی هوندا» را بنیان گذاشت. اینجا، شرکتی کوچک با نامی دهان پرکن بود که شامل بنیانگذار و تنی چند از دستیارانش می‌شد.

هوندا دو سال در این شرکت به تعمیر موتور اشتغال داشت. سپس در سال ۱۹۴۸، شرکت خود را به شرکت «هونداموتور» با مسئولیت محدود تغییر داد. او در سال ۱۹۴۹، مبلغ ۳۸۰۰ دلار از طریق سرمایه‌دارانی که خواهان سرمایه‌گذاری بودند، پول فراهم ساخت و آن را صرف تکمیل موتور دو سیلندر ۵۰ سانتی‌متر مکعبی سبک‌وزنی کرد که قادر بود ۳ اسب بخار نیرو تولید کند. موتورسیکلت تازه نه تنها قدرتش بیش از موتورسیکلت پیشین بود، بلکه قاب و بدنه فلزی نشان‌دار آن نیز عالی‌تر بود.

هنگامی که به‌خاطر موفقیت شرکت، جشنی برپا شد، یکی از میهمانان فرآورده تازه را «یک رویا» توصیف کرد. با این کلام او، موتور رسماً «دریم تایپ دی» (رویای نوع دی) نام گرفت. با موفقیتی که این مدل تازه کسب کرد، شرکت از کامیابی ناگهانی و کوتاهی برخوردار شد. کارخانه کوچک هوندا، نیروی کار خود را به هفتاد نفر و میزان تولید ماهانه‌اش را تا پایان سال ۱۹۴۹ به یکصد واحد افزایش داد.

یک بار زمانی که دفتر مرکزی شرکت در توکیو بود، هوندا متوجه اندرز شریک جدیدش شد که می‌گفت باید دست از سرهم‌بندی کردن موتور دوهنگامه پر سروصدای خود بردارد و نیروی خود را صرف ساختن یک مدل بهتر چهارهنگامه کند. تقاضا برای خرید این موتور تازه، زیاد بود. تولید ماهانه، بار دیگر افزایش یافت و هوندا موفق شد. در سال ۱۹۵۲ شرکت هونداموتور، ساخت بدنه، زنجیر چرخ و چرخ‌دنده موتورسیکلت را علاوه بر موتور آن شروع کرد.

با مسئولیت‌های اضافه‌ای که ساخت موتورسیکلت پدید آورده بود، تعداد کارکنان شرکت هوندا از ۱۵۰ نفر در سال ۱۹۵۱ به ۱۳۳۱ نفر در پایان سال ۱۹۵۲ رسید. در همین سال بود که شرکت هوندا، فرآورده تازه‌ای را به نام «کاب» به بازار عرضه کرد. این محصول، یک موتورسیکلت سبک‌وزن بود که برای موتورسواران جاذبه چندانی نداشت اما برای مردم، وسیله حمل و نقل ارزان‌قیمت و سودمندی به شمار می‌رفت. کاب به بخشی گسترده از بازار دست یافت.



چاپ سمن

شاخص در استان البرز



SAMIN
COMPLEX COMPANY



اتوبان کرج و قزوین، ورودی شهرک صنعتی

بهارستان، خیابان رباط ماشین، پلاک ۸۵۶

تلفن : ۳۴۷۶۳۱۴۹ - ۳۴۷۶۳۱۳۸ - ۲۶

مدیریت : ۰۹۱۲۸۰۹۶۲۸۱



گفتنی است در آغاز کار شرکت، در میان اولین کسانی که استخدام می‌شدند، به ندرت تحصیلکرده‌های دانشگاه دیده می‌شد و بیشتر آنان واخوردہ‌های شرکت‌های دیگر بودند. حقایق مبین آن است که هوندا هیچ‌گاه از حمایت دولت برخوردار نبود.

شرکت هوندا در سیر تکاملی خود در عرصه موتورسیکلت‌سازی، شانس خود را در خودروسازی نیز امتحان کرد. در اوایل سال ۱۹۶۰ اولین نمونه‌های اتومبیل جاده‌ای هوندا تولید شد، که البته بیشتر بر مبنای بازار ژاپن بود. اولین محصول اتومبیلی هوندا مدل هوندا تی ۳۶۰ در سال ۱۹۶۳ و در واقع یک بارکش کوچک در چهار فرم متفاوت بدنه بود که با یک پیش‌ران ۳۶۰ سی‌سی و با ۳۰ اسب‌بخار قدرت تولید می‌شد.

دو ماه بعد اولین محصول رسمی هوندا با عنوان هوندا اس ۵۰۰ ساخته شد که یک رودستر ۲ درب با یک پیش‌ران ۴۹۲ سی‌سی بود که با ۴۴ اسب‌بخار قدرت و با ۹۵۰۰ دور در دقیقه با یک گیربکس ۴ دنده عرضه شد.

هوندا تجربه و دانش وسیع خود را در زمینه موتورسیکلت به کار گرفت و در تولید خودروهای خود تا حد زیادی مورد استفاده قرار داد. بعدها تلاش‌های بسیاری برای بازاریابی در آمریکا و کانادا صورت پذیرفت. البته اتومبیل‌های کوچک هوندا که بیشتر برای ژاپنی‌ها طراحی شده بود، در بازار غرب چندان مورد استقبال قرار نگرفت، ولی بعدها آکیورا (خودروهای پیشرفته هوندا که با این مارک در آمریکای شمالی و چین عرضه می‌شود) تحولی در تولید اتومبیل‌های لوکس هوندا ایجاد کرد.

● بازنشستگی سوئی چپرو

«کارخانجات هوندا همیشه چند گام جلوتر از زمان خود در حال حرکت بوده است. جوان‌گرایی، طراوت و برخورداری از رویاهای بزرگ مهم‌ترین دلایل جهانی بودن کارخانجات هوندا است.» سوئی چپرو در بیست‌وپنجمین سالگرد تأسیس کارخانجات هوندا پس از گفتن این جملات اعلام بازنشستگی کرد و کارخانجات هوندا را در اختیار جوان‌ترها گذاشت. برخلاف تصور عموم، هوندا تمامی مناصب و مسئولیت‌های خود در کارخانجات هوندا را واگذار و به عنوان مشاور عالی به فعالیت در کارخانجات هوندا ادامه داد.

سوئی چپرو هوندا، بزرگ‌مرد صنعت موتور و خودروسازی، در سال ۱۹۹۱ در سن ۸۵ سالگی از دنیا رفت.

● عملکرد محدود، تفکر جهانی

شرکت هوندا، هم‌اکنون با تولید ۱۴ میلیون موتور خودرو در سال، به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده موتورهای درون‌سوز جهان، شناخته می‌شود.

هوندا علاوه بر صنعت خودروسازی، در حوزه‌های دیگر همچون تولید موتورهای هواگرد، هواپیماهای جت و موتورهای جت، قایق‌های موتوری، پمپ‌های آب، تجهیزات الکتریکی، ژنراتورها و تجهیزات انتقال برق نیز فعالیت گسترده‌ای دارد.

شرکت هوندا نخستین خودروساز ژاپنی بود که اقدام به تولید خودروهای لوکس، تحت برند آکیورا نمود و شرکت‌های تویوتا و نیسان نیز با الگوبرداری از هوندا، اقدام به راه‌اندازی برندهای لکسوس و اینفینیتی کردند.

در حال حاضر، کمپانی هوندا پس از شرکت‌های جنرال‌موتورز، گروه فولکس‌واگن، تویوتا، هیوندای موتور، فورد، نیسان و پژو سیتروئن هشتمین خودروساز بزرگ جهان به‌شمار می‌آید.



به مدت محدود



لمینیتور حرفه ای و سلفون کش حرارتی اتوماتیک



Pioneer 5000

- حداکثر سرعت لمینیتور: ۴۰ متر در دقیقه
- سرعت تغذیه: ۶۰۰۰ برگ در ساعت
- حداکثر ابعاد کاغذ: ۵۰۰ میلیمتر در ۷۰۰ میلیمتر
- ضخامت کاغذ از: ۱۲۰ تا ۴۰۰ گرم
- نوع فیلم: پولینکس حرارتی (OPP) از ۲۵ تا ۴۰ میکرون
- ابعاد دستگاه: ۱۳۴۰*۳۰۰*۱۳۰۰ میلیمتر
- ابعاد استاکر: ۹۵۰*۱۳۴۰*۱۰۵۰ میلیمتر (Optional)



Excelam Plus - 1080

- عرض مفید: ۱۰۸۰ میلیمتر
- سرعت: ۳ متر در دقیقه
- حرارت: صفر تا ۱۵۰ درجه سانتیگراد
- سیستم حرارتی: رول های حرارتی اینفرارد
- ضخامت فیلم: از ۳۲ تا ۲۵۰ میکرون
- گراماژ کاغذ: از ۸۰ تا ۳۵۰ گرم
- حداکثر ضخامت شاسی: ۵ میلیمتر
- سیستم خنک کننده: فن دمنده
- توان مصرفی: ۲۴۰۰ وات
- برق مورد نیاز: ۲۲۰ تا ۲۴۰ ولت، ۵۰ تا ۶۰ هرتز
- ابعاد: (طول × عرض × ارتفاع)
۱۲۸۵ × ۴۵۰ × ۲۸۵ میلیمتر
- وزن: ۱۳۸ کیلوگرم



YOUR
INNOVATION
PARTNER

تهران، شهرک غرب، خیابان حسن سیف، کوچه ۲۴، پلاک ۵، صندوق پستی: ۱۴۱۵۵-۱۷۵۸
تلفن: ۴۲۸۲۵۰۰۰ | فکس: ۸۸۰۸۲۰۴۰ | yourinnovationpartner.com



فقط کالای ساخته شده باشد؛ که ۸۵ درصد کارخانه‌های کوچک و متوسط کشور را به تعطیلی و نیمه تعطیلی کشانده است. وقتی تاجر ایرانی مثلاً کفش چینی را ۵ دلار می‌خرد و سودجویانه حدود ۳۰ دلار به دست مصرف‌کننده می‌دهد، مصرف‌کننده ایرانی از این کفش انتظار کیفیت ۳۰ دلاری دارد، این ذهنیت اتفاق می‌افتد که کالای چینی بی کیفیت است. در حالی که یکی از دوستان بنده دو سال قبل یک جفت کفش چینی را در اتریش به قیمت ۵۰ دلار با چندین ماه گارانتی خرید و کاملاً رضایت داشته و هنوز هم استفاده می‌کند، مطمئناً تاجر اتریشی کالا را بالاتر از ۳۰ دلار خریداری کرده که با توجه به مالیات و سود هزینه‌های حمل ۴۰ دلار تمام شده و با ۲۵ درصد سود که بین تاجر اصلی و خرده فروشی تقسیم شده هم منصفانه هم منطقی است زیرا این کشورها در توزیع سیستم درستی دارند، اما شبکه توزیع ما در کشور کاملاً نابسامان و بی انصافانه و بدون نظارت دولت به حیات خود ادامه می‌دهد.

حدود ۲۰۰ گروه اقتصادی از سراسر جهان به خصوص کشورهای صاحب صنعت در چندین ماه گذشته به ایران آمده‌اند ولی چرا بخش خصوصی نتوانسته است معاملات حداقلی از این تبادل رفت و آمدهای اقتصادی به سرانجام برساند. زیرا وقتی قیمت‌ها را با کالاهای چینی مقایسه می‌کنند تفاوت قیمت مانند مقایسه نگارنده بین زینک افست چینی و اروپایی است و به این زودی‌ها امیدواری بابت ورود کالاهای اروپایی به کشور نمی‌رود و حتی برندهایی که در کشور شعبه زده‌اند همگی از تولیدات چینی آنان انبوه است. پس نتیجه می‌گیریم، تا نظارت دقیق به عملکرد واردکننده‌ها صورت نگیرد و تا تاجر ما بی‌انصافی کرده و پست‌ترین کیفیت کالای چینی را انتخاب می‌کنند، نگاه ملت به کالای چینی به همان وضع باقی مانده و صنایع متوسط و کوچک کشور یکی پس از دیگری با اجبار تعطیل خواهند شد.

آنچه که مسلم و منطقی است این است که قضاوت درست و منصفانه‌ای نسبت به تولیدات واقعی کشور چین نزد ملت ما که به عنوان مصرف‌کننده نهایی است و کالاهای استاندارد چینی به دستشان هیچ وقت نرسیده است، وجود ندارد. قسمتی از این مشکل مربوط به عملکرد تعدادی از تاجر سود جو است که به دنبال کالاهای ارزان قیمت اند و قسمت دیگر این است که کالاهایی که از مبادی غیررسمی وارد کشور شده است از بازرسی کیفیت کالا و استانداردهای موجود در گمرکات برخوردار نیست.

اگر هموطنان به کشورهای اروپایی و پیشرفته سفر کرده باشند تصورات منفی آنان نسبت به تولیدات چین قطعاً تغییر پیدا خواهد کرد و شما می‌توانید تمامی نیازهای خود را با کیفیت بسیار بالا در بازارهای جهانی تامین کنید. البته به شرط اینکه در اینگونه کشورها هم به دنبال اجناس بنجل و ارزان قیمت نباشید و از محل‌های معتبر می‌توانید تولیدات چینی با کیفیت بالا را پیدا کنید.

با عنایت به اینکه کشور چین بزرگ‌ترین صادرکننده کالا به جهان است و بسیاری از کشورها خریدار محصولات کیفی این کشورند مشکل را باید در دولت (منظور مبادی ورود به کشور و تاجران ایرانی است) جست. که در انتخاب و ورود محصولات از چین فقط به دنبال ارزان خریدن نباشند و در مورد کیفیت وسواس بیشتری به خرج دهند تا بهترین‌ها را برای واردات به کشور انتخاب کنند.

نمی‌توان کشور چین را مقصر دانست زیرا در دنیای امروز صادرکننده، کیفیت تولیدات خود را بر مبنای درخواست بازار مصرف کشور هدف قرار داده و در واقع نیازهای آنان را ریشه یابی کرده و بر اساس آن به تولید می‌پردازد.

وضعیت اقتصادی کشور به جهت از دست دادن ارزش پول ملی در مقابل ارزهای معتبر جهان یکی از اساسی‌ترین مشکلات است و فعلاً که دولت گام در حل مشکلات بین خود و کشورهای صنعتی پیشرفته جهان نهاده است، امیدواریم که مشکلات موجود در سطح بین‌المللی حل شود، سپس می‌بایست برای واردات و صادرات در کشور با برنامه‌ریزی دقیق گام بردارد. تفاوت کیفیت و قیمت بین کالاهای چینی و اروپایی یک واقعیت اقتصادی است که ما را مجبور به استمرار همکاری با چین و می‌دارد. برای مثال در حوزه تخصصی کالای مورد مصرف خودمان وقتی زینک افست را از کشور چین با کیفیت قابل قبول با قیمت هر متر مربع حدود ۳ یورو می‌توانید وارد کنید، تولید اروپایی همین کالا بیش از ۵ یورو است، چگونه می‌توان به سمت اروپا رفت؟

قبل از تحریم‌ها ۹۵ درصد واردات کالای ما از اروپا بود و در حال حاضر بر عکس شده و ۹۵ درصد واردات ما از چین است و در ۲ سال قبل کل واردات کشور ما که ۹۵ درصد آن مواد اولیه و کالاهای اساسی و سرمایه‌ای بوده، حدود ۵/۵ میلیارد دلار برآورد شده است و در همان سال ۴ برابر این رقم یعنی بیش از ۲۰ میلیارد دلار کالا به داخل کشور قاچاق شده است و مطمئناً کالاهای قاچاق شده نمی‌تواند مواد اولیه بوده و

اما و اگرهای کیفیت کالاهای چینی



■ غلامرضا شجاع،
رئیس تعاونی لیتوگرافان تهران

نگاه هموطنان ما نسبت به کیفیت کالاهای چینی موجود در بازار ایران نگاهی منفی است و آنچه که تاکنون در بازار ما دیده شده است، چه در حوزه ماشین‌آلات و چه مواد اولیه، کیفیت قابل قبولی نداشته و این حقیقتی غیرقابل انکار است.





