



دوهفته نامه خبری، آموزشی - سال سیزدهم - شماره ۱۵۴ - آذر ۱۳۹۶ - ۲۴۰ صفحه - ۱۵۰۰۰ تومان

مجموع چاپ و صحافی نقشینه

کاملترین و مجهزترین مجموعه چاپ و تولید
سالنامه در کشور (طراحی و ساخت جلدها و وارداتی)

تلفن: 658 11 842 658 11 619 658 11 510 658 11 132

سالنامه
نقشینه

تولید کننده بسته از گلایزر و سالنامه مدیریتی

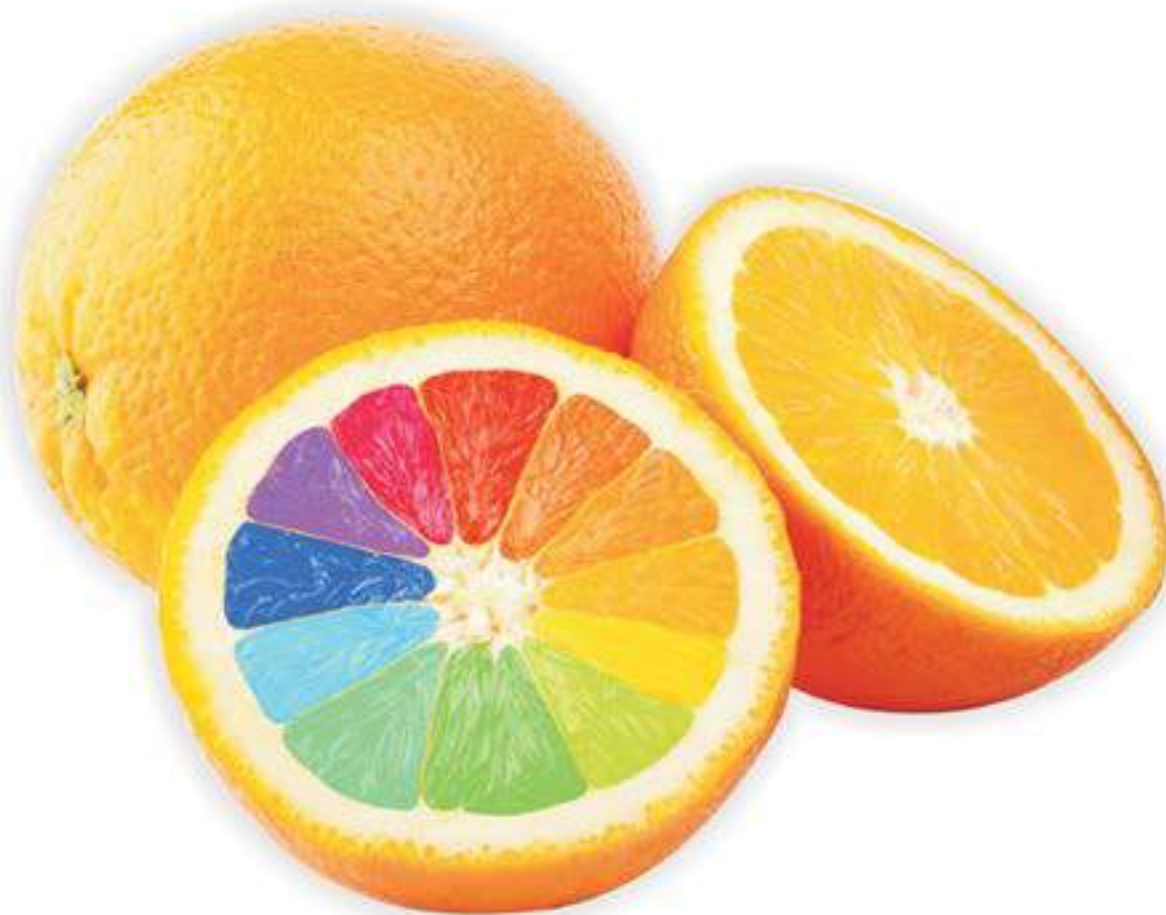
نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی

۲۲ الی ۲۵ آذر نمایشگاه بین المللی / سالن ۷





تجربه طعم شیرین رنگها با ماشین های جدید سری CD هایلدبرگ



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

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

Printing Complex
Nami Naghsh
مجتمع چاپ نامی نقش



توی کارهات حرفی برای گفتن داتنه باتس

مهبیار Print

POWER OF CHOICE

اولین و بزرگترین مرکز چاپ اختصاصی فاکتور در ایران

بنیان گذار فرم های عمومی چاپ فاکتور در ایران
مرکز انحصاری چاپ کاغذ های کاربرین لس
چاپ، شماره و پرفراژ با سیستم افست

سفارش آنلاین

www.faktorprint.com
info@faktorprint.com



چاپخانه اختصاصی مجهز به:

- ▲ یک دستگاه افست GTO پنج رنگ هایدلبرگ (شماره زن) **NEW**
- ▲ سه دستگاه افست GTO دو رنگ هایدلبرگ (شماره زن)
- ▲ پنج دستگاه افست GTO تک رنگ هایدلبرگ (شماره زن)
- ▲ پنج دستگاه ترتیب کن دوپلو دوازده خانه
- ▲ دو دستگاه برش پلار دهانه ۱۱۵

تلفن های تماس: ۳۳ ۱۱۹۶ ۷۴ - ۳۳ ۹۸ ۰۱۰۴ - ۳۳ ۱۱۹۴ ۰۱
۳۳۹۲۳۴۲۷ - ۳۳۹۲۳۴۱۸ - ۳۳ ۹۸ ۵۰۹۳

مرکز سفارشات: تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، پاساژ شقایق، طبقه دوم، پلاک ۲۱۵

تخفیف ویژه
همکاران

۲۶

۱/۰۰۰/۰۰۰ تومان

۲۸

۲/۰۰۰/۰۰۰ تومان

۳۰

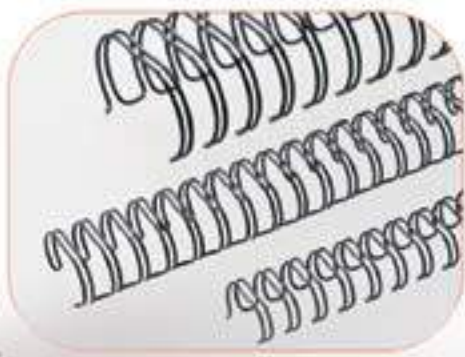
۳/۰۰۰/۰۰۰ تومان

۳۵

۵/۰۰۰/۰۰۰ تومان

اسپیرال کو SPIRAL.CO

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



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



میرسائیان ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳

۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰
۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰
۰۲۱-۳۳۶۰۹۷۰۰
۰۲۱-۳۳۶۰۹۸۰۰

بیگیری سفارشات

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



مجموعه چاپ طراحان

جشنواره جوایز از یکم مهر تا یکم اسفند ماه



موتور سیکلت وگو
به ازای خرید ۳۰ میلیون

موتور سیکلت ان اس ۱۶۰
به ازای خرید ۴۰ میلیون

موتور سیکلت آر اس ۲۰۰
به ازای خرید ۷۰ میلیون

۱۰ میلیون تومان
کنسول بازی پلی استیشن ۴ یا ایکس باکس ۱
یا اسمارت اسکوتر

۱ میلیون تومان
لجوو ساز هارکستون یا هدست بلوتوث

۱۵ میلیون تومان
تلویزیون ال ای دی ۴۳ اینچ هوشمند
یا لب تاپ ۱۵ اینچی

۳ میلیون تومان
دوربین عکاسی دیجیتال سامسونگ

۲۰ میلیون تومان
گوشی موبایل آیفون ۷ یا سامسونگ گلکسی ۸
کامپیوتر همه کاره یا تلویزیون ال ای دی ۵۰
ماشین لباسشویی بوش

۵ میلیون تومان
تبلت لنوو ۷ اینچی یا ماکروویو سامسونگ

۱۰۰ میلیون تومان
به ارتفاع برج ایفل اسکانس
۱۰,۰۰۰ تومانی

با ثبت سفارش در فرم های عمومی ، جوایز خود را **بدون قرعه کشی** دریافت نمایید
برای مشاهده لیست کامل جوایز مجموعه ، به کانال تلگرام و سایت مجموعه مراجعه نمایید.

سریع ترین و با کیفیت ترین مرکز چاپ و تولید کارت ویزیت و تراکت در ایران

مجهز به:

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

تراکت گلاسه ۱۳۵ گرم

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
گلاسه ۱۳۵ (۲۰۰×۲۵۰)	۱۰۰۰	بزرگ	۸۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰	۱۰۰۰/۰۰۰	۲ روزه
	۲۰۰۰	بزرگ	۱۴۴/۰۰۰	۱۴۴۰/۰۰۰	۱۴۴۰/۰۰۰	۲ روزه
گلاسه ۱۳۵ (۲۰۰×۲۵۰)	۲۰۰۰	بزرگ	۱۱۴/۰۰۰	۱۱۴۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۲۲۰/۰۰۰	۲۲۰۰/۰۰۰	۲۸۰۰/۰۰۰	۲ روزه

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
گلاسه ۱۳۵ (۱۴۵×۲۰۰)	۱۰۰۰	بزرگ	۴۸/۰۰۰	۴۸۰/۰۰۰	۵۰/۰۰۰	۲ روزه
	۲۰۰۰	بزرگ	۵۶/۰۰۰	۵۶۰/۰۰۰	۶۲/۰۰۰	۲ روزه
گلاسه ۱۳۵ (۱۴۵×۲۰۰)	۲۰۰۰	بزرگ	۵۵/۰۰۰	۵۵۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۱۱۹/۰۰۰	۱۱۹۰/۰۰۰	۱۴۰/۰۰۰	۲ روزه

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
گلاسه ۱۳۵ (۱۰۰×۱۴۵)	۱۰۰۰	بزرگ	۴۰/۰۰۰	۴۰۰/۰۰۰	—	—
	۲۰۰۰	بزرگ	۴۶/۰۰۰	۴۶۰/۰۰۰	—	—
گلاسه ۱۳۵ (۱۰۰×۱۴۵)	۲۰۰۰	بزرگ	۲۷/۰۰۰	۲۷۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۳۵/۰۰۰	۳۵۰/۰۰۰	—	—
گلاسه ۱۳۵ (۱۰۰×۱۴۵)	۵۰۰۰	بزرگ	۵۵/۰۰۰	۵۵۰/۰۰۰	—	—
	۲۰۰۰	بزرگ	۶۲/۰۰۰	۶۲۰/۰۰۰	—	—

فرم های ویزیت معمولی

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
کارت بکرو بدون روکش	۸/۰۰۰	—	—	—	—	—
کارت جیرو بدون روکش	۱۲/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون برای بکرو حرارتی	۹/۰۰۰	۱۰/۰۰۰	۱ روزه	—	—	—
سطلون برای جیرو حرارتی	۱۳/۵۰۰	۱۴/۵۰۰	۱ روزه	—	—	—
سطلون مات بکرو حرارتی	۹/۵۰۰	—	—	—	—	—
سطلون مات جیرو حرارتی	۱۴/۰۰۰	۱۵/۰۰۰	۱ روزه	—	—	—
کارت بکرو	۱۳/۰۰۰	—	—	—	—	—
کارت جیرو	۱۵/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون ۵۵۰	۱۱/۵۰۰	۱۳/۰۰۰	۲ روزه	—	—	—
سطلون بدون روکش	۱۱/۵۰۰	—	—	—	—	—
سطلون بدون روکش	۱۲/۵۰۰	۱۳/۰۰۰	۲ روزه	—	—	—
سطلون برای چاپ سلفون	۹۵/۰۰۰	۷ روزه کاری	—	—	—	—
برجسب اتومول	۴۵/۰۰۰	۷ روزه کاری	—	—	—	—
سلفون طرحی	۵۰/۰۰۰	۱۵ روزه کاری	—	—	—	—

موضوع کارت	تعداد	زمان تحويل (۲۰۰ روز کاری)	
		قیمت ۱۰۰۰ عدد	قیمت ۵۰۰ عدد
PVC ۵۰۰ میکرون	۱۳۰/۰۰۰	۲۲۰/۰۰۰	۴۳۰/۰۰۰
PVC ۷۶۰ میکرون	۲۷۰/۰۰۰	—	—

فرم های ویزیت فانتزی

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
سطلون برای جیرو	۴۰/۰۰۰	۴۷/۰۰۰	۱ روزه	—	—	—
سطلون برای طرح موج	۴۵/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون مات جیرو	۶۰/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون مات طرح موج	۶۵/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون برجسته	۴۰/۰۰۰	۵۵/۰۰۰	۱ روزه	—	—	—
سطلون برای دور گرد	۲۷/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون مات دور گرد	۲۷/۰۰۰	۳۳/۰۰۰	۱ روزه	—	—	—
سطلون طرحی دور گرد	۵۵/۰۰۰	۱۵ روزه کاری	—	—	—	—
موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
سطلون برای ویزیت	۳۵/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون مات ویزیت	۵۵/۰۰۰	—	—	—	—	—
موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
سطلون برای طرح	۳۰/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون مات طرح	۴۵/۰۰۰	—	—	—	—	—
سطلون برجسته طرح	۳۰/۰۰۰	—	—	—	—	—
موضوع کارت	تعداد	زمان تحويل (۱۵ روز کاری)				
		قیمت	قیمت			
سطلون برای طرح	۹۰۰/۰۰۰	۸۰/۰۰۰	—			

فرم های پاکت (عمومی)

موضوع کارت	تعداد	چاپ معمولی	
		قیمت ۱۰۰۰ عدد	قیمت ۳۰۰۰ عدد
پاکت نامه سفید	۹۰/۰۰۰	۱۴۸/۰۰۰	—
پاکت A۴	۲۲۰/۰۰۰	۴۸۰/۰۰۰	—
پاکت نامه سفید	۱۱۵/۰۰۰	۱۵۰/۰۰۰	—
پاکت A۴	۲۹۰/۰۰۰	۳۳۰/۰۰۰	—
موضوع کارت	تعداد	چاپ فوری	
		قیمت ۱۰۰۰ عدد	تحويل
پاکت نامه سفید	۱۲۰/۰۰۰	۲ روزه	—

تراکت تحریر ۸۰ گرم A5

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
گلاسه ۸۰ (۱۴۵×۲۰۰)	۳۰/۰۰۰	بزرگ	۳۰/۰۰۰	۳۰۰/۰۰۰	۲ روزه	—
گلاسه ۸۰ (۱۴۵×۲۰۰)	۲۰۰۰	بزرگ	۴۰/۰۰۰	۴۰۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۵۵/۰۰۰	۵۵۰/۰۰۰	—	—
گلاسه ۸۰ (۱۴۵×۲۰۰)	۲۰۰۰	بزرگ	۷۵/۰۰۰	۷۵۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۹۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰	—	—

تراکت تحریر ۸۰ گرم A4

موضوع کارت	تعداد	سایز	چاپ معمولی		چاپ فوری	
			قیمت	تحويل	قیمت	تحويل
گلاسه ۸۰ (۲۰۰×۲۵۰)	۳۰/۰۰۰	بزرگ	۳۰/۰۰۰	۳۰۰/۰۰۰	۲ روزه	—
گلاسه ۸۰ (۲۰۰×۲۵۰)	۲۰۰۰	بزرگ	۸۰/۰۰۰	۸۰۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۱۱۰/۰۰۰	۱۱۰۰/۰۰۰	—	—
گلاسه ۸۰ (۲۰۰×۲۵۰)	۲۰۰۰	بزرگ	۱۵۰/۰۰۰	۱۵۰۰/۰۰۰	—	—
	۵۰۰۰	بزرگ	۱۸۰/۰۰۰	۱۸۰۰/۰۰۰	—	—

دفتر ثبت سفارش:

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



چاپ آزادی پراگ

کلیه امور چاپی، اختصاصی عمومی، توکلت و کارت ویزیت

ثبت سفارش تا ۱۸:۰۰

فرمهای تراکت تحویل و گالسه				فرمهای ویزیت معموله				فرمهای ویزیت فلانتری				فرمهای پاکت ستای، کتلوگ			
زمان تحویل		قیمت	جنس	زمان تحویل		قیمت	جنس	زمان تحویل		قیمت	جنس	زمان تحویل		قیمت	جنس
۵۰۰۰	۴۰۰۰	۱۰۰۰	فرمهای گالسه تحویل	۱۱/۰۰۰	۱ الی ۲ روز کاری	۵۵/۰۰۰	اسیاد پرچمه بزرگ شهری	۵۰۰۰	۴۰۰۰	۱۰۰۰	فرمهای پاکت	۵۰۰۰	۴۰۰۰	۱۰۰۰	زمان تحویل
				۱۵/۵۰۰	۱ الی ۲ روز کاری	۴۰/۰۰۰	اسیاد پرچمه بزرگ					پاکت نامه			
				۱۱/۰۰۰	۱ الی ۲ روز کاری	۵۰/۰۰۰	اسیاد برای شهری					سبزگند A4			
				۱۵/۵۰۰	۱ الی ۲ روز کاری	۴۰/۰۰۰	اسیاد برای معمولی					سبزگند A5			
				۱۴/۰۰۰	۳ الی ۴ روز کاری	۷۰/۰۰۰	اسیاد مات شهری					پاکت A4			
				۱۵/۵۰۰	۳ الی ۴ روز کاری	۷۰/۰۰۰	اسیاد مات معمولی					پاکت مات			
				۱۹/۰۰۰	۳ الی ۴ روز کاری	۷۰/۰۰۰	اسیاد پرچمه هلالی					پاکت مات			
				۲۴/۰۰۰	۳ الی ۴ روز کاری	۳۰/۰۰۰	اسیاد پرچمه هلالی					پاکت مات			
				۱۱/۰۰۰	۱ الی ۲ روز کاری	۴۰/۰۰۰	اسیاد برای مربع					پاکت مات			
				۱۵/۰۰۰	۱ الی ۲ روز کاری	۳۵/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۱۶/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	۵۵/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۱۸/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	۴۵/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۱۴/۵۰۰	۳ روز کاری	۸۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۱۳/۵۰۰	۳ روز کاری	۱۰۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۹۰/۰۰۰	۷ الی ۱۰ روز کاری	۷۵/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۵۰/۰۰۰	۱۰ الی ۱۲ روز کاری	۵۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۶۵/۰۰۰	۱۵ الی ۲۰ روز کاری	۲۷/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۲۰۰۰	۲-۳ روز کاری	۵۵/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۲۰۰۰	۱۰۰۰	۵۷۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۴۲۰/۰۰۰	۳۰۰۰/۰۰۰	۶۷/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۴۷۰/۰۰۰	۳۳۰۰/۰۰۰	۹۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۲۰۰۰	۱۰۰۰	۲۵۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۴۹۰/۰۰۰	۳۴۰/۰۰۰	۲۸۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۵۷۰/۰۰۰	۳۸۰/۰۰۰	۷۹/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۲۰۰۰	۱۰۰۰	۹۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۱۵۰/۰۰۰	۱۲ الی ۱۵ روز کاری	۱۵۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۳۲۰/۰۰۰	۲۰ الی ۲۵ روز کاری	۳۲۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۹۵/۰۰۰	۱۶ الی ۲۰ روز کاری	۹۵/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۱۹۰/۰۰۰	۲۰ الی ۲۵ روز کاری	۱۹۰/۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			
				۲۵۰۰۰	۲۰ الی ۲۵ روز کاری	۲۵۰۰۰	اسیاد برای هلالی					پاکت مات			