دستگاه سلفون

Mercury 760 SF

Made in Czech

foliant Mercury 760 SF



توتالیا

شرکت توتالیا Totalia Co.P.J.S.

www.totaliaco.com | Tel: 021 88731042 | Fax: 021 88742310

میدان آرژانتین، خیابان احمد قمبر، نبش خیابان شانزدهم، ساختمان سه‌پند



دستگاه سلفون با سیستم تغذیه اتوماتیک کاغذ

- حداکثر سایز کاغذ ورودی ۷۶ x ۱۱۰ سانتیمتر
- با سرعت ۲۰ متر در دقیقه
- با غلطک ضد چسب جهت سلفون کشی برگه های پنجره دار به صورت آپشن
- امکان سلفون دو طرفه کاغذ به صورت آپشن
- قابلیت استفاده از فیلم های پت
- قابلیت اتصال به پالت فیدرو پالت استکر به صورت آپشن

ساخت کاغذ

و فرآیند چاپ



مواد الیافی و افزودنی در ساخت کاغذ

■ آماده‌سازی کاغذ باطله

برای استفاده بهینه از کاغذ باطله به عنوان الیاف دست‌دوم، ضروری است انواع کاغذها از نظر کیفیت، دسته‌بندی شوند. دسته‌بندی ممکن است در مبدأ جمع‌آوری انجام شود تا پس از جمع‌آوری توسط شرکت‌های جمع‌آوری‌کننده صورت گیرد. در صورت تعدد منابع، کار جمع‌آوری، بسته‌بندی و انتقال به کارخانه به عهده این شرکت‌ها است. معمولاً کارخانه، مواد دریافتی را از نظر کیفیت کنترل می‌کند. به طور عمده منابع کاغذ باطله را به دو دسته پیش از مصرف و پس از مصرف تقسیم می‌کنند. کاغذهای پیش از مصرف شدن به کارخانه‌های تبدیلی و چاپخانه‌ها مربوط است که به صورت حلقه‌ای کاغذ خراب و غیراستاندارد یا مازاد بر مصرف و عمدتاً تمیز و آماده دریافت هستند، اما کاغذهای پس از مصرف شدن، خروجی منازل و ادارات است که بایستی دسته‌بندی و بسته‌بندی شوند. این نوع کاغذها کثیف‌تر و نامرغوب‌ترند. قیمت انواع کاغذ باطله در سراسر جهان مبتنی بر میزان عرضه و تقاضا و سادگی دسترسی پذیری آن‌ها است. این قیمت‌ها به طور دایم در حال تغییرند و کم و زیاد می‌شوند. در سال‌های گذشته به دلیل افزایش عرضه، قیمت انواع کاغذ باطله به استثنای کاغذهای مرغوب سیر نزولی داشته است.

در سال‌های اخیر، روش‌های بازیافت الیاف به ویژه الیاف ONP و OCC در آمریکا تغییر یافته است. امروزه حدود شصت درصد الیاف ONP از شهرها و شهرداری‌ها جمع‌آوری می‌شود. کنترل جمع‌آوری ONP و ارسال آن به کارخانه‌ها در دست شهرداری‌ها بوده و نقش شرکت‌های واسطه در این امر کم شده است. در مورد الیاف OCC نیز همین الگو مشاهده می‌شود. در حدود شصت درصد از این نوع کاغذها به طور مستقیم از فروشگاه‌های زنجیره‌ای به کارخانه‌ها می‌رود و برخی از فروشگاه‌های بزرگ با کارخانه‌های بازیافت قرارداد دارند. شهرداری‌ها هم منبع دیگر تامین کاغذهای OCC برای کارخانه‌های بازیافت هستند.

■ میزان بازیافت

در کشورهای مختلف دو شاخص برای مقایسه سطح بازیافت به کار می‌رود. «نسبت بازیافت» یا «ترخ بازیابی» که برابر است با نسبت کاغذ جمع‌آوری‌شده به کاغذ مصرف‌شده در هر کشور و نسبت «بهره‌وری» یا «ترخ به‌کارگیری» که برابر است با نسبت کاغذ و مقوای باطله مورد استفاده (به تن) به کل کاغذ یا مقوای تولیدشده است.

نسبت بازیافت در آمریکا در سال ۱۹۹۰ به بیش از ۳۳ درصد رسید. در کشورهای قبیل ژاپن و تایوان که از منابع جنگلی محرومند میزان (ترخ) بازیافت به حدود ۵۰ درصد هم می‌رسد، اما میانگین نرخ بازیافت در ۵۰ درصد، یک ماکزیمم ممکن و قابل دسترس است.

«نسبت بهره‌وری» از الیاف دست‌دوم در آمریکا حدود ۲۵ درصد است و با آهنگی کند سیر صعودی دارد. در ژاپن این عدد، حدود ۵۰ درصد و در اروپا حدود ۴۰ درصد است. در کشورهای پیشرو در تولید کاغذ، به طور طبیعی به دلیل وجود مقدار کافی الیاف بکر این نسبت کم است. به عنوان مثال، نرخ بهره‌وری یا بهره‌گیری از الیاف دست‌دوم در سوئد و کانادا حدود ۱۰ درصد است.

بر اساس آمار اخیری که توسط RISI-info تهیه شده است، در آمریکا، طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۶، میزان یا نرخ (بالحقه تهیه) بازیافت انواع کاغذ و مقوا از ۲۶/۴ میلیون تن (۳۵ درصد) به ۴۸/۹ میلیون تن (۵۴ درصد) رسیده که البته بیشترین درصد نرخ بالحقه تهیه بازیافت، به کاغذ روزنامه تا ۷۱ درصد و مقوای کارتن کنگره‌ای تا ۶۰ درصد، در سال ۲۰۰۶ مربوط است. در همین مدت (۱۹۹۰ تا ۲۰۰۶)، میزان یا نرخ بهره‌وری از ۱۹/۹ میلیون تن

(۲۷ درصد) به ۳۱/۵ میلیون تن (۳۷ درصد) افزایش یافته است. به عبارت دیگر، طی ۱۶ سال گذشته در این کشور، نرخ کاغذ و مقوای بازیافتی حدود ۲۰ درصد و نرخ بهره‌وری یا میزان استفاده از کاغذ و مقوای بازیافتی در کاغذ و مقوای تولید شده، حدود ده درصد افزایش یافته است.

باید توجه داشت که میزان بازده الیاف یا خمیر بازیافتی از کاغذ و مقوای باطله صد درصد نیست، زیرا بخشی از مواد پرکننده، چسب‌ها، رنگ و غیره در هنگام عملیات بازیابی کاغذ باطله از دست می‌روند، لذا محاسبه شاخص بازده به صورت زیر ضروری است:

۱۰۰٪ وزن کاملاً خشک کاغذ باطله ورود / وزن کاملاً خشک مواد بازیافتی = بازده (%) بنابراین اگر بخواهیم نرخ حقیقی و نه ظاهری به‌کارگیری و بهره‌وری الیاف بازیافتی در تولید هر کاغذ و مقوای محاسبه کنیم باید مقدار الیاف بازیافتی حاصل از عملیات بازیافت را بر کاغذ و مقوای تولید شده در نظر بگیریم که طبیعتاً این درصد از درصد ظاهری نرخ بهره‌وری در بالا، کمتر خواهد بود. بر اثر هر بار بازیافت، کمیت و کیفیت محصول بازیافتی کاهش می‌یابد. به همین دلیل بعضی از محققین معتقدند تکرار بازیافت بیش از چهار بار میسر نیست. در سطح نرخ بازیافت ۵۰ درصد واضح است نیمی از مواد بازیافتی در هر زمان قبلاً یک یا چند بار مرحله بازیافت را طی کرده‌اند. در اثر تکرار بازیافت میزان مقاومت به پارگی و ترک‌دین و کشش نسبت به مقدار اولیه قبل از بازیافتی تا ۴۰ درصد کاهش می‌یابد، ضمن آنکه ضریب مقاومتی در ارتباط با مقاومت خود الیاف و قدرت پیوندهای بین لایفی نیز به طور چشمگیری کاهش یافته و میزان نرمه‌ها (Fines) پس از چهار بار بازیافت از ۱۶ به ۳۵ درصد افزایش یافته است که خود در نهایت موجب کاهش جدی مقاومت‌های کاغذ ساخته شده از این خمیر بازیافتی خواهد شد.

■ دستگاه‌های دوباره خمیر کردن کاغذ باطله

در کارخانه، بسته‌های کاغذ باطله، به درون یک خمیرساز ریخته شده و پس از هم‌زدن، به دوغاب خمیر تبدیل می‌شوند. ممکن است ذرات جوهر و اندود نیز در خمیرساز از الیاف جدا شده و پراکنده شوند. متغیرهایی همچون دما، غلظت، زمان ماندن در خمیرساز و جنبه‌های شیمیایی فرآیند باید کنترل شوند تا عملیات بهینه گردد.

خمیرساز، قلب عملیات بازیافت است. رایج‌ترین نوع خمیرسازها، خمیرساز کم‌غلظت مجهز به طناب آشغال‌گیر است که به طور معمول با درصد خشکی پنج تا هشت درصد به طور ناپیوسته یا پیوسته کار می‌کند. فترها، سیم‌ها و طناب‌های آشغال‌گیر به طور مداوم از مخلوط بیرون کشیده می‌شوند. اشیای سنگین بر اثر نیروهای مرکزگریزی در حفره‌ای جمع می‌شوند و سپس به کمک یک بالابر به بیرون انتقال می‌یابند. خمیرساز با غلظت بالا نیز در سیستم‌های خمیرسازی کاغذهای باطله به کار می‌رود. حسن این خمیرسازها در این است که آلاینده‌هایی از قبیل پلاستیک و مواد مقاوم‌تر به صورت ذرات درشت باقی می‌مانند و جداسازی و خارج کردن بعدی آن‌ها آسان است. کارایی جوهرزدایی این سیستم نیز بهتر است و فشار کمتری بر الیاف وارد می‌شود. این نوع خمیرسازها به صورت ناپیوسته کار می‌کنند، اما در مقایسه با خمیرسازها با غلظت کم، دوره‌های زمانی عملیات، کوتاه‌تر است. همچنین خمیرسازهای ثانوی ممکن است به صورت پراکنده‌ساز، لایفی‌کننده یا ریش‌ریش‌کننده طراحی شوند.

■ ادامه دارد...

برگرفته از کتاب «مفاهیم نظری و کاربردی ساخت کاغذ و فرآیند چاپ» ترجمه و تالیف دکتر مهدی منظورالاجداد



گروه طراحان فروار آرا

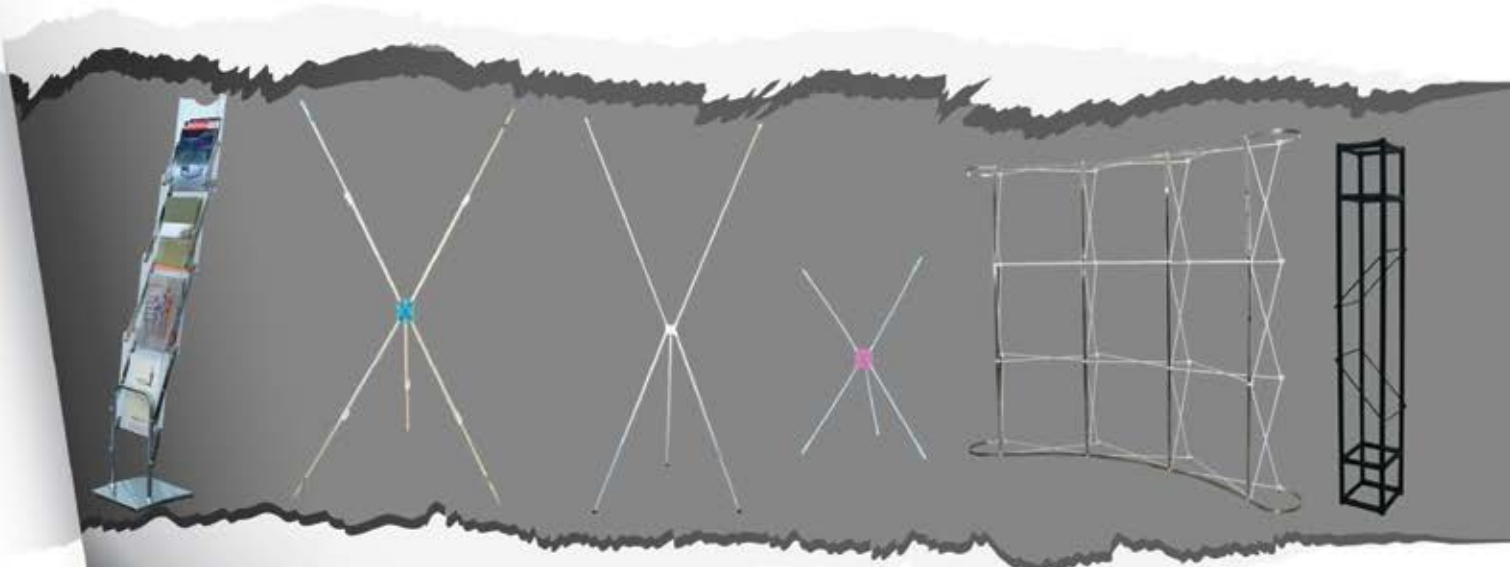
تولید کننده سازه های تبلیغاتی و نمایشگاهی

Farvar Ara Designers Group

Manufacturer of portable advertising & exhibition stands and structures



اسپیس فریم • پاپ آپ • استند تنظیمی • استند فلکه ای • رول آپ درجه ۱ • میز کانتر • کاتالوگ استند



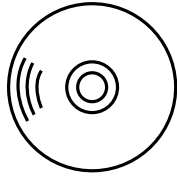
تبریز: ورودی سردرود ، روبروی بازار آهن ولی عصر ، کوی صنعتی ولی عصر غربی

شرکت فروار آرا تلفکس: ۴۲۱۱۳۱۹ (۰۴۱۱)

دفتر مرکزی: تهران، بلوار مرزداران، خیابان البرز، بین خیابان هفتم و نهم، پلاک ۴، واحد ۱

همراه: ۰۹۱۲۳۲۴۰۶۹۹ تلفن: ۴۴۲۸۴۶۵۲ - ۰۲۱

E-mail: farvarara.sazeh@gmail.com



بازی گردش مالی رابرت کیوساکی

نویسنده و طراح: رابرت کیوساکی

مترجم: روح‌الله سلیمانی

ناشر: انتشارات طاهریان

با توجه به ضعف‌های بزرگ موجود در سیستم‌های آموزش مالی، آقای رابرت کیوساکی (نویسنده کتاب پر فروش پدر پولدار، پدر بی پول و مؤسس شرکت Richdad) در آمریکا، دست به طراحی یک بسته آموزشی در قالب یک بازی به نام «گردش مالی» زده است. در ایران، انتشارات طاهریان این بازی را با توجه به فرهنگ ایرانی بومی سازی و تولید کرده و با قیمت بسیار کمتر از نمونه خارجی آن را به بازار عرضه نموده است.

این بسته آموزشی، دنیای واقعی زندگی و کسب و کار را در فضایی مجازی شبیه سازی کرده و به افراد امکان می دهد تا در اثر تکرار این بازی، تفکرات غلط مالی خود را که مانع پیشرفت و ثروتمندی شان می شود شناسایی کنند و با اصلاح آن مثل ثروتمندان بیاندیشند. در این بازی شما با نقش و مفهوم ترازنامه مالی، تورم، سود خالص و مخارج پیش بینی نشده در کسب و کار آشنا شده و تفاوت بین بدهی خوب و بد را درک خواهید کرد.

این بسته آموزشی، برای گروه سنی خاصی طراحی نشده و همه گروه های سنی می توانند با آن بازی کنند. پیش نیاز این بازی، داشتن سواد و احاطه بر محاسبات مقدماتی ریاضی و نیز پشتکار و علاقه به پیشرفت مالی است.

تلفن: ۶۶۴۹۲۷۳۳

www.taherianpress.com

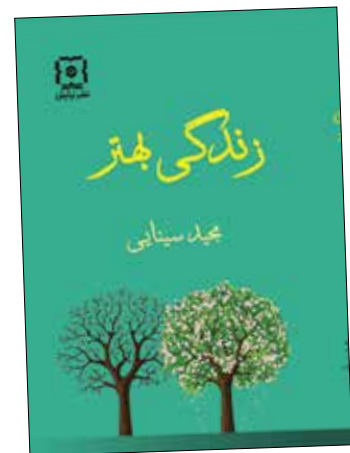
زندگی بهتر

نویسنده: مجید سینایی

ناشر: انتشارات نیایش

امروزه عموماً کتاب هایی با عناوین جذاب مانند «روانشناسی زنان»، «مردها را بهتر بشناسیم» و مانند آنها انتشار می یابند که پس از مطالعه، درمی یابید که چند داستان، خاطره یا مشاجره علمی را خوانده اید و در نهایت شاید یک یا دو قانون علمی در زمینه عنوان کتاب عایدتان شده است؛ که در واقع این را می توان نوعی «کم فروشی علمی» دانست.

اما کتاب «زندگی بهتر»، که مجلد نخست از مجموعه «قدم به قدم تا فرزانگی» است، حاوی مطالبی کاربردی پیرامون روان شناسی خانواده، روان شناسی کودک، زندگی زنانه، مسائل روزمره زندگی و گفتارهایی از بزرگان است که به شیوه گزیده نویسی (فلش تکست) ارائه شده و قریب به ۴۰۰ نکته مفید، کوتاه، آموزنده و به دور از بحث های تخصصی را در بر دارد.



تلفن: ۵۵۱۴۱۳۵۳ (داخلی ۱۰۴ و ۱۰۵)

www.book.safiranaabootaleb.ir



ده قانون طلایی

نویسنده: شری کارتر اسکات

مترجم: سپیده محمدحسین پور

ناشر: انتشارات نگاه

تعالی، حسّی است که از روح سرچشمه گرفته و در وجود شما بازتاب پیدا می کند. در واقع به نوعی احساس رضایت برمی گردد که در پایان روز تجربه می کنید. یعنی شب که به رختخواب می روید و چشم هایتان را می بندید تا بخوابید، از صمیم قلب از خود رضایت دارید زیرا می دانید همه انتظاراتتان از خود را برآورده کرده اید. به عبارت ساده تر، می توان گفت از درون اشباع شده اید و تصور می کنید هیچ روزنه ای باقی نمانده است که در آن نفوذ نکرده باشید. زمانی که حس رضایت مندی و نشانه های خارجی فضیلت با هم منطبق شده و مسیر مشترکی را هدف می گیرند، به راحتی می توانید به موفقیت برسید. برخلاف اعتقاد عمومی، کسب موفقیت تنها در ثروت اندوزی و شهرت طلبی خلاصه نمی شود. به نظر دکتر شری کارتر اسکات، هر کس تعریف خود را از مقوله موفقیت ارائه می کند، به طوری که از بین آنها می توان به موفقیت در امور اجتماعی، اداری و حرفه ای، تربیت فرزندان سالم و سعادتمند، تحصیلات عالی و یا دستیابی به بالاترین مقام کشوری اشاره کرد.

تلفن: ۶۶۹۷۵۷۱۱ - ۶۶۴۸۰۳۷۷

www.negahpub.com

چاپ و نشر آمادگی دارد کتب ناشران، مؤلفان یا مترجمان در زمینه های «چاپ»، «نشر»، «بسته بندی»، «مدیریت»، «بازاریابی»، «تبلیغات»، «موفقیت» و «سبک زندگی» را در صفحه معرفی محصولات فرهنگی، به صورت رایگان معرفی نماید. در صورت تمایل، با دفتر نشریه تماس حاصل نمایید.

تلفن تماس: ۰۲۱-۷۷۲۴۰۶۹۰

کاغذ و مقوای رستی

خرید و فروش انواع کاغذ و مقوا

عرضه کننده مستقیم انواع مقوای پشت طوسی کره و چین

گلاسه، تحریر، چسبدار، کارتی



پخش مقوای پشت طوسی از گرماژ ۲۰۰ الی ۴۵۰ گرم

گلاسه از ۸۰ گرم الی ۳۰۰ گرم مات و براق

تحریر از ۶۰ گرم الی ۱۲۰ گرم

انواع چسبدار - کارتی

ارسال به تهران و شهرستان در اسرع وقت

rahavard85@yahoo.com

آدرس: ظهیرالاسلام - روبروی ساختمان صنعت - پلاک ۶۵

تلفن: ۳۶۶۱۲۰۳۸ - ۳۳۹۲۶۵۶۰ - ۳۳۹۳۵۹۸۰ - ۳۳۱۱۴۳۴۸ - ۳۶۶۱۱۱۳۲

تلفکس: ۳۳۱۱۵۳۰۴ - همراه: ۰۹۱۲۱۵۸۲۷۱۲ - ۰۹۱۲۵۰۰۴۹۵۴ - ۰۹۱۲۵۹۰۵۹۹۲

اکنون زمان اقدام و عمل است

■ محمدرضا کاری، مدیر لیتوگرافی کاری گرافیک و عضو هیات مدیره اتحادیه لیتوگرافان تهران

به دفعات جلساتی تشکیل شده است و دوستان و پیشکسوتان در خصوص آسیب‌های وارده به صنف و راه حل خروج از این بحران نقطه نظرهایی داده‌اند و تلاش‌های بسیاری انجام شده است ولی همچنان مشکلات به قوت خود باقی است و هر روز بحران جدی‌تر می‌شود.



سال‌هاست که صنف لیتوگراف مورد بی‌توجهی قرار گرفته است و در اوج مظلومیت مسیر خود را ادامه می‌دهد. باید گفت که گزینه لیتوگرافی قبل از چاپ یک تخصص ویژه است و اگر حمایتی از سوی دولت محترم می‌شد الان وضعیت بدین گونه نبود. البته موارد دیگری نظیر به‌روز شدن بسیار سریع دستگاه‌ها و سیستم لیتوگرافی که سبب مستهلک شدن دستگاه‌های قبلی شد، قیمت بالای دستگاه‌های وارداتی بدون تسهیلات و پایین آمدن حجم سفارشات از جانب سفارش‌دهندگان، بی‌تدبیری مدیران سابق این صنف و پیش‌بینی نکردن عواقب راهکارها و توافقات به غلط با وزارت ارشاد و اتحادیه چاپخانه‌داران از جمله این موارد است.

متأسفانه به دلایل عنوان شده به شرایط فعلی رسیده‌ایم. از آنجا که چاپ از صنایع مهم هر کشور در مقوله فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی است و بودجه‌های دولتی به آن اختصاص داده می‌شود ولی در کشور ما به آن اهمیت زیادی داده نشده است و به آن به صورت یک صنف نگاه می‌شود و عاری از حمایت و یاری دولت است.

دوستان و یاران هم‌صنف؛ برای رهایی از این وضعیت، نظرم بر این است که تمام اتحادیه‌های همگن در صنف چاپ، مشکلات و اختلافات درون‌صنفی را کنار بگذارند و با یکدیگر متحد شوند و در یک اقدام کاملاً قانونی و در راستای پیشبرد اهداف کلیه صنف، قدم بردارند و این مهم میسر نخواهد شد مگر آنکه من و شما در کنار هم قرار بگیریم و خود را برتر از دیگری ندانیم.

دوستان و عزیزان محترم در هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران، صحافان، ناشران و کاغذ و مقوا فروشان؛ اکنون زمان اختلاف و برتری صنفی نیست. ما همه جزو یک صنعت هستیم و آن هم چاپ است. با کنار هم بودن و برادری می‌توانیم مشکلات را یکی پس از دیگری حل کنیم و افق روشنی را برای خانواده بزرگ چاپ به ارمغان بیاوریم.

مطلب دیگر اینکه، دوستان و همکارانی که بدون جواز در این حرفه فعالیت دارند در راستای قوانین صنفی حرکت داشته باشند و نسبت به کسب جواز اقدام کنند و بدون استرس و دغدغه فعالیت خود را ادامه دهند. اکنون کسب جواز مزیت‌های بالقوه‌ای دارد که خود بر آن واقف هستید و مراحل آن بسیار سهل شده و زمان آن هم بسیار کوتاه، پس همین الان دست به کار شوید.

اعضای اتحادیه شامل مهر و پلاک‌سازان، کلیشه، لیتوگراف، چاپ سیلک اسکرین، طراح، خطاط، گرافیک، دفاتر تبلیغاتی، چاپ دیجیتال، سازندگان کلیشه‌های ژلاتینی؛ از دوستان و

همکارانی که در این رشته‌ها دارای مجوز نیستند خواهشمند است هر چه سریع‌تر نسبت به اخذ جواز کنند.

نکته دیگر این است که بایستی اعضا را به تکنولوژی روز دنیا آشنا کرد و آموزش‌های لازم را به افراد تحت پوشش اتحادیه ارایه داد. یکی از معضلات این صنف آشنا نبودن همکاران با دستگاه‌های جدید است. برای این منظور باید تجربه‌های گذشتگان در کنار فرآیندهای مدرن قرار گیرد تا بهترین نتیجه ممکن حاصل شود ولی متأسفانه با ورود دستگاه‌های جدید، همکاران قدیمی و پیشکسوت و صاحب تجربه رفته‌رفته از صنف کنار افتادند و همین امر سبب بروز مشکلاتی در زمینه کیفیت کارها، زمان‌بندی و مدیریت سفارشات شد و با وجود این دستگاه‌های مدرن در حال حاضر خروجی نهایی کار مطلوب مشتری و سفارش‌دهندگان نیست. بنابراین می‌بایستی این مهم سرلوحه تمام اتحادیه‌ها در این صنف قرار گیرد تا بتوانیم جایگاه صنعت چاپ ایران را در حد کشورهای اروپایی و روز دنیا قرار دهیم.

برادر بزرگوارم جناب آقای علی جنتی وزیر محترم فرهنگ ارشاد اسلامی؛ از شما خواهشمندم اگر نگران فرهنگ این مرز و بوم هستید الان زمان اقدام و عمل است. ما به یاری شما نیازمندیم، بیایید و نام خود را در تاریخ فرهنگ ایران ثبت کنید تا آیندگان به نام شما درود بفرستند.

برادر بزرگوارم جناب آقای حسن روحانی رئیس‌جمهور محترم؛ خواهشمندم به فریاد همکاران و دوستانی که در خانواده بزرگ چاپ همیشه در کنار دولت و مردم بوده‌اند برسید. همکاران ناشر، لیتوگراف، چاپ و صحافی و دیگر یارانی که در کنار این صنعت فعالیت دارند و نقش مهمی در فرهنگ و اقتصاد این مملکت داشته‌اند مظلوم واقع شده‌اند و هیچ حمایتی از آنان نمی‌شود و با وجودی که با سرمایه شخصی خودشان فعالیت دارند بار مالیات و عوارض و بیمه و... کمرشان را خم کرده و در آستانه نابودی به سر می‌برند.

بنگاه‌های بزرگ و کوچک در صنف چاپ و نشر یکی پس از دیگری تعطیل می‌شوند و تولید کتاب و اقلام چاپی رو به زوال است و فرهنگ کتاب و کتابخوانی بسیار پایین آمده است و قیمت کتب درسی و دانشگاهی بسیار بالاست و دانش‌آموزان و دانشجویان قدرت خرید نداشته و مجبور به ترک تحصیل می‌شوند.

من از این رسانه سعی بر آن دارم که صدای مظلومیت صنف را به گوش مقامات دولتی و عزیزی که صاحب‌نظر هستند برسانم تا دست یاری به ما بدهند.

مالیات‌ها را عادلانه در نظر بگیرید و در حد امکان بخشودگی مالیات به این صنعت داده شود. تسهیلات با سود کم در اختیار صنف قرار دهید تا بتوانند مجموعه خود را به‌روز کنند. عوارض گمرکی سنگین را از دستگاه‌ها و ملزومات صنف چاپ بردارید. قیمت کاغذ و مقوا را مدیریت کنید چرا که قیمت آن به طور فزاینده بسیار بالاست. در پایان از زحمات رییس‌جمهور محترم و وزیر ارشاد و همکاران و هیات‌مدیره‌های این صنعت تشکر و قدردانی لازم را دارم.

بیاییم به ملت عزیزمان ثابت کنیم که در کنارشان هستیم و فرهنگ مملکت را پیش خواهیم برد و به امید آنکه هر ایرانی در منزل و محل کار خود یک کتابخانه کوچک داشته باشد.





سلفون کش حرارتی اتوماتیک چهار و نیم ورقی



سلفون کش حرارتی دهانه ۹۲



سلفون کش حرارتی اتوماتیک دو ورقی

روایت استقامت یک زن در کشاکش زندگی

از بی‌پناهی و تنهایی تا مدیریت کارگاه صحافی

■ ناصر جعفرزاده

بوی چسب با تق‌تق دستگاه پرس در هم می‌پیچد و زنگ تلفن همراه که می‌گوید «همه‌چی آرومه»، این روایت زندگی مریم از خیابان‌خوابی تا راه‌اندازی کارگاه صحافی است.

مریم ۱۰ سال است که به کار صحافی کتاب مشغول است. وقتی کار باشد روزی هزار جلد کتاب را با کمک سه زن دیگر که به استخدام درآورده است، صحافی می‌کند. مریم روزهایی را به یاد می‌آورد که با تنها پسرش شب‌های سرد زمستان سال ۸۶ را در خیابان‌ها سر کرده است اما امروز صاحب کارگاه صحافی است و علاوه بر خود، برای چند زن دیگر همانند خودش اشتغال ایجاد کرده است. ۲۰ سال پیش مثل همه دختران با هزار امید و آرزو ازدواج کرد اما سرنوشت خیلی زود چهره دیگری از زندگی را به او نشان داد. همسرش دو سال نگذشته درگیر مواد مخدر شد و درست زمانی که تنها پسرش پا به دنیا گذاشت، مشکلات مریم چند برابر شد. خودش می‌گوید در طول هجده سالی که از زمان مادر شدنش می‌گذرد، هرگز سایه مرد را روی سرش احساس نکرده است و شوهرش را تنها در کلانتری و دادسرا و زندان پیدا کرده است.



وقتی بیشتر لوازم منزل برای تهیه مواد مخدر فروخته شد، صاحبخانه هم مبلغ ودیعه منزل را به عنوان ۱۰ ماه اجاره عقب‌مانده برداشت و مریم و پسرش در سردترین شب‌های زمستان مهمان پیاده‌روهای جنوب غرب تهران شدند؛ «همسرم اگر در بند نبود یا در پارک‌های منطقه در جستجوی مواد مخدر بود یا در منزل دوستان مشغول مصرف مواد».

مریم می‌گوید: پسر ۱۰ ساله دوم دبستان بود و صبح‌ها باید به مدرسه می‌رفت. در طول روز تکالیفش را کنار پیاده‌رو انجام می‌داد اما برای استراحت نیاز به سرپناهی داشتیم. برخی شب‌ها که خستگی توان پسر ۱۰ ساله را می‌برد او را با دلایل مختلف در درمانگاه منطقه بستری می‌کردم تا ساعتی را روی تخت درمانگاه بخوابد و صبح بتواند سر کلاس درس حاضر شود. از سویی جرأت رفتن به منزل پدر را نداشتم چون نتیجه آن جدایی از همسرم بود و نمی‌خواستم انگ طلاق روی پیشانی‌ام بخورد. وقتی مادر یکی از همکلاسی‌های پسر ۱۰ ساله پس از چند ماه از وضعیت ما مطلع شد یک اتاق را در اختیار ما قرار داد و واسطه‌ای شد که بتوانم در یک آشپزخانه کار کنم و با درآمد آن اجاره اتاق را بپردازم.

مریم با کار در آشپزخانه ۵۰۰ هزار تومان پس‌انداز می‌کند و می‌تواند لوازم منزل را که در گروهی صاحبخانه قبلی است پس بگیرد. شرایط برای او آرام‌آرام در حال تثبیت است و حسین روز به روز قد می‌کشد تا اینکه سر و کله پدر حسین دوباره پیدا شد؛ «ترک کرده بود و می‌خواست در اتاق ما ساکن شود. همراه من در آشپزخانه مشغول کار شد و درآمد کمی داشتیم که روزی خود را می‌گذرانیدیم». روزگار اما برای مریم باز هم غافلگیری دیگری دارد و متوجه می‌شود که دوباره باردار است. با فاصله کمی همسرش تصادف می‌کند و به دلیل شکستگی از نقاط مختلف بدن ماه‌ها در بیمارستان بستری می‌شود.