لیون کاشنی

جنس	قیمت	زمان تحویل	تعداد
لیون ۲۲۰ سی سی	۶۹۰	۱۰۰	۱۰ روز کاری
لیون ۲۲۰ سی سی	۹۳	۱۰۰۰	۱۰ روز کاری
لیون ۲۲۰ سی سی	۸۴	۵۰۰۰	۱۰ روز کاری
لیون ۳۳۰ سی سی	۱۸۲	۱۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون ۳۳۰ سی سی	۱۷۰	۲۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون ۳۳۰ سی سی	۱۵۸	۵۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون شات (تخت)	۱۲۸	۱۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون شات (تخت)	۷۴	۵۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون شات (تخت)	۶۳	۱۰۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون دو چداره	۳۹۸	۱۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون دو چداره	۳۸۳	۷۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون دو چداره	۳۷۳	۵۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون دو چداره	۳۱۳	۷۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون دو چداره	۲۰۰	۴۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون دو چداره	۳۹۸	۶۰۰۰	۲۰ روز کاری
لیون چینی دار	۹۸	۱۰۰۰	۱۵ روز کاری
درب لیون	۱۵۴	هر عدد	۱۵ روز کاری

www.tarahanazadiprinting.com
Tarahanazadi@gmail.com

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

تلفکس: ۳۳ ۹۴ ۳۶ ۶۸
عمومی: ۳۳ ۹۴ ۳۷ ۹۷
اختصاصی: ۳۳ ۹۵ ۲۵ ۸۵
۳۳ ۹۵ ۲۱ ۰۶
۳۳ ۹۴ ۳۶ ۲۴
۳۳ ۹۴ ۳۸ ۱۸

مدیریت: محمد خانی
ارتباط مستقیم با چاپخانه

- کارت ویزیت
- تراکت، بست اداری
- ...
- کلیه امور چاپی
- اختصاصی
- عمومی
- مجهز به دستگاه های:
 - دایکت ۶۰x۹۰-۵۰x۷۰
 - GTO بهار رنگ و تک رنگ
 - دستگاه برش
- لمینت سرد و گرم
- سلفون کشر برارسی بهم بودیت
- یووی موضعی نظام اتوماتیک
- لترپوس دو ورقی



SUPERWIDE
technics



هدریکو
Flatbed
Printer
میز ۳ در ۳ متر

HT3020UV-GEN5



هدکیوسرا
Hybrid Printer

• چاپ رول و تخت

HT1600UV HR4



• حداکثر سرعت چاپ: ۹۰ متر مربع بر ساعت

هدکیوسرا
Roll to Roll Printer

HT3200UV RTR



یک سال گارانتی بدون قید و شرط / حتی هدھا

مدیای قابل استفاده برینترهای رول تورول:

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

مدیای قابل استفاده برینترهای فلتبید:

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

مدیای قابل استفاده برینترهای هایبرید:

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

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

قابلیت نصب ۲ الی ۱۰ هد و چاپ تا ۸ رنگ (رنگی و سفید و وارنیش به صورت همزمان)

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

دارای سیستم هوشمند تغییر پیکولتر هد باریب Caldera

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

دارای سیستم عیب یابی اتوماتیک



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

تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۴۴۴۵۵ • ۰۲۱-۸۸۴۴۴۴۵۴ • تلفن مستقیم: ۰۲۱-۹۱۲۱۱۴۳۱۴

www.superwidetechnics.com

superwidetechnics @superwide superwidepersia superwide



پوشش سلفون

پوششی متفاوت ...

حمل رایگان از محل چاپخانه

ظرفیت روزانه ۲۰۰,۰۰۰ عدد



۱۸ سال تجربه تخصصی سلفون کشی در خدمت صنعت چاپ

۲ دستگاه سلفون حرارتی تمام اتوماتیک تا سایز ۱۶۰×۱۲۰

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

دستگاه UV تمام اتوماتیک موضعی ۷۰×۱۰۰

دستگاه UV تمام اتوماتیک سیلندری ۷۰×۱۰۰

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

جاده مخصوص کرج، مرکز چاپ صنعتی ایران

تلفن: ۰۲۱) ۴۴۱۹۰۲۲۶-۷

۰۲۶) ۳۶۱۰۸۶۰۳ - ۳۶۱۰۸۶۰۵

1397



نماینده انحصاری شرکت‌های اروپایی

انواع کاغذ، پارچه، چیر، چرم و مواد اولیه مخصوص جلدسازی





Eco Bags Iran
Salahi Print
www.salahiprint.com

برگ زرینی دیگر از چاپ صلاحی

NONWOVEN BOX BAG MANUFACTURER

ECO BAGS IRAN



اولین تولید کننده کیسه های پارچه ای پاکس بگ در ایران
اولین صادر کننده کیسه های پارچه ای تبلیغاتی به اروپا
اولین تولید کننده ساک های لمینیت متالایز در ایران

چاپ صلاحی



تهران، خیابان انقلاب، دروازه دولت، خیابان خاقانی ساختمان صلاحی، پلاک ۴۹ تلفن: ۵-۸۸۳۴۰۴۰۰ فکس: ۸۸۳۴۰۶۰۰

[ecobagsiran](http://ecobagsiran.com) [chapesalahi](http://chapesalahi.com) salahiprint.com info@salahiprint.com

پذیرای حضور سیزتان در بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی و ماشین آلات وابسته تهران هستیم
سالن ۶ جنب درب غربی

Full color
Inks + Media

نماینده انحصاری بنر و جوهر های فول کالر

جوهر فول کالر



کنیه محصولات دارای نشان برجسته و هولوگرام می باشند

فروش جوهر های سالونت بیس ، اکو سالونت
سابلیمیشن ، جوهر بدون بو ، UV
برای تمامی هد ها

XAAR

KONICA MINOLTA

SEIKO

Eco - Sol

EPSON

بنر فول کالر



فروش بنر (۱۰ انس)
فلکس (۱۸ انس)
استیکر ، مش

بازرگانی رایا شقایق آسیا



آدرس: تهران، خیابان انقلاب، خیابان بهار جنوبی، مجتمع اداری و تفریحی بهار، پلاک ۳۷، طبقه دوم اداری، واحد ۵۳۴

تلفن: ۷۷۶۸۷۸۰۸ - ۷۷۶۸۷۸۸۳ - ۷۷۶۸۷۸۳۷

www.fullcolorinks.com

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



مجتمع چاپ نقش بارتر

مرکز تخصصی چاپ کارت ویزیت، فرم های عمومی و فرم های تخصصی

تراکت تحریر ۸۰ گرم				
سایز	تیراژ	بکرو/ دورو	قیمت	تحويل
A4 297x210	۱۰۰۰	بکرو	۶۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	بکرو	۹۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۱۳۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۱۵۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	دورو	۱۸۰۰۰۰	۵ روز کاری
A4 297x210	۱۰۰۰	بکرو	۳۲۵۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	بکرو	۳۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۷۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۷۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	دورو	۹۰۰۰۰	۵ روز کاری
A5 210x147/5	۲۰۰۰	بکرو	۲۲۵۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۳۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۳۷۵۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	دورو	۳۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	دورو	۳۵۰۰۰	۵ روز کاری

کارت ویزیت های جنیوس				
سایز	شام محصول	تیراژ	قیمت	تحويل
۹۰-۶۰ mm	پس وی سی ۳۰۰ میکرون	۵۰۰	۸۵۰۰۰	۷ روز
	پس وی سی ۵۰۰ میکرون	۵۰۰	۹۵۰۰۰	۵ روز
	پس وی سی ۵۰۰ میکرون	۱۰۰۰	۱۵۵۰۰۰	۵ روز
	پس وی سی ۷۶۰ میکرون	۲۵۰	۱۴۰۰۰۰	۵ روز
	پس وی سی ۷۶۰ میکرون	۵۰۰	۲۳۰۰۰۰	۵ روز
	پس وی سی ۷۶۰ میکرون	۱۰۰۰	۳۹۰۰۰۰	۵ روز
	پس وی سی ۷۶۰ میکرون متالیک	۵۰۰	۳۳۰۰۰۰	۱۵ روز
	پس وی سی براهکی	۵۰۰	۱۰۵۰۰۰	۱۰ روز
	لیبل متالایز	۱۰۰۰	۷۵۰۰۰	۱۵ روز
	لیبل شیشه ای	۱۰۰۰	۵۵۰۰۰	۱۰ روز

کارت ویزیت های ساده					
سایز	نام محصول	بکرو/ دورو	قیمت	تحويل	
۸۵-۴۸ mm	سلفون براق	بکرو	۱۰۰۰۰	۱ روز	
	سلفون براق	دورو	۱۳۵۰۰	۱ روز	
	سلفون مات	بکرو	۱۰۰۰۰	۲ روز	
	سلفون مات	دورو	۱۳۵۰۰	۲ روز	
	کتان نموداری	بکرو	۱۲۰۰۰	۵ روز	
	کتان نموداری	دورو	۱۵۵۰۰	۵ روز	
	کتان آلمان	بکرو	۲۰۰۰۰	۷ روز	
	کتان آلمان	دورو	۲۳۰۰۰	۷ روز	
	لیبل			۱۱۰۰۰	۳ روز
	لیبل سلفون براق			۱۲۰۰۰	۲ روز

کلاس ۱۲۰ گرم				
سایز	تیراژ	بکرو/ دورو	قیمت	تحويل
A4 297x210 mm	۱۰۰۰	بکرو	۷۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۱۰۰۰	دورو	۱۰۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	بکرو	۹۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۱۲۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۲۰۰۰۰۰	۵ روز کاری
A4 297x210 mm	۱۰۰۰	بکرو	۳۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۱۰۰۰	دورو	۵۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	بکرو	۳۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۶۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۱۱۵۰۰۰	۵ روز کاری
A5 210x145 mm	۱۰۰۰	بکرو	۱۷۵۰۰	۵ روز کاری
	۱۰۰۰	دورو	۲۵۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	بکرو	۲۲۵۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۳۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۵۰۰۰۰	۵ روز کاری
A6 145-90 mm	۱۰۰۰	بکرو	۵۷۰۰۰	۵ روز کاری
	۱۰۰۰	دورو	۷۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	بکرو	۶۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۲۰۰۰	دورو	۸۰۰۰۰	۵ روز کاری
	۵۰۰۰	بکرو	۱۶۰۰۰۰	۵ روز کاری

پاکت ملخی				
سایز	جنس	تیراژ	قیمت	تحويل
پاکت ملخی	تحریر ۸۰ گرم	۱۰۰۰	۹۰۰۰۰	۷ روز کاری
	تحریر ۸۰ گرم	۲۰۰۰	۱۳۰۰۰۰	۷ روز کاری
	تحریر ۸۰ گرم	۵۰۰۰	۲۵۰۰۰۰	۷ روز کاری
	کلاس ۱۲۰ گرم	۱۰۰۰	۱۳۰۰۰۰	۷ روز کاری
	کلاس ۱۲۰ گرم	۲۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۷ روز کاری

کارت ویزیت های شانلتری				
سایز	نام محصول	بکرو/ دورو	قیمت	تحويل
۹۰-۶۰ mm	لمینت براق		۴۰۰۰۰	۵ روز
	لمینت براق		۴۶۰۰۰	۲ روز
	لمینت مات		۶۰۰۰۰	۵ روز
	لمینت مات		۶۵۰۰۰	۲ روز
	لمینت براق طرح موج		۳۵۰۰۰	۱۲ روز
	لمینت مات طرح موج		۶۵۰۰۰	۱۲ روز
	لمینت برجسته		۳۰۰۰۰	۷ روز
	لمینت برجسته		۵۰۰۰۰	۳ روز
	لمینت برجسته طلاکوب		۸۰۰۰۰	۱۵ روز
	لمینت برجسته مخملی		۸۰۰۰۰	۱۵ روز
۹۰-۶۰ mm	ملا کارت لمینت براق		۱۰۰۰۰۰	۱۵ روز
	ملا کارت لمینت مات		۱۱۵۰۰۰	۱۵ روز
	سلفون براق دورگرد		۲۶۰۰۰	۵ روز
	سلفون مات دورگرد		۲۶۰۰۰	۵ روز
	سلفون مات ۲ رو موضعی		۲۲۰۰۰	۱۵ روز
	سلفون مات ۲ رو طلاکوب		۶۵۰۰۰	۱۵ روز
	سلفون مات مخملی طلاکوب		۹۵۰۰۰	۱۵ روز
	سلفون مات مخملی دورگرد		۶۰۰۰۰	۱۲ روز
	کتان دورگرد		۲۸۰۰۰	۷ روز
	آهتریبایی		۲۰۰۰۰۰	۱۵ روز
۸۵-۴۸ mm	لمینت براق ویزیتی		۳۰۰۰۰	۱۰ روز
	لمینت مات ویزیتی		۵۶۰۰۰	۱۰ روز
	لمینت برجسته مربع		۳۳۰۰۰	۷ روز

پاکت A4				
سایز	جنس	تیراژ	قیمت	تحويل
پاکت A4	تحریر ۸۰ گرم	۱۰۰۰	۲۰۰۰۰۰	۷ روز کاری
	تحریر ۸۰ گرم	۲۰۰۰	۳۰۰۰۰۰	۷ روز کاری
	کلاس ۱۲۰ گرم	۱۰۰۰	۲۵۰۰۰۰	۷ روز کاری
	کلاس ۱۲۰ گرم	۲۰۰۰	۴۰۰۰۰۰	۷ روز کاری
	کلاس ۱۲۰ گرم	۲۰۰۰	۴۰۰۰۰۰	۷ روز کاری

با خرید تعدادی از فرم های عمومی در یک ماه

۱۵٪ تخفیف **۲ میلیون تومان**

۱۰٪ تخفیف **۴ میلیون تومان**

۱۵٪ تخفیف **۴ میلیون تومان**

تخفیف بگیریید

۱۵٪ تخفیف ویژه همکاری ارسال رایگان تا باربری و ترمینال



دوستان کیمیا آسیاب
Doustan Chemie Asiab



تولیدکننده و واردکننده انواع ملزومات،
مرکب و مواد جانبی چاپ افست

تلفن: +۹۸ ۲۱ ۷۷ ۹۳ ۱۹۳، +۹۸ ۲۱ ۷۷ ۳۲ ۹۲ ۶۴، +۹۸ ۲۱ ۷۷ ۱۲ ۵۲ ۶۸

۳۸ ۴۲ ۱۲ ۷۷ ۲۱ ۹۸ + و فکس: ۱۱ ۴۸ ۹۶ ۷۷ ۲۱ ۹۸ +

www.doustanchemie.com | info@doustanchemie.com

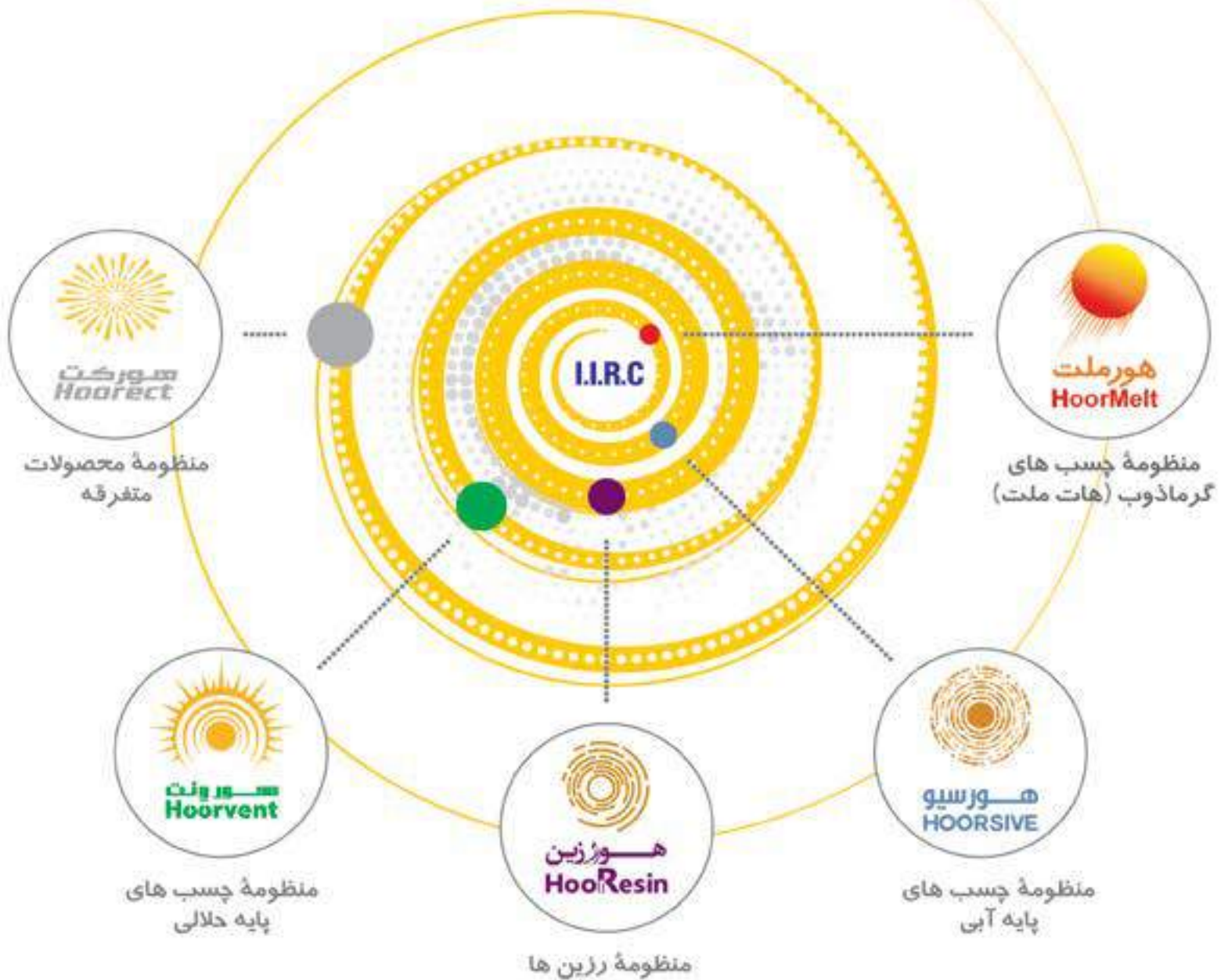


شرکت رزین‌های صنعتی ایران

- تاسیس ۱۳۵۴ -

کهکشان چسبنده

هور ۱۳/۵۴



Innovation means victory !

شرکت رزین‌های صنعتی ایران شنا سروران گرامی را به بازدید از غرفه این شرکت در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته (۲۲ لغایت ۲۵ آذرماه ۱۳۹۶) سالن ۴۴B غرفه ۴ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران دعوت می‌نماید.



دفتر مرکزی: تهران، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه میرزا حسینی، پلاک ۴، طبقه اول
تلفکس: ۰۲۱)۸۸۷۱۳۰۴۵-۸۸۷۱۶۷۹۹-۸۸۷۲۲۱۱۳-۸۸۷۱۳۹۷۱-۸۸۱۰۰۴۲۹
کارخانه: ساوه شهرک صنعتی گاوه، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۶
hoormelt hoormelt email: info@iirc-co.com www.iirc-co.com



خدمات صحافی :
ساخت انواع جلدهای چرمی
و گالینگور و لبه گرد
صحافی جلد سخت
صحافی پانچ و فتر
صحافی چسب گرم



لیست ماشین آلات چاپ :
ماشین چاپ ۴ رنگ ۲ ورقی
ZP ۲۰۰۵

ماشین چاپ ۲ رنگ ۴/۵ ورقی



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

مجموعه چاپ و صحافی دلتا

چاپ دیجیتال جهت کتاب و مجلات
در تیراژهای کمتر از ۱۰۰۰ عدد

از صفر تا صد با شما هستیم

چاپ و صحافی دلتا آماده پذیرش نمایندگی در تمامی استانها، جهت
پخش محصولات خود می باشد.
محصولات تولیدی این مجموعه شامل : سالنامه، دفاتر فانتزی،
دفاتر یادداشت و غیره می باشد.



ابتدای جاده ابعلی، روبروی خیابان اتحاد پلاک ۲۰۰
۸۰ - ۷۹ - ۷۷ ۰۰ ۹۵ ۷۷ - ۷۷ ۳۵ ۶۲ ۸۴ - ۷۷ ۳۵ ۶۴ ۳۹
Deltacalendar.co@gmail.com ۰۹۰۲ ۵۹۲ ۳۰ ۱۱

لیست چهارمین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته
 ۲۲ تا ۲۵ آذر ماه ۱۳۹۶ محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران

منتظر دیدار شما در سالن ۵ جزیره ی ارگ سیستم



ARGSYSTEM



لمیتور طولی RSM 1112 MA



کاتر پلاتر استپ و سروو SAGA



دستگاه چاپ مستقیم پارچه
 Belt MT-Belt-1807 1.8m با سیستم

Saga

RS Royal Sovereign

Refretonic

UniStar

KENONS

شرکت ارگ سیستم وارد کننده دستگاه های چاپ (اکوسالونت ، پارچه ، UV ، فلت بد) دستگاه های لمیتور سرد و گرم و شیت و رول، کاتر پلاتر، انواع کاتر های دیسکی و برقی و ... دستگاه های سابلی میشن و سه بعدی، قطعات یدکی و عرضه ی کلیه مواد مصرفی (رول لمینت، انواع کاغذ، مواد خام سابلی میشن).

www.argsystem.com

فروشگاه مرکزی: میدان امام خمینی، خیابان باب
 همایون، پانماز ایران پگاه، طبقه اول، پلاک ۷۴ و ۷۳

تلفن فروشگاه مرکزی: ۰۲۱-۳۳۹۹۷۴۱۵-۱۷
 تلفن دفتر مرکزی: ۰۲۱-۸۸۵۳۱۰۱۲-۱۳

دفتر مرکزی: تهران- خیابان سهروردی شمالی
 خیابان هویزه غربی، پلاک ۶۵، واحد ۱



پارسه

یه کار چاپی خوب!...



مجهز به افست دوورقی چهاررنگ ، لیتوگرافی ، تاکن بروشورهای فانتزی

شایان و ماهان کوچکزاده

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

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

اسپیرال کو SPIRAL.CO



فروش دستگاہ اتوماتیک صحافی ماریج موجود
پانچ اتوماتیک

فروش ویژه فتر دو بل رول و شیت وزیری
۱۷ لوب، ۱۸ لوب، ۲۶ لوب و ۲۷ لوب



نازلترین قیمت

نقدی - چکی

فروش فتر ماریج سفید، مشکی و نقره‌ای



۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰ ۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰ ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳



POWERED BY CANADIAN TECHNOLOGY 



الوان سازان آسیا

شرکت الوان سازان آسیا نماینده انحصاری شرکت LUXUL

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

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



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

تلفن: ۲۶۷۶۱۲۴۹ - ۲۶۷۶۱۲۷۹ فکس: ۲۶۷۶۱۲۵۳



مجموعه‌ترین تولید کننده فرم‌های عمومی در ایران با بهترین ماشین‌های چاپ روز دنیا

۱. دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم و رقی **CD 102-5** رنگ ۵

۱. دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم و رقی **CD 102-4** رنگ ۴

۳. دستگاه ماشین چاپ دو و رقی **CD 74-5** رنگ ۵

۱. دستگاه ماشین چاپ دو و رقی **S M 74-4** رنگ ۴

۱. دستگاه ماشین چاپ جنیوس **K B A** بووی ۵۲ رنگ ۵

۳. دستگاه لیتوگراف **Kodak Magnus 800** فول اتوماتیک

۱. ماشین چاپ **KBA UV52-L** فست خشک جنیوس ۵۲ بووی با برج لاک

در حال ترخیص
از گمرک

در حال نصب و
راه اندازی

ماشین سینگ ۴/۵ رقی **S P S** آلمان

در حال نصب و
راه اندازی

ماشین سلفون کشی دوگانه ۴/۵ رقی



بخشی از توانایی های مجتمع چاپ نقش الماس

تولید کننده انواع کارت های ویزیت ساده و فانتزی

تولید کننده انواع اوراق اداری (سربرگ - تراکت)

تولید کننده انواع کارت های PVC ، بانکی، هوشمند و ساده

تولید کننده انواع پوستر در ابعاد مختلف تا سایز ۱۰۰×۷۰

تولید کننده انواع پاکت ها در ابعاد مختلف

تولید کننده انواع ست های اداری

تولید کننده انواع فولدر و فرم های قالب دار

تولید کننده فرم های اختصاصی (کاتالوگ، بروشور، فولدر، کتاب، مجله و ...)



تلفن: ۳۳۶۰۰۹۲۳

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

WWW.HIRADBOX.COM

Email: info@hiradbox.com

همراه: ۰۹۱۲ ۱۲۵۵۷۹۳ شاهوندی

همراه: ۰۹۱۲ ۶۵۴۴۴۶۵ اکبری

تلگرام: ۰۹۳۳۷۷۷۷۹۸۷

افاغی

سالنامه



همگام با زمان ، همراه با شما

برای دریافت کاتالوگ و لیست قیمت به سایت مراجعه کنید
۳۳۰۰۰۰۱۱۰ - ۳۳۰۰۰۰۱۵۱ - ۳۳۰۰۰۰۹۴ - ۳۳۰۰۰۰۳۴

WWW.AFAGH-CO.COM

بازرگانه شالچیان

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



تولید انواع سالنامه
تقویم، ست مدیریتی
واردات هدایای تبلیغاتی

سالنامه
آبادانا
Apadana

آدرس: تهران، میدان بهارستان
خیابان صفی علیشاه، پلاک ۳۴
تلفن: ۳۳ ۹۵ ۵۵ ۰۸ - ۳۳ ۹۵ ۵۵ ۰۷
۳۳ ۹۸ ۵۸ ۱۲ - ۳۳ ۹۸ ۴۵ ۱۷
www.apadana-calendar.com
apadanahormozi@gmail.com

فوجی فیلم

زینک حرارتی LH-PTE ساخت هلند

بهترین زینک در صورت نیاز به:

- استفاده از یک برند معتبر
- کیفیت ثابت زینک
- تیراژ در حالت سوزانده نشده ۲۰۰,۰۰۰ ورق
- تیراژ در حالت سوزانده شده ۱,۰۰۰,۰۰۰ ورق
- ۲۴ ماه تاریخ مصرف (قابلیت نگهداری ۲۴ ماهه)
- دانه بندی چند لایه که منجر به تجمع کمتر مرکب در قسمت های غیر چاپی، افزایش امکان نگهداری آب و در نهایت به تعادل رسیدن آب و مرکب در کمترین زمان ممکن می شود.



داروی ظهور زینک حرارتی ساخت بلژیک

- قابلیت ظهور ۲۰۰۰ متر مربع زینک حرارتی
- دارای کیفیت یکنواخت در تولید
- حاوی ماده ضد رسوب
- هوای سالم تر محیط کار و آلاینده‌گی کمتر محیط زیست



FUJ.FILM Tilburg Netherlands

پرینتر های Wide Format فوجی فیلم

ساخت ژاپن

۲۲ الی ۲۵ آذرماه نمایشگاه بین المللی تهران سالن ۳۸



● دارای ۸ هد Dimatix فوجی فیلم

● استفاده از تکنولوژی Versa Drop™ کیفیتی متفاوت در چاپ دیجیتال

● قابلیت پرینت بر روی انواع رول و اجسام سخت

تهران فوکا

نمایندگی انحصاری FUJIFILM در ایران

ایران روتاتیو 



با راهکارهای چروتی قلمرو خود را وسیع کنید

کیفیت، انعطاف، سرعت و بهره‌وری
عناصر موفقیت با ماشین‌های چروتی

گروه چروتی با سابقه بیش از ۷۰ سال در مهندسی و ساخت ماشین‌آلات چاپ و عملیات تکمیلی رتوگراور پیشرو جهانی در این حوزه است. راهکارهای جامع گروه چروتی در ساخت ماشین‌آلات رتوگراور چاپ بسته‌بندی، ترکیبی موفق از راهکارهای مهندسی و سفارشی‌سازی مطابق با نیاز مشتری است.

آقای پائولو ماسراتو مدیر فروش منطقه‌ای گروه چروتی در آبان‌ماه طی بازدید از چاپخانه‌های ایران و همچنین مشتریان گروه چروتی بازار رو به رشد این صنعت را همراه با شرکت ایران روتاتیو مورد رصد و بررسی قرار داد. در ادامه گفتگویی با آقای ماسراتو در رابطه با مزیت‌های منحصر به فرد گروه چروتی، گرایش‌های نوین با انواع کاربری‌ها و همچنین راهکارهای متناسب چروتی برای بازار صنعت چاپ ایران تقدیم می‌شود.



Triplex Laminating Machine



تجربه و تخصص

گستره راهکارهای چاپ گراور جروتنی برای چه حوزه‌هایی از بازار ارائه می‌شوند؟

گروه جروتنی پس از موفقیت‌های قابل توجه و پیشتازی در این صنعت، راهکارهای جروتنی یا ساخت ماشین‌آلات چاپ بسته‌بندی و عملیات تبدیلی و تکمیلی گسترش یافت و در حال حاضر بیشترین تمرکز متخصصین تکنولوژی و مهندسمین طراحی جروتنی در حوزه بسته‌بندی اختصاص یافته است. گروه جروتنی همچنین در طی بیست سال گذشته راهکارهای اختصاصی برای چاپ امنیتی نیز ارائه داده است. بدین ترتیب یکی از مزایای منحصر به فرد گروه جروتنی ارائه راهکار در حوزه‌های مختلف صنعت چاپ است که امکان ساخت ماشین‌آلات سفارشی با استفاده از تجارب و تخصص در تکنولوژی‌های متنوع را به ارمغان آورده است. همانطور که یاد شد مهم‌ترین مزیت راهکارهای جروتنی انعطاف در طراحی مهندسی ماشین‌آلات و ساخت کاملاً سفارشی تجهیزات است. موفقیت‌های فروش گروه جروتنی شامل تعداد زیادی از شرکت‌های معتبر و صاحبان برنده همچون گروه CCL آمریکا در سراسر دنیاست که برخی از این پروژه‌ها شامل ماشین‌آلاتی است که به صورت صد درصد سفارشی ساخته شده‌اند و این مزیت در صنعت چاپ رتوگراور استثنایی است.

انواع کاربری‌های ماشین‌آلات عملیات تبدیلی و تکمیلی جروتنی شامل چه مزایایی هستند؟

در حوزه عملیات تبدیلی و تکمیلی تخصص گروه جروتنی در فرآیند پوشش‌دهی Hot-Melt نیز در صنعت چاپ ممتاز است. تکنولوژی Hot-Melt علاوه بر محصولات دورپسج، کاربری‌های متنوع دیگری همچون لمینیت‌زنی، پوشش‌دهی‌الاکترنی (برای بسته‌بندی‌هایی همچون کره، پنیر، صابون و غیره دارد. مشتریان متعدد این راهکار جروتنی در سراسر دنیا مرجع معتبری برای این حوزه محسوب می‌شوند. به عنوان مثال می‌توان به چاپخانه‌ای در اسپانیا اشاره کرد که اختصاصاً در حوزه چاپ درب‌های آلومینیومی لینیات فعال است و با برخورداری از سه ماشین رتوگراور جروتنی به همراه واحد Hot-Melt به صورت inline یکی از بزرگترین چاپخانه‌های درب‌های آلومینیومی در اروپاست که معتقد است تجهیزات Hot-Melt جروتنی راهکار ایده‌آل برای این نوع از تولید هستند.

مزیت بسیار قابل توجه برای مشتریان شرکت ایران روتاتیو، راهکارهای مالی است که با نرخ بسیار مناسب بهره و به صورت ریالی در اختیار سرمایه‌گذاران قرار داده می‌شود.

یکی دیگر از حوزه‌های تخصصی فعالیت گروه جروتنی مهندسی و ساخت ماشین‌آلات لمینیت‌زنی و پوشش‌دهی دولایه و سه لایه است. امتیاز گروه جروتنی تنوع زیاد راهکارها و امکان سفارشی‌سازی کردن آنها به تناسب نیاز مشتری است. جروتنی از معدود تولیدکنندگانی است که امکان لمینیت‌بیش از دو لایه را به صورت inline ارائه می‌دهد. یکی از رفرنس‌های چشمگیر در این حوزه شرکت ایتالیایی برای بسته‌بندی قهوه است که فرآیند لمینیت‌زنی را برای ۴ لایه و به صورت inline انجام می‌دهد. ما همچنین تخصص حرفه‌ای در ادغام واحدهای لمینیت‌زنی در ماشین‌ها را داریم. در بسیاری از موارد به درخواست مشتری واحدهای لمینیت‌زنی را در خط یک ماشین لمینیت‌زنی دیگر ادغام کرده‌ایم تا مشتری به بهره‌وری و امکانات بیشتری از ماشین خود دست یابد. این راهکار منحصر به فرد نشان‌دهنده دانش تکنولوژی و مهندسی قدرتمند گروه جروتنی است.

کاربری جذاب و نوین دیگر در صنعت چاپ بسته‌بندی فرآیند Demetalization است که گروه جروتنی نیز تجهیزات inline آن را در گستره متنوع ماشین‌آلات عملیات تبدیلی خود ارائه می‌دهد. لازم به ذکر است که برخی از تولیدکنندگان صاحب نام ایران در صنایع غذایی از مشتریان چاپخانه‌هایی در کشورهای همسایه هستند که با ماشین‌آلات جروتنی خدمات Demetalization را ارائه می‌دهند و می‌توان خلاصه این تکنولوژی در ایران را حس نمود.