حالا علاوه بر خرج حسین و اجاره‌خانه باید دست تنها هزینه‌های بیمارستان را هم تأمین کند. همسرش دوباره به مواد مخدر روی آورده است و مریم که به دلیل بار جدید، دستور استراحت مطلق از پزشک دریافت کرده است، چند بار تصمیم می‌گیرد فرزندش را سقط کند اما هر بار در آخرین دقایق پشیمان می‌شود.

نازنین حالا ۷ سال دارد و به اینجای صحبت‌های مادر که می‌رسد گوش‌هایش سرخ می‌شود. مشغول بازی با دختر یکی از کارگران مادرش است اما حواسش در گفتگوها پرسه می‌زند. مریم می‌گوید هر بار که چهره

معصوم دخترم نگاه می‌کنم خدا را شکر می‌کنم که تحت تأثیر شرایط آن زمان دخترم را از بین نبردم و حالا یک تار مویش را با کل دنیا عوض نمی‌کنم.

همسرش بار دیگر باقیمانده وسایل خانه را فروخته است. اتاق را به صاحبخانه پس می‌دهد و بار دیگر آواره خیابان‌ها می‌شود با بچه شیرخواری در بغل و پسر بچه‌ای که خودش را زیر چادر مادر مخفی می‌کند تا همکلاسی‌هایش او را نشناسند. مصرف جدید شوهرش «شیشه» است و حالا مریم به این نتیجه رسیده است که به وجود همسرش هیچ اعتمادی نیست و خودش باید گلیمش را از آب بکشد.

مریم ماجرای آغاز کار صحافی را اینگونه تعریف می‌کند: روزها در خیابان به دنبال لقمه‌نانی می‌گشتم و با وجود دو فرزند قد و نیم قد کسی حاضر نبود کار همراه با جای خواب به من بدهد. فرزندم از گرسنگی گریه می‌کردند و کاری از من ساخته نبود تا اینکه آگهی واگذاری صحافی جلد کتاب را از سوی یک شرکت بزرگ صحافی دیدم. بدون داشتن هیچ تجربه‌ای کار را پذیرفتم و در طول یک هفته بدون هیچ دستگاهی و تنها با استفاده از یک پاره آجر و مقداری چسب که از کارفرما تحویل گرفته بودم ۵۰۰ جلد کتاب را صحافی کردم. صحافی به قدری دقیق انجام شده بود که صاحب شرکت متوجه نشد با دست انجام شده است. سفارش دوم و سوم و چهارم به همین نحو انجام شد اما در موارد بعدی با توجه به حج بالای کاری، خواسته شد روزانه هزار جلد کتاب را صحافی کنم و این از توان یک نفر خارج بود. بنابراین با پولی که از سفارش‌های اول کسب کرده بودم اتاقی را اجاره کردم و از طریق آگهی در محل، حدود ۱۰ زن را به استخدام در آوردم و سفارش‌ها در زمان مقرر تحویل شد. ماه‌ها به همین شکل گذشت تا اینکه با پنهانی یک دستگاه مستهلک را به صورت اجاره به شرط تملیک از صاحبکار خریدم و به صورت جدی کار صحافی را ادامه دادم.

حالا ۱۰ سال از آن زمان می‌گذرد و مریم کارگاه صحافی خود را در منزل خود توسعه داده است. سه زن که همه آن‌ها شرایط زندگی مشابه خودش را داشته‌اند به استخدام در آورده است و روزانه هزاران جلد کتاب را صحافی می‌کند. درآمد متوسطی دارد اما خوشحال است که از طریق آن علاوه بر اجاره‌خانه، هزینه تحصیل نازنین و حسین را فراهم می‌کند و چرخ زندگی خود و سه خانواده دیگر را می‌چرخاند. همسرش را ماه تا ماه نمی‌بیند و اگر چه با هم زندگی نمی‌کنند اما به صورت رسمی هم از یکدیگر جدا نشده‌اند. پدر حسین و نازنین ماهی یکی-دو بار سر می‌زند، غذایی می‌خورد و چایی می‌نوشد و می‌رود. پول‌ها را از دید او مخفی می‌کنیم اما گاهی وسیله‌ای از بچه‌ها را می‌برد و خرج مواد مخدرش می‌کند؛ با این حال بود و نبودش برای مریم تفاوتی ندارد فقط سال به سال برای تمدید اجاره‌خانه به بنگاه مسکن می‌آید چون صاحبخانه گفته به زن تنها خانه اجاره نمی‌دهد. خانه ۳۵ متری است و دو اتاق دارد که روی هم سوار شده است. طبقه پایین به کارگاه صحافی تبدیل شده و پسرش شب‌ها در کنار میز صحافی می‌خوابد، خود و دخترش در اتاق بالا شب را صبح می‌کنند.

حسین شناسنامه ندارد چون پدرش مدارک او و عقدنامه ازدواج‌شان را به عنوان گرو برای خرید جنس به موافق‌شان داده است. حسین می‌خواهد به سرکاری برود اما مدارک ندارد و پدرش هم حاضر نیست اقدامی برای دریافت شناسنامه او انجام دهد. با یادآوری روزهای خیابان‌خوابی، مریم از شرایط امروز زندگی‌اش راضی است اما می‌خواهد کار را توسعه دهد. به کمیته امداد مراجعه کرده تا وام خوداشتغالی بگیرد اما به او گفته‌اند با باید نامه طلاق بیاورد یا گواهی فوت همسر. تنها نگرانی‌اش آینده فرزندانش است.





تنها واحد تولید مرکبهای پنتون هوستمن



برگزاری نمایشگاه صنایع پلاستیک تایوان و حضور کمرنگ ایرانیان

پانزدهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی صنایع پلاستیک و لاستیک تایوان موسوم به Taipei PLAS در تاریخ ۱۲ تا ۱۶ آگوست ۲۰۱۶، برابر با ۲۲ تا ۲۶ مردادماه سال جاری در مرکز نمایشگاهی نانگانگ در شهر تایپه با حضور ۵۰ کشور برگزار شد.



به گزارش چاپ و نشر به نقل از خبرگزاری‌ها، این رویداد ۵ روزه و پرتیرین محصولات مرتبط با صنایع لاستیک و پلاستیک در شاخه‌های گوناگون از مواد اولیه گرفته تا محصولات و ماشین‌آلات به شمار می‌رفت.

گفتنی است نمایشگاه بین‌المللی تایپه پلاس هر دو سال یک بار برگزار می‌شود و سابقه آن به اواخر دهه هشتاد میلادی، یعنی سال ۱۹۸۷ بازمی‌گردد.

در تمام این سال‌ها برگزاری Taipei PLAS بیش از هر چیز نشانگر تقاضای بسیار برای ماشین‌آلات فرآیند پلاستیک و لاستیک و سایر محصولات مرتبط در این صنعت ذکر شده است.

در دوره گذشته این نمایشگاه در سال ۲۰۱۴ آخرین دستاوردها و محصولات با حضور ۳۷۵ غرفه‌گذار داخلی در کنار ۱۵۵ غرفه‌گذار خارجی به نمایش عموم متخصصان، صنعتگران و تجار گذاشته شد.

امسال نیز همانند سال گذشته در مجموع بیش از ۵۳۵ غرفه‌گذار در تایپه پلاس مشارکت کردند که از این میان ۳۷۸ غرفه‌گذار داخلی و ۱۷۷ شرکت از برندهای بین‌المللی خارجی حضور دارند که افزایش مختصری را نسبت به دوره گذشته از این حیث نشان می‌دهد.

همچنین در دوره گذشته بیش از ۱۸ هزار متخصص و صنعتگر و بازرگان از این نمایشگاه دیدن کردند و گفته شده که همین تعداد با رشدی مختصر از این دوره نیز استقبال کرده‌اند.

شورای توسعه تجارت خارجی تایوان موسوم به TAITRA که پیش از هر چیز سازمان توسعه غیرانتفاعی در تایوان به شمار می‌رود و در سال ۱۹۷۰ میلادی برای کمک به تولیدکنندگان تایوانی، بهبود وضعیت کسب و کار و ایجاد امکانات برای حضور و رقابت در بازارهای بین‌المللی تاسیس شده است. علاوه بر این انجمن صنعت ماشین‌سازان تایوان (TAMI) یکی از برگزارکنندگان این دوسالانه به شمار می‌رود. انجمن‌هایی نظیر «انجمن صنعت پلاستیک تایوان»، «انجمن صنایع پتروشیمی تایوان»، «انجمن سازندگان

رزین‌های مصنوعی تایوان» و چند نهاد دیگر نیز در کنار دو برگزارکننده اصلی این نمایشگاه یعنی «شورای توسعه تجارت خارجی تایوان» و «انجمن ماشین‌سازان تایوان» در برگزاری این نمایشگاه سهیم بوده و بدین ترتیب بر اعتبار این رویداد می‌افزایند.

این گزارش می‌گوید: در روزهای برپایی نمایشگاه، سمینارهایی از جمله تحلیل شکست و عیب‌یابی تولیدات پلاستیکی، بازرسی خودکار بصری، کاربردهای جدید برای صنعت پلاستیک و لاستیک، فرصت‌های توسعه برای وسایل پزشکی با کیفیت و... در ساعت‌های مختلف در مرکزهایی که برای اینچنین سمینارهایی اختصاص داده شده بود برگزار شد.

جای خالی بازدیدکنندگان ایرانی در نمایشگاه تایپه پلاس

به گزارش پایدار پلاستیک، یکی از نکات قابل توجه این نمایشگاه حضور بیش از ۵۰۰ شرکت در این نمایشگاه است در حالی که تنها فضای اختصاص داده شده به آن یک سالن دو طبقه بود. از نکات دیگر این نمایشگاه علاقه شرکت‌های حاضر به همکاری با ایران بودند.

به گفته محمد هاشمی، مدیرعامل پایدار پلاستیک یکی از دلایل عدم حضور ایرانی‌ها در نمایشگاه، مشکلات اخذ روادید بود. این در حالی است که غرفه‌داران تایوانی به ویژه پس از برجام، نظر مثبتی نسبت به ایران دارند و این کشور را بازار بزرگ و بکری برای سرمایه‌گذاری می‌بینند.

هاشمی افزود: همکاری با این شرکت‌ها نه تنها به سود کشورهای صادرکننده دستگاه‌ها و ماشین‌ها با فن‌آوری‌های به‌روز است، بلکه می‌تواند به سود ایران نیز باشد چرا که کیفیت این ماشین‌ها بالا است و می‌تواند به کیفیت تولیدات ایرانی بهبود ببخشد.

وی اظهار کرد: با داشتن این محصولات می‌توانیم صادرات خود را گسترش دهیم و امید بر این است که با حل مشکلات روادید برای ایران بازدیدکنندگان از چنین نمایشگاه‌هایی افزایش یابد.





دوخت نیمه اتومات



دوخت کارتن نیمه اتومات دوتیکه



دوخت کارتن نیمه اتومات
با برنامه



چاپ فلکسو ۴ و ۳ رنگ



دایکات فکی در ابعاد مختلف



سلفون کشی مرارتی نیمه اتومات



تسمه کشی نیمه اتومات



فم کن اتومات



پوشال گیر



معبه و کارتن پسبانی نیمه اتومات



لمینت ۳/۴ با آسانسور



صنایع بسته بندی والا

تهران ، خیابان پانزده فرورداد غربی ، کوچه شهید بادامچی شماره ۹ تلفن : ۳-۵۵۵۷۶۳۸۲ -۱-۵۵۱۶۷۴۴۰ فاکس : ۵۵۵۷۰۶۶۲
تهران ، تقاطع آزادگان و همت ، شهرک گلستان ، بلوار افاقیا شماره ۱۸ تلفن : ۴۴۷۲۰۶۹۱ -۴۴۷۲۲۶۷۵ فاکس : ۴۴۷۲۲۷۸۰

E-mali:Valaprint@yahoo.com

پرسش و پاسخ‌های حقوقی

کلیه مخاطبان نشریه چاپ‌ونشر می‌توانند پرسش‌های حقوقی خود را از طریق سامانه پیام‌کوتاه ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰ برای ما ارسال کنند تا در شماره بعد، توسط کارشناسان به این پرسش‌ها پاسخ داده شود.



■ اقدام کارفرمایان به قطع غذا و دادن وجه نقد به کارگران چه حکمی خواهد داشت؟

به نظر می‌رسد قطع غذای طبخ‌شده و جایگزین کردن آن با وجه، از جمله مصادیق تغییر عمده در شرایط کار موضوع ماده ۲۶ قانون کار بوده و به دلالت ماده یاد شده، نیازمند نظر مثبت اداره کار محل خواهد بود که در این زمینه مسلماً درجه ضرورت امر، علت تغییر، دلایل توجیهی کارفرما، شرایط طرفین و سایر اوضاع و احوال مورد نظر قرار خواهد گرفت و تلاش خواهد شد حتی‌الامکان با جلب رضایت طرفین همراه باشد.

■ آیا استفاده از تعطیلات رسمی مانند عید قربان و عید غدیر، تاسوعا، عاشورا و... منوط به داشتن سابقه کار در کارگاه می‌باشد؟

استفاده از تعطیلات رسمی کشور منوط به داشتن سابقه کار در کارگاه نبوده و از روز اشتغال به کار، حق استفاده از تعطیلات مذکور با استفاده از مزد برای کلیه کارگران مشمول قانون کار محفوظ خواهد بود.

■ حداکثر مدتی که کارگر می‌تواند در طول سال از مرخصی استعلاجی استفاده کند چقدر است؟

در مقررات قانون کار محدودیتی برای مرخصی استعلاجی کارگران مشمول قانون کار پیش‌بینی نشده و به هر میزان که پزشک معالج تجویز نماید، می‌توانند از مرخصی استعلاجی استفاده نمایند. ضمناً این نوع مرخصی‌ها اعم از کوتاه‌مدت و درازمدت تابع ضوابط و مقررات قانون تأمین اجتماعی می‌باشد.

■ آیا مرخصی حج که در ماده ۶۷ قانون کار پیش‌بینی شده است، علاوه بر مرخصی استحقاقی سالانه کارگر است یا باید از محل مرخصی سالانه استفاده شود؟

مرخصی پیش‌بینی‌شده در ماده ۶۷ قانون کار، امتیازی جدا از مرخصی استحقاقی سالانه نبوده و از محل همین مرخصی استفاده می‌شود. بدیهی است چنانچه کارگر ذریع مرخصی استحقاقی ذخیره نداشته باشد، می‌تواند از مرخصی بدون حقوق استفاده نماید. توضیح اینکه در هر حال در صورت درخواست کارگر به استفاده از این مرخصی، کارفرما مکلف به موافقت با آن خواهد بود.

■ کارگری خارج از شیفت کاری خود وظایف کارگری را که در مرخصی به سر می‌برد انجام می‌دهد. اشتغال ایشان مشمول چه نوع مقرراتی قرار می‌گیرد؟

برخورداری از مرخصی استحقاقی سالیانه از جمله حقوق قانونی کارگران بوده و کارگری که به دلیل استفاده از مرخصی در محل کارگاه حضور پیدا نمی‌کند، الزامی نسبت به جایگزین کردن فرد دیگری را به جای خود نخواهد داشت. ضمناً کارگری که موافقت می‌کند در غیر شیفت کاری خود وظایف کارگری که در مرخصی به سر می‌برد را انجام دهد، اضافه‌کاری وی محاسبه و پرداخت خواهد شد. از طرفی ارجاع وظایف کارگرانی که در مرخصی به سر می‌برند به سایر کارگران همان شیفت، منوط به توافق کارگران اخیر خواهد بود.

■ کارفرمایی مبلغی را از کارگر خود طلبکار است؛ آیا می‌تواند طلب خود را از مزد کارگر برداشت نماید؟

با توجه به ماده ۴۴ قانون کار، چنانچه کارگر به کارفرمای خود مدیون باشد در قبال دیون وی تنها می‌توان مازاد بر حداقل مزد را به موجب حکم دادگاه برداشت نمود که در هر حال این مبلغ نباید از یک‌چهارم کل مزد کارگر بیشتر باشد.

■ ساعت ۱۱ صبح روزهای یکشنبه

چند وقتی بود در بخش مراقبت‌های ویژه یک بیمارستان معروف، بیماران یک تخت به‌خصوص در حدود ساعت ۱۱ صبح روزهای یکشنبه جان می‌سپردند و این موضوع ربطی به نوع بیماری و شدت و ضعف مرض آنان نداشت. این مساله باعث شگفتی پزشکان آن بخش شده بود، به طوری که بعضی آن را با مسائل ماوراءالطبیعه و بعضی دیگر با خرافات، ارواح و اجنه و موارد دیگر در ارتباط می‌دانستند. کسی قادر به حل این مساله نبود که چرا بیماران آن تخت درست در ساعت ۱۱ صبح روزهای یکشنبه می‌مردند. به همین دلیل گروهی از پزشکان متخصص بین‌المللی برای بررسی موضوع تشکیل جلسه دادند و پس از ساعت‌ها بحث و تبادل نظر، بالاخره تصمیم بر این شد که در اولین یکشنبه ماه، چند دقیقه قبل از ساعت ۱۱ در محل مذکور برای مشاهده این پدیده عجیب و غریب حاضر شوند. در محل و ساعت موعود، بعضی صلیب کوچکی در دست گرفته و در حال دعا بودند، بعضی دوربین فیلمبرداری با خود آورده و...

دو دقیقه به ساعت ۱۱ مانده بود که «پوکی جانسون» نظافتچی پاره‌وقت روزهای یکشنبه وارد اتاق شد. دوشاخه برق دستگاه حفظ حیات را از پریز برق درآورد و دوشاخه جاروبرقی خود را به پریز زد و مشغول به کار شد!

■ مرغ بریان در سفره بخیل

ظریفی مرغ بریانی در سفره بخیلی دید که سه روز پی در پی بود و نمی‌خورد. گفت: «عمر این مرغ بعد از مرگ درازتر از عمر اوست پیش از مرگ!»

■ گفتگوی مرد بخیل با درم و دینار

بخیلی بود که هرگاه درمی به دست می‌افتاد، آن را در کیسه‌ای می‌نهاد و می‌گفت: «ای درم؛ تو بسیار مردم دیده‌ای و بسیار ناکسان را بزرگ و باقدر کرده‌ای و بسیار بزرگان را به زمین فروبرده‌ای، اما اکنون به جایی افتادی که آفتاب بر تو سایه نتواند انداخت، بیارام و قرار گیر که تو را از اینجا تحویل نخواهد بود، مگر به وقت مرگ!»

■ روباه زیرک و گرگ غافل

روباهی با گرگی مصادقت می‌زد و قدم موافقت می‌نهاد. با یکدیگر به باغی بگذاشتند؛ در استوار بود و دیوارها پرخار. گرد آن بگردیدند تا به سوراخی رسیدند، بر روباه فراخ و بر گرگ تنگ. روباه آسان درآمد و گرگ به زحمت فراوان. انگورهای گوناگون دیدند و میوه‌های رنگارنگ یافتند.

روباه زیرک بود؛ حال بیرون رفتن را ملاحظه کرد و گرگ غافل چندان که توانست، بخورد. ناگاه باغبان آگاه شد. چویدستی برداشت و روی بدیشان نهاد. روباه باریک‌میان، زود از سوراخ بجست و گرگ بزرگ‌شکم در آنجا محکم شد. باغبان به وی رسید و چویدستی کشید. چندان بزدش که نه مرده و نه زنده، پوست‌دریده و پشم‌کنده، از سوراخ بیرون شد.

■ آرزو

همگی به صف ایستاده بودند تا از آن‌ها پرسیده شود؛ نوبت به او رسید: «دوست داری روی زمین چه‌کاره باشی؟» گفت: «می‌خواهم به دیگران یاد بدهم» پس پذیرفته شد! چشمانش را بست، دید به شکل درختی در یک جنگل بزرگ درآمده است. با خود گفت: «حتماً اشتباهی رخ داده است! من که این را نخواست‌ه بودم.»

سال‌ها گذشت تا اینکه روزی داغ تبر را روی کمر خود احساس کرد. با خود گفت: «این چنین عمر من به پایان رسید و من بهره خود را از زندگی نگرفتم!» پس با فریادی غم‌بار سقوط کرد و با صدایی غریب که از روی تنش بلند می‌شد به هوش آمد! حالا تخته‌سیاهی بر دیوار کلاس شده بود!



لیتوگرافی
چاپ رول
چاپ افست
یووی
سلفون
صحافی
پاکت سازی

دو دستگاه ۴/۵ ورقی ۸ رنگ هایدلبرگ، ۴ رنگ پشت و رو زن همزمان با Cp2000 چاپ یووی ۴/۵ ورقی ۸ رنگ سایز ۱۰۰×۷۰

با امکان خشک کن در تمام برج ها و تحویل چاپ روی PVC - متالایز و سلفون چسبدار بوبس ۴/۵ ورقی و ۶ ورقی

یووی سیلک اسکرین ساکورایی سایز ۱۲۰×۸۰

خط کامل چسب گرم با قابلیت تولید روزانه ۱۰۰ هزار جلد کتاب و مجله

خط کامل مفتول با قابلیت تولید روزانه ۴۰۰ هزار جلد کتاب و مجله

خط کامل جلد سخت - پانچ و فنر با قابلیت تولید روزانه ۳۰ هزار جلد کتاب

کیلومتر ۲ جاده قدیم کرج (فتح)، نرسیده به پل شیر پاستوریزه

جنب کارخانه بستنی پاک، خیابان ارداقي ۴، پلاک ۶

تلفن: ۶۶۳۹۷۶۹۶ (ده خط) فکس: ۶۶۳۹۷۶۹۹

Email: info@khojastegan.com , litho1@ymail.com

سامانه پیام کوتاه ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰ رمز جدول را ارسال کنید، جایزه بگیرید



مسابقه جدول کلمات متقاطع

راهنمای شرکت در مسابقه

پس از حل کامل جدول، از کنار هم قرار دادن حروف خانه‌هایی که با شماره مشخص شده‌اند رمز جدول به دست می‌آید. برای شرکت در مسابقه، کافی است رمز جدول را به همراه نام و نام خانوادگی خود، شماره تلفن همراه و شماره تلفن ثابت حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۵/۰۷/۵ به سامانه پیام کوتاه ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰ و یا ایمیل اختصاصی صفحه جدول به نشانی الکترونیکی chaponashr.jadval@gmail.com ارسال نمایید.

در این شماره پس از قرعه‌کشی، به ۵ نفر از عزیزانی که به درستی به رمز جدول اشاره کنند، جوایزی نقدی اهدا خواهد شد. رمز صحیح جدول و اسامی برندگان نیز در شماره بعد در همین صفحه اعلام می‌شود.

توجه

■ برای اعلام رمز جدول، منحصراً از طریق سامانه پیام کوتاه (پیامک) و ایمیل اختصاصی این صفحه اقدام کنید و از تماس تلفنی با دفتر نشریه و اعلام شفاهی رمز خودداری فرمایید. بدیهی است به تماس‌های تلفنی ترتیب اثر داده نخواهد شد.

■ ذکر «نام و نام خانوادگی»، «شماره تلفن همراه» و «شماره تلفن ثابت» هنگام ارسال رمز الزامی است.

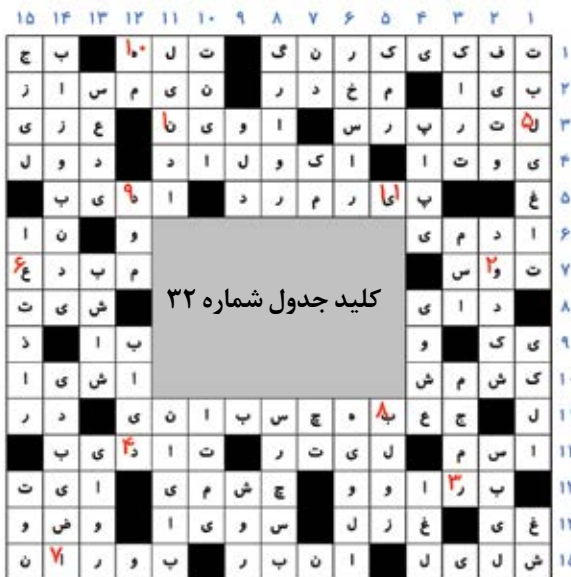
رمز جدول شماره ۳۲: نورد لعاب‌دهی

اسامی برندگان:

- ابوالقاسم حجازیان، تهران
- علیرضا ظفری، تهران
- عادل قیامی، تهران
- زهرا شیرزاده، بجنورد
- سمیه مستوری، تبریز

نشانی الکترونیکی chaponashr.jadval@gmail.com

ذکر «نام و نام خانوادگی»، «شماره تلفن همراه» و «شماره تلفن ثابت» هنگام ارسال رمز الزامی است



طراح: بیژن گورانی

مسابقه جدول کلمات متقاطع (شماره ۳۳)

افقی:

- ۱- از مراحل آماده‌سازی برای چاپ سیلک‌اسکرین - از نمادهای حاکمیت هر کشور
- ۲- محصل علوم دینی - فاصله میان دو پرده نمایش تئاتر - وارونه‌اش خوب نیست!
- ۳- تکرار حرف دوازدهم - خوردن - درخت انگور - خمیر نان را با آن پهن و نازک می‌کنند
- ۴- ساز هفت‌بند - دارای شیب رو به پایین - تکثیر متن و تصویر
- ۵- قسمتی از جلد کتاب که برای سهولت در باز و بسته‌شدن کتاب در نظر گرفته می‌شود - داستان - مرکز گیلان
- ۶- شهری در ایالت تورینگن آلمان - سال‌خورده
- ۷- ظرف سفالی بزرگ - عدد اول
- ۸- سالی که مبنای آن گردش زمین به دور خورشید است - جاویدان، همیشگی
- ۹- کجاست - رشته‌ای از دانش کاربردی و فن‌آوری
- ۱۰- جادو - پایان‌نامه
- ۱۱- ناامید - رطوبت - جنگ‌افزار - حق مخالفت
- ۱۲- تصاویر سیاه و سفید بدون تون‌های خاکستری - ملاحظه و احتیاط
- ۱۳- دنباله‌رو سوزن - لباس کشباف - مربوط به هنر
- ۱۴- صفحات داخلی روزنامه - روشی از صحافی - اضافه کردن به مدت مقرر
- ۱۵- گوش کردن - برملا کردن - منجمد.

عمودی:

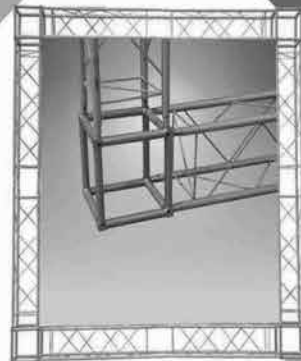
- ۱- کاغذی با مجموعه‌ای از مربع‌های کوچک - تردید - سنگینی معده بر اثر هضم‌نشدن غذا
- ۲- از تیم‌های فوتبال باشگاهی قطر - آقای فرانسوی - سنگ آسیاب
- ۳- تکرار حرف دوم - پست و فرومایه - قصد خیرخواهانه
- ۴- پایتخت تبت - بدن - ناگوار
- ۵- سست و بی‌حال - منقار کوتاه
- ۶- در حال نالیدن - برافراشته
- ۷- صحنه نمایش - شکل ظاهری - تخیلی‌نویس ادبیات فرانسه
- ۸- نوعی انرژی - زن گندمگون
- ۹- فویل نازک برای طلاکوبی روی جلد کتاب - پایتخت اوکراین
- ۱۰- بله آلمانی - رودخانه جیحون
- ۱۱- از تقسیمات شهری - حرفی سوار بر خودش - خمیدگی کاغذ
- ۱۲- شهری باستانی در بین عجایب هفتگانه جدید که در اردن قرار دارد - وقار و سنگینی
- ۱۳- مهم‌تر
- ۱۴- کویچ‌ترین قطع کتاب
- ۱۵- آلبانی از آهن و کربن و منگنز - کی بود مانند دیدن - درس عبرت پیشینیان
- ۱۶- حیران - از شهرهای مهم ژاپن - دستی.



کاملترین مجموعه تبلیغاتی ایران

اسپیس

فروش، اجاره



فروش ویژه رولآپ
فقط ۲۹۵۰۰ تومان



PIROOZAN

www.piruozan.ir

چاپ و ملزومات چاپ



فروش اسپیس از متری ۹۵۰۰ تومان

فروش، اجاره انواع اسپیس

(سن، استیج، قاب بنر، غرفه نمایشگاهی و...)

مجهز به واحد چاپ (قیمت ویژه همکاری)

(فلکس، بنر، استیکر، مش، کوتد، لمینت و...)

تهران، انتهای اتوبان همت شرق، سرخه حصار، خیابان رشیدی پلاک ۳۹

۷۷۳۱۲۶۱۷

۰۹۱۲۵۵۴۵۶۳۸

 stand-display

چاپ هوشمند

HOOSHMAND
PRINTING SERVICE

متالایز

سلفون

حرارتی و چسبی

۴۶۸۸۰ ۴۱۹

۴۶۸۸۰ ۴۲۰

۴۶۸۶۲ ۶۰۰

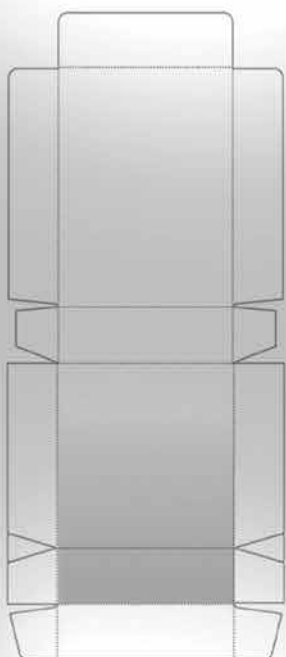
کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج ، جنب نفت پارس ، زیر گذر سرخه حصار

خیابان کیمیا پژوهان ، جنب پمپ گاز ، پلاک ۶

چاپ اشهد



هر قسمتی که شما بخواهید یووی سیلندری می‌زنیم



سایز دستگاه

۱۱۰ x ۸۰

گرمای کاغذ

۷۰ الی ۶۰۰ گرم



مجهزترین دستگاه تمام اتوماتیک

که به طور سیلندری و موضعی با سرعت ۶۶۰۰ برگ در ساعت U.V می‌زند.

دستگاه ساکورائی دو ورقه سیلک اسکرین

New دستگاه سلفون کشی حرارتی - چسبی ۱۲۰ x ۱۰۰ مجهز به پودرگیر

و سیلندر طرح دار - متالایز - صدفی

دستگاه سلفون حرارتی دو ورقه

دستگاه دو ورقه ESC سیلک اسکرین

مجهز به دستگاه جعبه چسبانی

لتیرس

U.V

یووی

شنی - برجسته - اکلیلی

آدرس جدید: کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج - جنب نفت پارس - زیرگذر سرخه حصار
خیابان کیمیا پژوهان - جنب پمپ گاز - پ ۶ فکس: ۴۶۸۶۱۵۵۰ تلفن: ۴۶۸۶۲۶۰۰ ۲۰-۴۶۸۸۰۴۱۹



تهران آرم

adestor

بزرگترین مرکز فروش و آماده سازی

PVC

پشت چسب دار

جهت چاپ افست (بیسی)

- نمایندگی فروش معتبر ترین مارکهای اروپایی
- آماده سازی پی وی سی پشت چسبدار جهت چاپ با مرکب معمولی افست
- چاپ زمینه سفید جهت بارکد چاپ پوشش اسکرچ
- پوشش سفید جهت برجسبهای دورو
- انجام کلیه امور چاپ سیلک اسکرین بر روی پی وی سی و ...
- ارسال به کلیه شهرستانها

تهران آرم

میدان خراسان، ابتدای خاوران، بعد از سه راه عارف، روبروی بانک ملی، پلاک ۹۱۸
همراه: ۰۹۱۲۱۷۸۲۶۴۷ تلفن: ۳۳۰۰۹۶۹۰ تلفکس: ۳۳۰۲۳۶۹۸



صنایع بسته‌بندی مبارکه

دارنده گواهینامه ISO 9001 از انگلستان

ساخت انواع جعبه و کارتن های صادراتی
لمینیتی ، مقوایی ، Eفلوت ، سه لایه ، پنج لایه



آدرس : کیلومتر ۱۳ جاده مخصوص کرج ، خیابان امید (کاشی ایرانا) ، کوچه دوم غربی ، پلاک ۳

همراه : ۰۹۱۲ ۳۸۹ ۶۰ ۶۲

فکس : ۴۴۹۰ ۱۲۹۱

تلفن : ۴۴ ۹۰ ۵۰ ۵۰

www.mobarake.com

[email: info@mobarake.com](mailto:info@mobarake.com)

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 کومری پشت و روزن ZP

دستگاه GTO تکرنگ هایدلبرگ

صحافی محمد بایست سال سابقه کار (بادوشیفت کاری)

با امکانات ذیل، افتخار همکاری با کلیه ناشران و دفاتر تبلیغاتی را دارد.