این موارد مثال‌هایی از تکنولوژی‌های کاربردی بود که تنوع گسترده‌ای از آنها در راهکارهای گروه جروتنی در تناسب با نیاز مشتریان ارائه می‌شود. جروتنی به بیانی دیگر ماشین را دقیقاً به تناسب محصولات مشتری طراحی و ارائه می‌کند.

مهم‌ترین مزیت راهکارهای جروتنی انعطاف در طراحی مهندسی ماشین‌آلات و ساخت کاملاً سفارشی تجهیزات است. برخی از این پروژه‌ها شامل ماشین‌آلاتی است که به صورت صد درصد سفارشی ساخته شده‌اند و این مزیت در صنعت چاپ رتوگراور استثنایی است.

R98X



راهکارهای آینده - محور

جدیدترین نوآوری‌های جروتی با چه گرایش‌هایی در بازار همسو شده است؟

یکی از نوآوری‌های اخیر ما ساخت ماشین‌های Hybrid با ادغام واحدهای چاپ فلکسو در ماشین رتوگراور است. مدت زمان کمی از عرضه این راهکار می‌گذرد و تاکنون یک فروش موفق نیز داشته است. خبر جدید دیگر در خصوص راهکارهای جروتی، کاربرد مرکب‌های نووی در ماشین گراور است که علاوه بر افزایش سرعت در خشک شدن و چاپ رنگ‌های درخشان، تنوع کاربری‌ها را نیز افزایش می‌دهد. یکی از حوزه‌های اصلی فعالیت ما چاپ امنیتی است که سابقه جروتی در آن به بیش از ۲۰ سال می‌رسد. پروژه‌های معروف این حوزه همچون بانک مرکزی استرالیا، چاپ اسکناس‌های پلیمری، پست سلطنتی و بانک سلطنتی انگلستان از مشتریان گروه جروتی در حوزه چاپ امنیتی هستند. یکی دیگر از نوآوری‌های اخیر گروه جروتی ادغام واحدهای چاپ Semiflexo در ماشین چاپ گراور فروخته شده به بانک سلطنتی انگلستان برای چاپ هولوگرام‌های سه‌بعدی روی اسکناس بود که تکنولوژی انحصاری است و مشابه آن در دیگر راهکارهای چاپ گراور وجود ندارد.

ماشین R98X راهکار منتخب گروه جروتی به لحاظ انعطاف عملیاتی، تنوع کاربری و کیفیت است. مزایای کاربردی این ماشین را شرح دهید.

ماشین R98X یک راهکار منحصربه‌فرد به لحاظ پایداری در تولید و انعطاف عملیاتی است. تعداد زیادی از این ماشین در سراسر دنیا نصب شده و تاکنون بهترین پیام‌ها را مبنی بر رضایت صد درصد مشتریان دریافت کرده‌ایم. این موفقیت به واسطه اوج انعطاف برای گستره متنوعی از کاربری‌های و محصولات ایجاد شده که موجب جذب مشتریان جدید برای چاپخانه‌ها و همچنین سودآوری بالا می‌شود. یکی از مزایای اصلی R98X سهولت و سرعت بالا در تعویض کار است که موجب کاهش قابل توجه زمان تولید و افزایش سطح بهره‌وری می‌شود. گروه جروتی پیشرو در ارائه بهترین واحدهای خشک‌کنی با اوج بازدهی در دنیا است که ترکیب آن با تکنولوژی ماشین R98X این راهکار را به جایگزین‌ترین و منعطف‌ترین ماشین جروتی تبدیل کرده است. بهره‌وری در قالب استفاده بهینه از زمان‌های از دست رفته آماده‌سازی و تعویض کار همواره در صنعت چاپ گراور یک چالش محسوب می‌شود. این چالش برای کمپانی جروتی فرصتی برای عرضه مزیت‌های رقابتی خود با دیگر تولیدکنندگان بوده و نرخ بالاتر بهره‌وری را به دنبال خواهد داشت. تعویض کامل یک کار چاپی هشت رنگ تنها در مدت زمان ۲۸ دقیقه نشان از انعطاف‌پذیری و قابلیت مازولار سیستم‌های جروتی دارد.

بازار پرتانسیل ایران

سرمایه‌گذاری در راهکارهای جروتی برای چاپخانه‌داران ایران چه مزایایی به ارمغان می‌آورد؟

در وهله اول مشتریان با انتخاب جروتی، از سطح بالای کیفیت، گستره متنوع کاربری‌ها برای تولید انواع محصولات و پایداری در کارکرد ماشین بهره‌مند می‌شوند. اما نکته بسیار مهم در سرمایه‌گذاری با جروتی، زمان کوتاه بازگشت سرمایه است که به واسطه سطح بالای سودآوری، تولید بهینه و همچنین افزایش تنوع مشتریان به دست می‌آید. عمده مشتریان جروتی در مدت زمان بسیار کوتاه بسته به نوع سرمایه‌گذاری خود توانسته‌اند هزینه اولیه سرمایه‌گذاری را پوشش دهند. یکی از حوزه‌های بازار که با راهکارهای جروتی برای سرمایه‌گذاران جذاب و به سرعت توجیه‌پذیر است، محصولات دارویی است که یکی از سودآورترین بازارهای چاپ بسته‌بندی و همچنین رو به رشد در کشور ایران نیز محسوب می‌شود و اتفاقاً مشاهده می‌شود که



جروتی از معدود تولیدکنندگانی

است که امکان لمینیت بیش از

دو لایه را به صورت inline ارائه

می‌دهد. برای مثال یک شرکت

ایتالیایی برای بسته‌بندی قهوه

فرآیند لمینیت‌زنی را برای ۴ لایه و

به صورت درخط انجام می‌دهد..



خدمات مشترک و جامع گروه جروتی و شرکت ایران روتاتیو شامل چه اقداماتی برای مشتریان می‌شود؟

لازم است که در ابتدا به امنیت مشتریان شرکت ایران روتاتیو اشاره کنم. ایران روتاتیو در مقیاس جهانی یک شرکت حرفه‌ای و ساختارگراست. نمایندگی‌های فروش اغلب با تعداد بسیار محدود پرسنل و سیستم‌های فاقد پشتیبانی فعالیت می‌کنند. قابل توجه است که شرکت ایران روتاتیو با برخورداری از تیم مهندسی فروش در بخش‌های ماشین‌آلات، مواد مصرفی و ملزومات، تیم مارکتینگ، تیم متخصصین سرویس و پشتیبانی فنی، بخش فروش قطعات یدکی، بخش سفارشات تنها شرکتی است که در این وسعت در ایران خدمات مشاوره و فروش راهکارهای صنعت چاپ و بسته‌بندی ارائه می‌دهد. یکی از خدمات گروه جروتی به مشتریان، تست‌های سازگاری ماشین‌ها با مواد مصرفی برای پیشنهاد مناسب‌ترین مواد مصرفی برای تولید به مشتریان است. در این خصوص نیز خوشبختانه شرکت ایران روتاتیو در کنار خدمات جامع خود، گستره کاملی از مواد مصرفی از معتبرترین برندهای جهانی را تامین می‌کند که با خدمات ما هم‌راستا است. در مجموع می‌توان گفت شرکت ایران روتاتیو بسیار فراتر از یک نماینده فروش، در قالب مشاور صنعتی بیش از سرمایه‌گذاری، ارائه خدمات فنی پس از فروش، آموزش‌های فنی، مشاور بهبود تولید و توسعه متضمن موفقیت مشتریان خود می‌باشد. اعتقاد داریم که همکاری با شرکت ایران روتاتیو تجربه‌ای حرفه‌ای و موفق برای گروه جروتی خواهد بود و ما امیدوار هستیم که با استقبال سرمایه‌گذاران و جایگاه‌داران ایران بتوانیم موجب توسعه این صنعت شویم.

موفقیت را برای آنها ترسیم می‌کنیم و راهکارهایی ارائه می‌دهیم که به تناسب نیازهای آتی آنها منعطف و قابل ارتقا باشد.

مزیت بسیار قابل توجه برای مشتریان شرکت ایران روتاتیو، راهکارهای مالی برای سرمایه‌گذاری است که با اعتبار شرکت ایران روتاتیو از طریق بانک‌ها و به صورت ریالی و نرخ بسیار مناسب بهره در اختیار سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد. هدف شرکت ایران روتاتیو و گروه جروتی از ارائه این راهکارها ارتقای صنعت چاپ ایران با تجهیزات و تکنولوژی روز دنیا است.

یکی از معروفترین چاپخانه‌های

دارویی در اروپا در طی دو سال اخیر

دو ماشین جروتی در مجموعه خود

نصب کرده و در حال سرمایه‌گذاری

در سومین ماشین جروتی خود

می‌باشد.

ماور داریم که بازار ایران از پتانسیل بسیار بالا برای توسعه و همچنین برای ارتقای جایگاه منطقه‌ای برخوردار است. برخی مشتریان ما در ایران بهترین و بالاترین سطح از تکنولوژی جروتی را در زمان خود راه‌اندازی کرده بودند و انتظار می‌رود که با افزایش تقاضای بازار و همچنین بهبود شرایط اقتصادی و تجاری در ایران، این گونه سرمایه‌گذاری‌های هوشمندانه تکرار شود.

اقتضای کیفیت و استانداردهای بهداشتی در این حوزه در ایران رو به رشد و افزایش است و در آینده نزدیک تنها تکنولوژی‌های پیشرفته توان همپایی با این سطح از استاندارد و کیفیت را خواهند داشت. در رابطه با سود آور بودن بازار محصولات دارویی می‌توان نمونه‌های موفق را بررسی نمود؛ یکی از معروفترین تولیدکنندگان بسته‌بندی‌های قرص در اروپا در طی دو سال اخیر دو ماشین جروتی در مجموعه خود نصب کرده و در حال حاضر در حال سرمایه‌گذاری در سومین ماشین جروتی خود می‌باشد. مزیت مهم دیگر برای سرمایه‌گذاران در ایران با انتخاب راهکارهای جروتی، بهره‌مندی از خدمات جامع شرکت ایران روتاتیو است. مهندسی مشاور و تیم متخصصین فنی شرکت ایران روتاتیو، متضمن امنیت مشتریان در سرمایه‌گذاری و تولید هستند.

و البته در کنار این مزایا، نوآوری و قدرت تکنولوژی جروتی با بهره‌گیری از دانش تخصصی و سابقه حرفه‌ای برای راهکارهای اختصاصی و سفارشی‌سازی شده موجب انطباق کامل ماشین‌ها با نیاز مشتری و همراه با انواع تست‌های سازگاری با مواد مصرفی مورد استفاده مشتری می‌شود. ما طبق تحرکات و گرایش‌های بازار و بررسی نیازهای مشتریان مسیر

شرکت ایران روتاتیو
نماینده انحصاری
گروه جروتی ایتالیا

تهران، خ سهروردی شمالی
خ دکترقندی، خ سیبویه شمالی
پلاک ۲، ساختمان هایلدیبرگ
تلفن بخش فروش: ۰۲۱-۸۷۷۸
www.iranrotative.com



Sahand

INK Co.

مکان: تهران - بهارستان - کوچه آزادیخواه / بن بست آرایش پلاک ۹ طبقه ۴
 واحد دیدارما نمایشگاه چاپ و بسته بندی
 تهران: تلفن: ۳۶۱۹۸۱۳ - ۳۶۵۸۹۳۵ - ۳۳۹۶۸۴۳ - فکس: ۳۶۱۹۱۵۳
 تهران: خیابان ۱۷ شهریور جدید / تقاطع طالقانی / ساختمان سهند طبقه ۵
 تهران: تلفن: ۳۵۵۷۰۷۱۴ - ۳۵۵۷۰۷۱۴ - فکس: ۳۵۵۳۹۹۱۰
 مکان: بسلان ۳۸۸۸ - فرقه شماره ۵۷

شرکت مرکب سهند

(تولید و واردات کلیه لوازم چاپ و بسته بندی)

واردکننده ورنی بووی هوبر آلمان

تهران : بهارستان - کوچه آزادیخواه / بن بست آرایش پلاک ۹ طبقه ۴
 تلفن: ۳۶۱۹۸۱۳ - ۳۶۵۸۹۳۵ - ۳۳۹۶۸۴۳ - فکس: ۳۶۱۹۱۵۳
 تهران: خیابان ۱۷ شهریور جدید / تقاطع طالقانی / ساختمان سهند طبقه ۵
 تلفن: ۳۵۵۷۰۷۱۴ - ۳۵۵۷۰۷۱۴ - فکس: ۳۵۵۳۹۹۱۰
 www.sahandir.com info@sahandir.com



ایران ریسو



مرکز تخصصی واردات و خدمات پرینترهای صنعتی و پر قدرت ریسو

✓ تحویل ۲۰ روزه
✓ ۵ سال خدمات پس از فروش

✓ فروش بدون واسطه
✓ یکصد هزار برگ گارانتی

 RISO

iranriso.ir



:riso_comcolor



telegram.me/iran_riso09337044770

جهت بازدید و ثبت سفارش با شماره ۸۸۳۰۰۴۳۳
تماس حاصل فرمایید
خدمات ۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰

ویزیت های ساده

تحويل	قیمت	بکرو اورو	نام محصول
۱ روزه	۱۰/۰۰۰	بکرو	سلفون براق
	۱۴/۵۰۰	دورو	
۱ روزه	۱۰/۰۰۰	بکرو	سلفون مات
	۱۴/۵۰۰	دورو	
۵ روزه	۱۴/۰۰۰	بکرو	کتان اندونزی
	۱۵/۵۰۰	دورو	
۵ روزه	۲۰/۰۰۰	بکرو	کتان آلمان
	۲۲/۰۰۰	دورو	
۵ روزه	۱۵/۰۰۰	بکرو	سوسماری
	۱۷/۰۰۰	دورو	
۵ روزه	۲۸/۰۰۰		کتان دورگرد
۲ روزه	۱۱/۰۰۰		لیبل
۲ روزه	۱۲/۰۰۰		لیبل سلفون براق

۸۵-۴۸ mm

۸۵-۴۸ mm ۹۰-۶۰ mm

ویزیت های فانتزی

تحويل	قیمت	چاپ معمولی		نام محصول
		تحويل	قیمت	
۲ روزه	۴۶۰۰۰	۵ روزه	۴۰۰۰۰	لعبت براق
۲ روزه	۶۵۰۰۰	۵ روزه	۶۰۰۰۰	لعبت مات
		۱۲ روزه	۴۵۰۰۰	لعبت براق طرح موج
		۱۲ روزه	۶۵۰۰۰	لعبت مات طرح موج
۳ روزه	۵۰۰۰۰	۷ روزه	۴۰۰۰۰	لعبت برجسته
		۱۵ روزه	۷۵۰۰۰	لعبت برجسته ممتلی
		۱۵ روزه	۷۲۰۰۰	لعبت برجسته فلکوب
		۷ روزه	۳۳۰۰۰	لعبت برجسته مربع
		۱۵ روزه	۸۰۰۰۰	پلا کارت لعبت براق
		۱۵ روزه	۱۰۰۰۰۰	پلا کارت لعبت مات
		۱۲ روزه	۳۶۰۰۰	سلفون مات ۲ رو موشی
		۱۲ روزه	۵۵۰۰۰	سلفون مات ۲ رو فلکوب
		۱۵ روزه	۶۷۰۰۰	سلفون مات ممتلی موشی
		۱۵ روزه	۸۵۰۰۰	سلفون مات ممتلی فلا کوب
		۱۲ روزه	۵۷۰۰۰	سلفون مات ممتلی دورگرد
		۵ روزه	۲۶۰۰۰	سلفون مات دورگرد
		۵ روزه	۲۶۰۰۰	سلفون براق دورگرد
		۳۰ روزه	۱۸۵۰۰۰	آهنرایی
		۱۰ روزه	۳۰۰۰۰	لعبت براق ویزیتی
		۱۰ روزه	۵۰۰۰۰	لعبت مات ویزیتی

۹۰ - ۶۰ mm

۸۵-۴۸ mm

Tandis BARTAR

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

پاکت نامه

تحويل ۷ روز کاری

بکرو	تعداد	ممتلی	A4
۲۰۰/۰۰۰	۹۰/۰۰۰	۵۵۰	۱۰۰۰ گرم
۳۰۰/۰۰۰	۱۴۰/۰۰۰	۵۵۰	۲۰۰۰ گرم
۲۵۰/۰۰۰	۲۵۰/۰۰۰	۵۵۰	۵۰۰۰ گرم
۲۵۰/۰۰۰	۱۴۰/۰۰۰	۵۵۰	۱۰۰۰ عدد
۴۰۰/۰۰۰	۲۰۰/۰۰۰	۵۵۰	۲۰۰۰ عدد

با خرید نقدی
از فرم های عمومی

۱ میلیون تومان
۵٪

۲ میلیون تومان
۱۰٪

۴ میلیون تومان
۱۵٪

تخفیف بگیرید

تصویر ۸۰ گرم

بکرو	تعداد	A4
۶۵/۰۰۰	۱۰۰۰ عددی	297 - 210
۹۰/۰۰۰	۲۰۰۰ عددی	297 - 210
۱۴۰/۰۰۰	۵۰۰۰ عددی	297 - 210

بکرو	تعداد	A5
۲۲/۵۰۰	۱۰۰۰ عددی	210 - 147.5
۴۵/۰۰۰	۲۰۰۰ عددی	210 - 147.5
۷۰/۰۰۰	۵۰۰۰ عددی	210 - 147.5

بکرو	تعداد	A6
۲۲/۵۰۰	۱۰۰۰ عددی	145 - 90 mm
۲۵/۰۰۰	۲۰۰۰ عددی	145 - 90 mm
۲۷/۵۰۰	۵۰۰۰ عددی	145 - 90 mm

بکرو	تعداد	A4
۷۰/۰۰۰	۱۰۰۰ عددی	290 - 200 mm
۹۰/۰۰۰	۲۰۰۰ عددی	290 - 200 mm
۱۲۰/۰۰۰	۵۰۰۰ عددی	290 - 200 mm

بکرو	تعداد	A5
۲۵/۰۰۰	۱۰۰۰ عددی	200 - 145 mm
۵۰/۰۰۰	۲۰۰۰ عددی	200 - 145 mm
۶۰/۰۰۰	۵۰۰۰ عددی	200 - 145 mm

بکرو	تعداد	A6
۱۷/۵۰۰	۱۰۰۰ عددی	145 - 90 mm
۲۵/۰۰۰	۲۰۰۰ عددی	145 - 90 mm
۳۰/۰۰۰	۵۰۰۰ عددی	145 - 90 mm

گلاس ۱۲۰ گرم

دریافت سفارش آنلاین
www.tandisprint.ir

۰۴۰۶۶۶۶۳۳ (۱۰ خط ویژه)

سفارشات کار امیدان بهارستان ابتدای خیابان ملت برج بهارستان
طبقه همکف واحد ۱۱۵ تلفن: ۳۳۹۶۶۷۶۵
تحويل کار امیدان بهارستان ابتدای خیابان ملت برج بهارستان
طبقه همکف واحد ۱۱۳ تلفن: ۳۳۹۶۶۷۶۴-۶۵
چاپخانه خیابان جمهوری کوچه مراغه ای پلاک ۶۴
www.Tandisprint.ir | save@tandisprinting.com



شرکت تصویر مدار

نماینده رسمی میماکی ژاپن در ایران



UJF - 6042 MKII



UJF - 3042 MKII EX



UJF - 3042 MKII



UJF - 7151



UJF - 3042FX



JFX200 - 2531



JFX200 - 2513



UJV55 - 320



SIJ - 320



UJV - 160



Tx300 - 1800P



CF22-1225



CF2-1218



CFL - 605

Mimaki

آدرس : تهران خیابان سهروردی جنوبی خیابان برادران نوبخت شماره ۲۷

تلفن : ۸۸۳۰۹۹۲۸ - ۸۸۳۰۹۹۳۸

www.tasvirmadar.co.ir

info@tasvirmadar.co.ir

@tasvirmadarco



KONICA MINOLTA

AccurioPrint C2060L

COLOR DIGITAL PRODUCTION PRESS / COPIER / SCANNER

نسلی جدید از کونیکا مینولتا

با کیفیت و قابلیت های متفاوت با آنچه تا بحال دیده اید.....!!!

عرضه ایی متفاوت از ایده آل

عضو رسمی اتحادیه فن آوران و ماشینهای اناری تهران

آماده نصب و راه اندازی با آپشنهای متعدد و دلخواه

گارانتی و خدمات پس از فروش مطابق استاندارد کمپانی سازنده

انبوه مواد مصرفی و قطعات یدکی فابریک

استفاده از تسهیلات فاینانس مدت دار بدون بهره

مشارکت و پشتیبانی فنی و مالی از ایده آل آلمان

شرایط واگذاری آسان!!!

ایده آل

متعور - متفاوت !!!

انتخاب حرفه ای ها

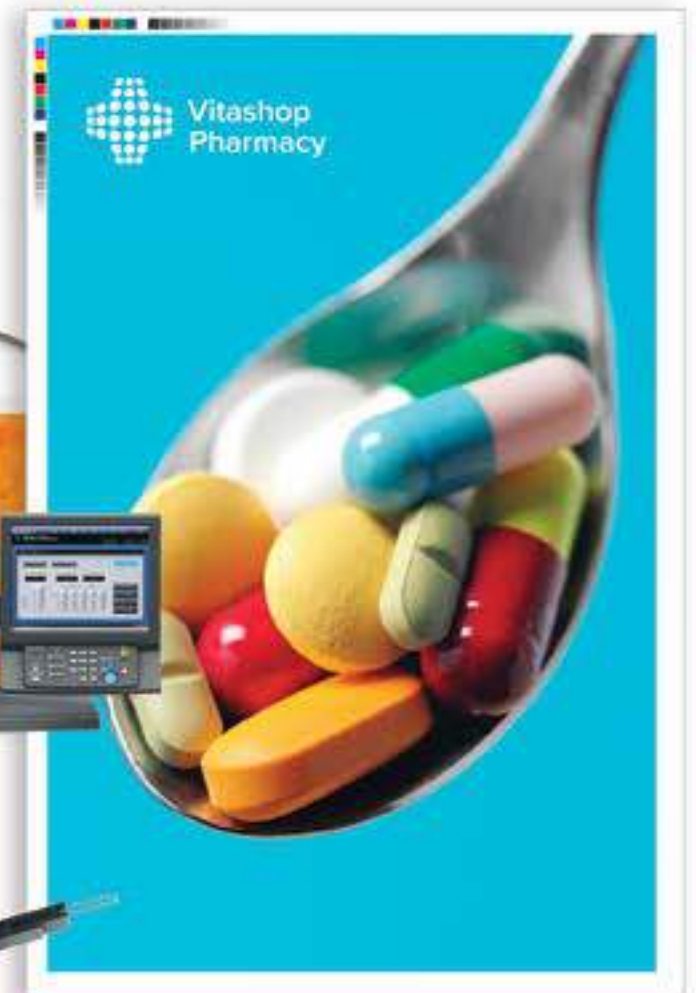
عضو فعال و موفق بیش از ۲ دهه در صنعت چاپ دیجیتال ایران

www.idealshop.ir

عرضه لوازم یدکی و مواد مصرفی اورجینال

کلیه مدلهای نسل قبل پروداکشن کونیکا مینولتا با قیمتهای تجارتي

C6500-C6000-C7000-C8000-C1060/70-C1085-C1100



دفتر تهران : سعادت آباد - علامه جنوبی - مرکز تجارت طوس

شماره ۵۹ تلفن ۸۸۹۶۳۰۳۰ تلفن همراه ۰۹۱۲۱۱۷۳۰۷۴

کانال تلگرام

@idealshop

IDEAL

Cutting machines

 **MADE IN GERMANY**

ماشین برش اتوماتیک ایده آل

آمیزه ایی از هنر - دقت - کیفیت - استحکام و اصالت

ساخت آلمان

بهترین انتخاب برای مراکز چاپ دیجیتال

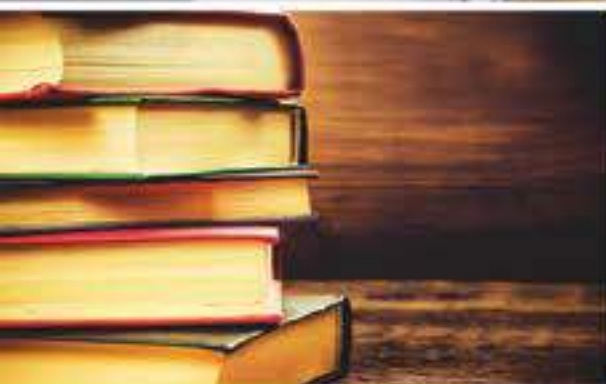
تعداد محدود با شرایط خاص



مرکز ماشینهای اداری ایده آل

دفتر تهران : سعادت آباد - علامه جنوبی - مرکز تجارت طوس

شماره ۵۹ تلفن: ۸۸۹۶۳۰۳۰ تلفن همراه ۰۹۱۲۱۱۷۳۰۷۴



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 ...)

HARD BOX

جعبه های هارد باکس (جعبه سخت)



اولین
در کیفیت
HARD BOX

بسته بندی های جدید هارد باکس ویژه صنایع مختلف

انواع جعبه سخت ویژه سررسید ، جعبه هدایای تبلیغاتی ، جعبه ارگانایزر
جعبه های کادویی شکلات ، مصنوعات چرم ، صنایع دستی ، زعفران ، پوشاک

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

۰۲۱ - ۵۶۵۴۰۰۹۴ (خط ۴)

سفارشات: ۰۹۱۳۴۱۴۳۹۵۰

WWW.KAMELPACK.COM

SALES@KAMELPACK.COM



چاپ لیبل و لفاف‌های بسته‌بندی

مرکز چاپ و بسته‌بندی

مدرن‌ترین ماشین چاپ اروپا 2017 NEW MODEL

وعده دیدار ما:
بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی
چاپ و بسته‌بندی تهران
۲۲ تا ۲۵ آذر ماه ۹۶

- بدون نیاز به کلیشه و سیلندر
- تیراژ دلخواه
- تحویل فوری

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

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



دفتر مرکزی: همدان، خیابان مهدیه، ساختمان پیام
چاپخانه: همدان، شهرک صنعتی بهاران، خیابان صنعت، خیابان نهم
همراه: ۰۹۱۸ ۳۱۴ ۸۱۸۸
چاپخانه: ۰۸۱-۳۴۵۸۶۷۳۱-۳
تلگرام: ۰۹۲۱-۰۸۰۹۳۱۳

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



سررسید اروپایی روزشمار
سررسید اروپایی دور روزشمار
سررسید اروپایی دستیار هفتگی
سررسید اروپایی دستیار ماهیانه
تقویم اروپایی جیبی و بالنتوی
انواع تقویم روزمیزی



سررسید تیج

همیشه همراه

TIJ Calendar®
۸۸۸۹۷۵۶۷-۹
www.tijco.com



چاپ و بسته بندی ریما



چاپ و بسته بندی مبارکه

منتظر
دیدار شما

بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی
واقع در محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران

سالن 38B. غرفه صنایع چاپ و بسته بندی ریما

۲۲ لغایت ۲۵ آذرماه ۱۳۹۶

ساخت انواع جعبه و کارتن های صادراتی
کانالوگت. بروشور. استند. پاکت تبلیغاتی. ست اداری. فولدر



کیلومتر ۱۸ جاده قدیم کرج
ضلع جنوب جاده. پلاک ۸۵۴
تلفکس: ۶۶۲۸۱۵۰۹ (خط ۱۰)

www.rimapack.ir

info@rimapack.ir

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

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

مجتمع تخصصی چاپ و تبلیغات

سالنامه پرتو

مجهز به چاپخانه کامل ، صحافی و خدمات پس از چاپ

Coming Soon ...

1397



تنوعی کامل از سررسید ، بیش از ۳۰ مدل تقویم رومیزی ، ارگانایزر و ست مدیریتی

www.partoprint.com

Cell : 0913 114 8828

Telegram : @partoprint

Instagram : partoprint

031-36633395 - 36637531 - 32243554

اصفهان ، خیابان مشتاق دوم ، خیابان حمزه اصفهانی شمالی ، انتهای بن بست ۳۴ ، ساختمان سالنامه پرتو

DAIHAN INK



GOLD 871-876

SILVER 877

METAL INK

اولین مرکز تخصصی رنگهای متالیک (طلایی و نقره ای)
رنگهای پنتون
مرکب حلب

بزرگترین مرکز پخش الکل ایزوپروپیل اورجینال در سراسر کشور

نماینده رسمی فروش لاستیک های سیلندر فونیکس و کنتی ایر آلمان

گروه بازرگانی سپکا

تهیه و توزیع ملزومات چاپ، نماینده انحصاری

مرکبهای دایهان کره

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

خانقاه مطهریه، ساختمان سپکا، پلاک ۵

تلفن: ۴-۷۷۶۲۳۵۸۰ - ۷۷۶۱۸۴۸۶

۸۸۳۱۴۹۷۳-۸۸۸۲۰۴۶۱

وبسایت: www.sepka.org

مجتمع چاپ و بسته بندی کسری یزد



KASRA
PRINTING

مجهزترین چاپخانه جنوب شرق کشور

با ما آنلاین باشید...
www.kasraprinting.com

برای دریافت لیست قیمت و سفارش آنلاین به سایت مراجعه نمایید.



اولین مرکز چاپ فرم های عمومی
اروزه در استان یزد

- دستگاه پلیت ستر تمام اتوماتیک (لیتوگرافی)
- چاپ افست ۴/۵ ورقی (۱۰۰۰۰۰) رنگ همزمان هایدلبرگ
- چاپ افست دو ورقی (۵۰۰۰۰۰) رنگ همزمان هایدلبرگ
- چاپ افست تک ورقی (۳۰۰۰۰۰) رنگ همزمان هایدلبرگ
- چاپ افست دو ورقی (۵۰۰۰۰۰) تک رنگ هایدلبرگ
- چاپ افست تک ورقی (۳۰۰۰۰۰) تک رنگ هایدلبرگ
- دستگاه لترپرس دو ورقی هایدلبرگ
- برش پلار برنامه دار ■ ترتیب کن ۱۲ خانه Duplo
- دستگاه تاکن اشغال ■ ریسو گراف A3
- دستگاه سلقون کش حرارتی
- دستگاه تمام اتوماتیک صحافی مفتول و چسب گرم
- جعبه چسبان ونزوئالیوان مدل ۲۰۱۵ / دو طرف چسب

دفتر مرکزی: یزد- میدان باهنر- ابتدای بلوار شهید صدوقی- جنب بانک مهر اقتصاد
تلفن: ۰۳۶۸ ۳۷۲۵ - ۳۷۲۵ ۳۳۴۰ (۰۳۵)
چاپخانه: بلوار آزادگان - جنب شرکت اتان گاز - بن بست ۵۹
تلفن: ۰۳۶۲ ۷۴۹۲ - ۳۷۲۰ ۷۴۹۱ (۰۳۵)
همراه: ۰۹۱۳ ۴۶۰ ۷۰۳۰

از ۲۲ لغایت ۲۵ آذر در نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران (سالن ۲۸B غرفه ۷۴)
پذیرای شما هستیم

AVANG PACK

www.avangzaman.com
@avangzaman
avangzaman



آولنگ پک

تولید انواع جعبه های لمینیتی تا ابعاد ۱۶۰cm
مجهز به دستگاه لمینیت، دایکات، جعبه چسبانی، سلفون کشی، یووی موضعی

دفتر مرکزی: خیابان جمهوری، ابتدای خیابان ملت، برج بهارستان، بلوک B، طبقه هشتم، واحد B81-B83
تلفن: (خط ۱۰) ۰۲۱-۳۳۹۲۵۳۴۱ - پیامک ۰۹۳۶۲۲۷۸۰۸۶ - همراه: ۰۹۱۲۲۲۷۸۰۸۶
کارگاه: پایین تر از چهارراه سرچشمه، بعد از پمپ بنزین، جنب پارکینگ طبقاتی رضا، پلاک ۵۰۹

AVANG ZAMAN

Clock Roller Pen Key holder Gift box Tools Shopping bag Power bank
Desk clock Pen collection Calender Leather set Mug Flag Flash memory



AVANG zaman
Collection Of Adverting Gift

آونگ زمان
توليد و پختل انواع هداياى تبليغاتى

دفتر مركزى خيابان جمهورى، ابتداى خيابان ملت، برج بهارستان، بلوك B، طبقه هشتم، واحد B81-B83
تلفن: (خط ۱۰) ۰۲۱-۳۳۹۲۵۳۴۱ پیامک ۰۹۳۶۲۲۷۸۰۸۶ همراه: ۰۹۱۲۲۲۷۸۰۸۶

www.avangzaman.com

@avangzaman



avangzaman@yahoo.com

avangzaman



Trendsetter 800 III Quantum

فروش و خدمات تخصصی پس از فروش

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

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



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

تلفن: ۰۲۱-۴۴۷۸۳۷۵۵ | ۰۲۱-۴۴۷۸۱۶۸۸ | فکس: ۰۲۱-۴۴۷۹۲۸۳۵ | همراه: ۰۲۱-۵۰۰ ۹۱۲ (سید مرتضی عرشاهی)



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



فرا تک

CRON

CRON Flexo HDI 1600

HDI-1600S, HDI-1600S+, HDI-1600H

ابعاد پلیت : از ۲۰۰×۲۰۰ میلی‌متر تا ۱۵۲۴×۱۲۰۰ میلی‌متر
 رزولوشن : ۹۶۰۰/۵۰۸۰/۴۸۰۰/۴۰۰۰/۲۵۴۰/۲۴۰۰/۱۲۰۰
 سرعت : از ۱ مترمربع تا ۴٫۳ مترمربع در ساعت
 نوع پلیت : پلیت‌های دیجیتال فلکسو، فیلم‌های حرارتی،
 پلیت‌های لیتربرس پشت فلزی، پلیت‌های حرارتی آلومینیومی،
 ضخامت : از ۰٫۱ میلی‌متر تا ۳٫۹۴ میلی‌متر



CRON CTP G+ Series

26G+, 36G+, 46G+, 60G+

ابعاد پلیت : از ۲۴۰×۲۴۰ میلی‌متر تا ۱۵۲۴×۱۲۰۰ میلی‌متر
 رزولوشن : ۹۶۰۰/۵۰۸۰/۴۸۰۰/۲۴۰۰/۱۲۰۰
 سرعت : از ۱۱ پلیت تا ۴۰ پلیت (۸۲۰×۱۰۳۰) در ساعت
 نوع پلیت : پلیت‌های حرارتی آلومینیومی
 ضخامت : از ۰٫۱۳ میلی‌متر تا ۰٫۴ میلی‌متر
 - با قابلیت پانچ -

تنها نمایندگی رسمی

CRON Europe

در ایران

منتظر دیدار شما در
 نمایشگاه بین‌المللی
 چاپ، بسته‌بندی
 ماشین‌آلات وابسته
 سالن ۳۸ آکمان