تاکن سه ورق و دو ورق 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

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 پی وی سی

تولید انواع فرم‌های A۴ در سایزهای مختلف

تولید انواع لیبل‌های تخصصی با پرفراژ، پانچ و

تیغ از پشت

اجرای نیم تیغ بر روی انواع محصولات پشت چسبدار

و چاپ شده

تامین انواع ریبون برای چاپگرهای رول

۵۵۲۷۷۱۲۱-۴

۵۵۲۵۷۲۹۲

فاکسی ۵۵۲۵۷۲۹۱

۵۵۲۶۲۲۸۰-۸۱

www.Ashenalabel.com

Email: info@ashenalabel.com

انواع جک پالت ، جک پالت رول گیر، جک پالت ترازو دار، جک پالت قیچی، جک پالت برقی

انواع میز بالا بر هیدرولیک، بشکه بر و تخلیه بشکه، جرثقیل کارگاهی، اسکیت (جابجایی ماشین آلات سنگین)

انواع لیفتراک دیزلی، دوگانه سوز و برقی، انواع استکر دستی- نیمه برقی و برقی



استکر نیمه برقی



استکر دستی



استکر تمام برقی



بشکه بر و تخلیه بشکه



جک پالت ترازو دار



جک پالت تمام برقی



جک پالت دستی



میز هیدرولیک



جک پالت قیچی

فروش کلی، جزئی و قبول نمایندگی فعال



کلیه محصولات دارای ضمانت نامه کتبی و تحت استاندارد اروپا میباشند.

www.kmcco.ir , www.karafarin-co.com
telegram.me/kmcco

نمایشگاه: تهران، شهرک صنعتی چهار دانگه، خیابان دوم آلومینیوم کاران، پلاک ۱
تلفن نمایشگاه: ۵۵۲۶۶۶۰۲، ۵۵۲۶۵۷۱۵-۱۶، تلفن دفتر مرکزی: ۶۶۵۵۰۰۷۳-۷۴



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

تلفن: ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴ ۸۸۷۱۲۰۶۴ ۸۸۷۱۲۰۳۶ ۸۸۷۱۵۸۳۸

فکس: ۸۸۷۱۰۷۵۰ موبایل: ۰۹۱۲۱۹۰۵۹۰۶ ۰۹۱۲۱۸۶۵۶۳۰

آکتابان پارس

■ مرکز تخصصی بارگذاری انواع بلنکت

■ زه آلومینیومی و کالوانیزه با قطرهای گوناگون

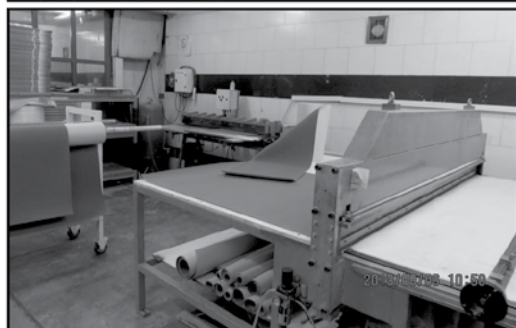
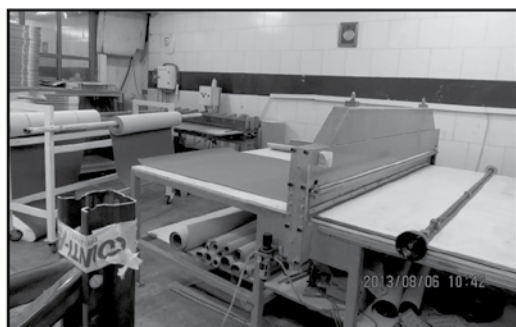
■ در اسرع وقت و قیمت مناسب

دفتر مرکزی : پنج کیلومتر بعد از عوارضی تهران قم دومین پل عابر پیاده روبروی رستوران ملایری

تلفن: ۵۶۵۳۷۳۳۶ ۵۶۵۳۷۳۳۷

فروشگاه : میدان بهارستان ، خ ظهیرالاسلام ، کوچه رزاقی ، پلاک ۹

تلفن: ۳۳۱۱۱۰۶۳ ۳۳۹۶۳۶۹۱-۲ ۳۳۹۳۶۴۵۷



لیفت هیجده اتاق نیت

حداقل تیراژ ۱۰۰۰ برگ می باشد.

حداقل سایز جهت یووی ۲۵X۳۵ و حداکثر ۵۰X۷۰

حداقل سایز جهت سلفون ۲۵X۳۵ و حداکثر ۱۰۰X۷۰



مدیریت : محمود هوشمند

قیمت ها بر اساس تومان و یورو محاسبه می شود

هزینه عکاسی شابلون ۲۵۰۰۰ تومان

UV سلفونری مات	UV سلفونری براق	سلفون مات حرارتی	سلفون براق حرارتی	UV EMBOSS	UV gelittering	UV effect	UV تبلات 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



با اطمینان مصرف کنید

چسبهای سلفون:

از ۲۵ سال پیش تا به امروز پیشرو در صنف چاپ و بسته بندی

سلفون سوپر و انواع چسبهای سلفون برای کلیه دستگاهها

کارتن های ئی فلوت و سی فلوت و لمینت سلفون شده سنگین

لبچسب | جعبه های مقوایی، سلفونی و یووی

فشار حساس (زنده): متالایز، لیبل، چسب پنجره زن (دستمال کاغذی، پاکتهای پنجره دار) و ساک دستی

چسب های وکیوم و هولوگرام

چسب پلی اتیلن مخصوص چسباندن کاغذ، متالایز، سلفون (مستقیم روی کلیه سطوح)

انواع چسب صحافی - چسب چوب

دفتر مرکزی: ستارخان، خیابان سازمان آب، چهارراه حاجی پور امیر، پلاک ۲۰، واحد ۴ تلفن: ۸۸۲۴۱۹۵۶ - ۸۸۲۷۴۵۲۶ - ۰۲۱
فکس: ۸۸۲۷۴۵۲۶ مدیریت فروش: ۰۹۱۲۸۲۶۹۱۳۵ - ۰۹۱۲۸۰۵۴۶۸۴ Email: padglueco@yahoo.com www.padglue.com
کارخانه: شهرک صنعتی پرندک، خیابان صنعت، روبروی اکسیژن افروز تلفن: ۴۵۲۸۴۲۹۹ - ۴۵۲۸۴۲۸۸ - ۰۸۶

چسب پاد در سراسر کشور نماینده فعال می پذیرد

مدیران موفق
چاپ و نشر برای معرفی
توانمندیهای شماست



۷۷۲۴۰۶۹۰
۰۹۱۲۲۳۳۲۳۳۱

دریافت انتقادات و پیشنهادات

۷۷۲۴۰۶۹۰
۰۹۱۲۲۳۳۲۳۳۱

Email: chaaponashr@yahoo.com

www.chaaponashr.com

پارس پلکان

■ چسب سلفون:

برای دستگاه چینی - هندی - ایرانی

■ چسب لبچسب:

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: ۷۷۵۳۲۵۰۱ - ۷۷۵۲۳۶۹۶

تلفکس: ۷۷۵۱۰۳۹۰

همراه: ۰۹۱۲۳۳۰۵۷۵۳

چاپ تخصصی بهر

تهران، خیابان دکتر فاطمی، روبروی هتل لاله، شماره ۲۴۷

تلفن: ۰۲۱ ۸۸۹۷ ۱۱۵۰ کاوه ۰۹۲۰ ۳۱۷ ۱۳۴۰



صحافی فنر دوبل حسن پور

با بیش از ۱۵ سال تجربه

مجهز به دستگاه های برقی فنر دوبل

انجام کلیه امور مربوط به صحافی فنر دوبل 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



جعبه چسبانی میعاد

- تیغ و چسب انواع جعبه های داروئی / آرایشی بهداشتی
- مجهز به دودستگاه لترپرس ۷۷
- دودستگاه ماشین جعبه چسبانه دیانا

تهیه و توزیع چسب های جعبه چسبانی
(پلاستیک، معمولی و m)

با هجده سال سابقه درخشان
سرعت و کیفیت را با ما تجربه کنید

با مدیریت محمد رضایی

تلفن: ۳۳۷۷۲۵۶۱ فکس: ۳۳۷۷۲۵۵۴ ۰۹۳۹۲۲۶۹۰۵۳ ۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳

خیابان فداییان اسلام، بعد از پل آزادگان، جنب پمپ بنزین، کوچه سوم، پلاک ۱۸

انجمن مددکاری امام زمان (عج)



تأسیس ۱۳۴۹ - شماره ثبت ۶۴

بیش از چهل سال است

به نیابت از شما نیکوکاران
توفیق خدمتگزاری به یتیمان را برعهده داریم




شماره ناخ گل



و اتمام تلک ماله



خیرات،
نذورات،
صدقات
و...



حساب سپهر صادرات ۰۱۰۲۵۰۵۹۳۷۰۰۴ تهران: کریمخان زند ۸۸ ۹۰ ۶۰ ۶۱

حساب فراگیر تجارت ۱۷۰۸۰۱۱۹۹ وحدت اسلامی ۵۵ ۱۵ ۲۷ ۰۶

شماره کارت ۹۲۷۳ ۹۰۰۳ ۶۹۱۹ ۰۳۷ اصفهان: چهارباغ پائین ۳۴ ۴۶ ۱۸ ۸۱

وحدت

مرکز خیریه معلولین عقب مانده گان ذهنی (دختران)
شماره ثبت ۳۹۱۵

یاری معلولین آفرینش زیبایی است
عشق را نثار قلب های مددجویان این خانه کنیم

شماره حساب مشارکت های مردمی
بانک تجارت شعبه اله وردی (پاسداران)

حساب جاری: ۳۶۹۲۶۳۱۷
شماره کارت: ۶۲۷۳ ۵۳۹۹ ۹۱۶۶ ۴۳۴۳

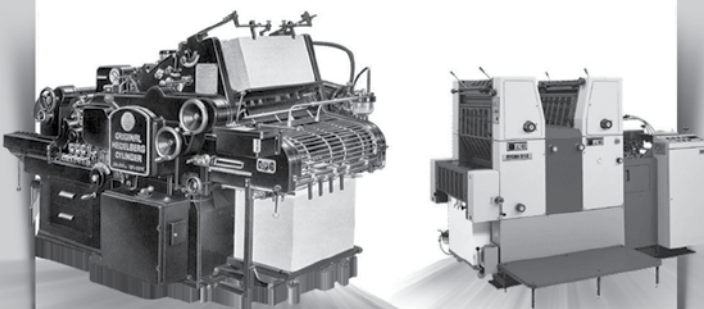
شماره شب: ۳۶۹۲۶۳۱۷-۰۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ IR۹۳۰۱۸

به نام مرکز خیریه معلولین ذهنی وحدت
واریز وجه از طریق تلفن همراه با شماره گیری کد
#۹۸۹۸۹۸*۴*۷۳۳*

نشانی: خیابان پاسداران انتهای بوستان دوم خیابان
شهید افشاری بالاتر از تالار ساقدوش سمت راست کوچه وحدت
یا از طریق بزرگراه رسالت خیابان بنی هاشم خیابان شهید افشاری ...
تلفن: ۲۲۹۴۹۴۹۵ - ۲۲۹۴۲۱۳۲ تلفکس: ۲۲۹۴۷۰۱۴

آدرس سایت اینترنتی:
www.vahdat-mrrcc.com

آدرس پست الکترونیک:
vahdatcharity@gmail.com

ARIAEI

چاپ آریایی

تیغ زنی، نیم تیغ، پرفراژ، خط تا و برجسته
شماره زنی در تیراژهای بسیار بالا، فارسی و لاتین
بالتر پرس ۲/۵ ورق، صحافی اوراق اداری
افست یک ورق دو رنگ

طراحی، لیتوگرافی، چاپ

خیابان حافظ، خیابان رودسر، نبش خیابان به آفرین، پلاک ۱
تلفن: ۸۸۹۳۷۵۶۱ تلفکس: ۸۸۹۴۴۷۰۵ همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۹۱۵۰

**برای اشتراک نشریه
چاپ و نشر
تماس حاصل کنید**



**۷۷۲۴۰۶۹۰
۰۹۱۲۲۳۳۲۳۳۱**

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

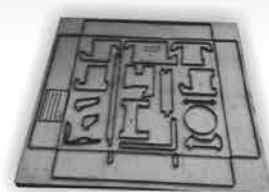
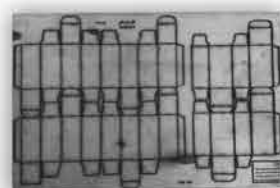
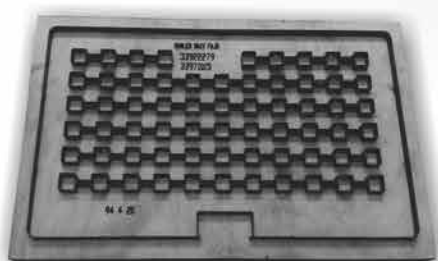
جعبه

اتیکت

کارتن

قالب تیغ (۸ میلیمتر ، ۱۲ میلیمتر)

و ...



ایمیل : Fajr1389@yahoo.com

دفتر : ۳۳۹۲۲۷۹

تلفکس : ۳۳۹۷۱۰۱۵

دفتر : میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام

مجتمع تجاری ظهیر الاسلام ، طبقه دوم، واحد ۲۳۵

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



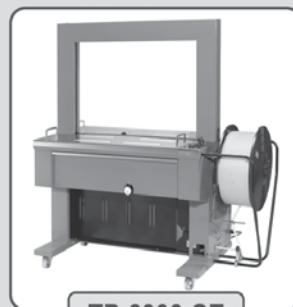
TP-501 CE



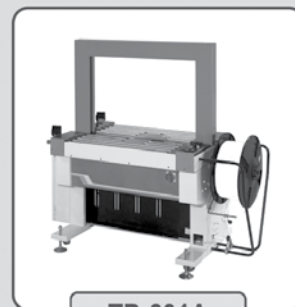
TP-202MHB



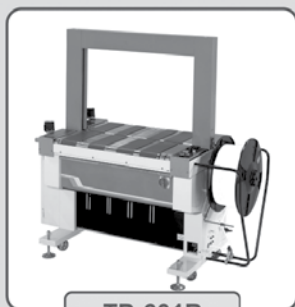
TP-202MV



TP-6000 CE



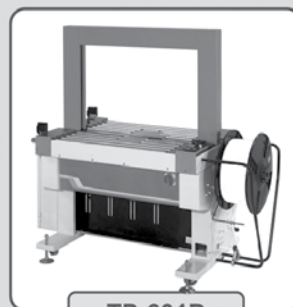
TP-601A



TP-601B



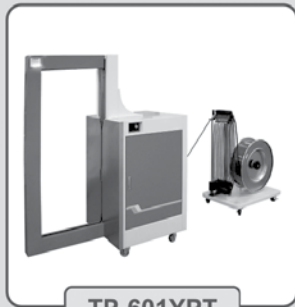
TP-601BP



TP-601D



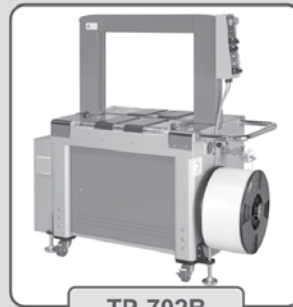
TP-601Y



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 میلیمتر

تلفن : ۳۳۹۵۶۲۵۵
تلفکس : ۳۳۹۵۶۲۹۴
سهیلی

همراه : ۰۹۱۲۲۴۶۱۹۴۳

آدرس : تهران ، خیابان ظهیرالاسلام
پاساژ ظهیرالاسلام ، طبقه دوم ، پلاک ۲۲۷



فراخوان

23

Packing& printing
Machinery
Exhibition
Tehran, iran
Venue: Tehran international
Permanent Fairground

بیست و سومین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات و ابسته ایران - تهران ۵ الی ۸ دی ماه ۱۳۹۵

بدینوسیله به اطلاع کلیه صنعتگران چاپ و بسته بندی می رساند بیست و سومین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته با مجوز سه ساله به شماره ۱۳۹۳/۳۲۰/۷۱ مورخ ۹۳/۱/۱۵ سازمان توسعه تجارت ایران توسط شرکت صنوف تولیدی و خدمات فنی تهران در تاریخ ۵ الی ۸ دی ماه ۱۳۹۵ در محل دائمی نمایشگاههای بین المللی تهران برگزار می گردد و از کلیه شرکتهایی که در این راستا فعالیت می نمایند جهت مشارکت در نمایشگاه فوق دعوت بعمل می آورد. لذا در صورت تمایل به حضور در نمایشگاه در بخش داخلی و خارجی می توانید اطلاعات ذیل خود را تکمیل و به شماره فکس: ۷۷۶۱۴۷۱۲ ارسال نمائید و در صورت اطلاعات بیشتر می توانید با شماره تلفنهای ۷۷۶۲۵۲۲۷ - ۷۷۶۵۶۵۶۰ - ۷۷۶۱۴۷۶۸ تماس حاصل نمائید.