تهران، جاده مخصوص کرج، بعد از چهارراه ایران خودرو، جهاد شمالی، قدس ۲، پلاک ۶
 تلفن: ۰۲۱-۴۴۷۸۳۷۵۵ ۰۲۱-۴۴۷۸۱۶۸۸ فکس: ۰۲۱-۴۴۷۹۲۸۳۵ همراه: ۰۹۱۲ ۵۰۰ ۲۱۶۳ (سید مرتضی عرشاهی)



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

صحافی و بسته بندی

آرتیم

آماده همکاری با تولید کنندگان تقویم و سررسید و چاپخانه ها



جلد سازی دور گرد و صاف، پایه تقویم و جعبه سررسید

تولید تقویم، سررسید و دفتر تلفن عمومی و اختصاصی

تولید دفتر یادداشت، ساک دستی مقوایی و جعبه فانتزی

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

تلفن: ۰۲۱ - ۴۶۸۷۵۳۹۸ همراه: ۰۹۱۲۶۴۵۳۶۷۵

www.arteamgroup.com telegram.me/arteamco

ساینیت ایام رابه



باشما هستیم

Mehri
چاپ آفرین
نقش

دستگاه ساخت جلد سخت لب گرد اتوماتیک

برش دهنه ۱۱۵

طلاکوب پنوماتیک سنگین جهت طلاکوب و داغی های برجسته

دو ورقی ۵ رنگ

دو ورقی ۲ رنگ

دوخت اتوماتیک / تاکنی اتوماتیک



چاپخانه:

میدان هفت تیر، ابتدای خیابان بهار شیراز، جنب گل فروشی، شماره ۲۱۳

تلفن های تماس: ۸۸۸۴۵۴۹۲ - ۸۸۸۳۶۸۴۵ - ۸۸۸۴۵۴۹۳ فکس: ۸۸۳۰۱۵۷۸

دفتر فروش:

یوسف آباد، کوچه ششم، پلاک ۲۲، واحد ۱۰

تلفن های تماس: ۸۸۹۸۶۴۵۲ - ۰۹۱۲۲۱۴۹۶۷۶



OffsetGraphic اُفست گرافیک

مجتمع چاپ افست گرافیک

پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ

سایت طراحی

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

خدمات لیتوگرافی:

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

خدمات چاپ افست:

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

چاپ متالایز و ترانسپرنت

خدمات پس از چاپ:

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

چاپ دیجیتال

خدمات چاپ دیجیتال رنگی:

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

Digital_OffsetGraphic@yahoo.com

نشانی چاپخانه:

تهران، خیابان حافظ، خیابان نوفل لوشاتو
کوچه کیخسرو شاهرخ، پلاک ۵۸ و ۶۰
۶۶۷۳۸۰۳۳ - ۶۶۷۳۸۴۱۶ - ۶۶۷۳۷۶۸۲
۸۸۵۲۶۳۱ - ۸۸۵۲۶۳۲ - ۸۸۵۲۶۸۲
۸۸۵۲۶۴۴ - ۸۸۵۲۶۷۹ - ۸۸۵۲۸۶۴
هماهنگی جهت چاپ مقوای گرم بالا
تلفن: ۶۶۲۸۳۸۰۳ - ۶۶۲۸۳۸۰۵

نشانی لیتوگرافی:

خیابان انقلاب، بین خیابان حافظ و استاد نجات الهی
خیابان شهید بوموسی، ساختمان شماره ۵،
طبقه چهارم، واحد ۳۴
۸۸۸۹۰۱۷۲ - ۸۸۸۰۵۹۳۲ - ۸۸۹۳۹۰۶۱



Print Master Ink



داروی آب : مخصوص ماشین های افست ورقی و رول
انواع مرکب افست : ورقی، یووی، تمپوپلاست
داروی ظهور زینک حرارتی
الکل ایزوپروپیل (۹۹/۹٪) اصل
محلول های شستشو : لاستیک، نورد و زینک
قید و لاستیک : برای انواع ماشین های چاپ افست

تمامی محصولات شرکت دارای **گارانتی و خدمات پس از فروش** می باشد.

تهران، خیابان شهید بهشتی، نبش میرعماد،
پلاک ۶۱ ساختمان زمرد، طبقه سوم
واحد شمالی، کدپستی: ۱۵۸۷۸۵۳۵۴۳
تلفن: ۸۸ ۷۵ ۲۹ ۳۱، فکس: ۸۸ ۵۰ ۴۴ ۳۰
info@kiarangtejarat.ir

- صاحب امتیاز و مدیرمسئول: احمد سمیعی
- سردبیر: بهروز قزلباش
- مدیر داخلی و بازرگانی: حمید جارچی
- مدیر هنری: علی اکبر صالحی
- مسئول روابط عمومی: صبا دالمن
- دبیر تحریریه: میلاد حاتمی
- تحریریه: دکتر هانیه صرافزادگان، محمد بختیاری، محمود سمیعی، مهدیه زهدی، مهربان روشن، بهار شایگان، فائزه رهنی، رسول باقر پور سعیده رهبری
- سایت: مهدیه زهدی
- ترجمه: محمود سمیعی
- حروفچینی: محمد بختیاری
- سازمان آگهی ها و بازرگانی: حمید جارچی، صبا دالمن، هانیه خوشرو
- امور مشترکان: فهیمه جاوید
- امور مالی: محمود بخشنده فر، فرزانه میری

- نشانی دفتر نشریه: تهران، میدان رسالت، ابتدای خیابان شهید مدنی، نبش کوچه علی بخشی، پلاک ۱۸، زنگ تکی سمت چپ، طبقه سوم صندوق پستی ۳۶۸۹-۱۶۷۶۵
- سامانه پیام کوتاه: +۹۰۶۹۰۲۱۷۷۲۴۰
- نشانی اینترنتی: www.chaponashr.com
- پست الکترونیک: chaaponashr@yahoo.com
- تلگرام: @chap_o_nashr
- تلفن بازرگانی: +۹۰۶۹۰۷۷۲۴۰ فاکس: ۷۷۴۵۶۷۳۱
- تلفن تحریریه: ۴-۷۷۱۳۱۲۷۲ فاکس: ۷۷۲۴۳۶۶۸

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



طرح روی جلد

مجتمع چاپ و صحافی نقشینه
تلفن: ۶۵۸۱۱۱۳۲

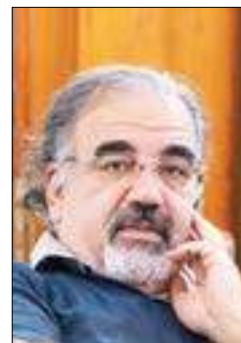
فهرست مطالب

- از پشت همین پنجره و با همین کلمات..... ۵۸
- محدودیت غیرمتعارفی در زمینه فناوری های نوظهور وجود ندارد..... ۶۰
- در جستجوی خانه دوست..... ۶۴
- اصلاح قانون مالیاتی، شاید ۶۶
- آنجا بوی کاغذ می داد ۷۰
- «زیان خالص» برای چاپخانه..... ۷۶
- همبستگی صنفی در نمایشگاهی با ۲۴ سال سابقه..... ۸۲
- چاپ، عشقی موروثی ۸۸
- تبحر، تجربه، تدبیر ۹۲
- تغییر به حکم توسعه..... ۱۰۲
- تقویم نمایشگاه های جهان..... ۱۰۶
- بزرگ ترین چالش برندها..... ۱۱۰
- آیین نامه جدید مشاغل سخت و زیان آور..... ۱۱۶
- مشمولین بازنشستگی پیش از موعد در کارهای سخت و زیان آور .. ۱۲۱
- صدا، مرکب، چاپ..... ۱۲۲
- سقف مجاز غیبت در مشاغل سخت و زیان آور..... ۱۲۵
- پاسخ های آسان به پرسش های دشوار..... ۱۲۶
- هدف از قانون بازنشستگی مشاغل سخت و زیان آور، حمایت از سلامت کارگران است ۱۳۳
- بازسازی یک شرکت..... ۱۳۴
- معرفی محصولات فرهنگی ۱۳۸
- خانه دوست اینجاست ۱۴۰
- راهکارهای بهبود عملکرد و افزایش بهره وری..... ۱۴۴
- دیدار کاروان مهربانی صنعت چاپ با مدیرکل دفتر امور چاپ و نشر ۱۴۸
- تبلیغات تجاری چیست؟..... ۱۵۰
- هست و نیست بازاریابی..... ۱۵۲
- نمایشگاه آپیکس از حرف تا عمل..... ۱۵۸
- پنج نوع از بهترین تبلیغات تجاری ۱۶۰
- پرسش و پاسخ های حقوقی..... ۱۶۲
- ستون آزاد ۱۶۲
- انواع بازاریابی استراتژیک ۱۶۴
- مایکل جردن، بزرگ ترین بازیکن تاریخ بسکتبال در تیم مدرسه پذیرفته شد..... ۱۷۲
- مقاله: معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی ۱۷۶

فهرست آتیه ها

مجموعه پس از چاپ طرح سبز... ۱۵۱	مجمع چاپ افست گرافیک..... ۵۵	سالنامه نقشینه..... روی جلد
شرکت نگارگستر هامون..... ۱۵۳	صحافی آرتیم..... ۵۹	مجمع چاپ نقش الماس صفحه ۲ جلد
گروه بازرگانی اسکویی..... ۱۵۵	کانون تبلیغاتی آویژه..... ۶۱	مجمع چاپ نامی نقش..... ۳
شرکت میر تک..... ۱۵۷ و ۱۵۶	بازرگانی نگارین راه هخامنش..... ۶۳	چاپ مهیار..... ۴
لیتوگرافی سوژه..... ۱۵۹	سر رسید کیانی..... ۶۵	شرکت اسپیرال کو..... ۵
انتشارات آسیا..... ۱۶۱	شرکت بازرگانی اسکویی..... ۶۷	چاپ طراحان..... ۷ و ۶
شرکت سیما آذر سهند..... ۱۶۱	چاپ پیشگامان تصویر برتر..... ۶۹	چاپ طراحان آزادی..... ۸
بازرگانی دوستان شیمی..... ۱۶۳	شرکت دات..... ۷۱	شرکت سوپر واید پرشیا..... ۹
چاپ نقش رنگ خجستان..... ۱۶۵	شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم..... ۷۳	چاپ پوشش سلفون..... ۱۰
صنایع بسته بندی والا..... ۱۶۷	شرکت رهاکستران..... ۷۵	سر رسید ایران فردا..... ۱۱
کاغذ و مقوای رستمی..... ۱۶۹	چاپ سهند..... ۷۷	چاپ صلاحی..... ۱۲
شرکت هوورز..... ۱۷۱	موسسه برادران آل طه..... ۷۹	شرکت بازرگانی رایا شقایق آسیا..... ۱۳
نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی و ماشین آلات..... ۱۷۳	شرکت افق قطعات آسیا..... ۸۱	مجمع چاپ نقش برتر..... ۱۴
ماشین سازی کیامرثی..... ۱۷۵	چاپ پدیده..... ۸۳	لیتوگرافی ایده..... ۱۵
بازرگانی شالچیان..... ۱۷۷	گروه تبلیغاتی پارسه..... ۸۵	شرکت رزین های صنعتی ایران..... ۱۶
شرکت بنیان ماتریکس..... ۱۷۷	گروه تولیدی آرین..... ۸۷	مجمع چاپ و صحافی دلنا..... ۱۷
کانون تبلیغاتی اتود..... ۱۷۹	شرکت ساتا (سمند اندیشه تابان)..... ۸۹	شرکت ارگ سیستم..... ۱۸
کانون تندیس نگاران معین..... ۱۸۰	ماشین سازی حرفه و فن..... ۹۱	چاپ پارسه..... ۱۹
گروه آفتاب پارسه..... ۱۸۲	صنایع چاپ مادرول..... ۹۸	شرکت اسپیرال کو..... ۲۰
چاپ یویا نقش..... ۱۸۴	مجمع چاپ هودیس پارس..... ۹۹	شرکت الوان سازان آسیا..... ۲۱
صحافی مکت..... ۱۸۶	سالنامه کیانی..... ۱۰۱ و ۱۰۰	مجمع چاپ نقش الماس..... ۲۲ و ۲۳
خانه چاپ چکاوک..... ۲۰۷	مجمع چاپ افلاک..... ۱۰۵	جعبه سازی هیراد..... ۲۴
شرکت باراد..... ۲۰۸ و ۲۰۹	چاپ و جعبه سازی ری وحدت..... ۱۰۷	سالنامه آفاق..... ۲۵
بازرگانی هفت نقش..... ۲۱۰	چاپ آرشام..... ۱۰۹	بازرگانی شالچیان..... ۲۶
چاپ و بسته بندی مبارکه..... ۲۱۱	چاپ به رنگ..... ۱۱۱	سر رسید آپادانا..... ۲۷
شرکت TMC..... ۲۱۲	گلدان واید..... ۱۱۲ تا ۱۱۵	بازرگانی تهران فوکا..... ۲۸ و ۲۹
شرکت اریکه تجارت پایتخت..... ۲۱۳	فروشگاه سلفون بهاری..... ۱۱۷	شرکت ایران روتاتیو..... ۳۰ تا ۳۳
چاپ هادی..... ۲۱۴	تبلیغات ایران زمان..... ۱۱۹	چاپ نقش آفرین مهر..... ۳۴
سالنامه اکسیر..... صفحه ۳ جلد	خدمات پس از چاپ نفیس..... ۱۲۱	شرکت ایران ریسو..... ۳۶
سالنامه ایران زمین..... پشت جلد	بازرگانی ۱۱۰..... ۱۲۳	مجمع چاپ تندیس برتر..... ۳۷
	شرکت لاستیک آسیا..... ۱۲۵	شرکت تصویر مدار..... ۳۷
	کاغذ و مقوای دلال زاده..... ۱۲۷	شرکت بازرگانی ایده آل..... ۳۸ و ۳۹
	قالب سازی اطلس..... ۱۲۷	شرکت کیمیا جاوید..... ۴۰
	چاپ و صحافی مومن..... ۱۲۹	صنایع چاپ و بسته بندی کامل پک..... ۴۱
	مجمع چاپ کریمی..... ۱۳۱	مرکز چاپ و بسته بندی همدان..... ۴۲
	صنایع بسته بندی کارتن بامداد..... ۱۳۳	سر رسید تیج..... ۴۳
	ملزومات اداری سما..... ۱۳۵	چاپ و بسته بندی مبارکه..... ۴۴
	گروه فنی مهندسی پرینت پک..... ۱۳۷	سالنامه پرتو..... ۴۵
	لیتوگرافی رامین (اصغرپور)..... ۱۳۹	گروه بازرگانی سپکا..... ۴۶
	شرکت دوبرا..... ۱۴۱	مجمع چاپ و بسته بندی کسری یزد..... ۴۷
	موسسه قالب سازی کیهان..... ۱۴۱	شرکت آونگ زمان..... ۴۸ و ۴۹
	گروه مهندس جهانیان..... ۱۴۳	شرکت فراتک..... ۵۰ و ۵۱
	تبلیغاتی پازل همراه..... ۱۴۵	بازرگانی دوکل..... ۵۲
	شرکت بازرگانی کیهان..... ۱۴۷	بازرگانی کیارنگ تجارت..... ۵۳
	شرکت فرارنگ..... ۱۴۹	شرکت مرکب سهند..... ۵۴

از پشت همین پنجره و با همین کلمات



■ بهروز فزلباش
abrooha@gmail.com

در چند شماره گذشته موضوع سرمقاله را به مباحثی پیرامون توسعه از نگاه کلان و با نگاهی به آرای نظریه پردازان توسعه و نوسازی مطرح جهان اختصاص دادم. امیدوارم این مقدار ذهن خوانندگان گرامی را با موضوع توسعه درگیر کرده باشد. این اندازه حتما کافی نیست اما مجال کوتاه ما بیشتر از این اجازه نمی‌دهد تا در همه شماره‌ها این موضوع را پی بگیرم. دریغ می‌آید با طرح مختصر بحثی کوتاه درباره بنگاه‌های کوچک و متوسط در تایوان این بحث را خاتمه ندهم. یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در نظام اقتصادی-اجتماعی کشور تایوان بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند. از مجموع شرکت‌های صنعتی تایوان تعداد شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی نزدیک به ۹۸ درصد از کل شرکت‌های صنعتی این کشور را تشکیل می‌دهند. بیش از ۸۹ درصد از مجموع شرکت‌های تجاری و خدماتی متعلق به بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش خدمات است.

صنعت چاپ در بخش خصوصی ایران وضعیت سه گانه‌ای دارد. از «واحدهای خدماتی زیر پله‌ای بازاریابی تا مغازه‌های کوچک»، «واحدهای کوچک و متوسط» و «واحدها یا مجتمع‌های بزرگ» را شامل می‌شود. این واحدها از نظر ایجاد اشتغال نقش بسیار مهمی برعهده دارند اما به دلایل گوناگون از جمله بلاتکلیفی، تنبلی یا بی‌مسئولیتی دولت در حمایت از صنایع کوچک، باعث شده است این صنعت به رغم ظرفیتی که دارد نتواند از عهده نقش مهمی که می‌تواند در تولید و صادرات کشور ایفا کند برآید.

یکی از مشکلات اقتصادی دامنه‌دار این بخش از صنعت کشور «تأمین سرمایه‌های اعتباری و مالی لازم برای توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط است». در تایوان تأمین سرمایه و نقدینگی لازم برای راه‌اندازی پروژه‌های تولیدی در واحدهای صنعتی کوچک و متوسط یکی از مراحل اصلی است که در این زمینه پس از ارزیابی پروژه توسط کارشناسان بانکی و کارشناسان سازمان توسعه صنایع کوچک و متوسط از سقف ۶۰ تا ۷۰ درصد از کل سرمایه مورد نیاز به صورت وام با نرخ بهره ۴ الی ۶ درصد در اختیار این بنگاه‌ها قرار داده می‌شود. در ایران برای اخذ یک وام ۲۰۰ میلیون تومانی باید ۴۰ میلیون تومان آن نزد بانک در یک حساب مسدود شود. آن هم نه بانرخ ۴ درصد که رؤیایی دست نیافتنی است! بلکه گاهی سود این نوع وام‌ها از ۳۰ درصد هم می‌گذرد.