نام شرکت نام مدیر عامل مترای درخواستی ☐ ریالی ☐ ارزی
تولیدی ☐ نوع فعالیت: خدماتی ☐ بازرگانی ☐
در رسته: تلفن: فاکس: موبایل: ایمیل:

قابل توجه مشارکت کنندگان نمایشگاه: نوع فعالیت و رسته را به طور دقیق اعلام نمایید.

ستاد برگزاری بیست و سومین نمایشگاه
چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته

www.iranpack-print.com

نشانی سایت: www.iranpack-print.ir

آدرس: تهران - بهارستان - خیابان بهارستان پائین تر از بیمارستان طرفه جنب پمپ بنزین ساختمان بهارستان

پلاک ۸۵ طبقه دوم واحد ۱۶

نگاهی به فنون تصمیم‌گیری گروهی



اولین مسأله‌ای که در یک کار گروهی و تیمی باید بدان توجه شود، توجه به این موضوع است که تصمیم‌گیری‌ها چگونه توسط گروه و اعضای آن گرفته می‌شود. در این نوشتار به بررسی چهار نوع متفاوت تصمیم‌گیری پرداخته می‌شود.

برخی از تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، همه اعضای گروه را درگیر کرده درحالی‌که بعضی از تصمیم‌گیری‌ها این چنین نیست. گروه‌ها باید براساس زمان و چگونگی تصمیم‌گیری، نوع تصمیم‌گیری اتخاذ شده را انتخاب کنند. به عنوان شروع انواع تصمیم‌گیری‌های زیر را در نظر بگیرید. تصمیماتی که:

- تمامی اعضای گروه را تحت تأثیر قرار می‌دهد (به عنوان: مثال سیاست‌های محل کار، برخی فرآیندهای داخلی، مسائل سازمانی بزرگ‌تر، برخی از تخصیص وظیفه‌های کارگروه، ضرب‌الاجل‌ها و...)
- تنها زیرمجموعه‌ای از اعضای گروه را تحت تأثیر قرار می‌دهد (به عنوان مثال: برخی از تصمیم‌گیری‌های خاص پروژه)
- تنها یک نفر را تحت تأثیر قرار می‌دهد (به عنوان مثال: تصمیمات روزمره و همیشگی کار)
- تنها تحت اختیار رئیس گروه است (به عنوان مثال: حقوق، ارزیابی عملکرد و...)
- البته بدون شک می‌توان موارد و انواع دیگری از تصمیم‌گیری را نیز نام برد.

حالات تصمیم‌گیری

چهار حالت عمده تصمیم‌گیری وجود دارد: ۱- استبدادی، ۲- دموکراتیک ۳- متفق‌القول ۴- توافق عام که هر یک دارای مزایا و مضراتی هستند.

۱- استبدادی (یا تصمیم‌گیرنده واحد): تصمیمات استبدادی توسط فرد واحد که اغلب نقش رهبر یا رئیس گروه را برعهده دارد، گرفته می‌شود. متأسفانه واژه «استبدادی» برای این تصمیم‌گیری، نوعی مفهوم منفی و تحمیل حاکمیت را القا می‌کند؛ از این رو ما واژه «تصمیم فردمحور» را پیشنهاد می‌دهیم.

- مزایا: این نوع تصمیم‌گیری در اکثر مواقع سریعتر از انواع دیگر خواهد بود؛ چراکه در آن نیازی به رایزنی و مشاوره با سایر افراد گروه که ممکن است منجر به کاهش سرعت تصمیم‌گیری شود، نیست.

- مضرات: هنگامی که بیشتر تصمیمات توسط یک فرد صورت گیرد، (به عنوان مثال توسط رئیس گروه) می‌تواند منجر به کاهش سطح کیفی تصمیمات شود که خود منجر به هزینه‌ها و صدمات بسیار و احساس نارضایتی اعضای از گروه که تمایل به مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها دارند، می‌شود.

این نوع تصمیم‌گیری زمانی مناسب خواهد بود که: تصمیم‌گیری مذکور تنها یک یا تعداد معدودی از اعضای گروه را تحت تأثیر قرار داده، زمانی که گروه نیازمند تصمیم‌گیری فوری باشد یا هزینه‌های مورد نیاز به‌منظور مشاوره و نظرخواهی بیش از اهمیت موضوع تصمیم‌گیری یا زمانی که تصمیم‌گیرنده یک «متخصص شناخته شده» در زمینه تصمیم‌گیری باشد.

۲- دموکراتیک: دومین نوع تصمیم‌گیری نظر اکثریت را در برمی‌گیرد. این نوع تصمیم‌گیری براساس رای‌گیری‌های رسمی یا غیررسمی، معمولاً توسط یک بحث باز که در آن جوانب مثبت و منفی موقعیت‌های مختلف مورد بحث قرار می‌گیرد، اتخاذ می‌شود.

- مزایا: نسبت به تصمیم‌گیری متفق‌القول به زمان کمتری احتیاج دارد. بستر مناسبی برای طرح دیدگاه‌های مختلف است، در نتیجه شانس بی‌توجهی به موارد مهم را کاهش خواهد داد؛ همچنین حس مشارکت در فعالیت‌های گروهی را فراهم خواهد کرد.

- مضرات: ایجاد یک حالت برد-باخت برای افرادی که در رای‌گیری و نظرخواهی شرکت می‌کنند. تنها با ۵۱ درصد آرا تصمیمی اتخاذ خواهد شد، که این خود موجب نارضایتی ۴۹ درصد اعضا خواهد شد؛ همچنین از آنجا که این نوع رای‌گیری همه را درگیر خواهد کرد، افرادی را که مشمول نتایج تصمیم‌گیری نمی‌شوند یا از آن مهم‌تر، صلاحیت علمی در رای‌گیری را ندارند، درگیر خواهد کرد. زمانی مناسب خواهد بود که: اعضای که رأی آنها در تصمیم‌گیری شکست خورده، در اجرای آن نقشی نداشته باشند؛ از این رو احتمال کارشکنی کاهش خواهد یافت و یا زمانی که به طرح ایده‌ها و نظرات مختلف احتیاج باشد.

۳- متفق‌القول: این نوع تصمیم تنها در صورتی گرفته می‌شود که تمامی افراد موافق باشند؛ به طوری که چنانچه تنها یک نفر موافق نباشد، تصمیم با شکست روبه‌رو خواهد شد. مانند فرآیندهای دموکراتیک، تصمیم‌گیری با بحث حول ایده‌های مختلف همراه خواهد بود.

- مزایا: از آنجا که این تصمیم با اتفاق نظر کلیه اعضا اتخاذ شده است، پشتیبانی و حمایت بیشتری نسبت به سایر انواع تصمیم‌گیری به همراه خواهد داشت.

- مضرات: رسیدن به توافق صددرصدی حول یک موضوع بسیار سخت است. می‌تواند منجر به تحت فشار قرار گرفتن تعدادی از اعضا به‌منظور همراهی با رای اکثریت شود. حتی یک تصمیم متفق‌القول هم می‌تواند تصمیمی اشتباه باشد. از آنجا که حتی یک رای مخالف منجر به رد تصمیم خواهد شد، بسیار وقت‌گیر خواهد بود.

زمانی مناسب خواهد بود که: زمان موضوعیت نداشته باشد و زمانی که تصمیم مورد نظر یا برای تک‌تک اعضا بسیار مهم و تأثیرگذار بوده یا برای هیچ‌یک از اعضا اهمیت زیادی نداشته باشد.

۴- توافق عام: توافق عام احتمالاً پیچیده‌ترین حالت تصمیم‌گیری است. در این حالت، گروه سعی دارد به تصمیمی توافقی دست پیدا کند، درحالی‌که امکان دارد تمامی اعضا موافق تصمیم مذکور بوده یا اینکه تعدادی از اعضا صرفاً به صورت توافقی با آن کنار آمده باشند در حالی‌که انتخاب مورد نظر آنها، کاملاً متفاوت باشد. برخی این نوع تصمیم‌گیری را این‌گونه توصیف می‌کنند: «هر فرد می‌تواند با تصمیم اتخاذ شده کنار بیاید». این گونه تصمیم‌گیری با تصمیم‌گیری دموکراتیک متفاوت است؛ چراکه در آن سعی بر آن است که نظرات مخالف حذف شود. تصمیم‌گیری توافق عام همواره با مذاکرات، مصالحه و بحث‌های بسیاری همراه خواهد بود. - مزایا: گفته می‌شود تصمیم‌گیری توافق عام از کیفیت تصمیم‌گیری بالایی برخوردار خواهد بود؛ به طوری که در مقایسه با روش‌های دیگر عادلانه‌تر خواهد بود.

- مضرات: می‌تواند فرآیندی خسته‌کننده باشد؛ همچنین از آنجا که بحث و مذاکره به‌منظور اتخاذ بهترین تصمیم، زمان زیادی می‌طلبد، وقت‌گیر خواهد بود. بنابراین دارا بودن مهارت‌های فردی و آموزش دیدن به‌منظور افزایش قابلیت‌های ارتباطی برای متقاعد کردن افراد از ملزومات شرکت در این نوع تصمیم‌گیری برای افراد گروه است.

زمانی مناسب خواهد بود که: تعهد به تصمیم از اهمیت بالایی برخوردار باشد؛ همچنین زمان موضوعیت نداشته باشد. در مواقعی که اعضای گروه مهارت‌های ضروری انجام فرآیند تصمیم‌گیری را به درستی داشته باشند؛ همچنین زمانی که موضوع مورد بحث و تصمیم‌گیری از موارد مورد توجه و علاقه تمامی افراد گروه باشد (با توجه به صرف زمان مورد نیاز)

نتیجه‌گیری

برخلاف آنچه ممکن است ابتدا برداشت شود، هیچ‌یک از انواع تصمیم‌گیری به‌طور کلی ارجحیتی نسبت به دیگری ندارد؛ به دیگر سخن در موقعیت‌های مختلف باید به‌طور خاص بررسی شود که به عنوان مثال آیا لازم است که در زمینه انتخاب محل احداث کولر به تصمیم‌گیری اتفاق آرا برسیم یا فرد تصمیم‌گیرنده از اهمیت بیشتری برخوردار است؟ هیچ‌یک از انواع تصمیم‌گیری، تصمیمی درست را ضمانت نخواهد کرد؛ اگرچه هرچه افراد درگیر در تصمیم‌گیری بیشتر باشد، توجه به گزینه‌های مختلف و در نتیجه دستیابی به تصمیمی بهتر محتمل‌تر خواهد بود. فارغ از نوع تصمیم‌گیری، یک تصمیم درست باید براساس موارد زیر باشد:

- افراد به راحتی تسلیم نظر دیگری نشوند و به نظرات سایرین توجه داشته باشند.
- افراد آگاه و با تجربه و مشتاق در زمینه موضوع تصمیم‌گیری، شرکت داشته باشند؛ چراکه گاهی اوقات شرکت افراد ناآگاه، عملاً موجب تأثیرات منفی و معکوس خواهد شد.
- جو موجود به صورتی باشد که موضوعات و ایده‌ها بدون ترس و واژه‌ها از تلافی و خجالت مطرح شود.
- با اتفاق آرای اعضای گروه، مشخص شود که چه نوع و چه موقع کدام نوع تصمیم‌گیری اتخاذ شود.
- مدیران زمان و موضوع تصمیم‌گیری را خیلی واضح مطرح کرده و هیچ ابایی در انتخاب نوع تصمیم‌گیری نداشته باشد.
- باید به یاد داشته باشیم که یک تصمیم‌گیری مناسب، تصمیمی است که نوع آن با توجه به اهمیت موضوع، محدودیت زمانی و موقعیت اتخاذ شود.

مترجم: فاطمه احمدی



اِتود

طراح چاپ دکوراسیون

لایت باکس
کریستال



ضخامت ۱۰ میلی متر
پلکسی گلس با نور LED
قابل سفارش در سایزهای مختلف



تلفن: ۸۸۱۴۱۴۰۱-۳
www.etodgroup.com
etod.group@yahoo.com



Ramin
Digital Lithography

عضو رسمی انجمن واردکنندگان
ماشین آلات صنعت چاپ و بسته بندی
IPMA

نماینده انحصاری شرکت

ZM-SERVICE



ZM Ziling & Meier Service GmbH

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: ۶۶۴۰۳۱۱۱

www.raminlitho.com info@raminlitho.com



چاپ رامتین
Ramtin Printing

* چاپ افست چهار رنگ * خط تا و پرفراژ دیجیتال
* چاپ متالایز چهار رنگ * صحافی مفتول و چسب گرم
* سلفون حرارتی مات، براق، متالایز و مخملی

خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان زاندارمیری، پلاک ۸۲، تلفن: ۶۶۴۰۳۱۱۱
www.raminlitho.com info@raminlitho.com

کارتن چسبان اتوماتیک



لمینت نیمه اتوماتیک



لمینت اتوماتیک / سرعت ۱۰۰۰ برگ



سلفون کشی اتوماتیک دو کاره چسبی و حرارتی هورز



سلفون کشی حرارتی نیمه اتوماتیک حرارتی



لمینت اتوماتیک / سرعت ۸۰۰۰ برگ



سلفون کشی اتوماتیک حرارتی



دایکات استاندارد آمریکا



چاپ کارت



دایکات روتاری



خط تولید سینگل فیس



یک سال گارانتی واقعی

TELEPHONE

+98 21 88 53 52 14

+98 21 55 27 00 22

MOBIL

+98 912 127 27 46

+98 912 812 58 34

WEB

www.hooverzpack.cn

hooverzpack@gmail.com

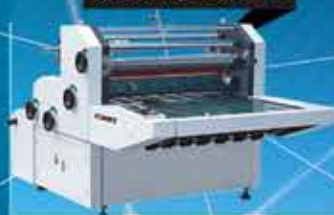
لمینت دستی



سلفون کشی حرارتی



سلفون کشی واتر بیس



منگنه پدالی



منگنه نیمه اتوماتیک



تسمه کش



کانال تلگرام

@hooverzco

نماینده انحصاری کارخانه شنگتیان در ایران

SHENG TIAN®



Sublimation Ink



Plotter



Sublimation Paper



MIRTEC

Digital Printing Solutions

Calender



Heat press



OKI

PENG DA
Heat Transfer Machine

SHOCKLINE
about your transfer paper

diferro
Calenders

K/AN
DIGITAL

Hansol



MIRTEC PRESS
Digital Transfer Solutions

EPSON



Tel: 88362510-17
www.mirtecdigital.com



تولید کننده
پاکسی
لایت
کریستال



☎ ۰۲۱-۸۶۰ ۲۲۴۰۹
۰۲۱-۸۶۰ ۲۲۴۱۸
barad.idea®
مدیریت حسین مناف زاده

ساخته شده از پلیکسی گلس به ضخامت ۱۰ میلی متر
نور LED با عمر مفید ۵۰۰۰۰ ساعت
سایز های مختلف و مدل های متنوع
قابلیت نصب سریع و آسان



استند
نمایشگاه



کاتالوگ استند پلکسی



کاتالوگ استند آکاردیونی



میز کانتر



انواع استند نمایشگاهی



استند رول آپ



میز کانتر تاجدار

پیکسل @PIXEL



بصورت رول و شیت (تعداد لوپ دلخواه)



اصفهان، بزرگراه شهید خرازی، حدفاصل صارمیه و صمدیه، نبش کوچه ۷۵
 تلفن: ۰۳۱۳۲۳۷۱۵۲۷-۰۳۱۳۲۳۶۳۳۰۴ همراه: ۰۹۱۳ ۳۰۰ ۴۸۹۱
 سامانه پیامک: ۳۰۰۰۹۹۰۰۳۸۸۷۰ Email : parsaadver@yahoo.com
 * برای اطلاع از فروش های ویژه در ماههای خاص سال یک پیامک با متن فتر به سامانه پیامک ارسال فرمایید.

N/C

www.notaco.com

نوین تاک



دستگاه چاپ فلکس و بنر با هد کونیکا ۱۰۲۴
KONIKA 1024/42PL



چاپگر لارج فرمت اکوسالونت
ECO Solvent DX5

در چشواره عکس منو دستگاه شرکت کنیر



دفتر و نمایشگاه مرکزی : تهران ، بزرگراه جلال آل احمد ، غرب پل آزمایش ، چهار راه آریا فر ، پلاک ۳۱۵

تلفن تماس : ۰۲۱-۴۴۲۰۶۳۶۳ ، ۴۴۲۹۳۹۴۹-۵۲

همراه : ۰۹۱۲۲۹۰۰۶۵۲

تلفن مستقیم فروش ماشین آلات : ۰۲۱-۴۴۲۰۸۵۲۰

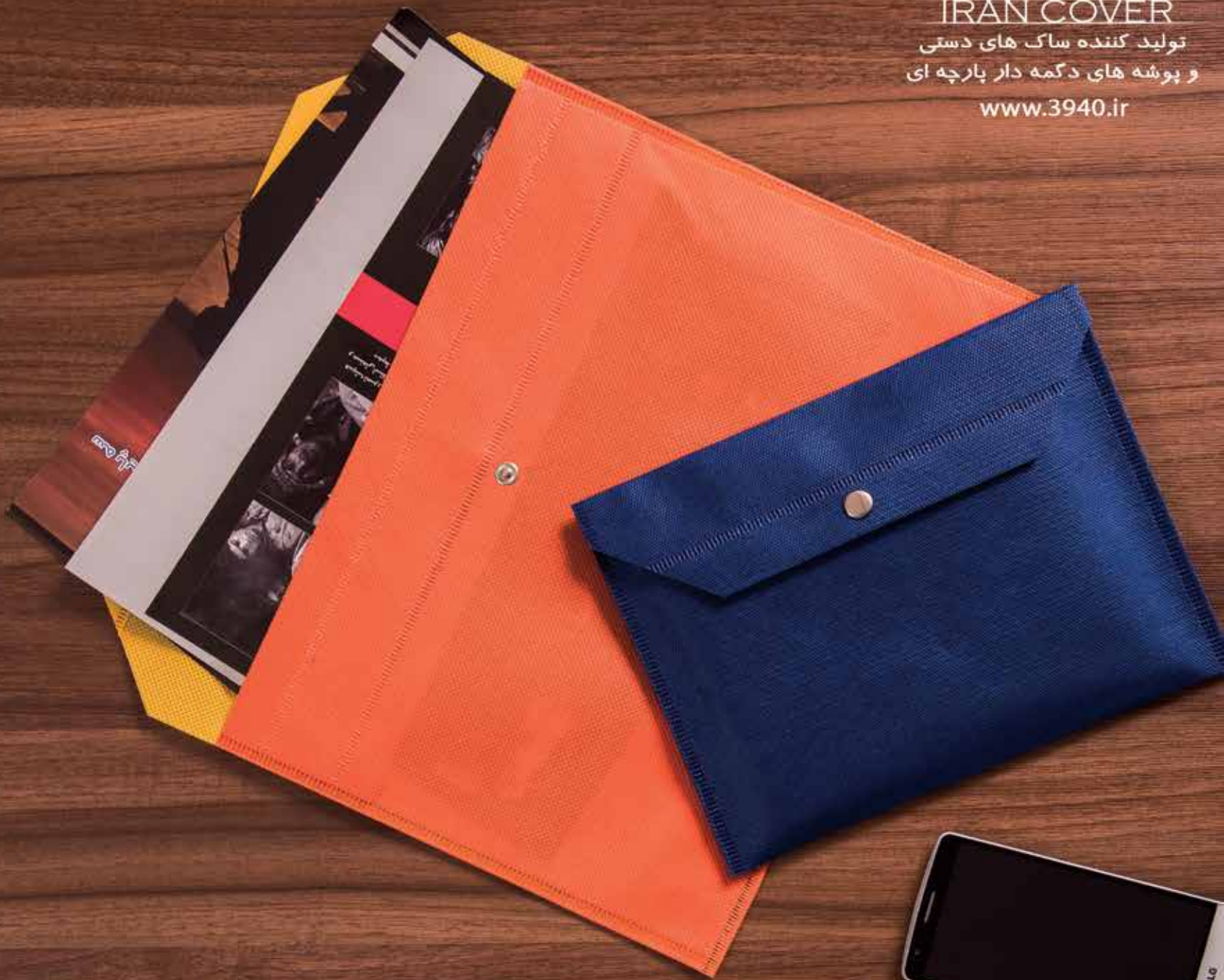
تلفن مستقیم فروش ملزومات و سازه های نمایشگاهی : ۰۲۱-۴۴۲۱۷۹۲۲ همراه : ۰۹۱۲۱۴۷۰۰۹۸

ایران کاوَر

IRAN COVER

تولید کننده ساک های دستی
و پوشه های دکمه دار پارچه ای

www.3940.ir



۰۹۱۲-۹۳۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۱۷۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۷۳۰-۳۹۴۰

۰۱۷-۳۴۵۳۴۰۶۶-۶۸

info.irancover@yahoo.com

۰۹۲۱۸۵۰۶۶۹۳

هیاربگ

www.hibag.ir

بزرگترین طراح و تولید کننده
ساکهای دستی پارچه ای در ایران



۰۹۱۲-۹۳۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۱۷۵-۳۹۴۰

۰۹۱۱-۷۳۰-۳۹۴۰

۰۱۷-۳۴۵۳۴-۶۶-۶۸

۰۹۲۱۸۵۰۶۶۹۳



ماشین سازی کیامرئی



بخشی از تولیدات :



خدمتی دیگر به صنعت چاپ کشور

■ طراحی و ساخت دستگاه طلاکوب روی لتر پرس

خط کامل UV و جمع کن



۳۳۸۵۵۴۹۵ - ۳۳۸۵۵۴۹۶ - ۳۳۸۵۰۷۵۷

WWW.KIAMARSICO.COM

[EMAIL: KIAMARSICO@YAHOO.COM](mailto:KIAMARSICO@YAHOO.COM)

مرکز تخصصی

چاپ کارت رمزدار و لیبل های قرعه کشی

۱۴
سال
سابقه

چاپ سریال

10000035

شماره سریال: (Serial No.)

چاپ کد متغیر

678090

کد قرعه کشی: (Pin Code)

حروف، اعداد (انگلیسی و فارسی)

چاپ بارکد میله ای و QR

چاپ پوشش اسکرچ



06940933

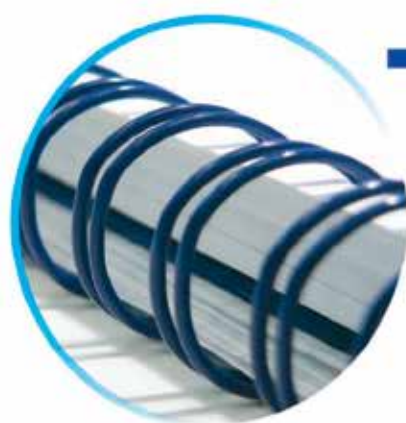


افرنگ
AFRANG
Print Media
طراحی چاپ
www.afrangco.com

۳۳۹۰۴۹۶۰ - ۳۳۹۰۴۹۰۷

آدرس دفتر و چاپخانه: میدان بهارستان، خیابان صفی علیشاه، کوچه تکاپو

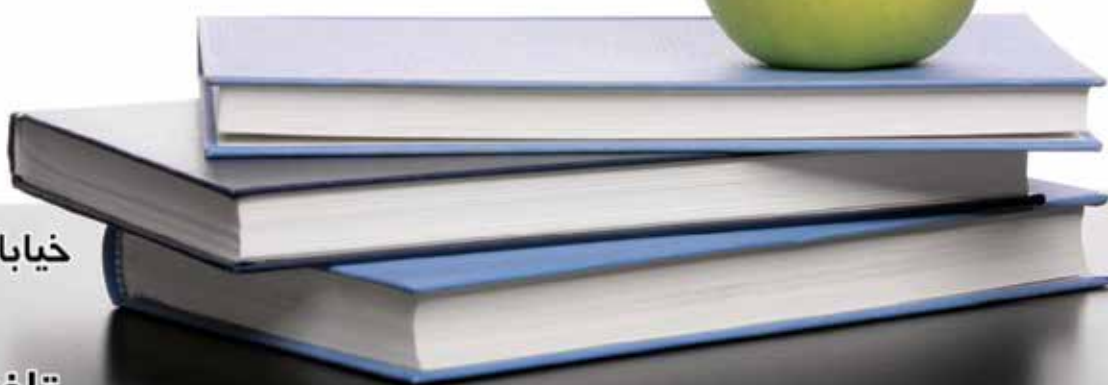
پلاک ۳، ساختمان افرنگ



HEIDELBERG

چاپ و صحیفه نویسی

- ✓ چاپ دورنگ ۲ ورقی ZP (زیر و رو زن)
- ✓ محافی ماشینی اتومات چسب گرم
- ✓ مفتول ، گالینگور ، جلد سخت ، پانچ و فنر



خیابان دماوند ، خیابان رحیمی ،

پلاک ۱۷

تلفن: ۷۷ ۳۵ ۷۵ ۷۴

دستگاه سلفون کش
حرارتی تمام اتوماتیک

سرعت ۱۲۰ متر / دقیقه



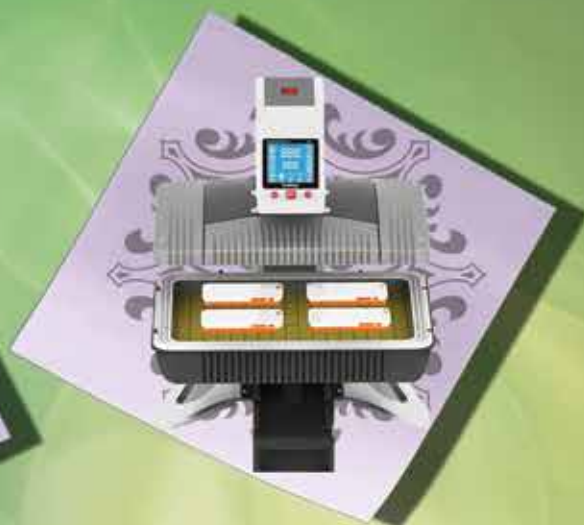
.tmcmachine.com
.gm-cn.com



telegram.me/tmc74

آدرس: تهران- بزرگراه جلال آل احمد - ضلع غربی پل آزمایش - پلاک ۲۷۹
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۲۴۱۵۰۳-۷

اریکه
تجارت
پایتخت
A.T.P



PENOMATIC 3D SUBLIMATION MACHINE

واردکننده انواع دستگاهها و ملزومات چاپ سابلیمیشن

دستگاه چاپ سه بعدی پنوماتیک آخرین تکنولوژی چاپ سابلیمیشن

تلفن: ۰۲۱۲۲۸۵۴۲۵۰ - ۲۲۸۵۵۰۹۱

همراه: ۰۹۱۲۱۳۵۴۲۳۶

E-mail: info@ariketejarat.com www.ariketejarat.com



چاپ هادی

Hadi Printing

میدان بهارستان، کوچه نظامیه
بن بست علیزاده، پلاک ۱
تلفن : ۰۲۱ - ۳۳۹۰۳۱۳۹
نمابر : ۰۲۱ - ۳۳۱۱۲۵۸۶



از دیروز تا امروز



چاپ بیش از ۶۰ عنوان کتاب نفیس ایران‌شناسی
از سال ۱۳۸۰ تا کنون

Design by Noghahre Sepand 06973255

چاپ متالایز

- 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
- آخرین تکنولوژی روز صنعت چاپ دنیا
- حداکثر سرعت ۱۶۰۰۰ در ساعت
- سیستم زینگ بند، رجیستر و شستشوی اتوماتیک
- مجهز به میز کنترل مرکزی (PQC)
- شروع سریع از زمان بستن زینگ تا نمونه گیری
- رسیدن به نمونه دلخواه با کمترین زمان
- مجهز به خشک کن IR
- ارتباط مستقیم فایل لیتوگرافی به ماشین چاپ از طریق (CIP4)
- تحولی شگرف در کیفیت کارهای چاپی

HADI PRINT

رضایت مندی بیش از ۵۰۰۰ مشتری
از کیفیت محصولات سورنا اتفاقی نیست

www.Sorenaprint.ir

Sorenaprint@Yahoo.com

Sornagraphic@Gmail.com

مرکز تخصصی تولید انواع کارت ویزیت

مرکز تخصصی طراحی و چاپ

سورنا

تحویل ۸ ساعته

بدون کاهش کیفیت

بدون افزایش قیمت

با کیفیت ترین
کارت ویزیت
لمینیت اصل
۱۵ میکرون واقعی

نشریات ویژه
برای همکاران
بساتیرواز
کار بالا



کارت ویزیت لمینیت برجسته

۴۹۹۰۰ تومان

کتان اصل آلمانی

تحویل پنجشنبه ها

چاپ کارت ویزیت برش خاص
چاپ کارت ویزیت برش دلخواه
مجهز به دستگاه پانچ (دورگرد) اتوماتیک
ارسال رایگان نمونه کار به سراسر کشور

اصفهان خیابان هشت بهشت غربی
چهارراه ملکه ابتدای ملکه شمالی

TELL: ۳۲۶۴۰۴۰۸ (۰۲۱)
TELFAX: ۳۲۶۴۰۸۸۱



telegram.me/sorenaprint

د
ک
ا
ر
ت
و
ی
ز
ی
ت
ل
م
ی
ن
ی
ت
ب
ر
ج
س
ت
ه
۴
۹
۹
۰
۰
ت
و
م
ان
ک
ت
ان
ا
ص
ل
آ
ل
م
ان
ی
ت
ح
و
ی
ل
پ
ن
ج
ش
ب
ه
ه
ا
ا
ر
س
ال
ر
ای
گ
ان
ن
م
و
ن
ه
ک
ار
ی
ه
س
راس
ر
ک
ش
و
ر

مجموعه ای یکپارچه و منسجم در

مجمع چاپ و صحافی نقشینه

خط کامل جلد سازی
دستگاه مفتول زن ریلی
دستگاه چسب گرم پنج خانه
دستگاه ترتیب اتوماتیک با ۲۴ خانه ترتیب
خط کامل سراجی جهت جلد ترمو و ارگانایزر
دستگاه لب لاک جهت جلد های چرمی
۲ دستگاه پانچ و فنر اتوماتیک
آستر چسبان اتوماتیک
چسب زن اتوماتیک

سایت مجهز طراحی گرافیک

لیتوگرافی پلیت ستر تا سایز ۷۰×۱۰۰
دستگاه چاپ دورنگ اسپیدمستر دو ورقی
چاپ چهار رنگ همزمان اسپیدمستر دو ورقی
۲ دستگاه برش پلار دهنه ۱۱۰ و ۹۲ برنامه دار
دستگاه دوخت پلی گراف نقره ای با آپارات
۴ دستگاه تاکنی سه و دو ورقی
۲ دستگاه دوخت پلی گراف سبز



سالنامه نقشینه

تولیدکننده ست، ارگانایزر و سالنامه مدیریتی



خروجی روزانه ۱۰/۰۰۰ جلد سالنامه

تولید جلد ارگانایزر و جلد های خاص
فروش روکش ترمو ترک و چین و انواع جلد آماده

new

۷۷۸۶۵۳۹۹ | ۷۷۸۶۴۹۲۶
۷۷۸۶۵۳۱۴ | ۷۷۸۶۴۲۹۲

سمراه تهرانپارس، ابتدای جاده آبعلی
بعد از برج دماوند، انتهای کوچه آرمادا، پلاک ۱۰۳