معمولاً بازپرداخت وام‌ها، در تایوان سه الی پنج سال پس از آغاز تولید شروع می‌شود. دولت در این زمینه تلاش می‌کند با تزریق منابع مالی مورد

نیاز به صنایع بخش خصوصی، تعداد بیشتری از شهروندان را در تولید و بازاریابی درگیر کند. اما در ایران عزیز ما، دولت و بانک‌های دولتی نرخ خدمات مالی و پولی را تا جایی بالا برده‌اند که اقتصاد ایران نتواند برای افزایش تولیدات صادرات‌محور، زمینه‌ای برای توسعه این نوع از کسب و کار فراهم کند. فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ایران به کلی به عهده کسانی است که دلشان برای اقتصاد ایران می‌تپد و نگران شغل و معیشت و ثروت و رفاه ملت خود هستند. لذا ظهور برندهای معتبر و مؤثر ملی در این صنعت با چالش‌های فراوان روبروست. چشم انداز امید بخشی پیش روی فعالان این صنعت دیده نمی‌شود. شاید تجمیع توان واحدهای کوچک و ایجاد مجتمع‌های بزرگ چاپ (از پیش از چاپ تا بعد از چاپ)، راهی برای توسعه و افزایش توان خدماتی و تولیدی باشد. بخصوص این پدیده در صورت وقوع، برای واحدهایی که نیاز به نوسازی دارند، و از سوی دیگر به تنهایی قادر به تأمین مالی آن نیستند یک امر ضروری است.

در این شماره به صورت یک پرونده موضوعاتی مانند، «بازنشستگی پیش از موعد کارگران/ پاسخ‌های آسان به پرسش‌های دشوار» که به یکی از چالش‌های این صنعت تبدیل شده است، «جحاف قانونی دامن کارگر و کارفرما را گرفته است»، «سقف مجاز غیبت در مشاغل سخت و زیان‌آور»، «آیین‌نامه جدید مشاغل سخت و زیان‌آور» و... بررسی شده است. توصیه می‌شود صاحبان واحدهای صنعتی و همچنین دیگر شاغلین این صنعت، این پرونده را از نظر بگذرانند. مناسبت‌های تقویمی و نمایشگاهی، چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته را نیز پیش رو داریم در این زمینه و برای شماره بعد سعی خواهیم کرد، بهتر از سال‌های گذشته موضوعات مرتبط با صنعت چاپ و نشر و بسته‌بندی را پوشش دهیم. امیدواریم این مقدار، برای ادای تکلیف و سهم «چاپ و نشر» در کمک به فعالان این صنعت به چشم آید و دیده شود.

از پیش بر ناکافی بودن تلاش‌های بی‌وقفه خود و همکارانم در چاپ و نشر اذعان دارم. بی‌شک موفقیت در این مسیر بدون همراهی و همگامی شما عزیزان میسر نخواهد شد. چشم براه مساعدت‌ها، پیشنهادات و انتقادهای شما هستیم. با همین کلمات و از پشت پنجره همین صفحه و حروف، نگاهمان را به سوی شما دوخته‌ایم. مطمئن هستیم که ما را یاری خواهید کرد تا ما بتوانیم به بهترین وجه و با تمام توان در خدمت شما باشیم. به امید موفقیت روز افزون شما و به امید دیدار در نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته در نمایشگاه سئول. پیشاپیش همراهی شما را در ویژه نامه نمایشگاه ارج می‌گذاریم و سپاسگذار شما هستیم.

صحافے مکث

MAX Bookbinding

MAX

2018 MAX GROUP
DESIGN STUDIO

CSR

is our Strategy

سررسیدهای سال ۹۷ با جلد های ترکیبی ترمو و مولتی استایل



خدمات صحافی:

جلدسازی (گالینگور، سلفونی و چرم)

پانچ و فنر، دوخت، گردکن، حک و لیزر

انواع سررسید، تقویم رومیزی و دیواری، انواع جعبه های ترمو

شهر قدس، ابتدای بلوار ۴۵ متری انقلاب، بعد از ریل راه آهن و کلانتری،

خیابان طالقانی، جنب مدرسه شهدای کاووسییه، پلاک ۱۵۸

تلفن: ۴۶۸۶۴۹۵۷ - ۴۶۸۲۵۸۰۰ فکس: ۴۶۸۷۶۸۰۰ همراه: ۰۹۱۲۲۹۴۹۹۴۹



پروین نباتی
مدیرکل صنایع سلولزی در گفت‌وگو با
چاپ و نشر:

محدودیت غیرمتعارفی در زمینه فناوری‌های نوظهور وجود ندارد



فائزه رهنی

■ **صنعت چاپ و صنایع سلولزی ایران از نظر میزان توسعه بازار در چه جایگاهی در میان بازارهای منطقه قرار دارد؟**

صنعت چاپ خصوصاً آن بخش که مرتبط با بسته‌بندی است در سال‌های اخیر رشد و توسعه بسیار خوبی داشته است و کاهش واردات اقلام چاپ شده وارداتی در طی سال‌های اخیر وفق اعلام مسئولین محترم وزارت ارشاد مبین این موضوع است ولیکن با توجه به پویایی این صنعت کماکان می‌بایست روند توسعه، تکمیل و بهنگام‌سازی در این صنعت وجود داشته باشد.

جایگاه کشور در مقایسه با کشورهای همسایه متفاوت است، اگر در حال حاضر در برخی اقلام صادرکننده به کشورهای همسایه مانند عراق و افغانستان هستیم ولیکن با توجه به ظرفیت‌های کمی و کیفی داخلی و قابلیت جذب بازارهای منطقه، پتانسیل بالایی برای توسعه بازارهای منطقه وجود دارد.

■ **با توجه به میزان واردات انواع محصولات صنایع سلولزی، آیا بازار ایران می‌تواند محلی برای سرمایه‌گذاری باشد؟**

در سال‌های اخیر در زمینه صنایع سلولزی که ظرفیت‌سازی مناسبی در کشور انجام شده، با افزایش تولید داخل، سهم واردات در تامین نیاز داخل کاهش چشمگیری داشته است ولیکن علیرغم توانمندی‌های خوبی که در کشور ایجاد شده است، در برخی اقلام نیاز به سرمایه‌گذاری است و مطالعاتی نیز از سوی برخی کشورهای خارجی جهت سرمایه‌گذاری در کشور در زمینه‌های مختلف از جمله مواد اولیه صنایع سلولزی در کشور در حال انجام است.

■ **آیا ضرورتی بر واردات محصولات این صنعت به کشور وجود دارد؟ افزایش تعرفه محصولات سلولزی را اقدام مناسبی می‌دانید؟**

در برخی از اقلام، وارداتی صورت می‌گیرد که این واردات برای صنعت نگران‌کننده نیست بعبارت دیگر در مواردی سهم واردات نسبت به مصرف و یا تولید قابل توجه نیست و لطمه‌ای به تولید نمی‌زند و حتی در متعادل‌سازی فضای کسب و کار و ورود گریدها و انواعی از محصولات جدید و آشنایی مصرف‌کنندگان با آن موثر است ولی در برخی موارد تصمیماتی جهت حمایت از

صنایع سلولزی در ایران کم‌کم به سمت محصولات جدید و قابل‌باز یافت پیش خواهد رفت به شیوه‌ای که با انتقال تکنولوژی و استفاده از دانش فنی کشورهای پیشرفته این مهم اجرایی خواهد شد؛ کما اینکه در برخی از شرکت‌ها تولید محصولات جدید آغاز شده و ما شاهد راه‌اندازی خطوط تولید محصولات جدید هستیم. این صنعت دارای تعرفه وارداتی برای واردات برخی از محصولات به کشور بوده که به دلیل نیاز بازار داخل به واردات برخی از کالاها و استفاده از تکنولوژی محصولات خارجی چندان مخالفتی در خصوص میزان آن نشده است.

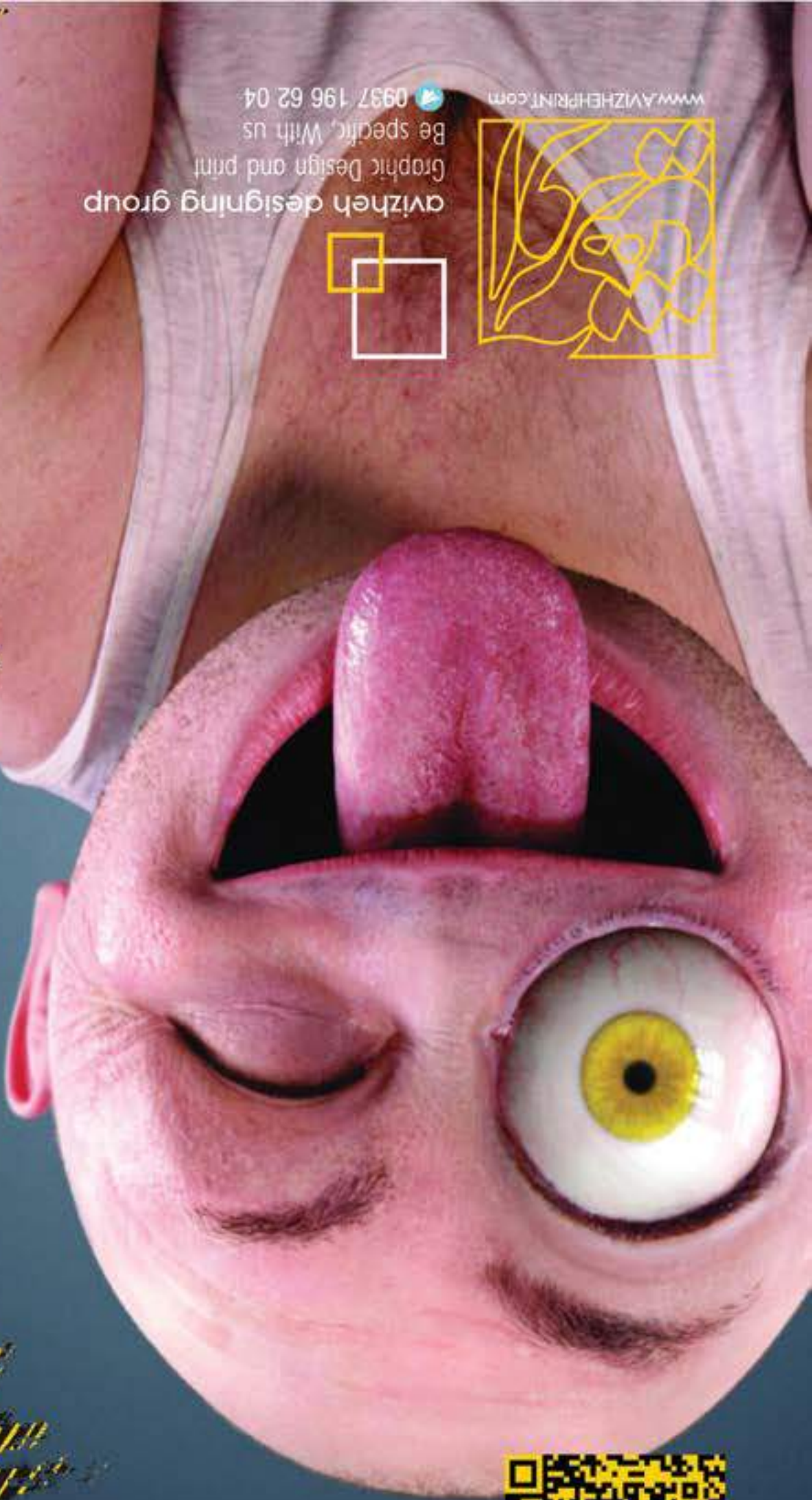
با توجه به جاهای خالی که در این صنعت وجود دارد نیز می‌توان گفت رفع تحریم‌ها و حضور سرمایه‌گذاران خارجی در کشور می‌تواند زمینه‌هایی برای رشد این صنعت و تامین مالی خارجی را برای فعالین این حوزه فراهم آورد.

در باره فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنایع سلولزی و چاپ گفت‌وگویی انجام داده‌ایم با پروین نباتی، مدیرکل صنایع سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت که از نظر گرامی شما می‌گذرد.

موانع صادراتی تنوع و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری در ایران (آزم‌الاجرا)

ردیف	نام کشور	تاریخ آزم‌الاجرا شدن	ردیف	نام کشور	تاریخ آزم‌الاجرا شدن
۱	ایران	(۲۰۰۸/۰۱/۱۱) ۱۳۸۷/۰۱/۱۱	۱۶	سریلانکا	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲	چین	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۱۷	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳	آذربایجان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۱۸	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۴	ترکمنستان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۱۹	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۵	ازبکستان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۰	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۶	بنگلادش	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۱	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۷	افریقای جنوبی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۲	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۸	افغانستان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۳	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۹	الجزایر	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۴	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۰	ایران	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۵	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۱	اندونزی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۶	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۲	اوکراین	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۷	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۳	ایران	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۸	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۴	بahrain	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۲۹	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۵	بنگلادش	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۰	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۶	بوسنی و هرزگوین	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۱	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۷	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۲	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۸	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۳	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۱۹	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۴	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۰	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۵	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۱	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۶	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۲	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۷	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۳	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۸	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۴	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۳۹	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۵	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۰	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۶	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۱	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۷	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۲	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۸	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۳	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۲۹	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۴	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳۰	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۵	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳۱	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۶	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳۲	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۷	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳۳	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۸	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳۴	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۴۹	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲
۳۵	بوتان	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲	۵۰	موریتانی	(۲۰۰۹/۰۳/۲۲) ۱۳۸۸/۰۳/۲۲

اولین تولید کنند سریال متغییر و اسکرچ در سایز ویزیت با بر و تزئین تجهیرات



www.AVIZHEHPRINT.com

avizheh designing group
Graphic Design and print
Be specific, With us
0937 196 62 04



یک بخش در کشور صورت گرفته و یا در مواردی شرایط بدلیل تغییراتی که در فضای کسب و کار ایجاد شده به نفع تولید نیست و تولید در زمینه‌هایی نه به دلیل ماهیتی بلکه بدلیل تصمیمات بخش اتخاذ شده مناسب نیست در این حالت استفاده از حقوق ورودی منطقی جهت متعادل سازی می‌تواند کاربرد داشته باشد از جمله در محصولات سلولزی.

■ صنعت چاپ ایران می‌تواند به عنوان صنعتی برای جذب سرمایه‌گذار خارجی به حساب آید (مشارکت یا انتقال تکنولوژی)؟

صنعت چاپ و بسته‌بندی بطور مشخص در مواردی که ظرفیت‌های خالی در کشور وجود داشته باشد و فناوری‌های جدید و نوظهور، فرصت مناسبی برای جذب سرمایه‌گذار خارجی می‌باشد و محدودیت غیرمترافی در این زمینه وجود ندارد ولیکن پیشنهاد ما، انتقال دانش فنی و انتقال تکنولوژی و سرمایه‌گذاری خارجی بصورت تولید مشترک، تولید تحت لیسانس با امکان صادرات، می‌باشد.

■ چه جاهای خالی در این صنعت در ایران وجود دارد که می‌توان آن را فرصتی برای سرمایه‌گذاری دانست؟ اولویت سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در محصولات صنایع سلولزی به چه صورت برآورد می‌شود؟

فهرست اولویت‌های سرمایه‌گذاری که طی بررسی‌های کارشناسی، تامین نیازهای کشور و مزیت تولید تهیه شده است و در حال حاضر در سامانه وزارت صنعت، معدن و تجارت براساس شاخه صنعت‌های مختلف صنعت وجود دارد که سرمایه‌گذاران می‌توانند جهت سرمایه‌گذاری ملاحظه نمایند، البته می‌تواند موارد دیگری هم براساس پتانسیل‌های مناطق خاص، تکمیل زنجیره تولید برخی واحدها و سایر موارد مورد توجه سرمایه‌گذاران محترم قرار گیرد.

■ با توجه به برگزاری نمایشگاه بین‌المللی صنعت چاپ آیا می‌توان آن را فرصتی برای جذب سرمایه‌گذار دانست؟

برگزاری نمایشگاه بین‌المللی در صورتی که با برنامه‌ریزی مطلوب، زمینه حضور شرکت‌های معتبر بین‌المللی بویژه فناوری‌های نوین صنعت را فراهم آورده باشد، می‌تواند علاوه بر معرفی توانمندی‌های داخلی، زمینه آشنایی با آخرین فناوری‌های صنعت و ارتباط با صاحبان صنعت در عرصه‌های بین‌المللی و برندهای معتبر جهانی را ایجاد نماید و فرآیند جذب سرمایه‌گذار را تسهیل نماید.

اطلاعیه مهم دفتر سرمایه‌گذاری خارجی

به اطلاع کلیه متقاضیان سرمایه‌گذاری خارجی و سرمایه‌گذاران خارجی حاضر در بخش صنعت، معدن و تجارت در ایران می‌رساند، دفتر سرمایه‌گذاری خارجی معاونت طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت آمادگی خود را جهت مشاوره و ارائه راهکار جهت پیشبرد امور مرتبط با سرمایه‌گذاران خارجی در وزارت متبوع و سایر نهادها و سازمان‌های دولتی اعلام می‌نماید.

به منظور بهره‌گیری از این خدمات، با دفتر سرمایه‌گذاری خارجی وزارت صنعت، معدن و تجارت به نشانی تهران، خیابان کریم‌خان زند، خیابان نجات‌اللهی، خیابان کلاتری، وزارت صنعت، معدن و تجارت، طبقه هشتم، دفتر سرمایه‌گذاری خارجی، شماره تلفن ۸۸۹۰۷۲۱۷، تماس حاصل نمایید.





نگارین راد هخامنش

(برادران عظیمی)



فروشنده محصولات



در ایران

• چسبدار کاغذی

• چسبدار PVC

• مومی

• پوستی

• NCR

• کرافت

• کاغذ حرارتی ترمال

آدرس دفتر فروش:

تهران، میدان بهارستان،

خیابان ظهیرالاسلام، پلاک ۱۷۲

۳۳۹۰۷۳۲۴ - ۳۳۹۳۹۲۶۲-۶۳ - ۰۲۱

۰۲۱ - ۳۳۹۵۴۷۰۷

radpaper.ir



phoenix



گزارشی از نشست اتحادیه چاپخانه‌داران با تعدادی از اعضا

در جستجوی خانه دوست

اولین نشست پرسش و پاسخ هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران با اعضا یکشنبه ۲۱ آبان از ساعت ۱۳ تا ۱۵ در ساختمان اتحادیه چاپخانه‌داران تهران برگزار شد. این جلسه به دعوت اسکویی (یکی از اعضای چاپخانه‌داران تهران) برگزار شد و در این جلسه از حدود ۵۰ عضو اتحادیه دعوت به عمل آمده بود تا سوالات خود را مطرح کنند ولی تعدادی از اعضا به دلایل مختلف در جلسه شرکت نکردند. در این نشست، ایرج استادعلینقی رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران و میرونیس جعفری، بهمن پورمند، بابک عابدین و احمدرضا اعتمادمظاهری از اعضای هیات مدیره اتحادیه حضور داشتند. متأسفانه به خاطر نبود مدیریت قاطع بر این جلسه، اعضا گاهی درون صحبت یکدیگر می‌آمدند و خلط مبحث می‌شد. ما سعی کردیم خلاصه‌ای از جلسه را به نظر شما برسانیم. مثل همیشه و روال معمول «چاپ و نشر» در این گزارش هم بی‌طرف است و مسئولیت محتوای آن به عهده گویندگان آن است.

اتحادیه چاپخانه‌داران باید به درد دل چاپچی‌ها گوش دهد و به مسائل آنها رسیدگی کند. این را هم بگویم که چاپخانه‌داری که شرح وظایفش را به خوبی انجام دهد دچار مشکل ارزش افزوده و مالیات عملکرد نمی‌شود ولی اگر انجام ندهد به خاک سیاه می‌نشیند.

وی می‌افزاید: ما اصلاً قصد محاکمه تعاونی را نداریم. ما هم از اعضا تعاونی هستیم. من به عنوان یک مشاور نزدیک با شما صحبت می‌کنم. اگر خانه دوست اینجاست پس همه مسائل و درد دل هایمان باید در اتحادیه انجام شود نه جای دیگر. ما انتظار نداریم آقای اعتماد مظاهری کاری انجام دهد و نمایندگی کسانی را به عهده بگیرد و نتیجه آن تخریب اتحادیه چاپخانه‌داران تهران باشد.

رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران می‌گوید: بعضی از دوستان گله دارند که مساله نمایشگاه را چرا آقای غفاری و ابوالحسنی انجام می‌دهند. ما این مساله را در سایت هم مطرح کردیم. غلامرضا شجاع ۶ یا ۷ سال پیش برگزاری نمایشگاه چاپ و بسته بندی را از اتحادیه به اتاق اصناف واگذار کرد. امسال با تلاش جلیل غفاری رهبر و احمد ابوالحسنی سرپرستی نمایشگاه را گرفتند و برای گرفتن این نمایشگاه خیلی تلاش کردند.

حسین محمدی مدیر چاپ تک می‌گوید: آقای علینقی من با شما و آقای مظاهری دوست هستم ولی متأسفانه به دلیل اتفاقات رخ داده با هم هماهنگ نیستید و این هماهنگ نبودن باعث لطمه زدن به صنف می‌شود. تا زمانی که هماهنگ نشوید همین آش و همین کاسه است و مشکلات پابرجا هستند. من ۵۳ سال در این صنف کار کرده‌ام ولی هیچ زمانی این صنف را اینقدر ذلیل ندیده‌ام.

امیر شهلائی مقدم می‌گوید: این جلسه به دلیل ابهامات پیش آمده بین همکاران برپا شد تا اعضای اتحادیه سوالاتشان را از اعضای هیات مدیره بپرسند تا رفع ابهام صورت گیرد ولی متأسفانه دستور جلسه تغییر کرده است. قرار نبود در این جلسه بحث مالیاتی شود، زیرا در مورد مسائل مالیاتی آقای علینقی در دفترشان همیشه پاسخگو هستند. اتحادیه و تعاونی صنف چاپ تهران شخصیت حقوقی کاملاً مجزایی دارند و بسیار خوب است که اعضای این دو با هم همگرا باشند.

وی می‌افزاید: یکی از ابهامات چاپخانه‌داران، مدیریت برگزاری نمایشگاه چاپ توسط صنف لیتوگراف است که با توضیح مسئولان، برای من ابهام زدایی شده است و بنده قانع شدم.

علی نیکوسخن تصریح می‌کند: مشکل تعاونی باید در تعاونی حل شود. راجع به نمایشگاه یک‌سری ابهاماتی وجود دارد که جا دارد در اینجا من توضیح دهم. تا دوره نهم نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را شرکتی انجام می‌داد، با تلاش و رایزنی حاج آقا کلاری تا چهاردهمین نمایشگاه را آقای کلاری به اتفاق هیات مدیره شان انجام دادند. بعد از آن مصادف شد با اختلافات آقای ذکایی و آقای شجاع برگزاری نمایشگاه را به اتاق اصناف (شرکت صنوف تولیدی و خدمات فنی) واگذار کردند. در همان سال اول نوشتیم که ۱۰ درصد درآمد برای شرکت صنوف تولیدی باشد، و برای هرساله اتحادیه (چاپ، لیتوگراف و صحاف) ۳۰ درصد در نظر گرفته شد. امسال هیات مدیره بهترین کار را انجام دادند و مجوز مستقیم برگزاری نمایشگاه را به نام اتحادیه چاپ، لیتوگراف و صحاف کردند.

به گفته نیکوسخن هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران این دوره در مورد مسائل مالیات عملکرد، مالیات بر ارزش افزوده و نمایشگاه چاپ و بسته بندی بهترین عملکرد را داشته است.

ایرج استادعلینقی رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران در اولین جلسه پرسش و پاسخ ماهیانه هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران با اعضای اتحادیه گفت: نقدی اگر به اتحادیه وارد است باید در اتحادیه انجام گیرد نه خارج از آن. در مجلات، چاپخانه‌داران نقدیهایی را به اتحادیه داشته اند به همین دلیل این جلسه برگزار شد تا اگر پرسشی ذهن چاپخانه‌داران و اعضای اتحادیه را درباره چگونگی عملکرد اتحادیه چاپخانه‌داران، مساله تخفیف مالیات چاپخانه‌داران و ارزش افزوده درگیر کرده است، مطرح کنند تا ما امروز پاسخگو باشیم.

داریوش دهقان پور مدیر آیین چاپ گفت: اتحادیه خانه ما است و درد دل و مشکلاتمان را می‌گوییم. نباید اگر درد دلی گفته می‌شود به حساب اتحادیه بگذاریم. ما باید مثل گذشته نشریه‌ای داشته باشیم تا در صورت بروز مشکل، آن‌ها را مطرح کنیم و در نهایت پاسخ خود را به واسطه همان نشریه دریافت کنیم. زمانیکه دو چاپخانه‌دار به هم می‌رسند درباره مشکلاتشان با هم صحبت می‌کنند و این صحبت‌ها را اتحادیه و یا هیات مدیره آن نباید به خودش بگیرد.

وی افزود: مساله مالیاتی و مالیات بر ارزش افزوده درد همه چاپخانه‌داران است، وظیفه اتحادیه است که کمک حال چاپخانه‌داران باشد و هر کس برای این صنف کاری را انجام دهد، از او متشکریم. ما همه یک خانواده هستیم، باید مشاجرات را کنار بگذاریم و به دنبال راه‌حلی برای رفع مشکلات اساسی باشیم.

بهمن پورمند عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران ضمن خیر مقدم به حضار گفت: متأسفانه کار کشور ما بیشتر به حرف و قول و قرار می‌گذرد، کمتر کسی به عمل می‌پردازند. برای نمونه چندی پیش برای مسائل مالیات بر ارزش افزوده صحبت‌هایی انجام دادیم، حرف‌های خوبی زده شد و قول‌های مساعدی دادند ولی متأسفانه هیچ کدام عملی نشد.

پورمند تاکید می‌کند: در مورد مشکلات چاپخانه‌داران و سخت و زیان‌آور بودن اپراتوری چاپ و تصمیم جدید بیمه برای تغییر سختی کار از چهار درصد به هشت درصد و تعامل با سازمان تامین اجتماعی، در دولت یازدهم قول مساعد داده شد و رایزنی‌هایی با وزیر سابق فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شد، اما با تغییر دولت و وزرا، پیگیری اقدامات اتحادیه نیز نیمه‌تمام باقی ماند که امیدواریم در تعامل با دولت دوازدهم این موضوع حل شود.

علینقی می‌افزاید: شرح وظایف هر دوره را باید با عملکرد هیات مدیره آن دوره بررسی کرد. در هر دوره‌ای معضلاتی وجود دارد که هیات مدیره اتحادیه باید به رفع آن‌ها بپردازند و شاید در دوره‌های قبلی آن مشکلات نبوده باشد. هیات مدیره قبلی باید حساب و کتابش مشخص می‌بود و همه چیز را ثبت می‌کرد ولی این کار را نکرده و حالا مدارک مستدل وجود ندارد و این باعث ایجاد معضل برای چاپخانه‌داران شده است. اعضا هیات مدیره به فکر انتخابات دوره بعد نیست و تنها هدف ما سرفراز شدن این دوره اتحادیه است.

علینقی تصریح می‌کند: من سال ۸۸ اعلام کردم که یک سونامی برای صنعت چاپ در راه است و به اطلاع چاپخانه‌داران رسانده بودم که با یک دستگاه ملخی و جی تی او در آینده نمی‌توانند سر پا بمانند و توصیه کردم که به فکر کاری باشند که وجه آن به صورت نقد باشد.

وی می‌افزاید: برای اینکه چاپخانه‌ها بتوانند مثل گذشته به کار خود ادامه دهند رئیس و اعضای هیات مدیره با تلاش‌های مستمر خود درباره مالیات بر ارزش افزوده که مهمترین مساله هر چاپخانه‌دار است، اقدام می‌کنند. من در این مجموعه به تنهایی کار نکرده‌ام و تمام اعضا برای رفع مشکلات مالیاتی اعضا تلاش کرده‌اند.

کیانی کلندر

بهترین انتخاب . بهترین هدیه

وعده دیدار: چهاردهمین نمایشگاه بین المللی تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته
۱۲-۱۵ دیماه ۹۶ محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران



Kiani Calendar

عرضه انواع ست مدیریتی در طرح های خاص

تولید کننده انواع سررسید ، ارگانایزر ، تقویم حصیری ، تقویم رومیزی ، هدایای تبلیغاتی و هدایای فانتزی

■ شعبه ۱: تهران، خیابان پانزده خرداد، بازار آهنگران، بعد از کوچه مسجد جامع، پاساژ کاغذ و تحریر
طبقه زیرین، پلاک ۸۶-۸۷
تلفن: ۵۵۱۵۰۴۵۴ - ۵۵۱۵۰۵۹۲

■ شعبه ۲: تهران، خیابان جمهوری، نبش خیابان ظهیرالاسلام، پلاک ۲۷
تلفن: ۳۳۹۵۸۰۰۶ - ۳۳۹۵۸۰۰۷



دیدار نمایندگان تشکل‌های صنعت چاپ با رئیس مجلس شورای اسلامی اصلاح قانون مالیاتی، شاید

■ هانیه صرافزادگان

غلامرضا شجاع (رئیس تعاونی لیتوگراف تهران و نماینده تشکل‌های صنعت چاپ استان‌های سراسر کشور به جز تهران)، محمدعلی انصاری پور (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران اصفهان)، مجتبی محمودیان (رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران قم) و برخی از اعضای اتحادیه چاپخانه‌داران قم پنجمین جلسه ۱۱ آبان ماه با دکتر علی لاریجانی رئیس مجلس شورای اسلامی دیدار و گفت‌وگو کردند.

در این نشست که در شهر قم انجام گرفت به مسائلی از قبیل فشارهای مالیاتی به چاپخانه‌داران، لیتوگرافان و صحافان پرداخته شد و علی لاریجانی، رئیس مجلس شورای اسلامی برای رسیدگی به بحث اصلاح قوانین مالیاتی چاپخانه‌داران در رسیدگی و بازنگری لایحه مالیات بر ارزش افزوده قول مساعد داد.

■ حمایت از اصلاح امور مالیاتی

مجتبی محمودیان، رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران قم با اشاره به دیدار اخیر نمایندگان تشکل‌های صنعت چاپ با رئیس مجلس شورای اسلامی، می‌گوید: در این دیدار که در شهر قم انجام شد، نمایندگان تشکل‌های صنعتی مشکلات خود را درباره برخورد‌های سلیقه‌ای مودیان مالیاتی را در گفت‌وگو با دکتر علی لاریجانی مطرح کردند و خواستار رسیدگی به این برخوردها شدند.

محمودیان بیان می‌کند: طبق قانون فقط خدمات چاپی مشمول ارزش افزوده می‌شود اما از سوی سازمان امور مالیاتی برای محاسبه، از مالیات مستقیم برای مالیات بر ارزش افزوده و بالعکس استفاده می‌شود که عملاً قانونی نیست. در این میان مطالبه صنف چاپ کاهش مالیات بر ارزش افزوده این صنف از ۱۰ درصد به سه درصد است که به رئیس مجلس منتقل کردیم.

وی با اشاره به تعامل با نمایندگان کمیسیون‌های مختلف مجلس شورای اسلامی، تصریح می‌کند: این روزها قانون مالیات بر ارزش افزوده برای اصلاح و بازنگری در صحن علنی مجلس مطرح است، ما نیز از این فرصت استفاده کردیم و با رئیس مجلس دیداری داشتیم تا مشکلات صنعت را مطرح کنیم.

محمودیان تأکید کرد: رئیس مجلس در این دیدار قول داد که در زمان طرح لایحه، حمایت صریح و قاطع خود از صنعت چاپ را اعلام کند و به کمیسیون‌های مرتبط برای پیگیری این موضوع دستور دهد و از نمایندگان تشکل‌های صنعت چاپ به کمیسیون‌های مجلس دعوت به عمل خواهند آورد تا فرصتی شود و حرف‌هایشان را به گوش مسئولان برسانند.

رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران قم در ادامه بیان می‌کند: در ادامه این دیدار درباره صنعت چاپ استان قم و عملکرد ۹ ماه اخیر اتحادیه توضیحاتی ارائه داده شد و شرحی از وضعیت شهرک چاپ قم که از سال

۸۹ به دلایل مختلف، نیمه‌کاره باقی مانده بود و به همت اتحادیه چاپخانه‌داران قم و همکاری استانداری و شرکت شهرک‌های صنعتی بار دیگر از سر گرفته شد نیز بیان شد.

وی در ادامه می‌افزاید: این شهرک در شش کیلومتری شهر قم، بعد از عوارضی تهران-قم قرار دارد. از سال ۱۳۸۹ نخستین اقدامات برای تأسیس شهرک چاپ قم به همت اتحادیه چاپخانه‌داران این شهر با هدف انتقال اعضای صنف به این شهرک انجام شد اما پس از کارشناسی، طرح از سوی رئیس اتحادیه و برخی از چاپخانه‌داران رد شد. در سال ۹۲ با تغییر مدیریت اتحادیه بار دیگر ساخت این شهرک در دستور کار اتحادیه قرار گرفت و با وجود اینکه جمعی از چاپخانه‌داران اعلام آمادگی کردند، اما بحث ساخت بار دیگر شهرک نیمه‌کاره باقی ماند. اما ۹ ماهی می‌شود که ساخت شهرک چاپ قم مجدداً در دستور کار اتحادیه چاپخانه‌داران قم قرار گرفته است. رئیس مجلس نیز در این باره قول مساعد دادند تا در این زمینه حداکثر همکاری و هماهنگی با بانک‌ها برای ارائه تسهیلات پیگیری شود.

■ رفع مشکلات اصلی صنعت چاپ

محمدعلی انصاری پور رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران اصفهان درباره دیدار با لاریجانی به چاپ و نشر می‌گوید: با توجه به اینکه طرح مالیات بر ارزش افزوده و اصلاح قانون آن در دستور کار مجلس قرار دارد و وهله اول بحث مالیات بر ارزش افزوده که باعث گرفتاری‌هایی برای صنعت چاپ شده و عامل رکود آن است را مطرح کردیم، رئیس مجلس نیز قول مساعد دادند تا رسیدگی کنند.

وی می‌افزاید: در این جلسه از رئیس مجلس درخواست کردیم مالیات بر ارزش افزوده صنعت چاپ را از سه درصد به سه درصد تغییر دهند.



بازرگانی اسکویی

OSKOUEI Trading Co.

وارد کننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی



مرکب فیلینت گورپ



مرکب یور پرنٹت اروپا



الکل ال جی اورجینال



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

تلفن: ۸۴ و ۸۸۱۴۱۷۸۰-۸۸۱۴۱۵۹۹ همراہ: ۰۹۱۳۷۹۹۵۵۲۱-۰۹۱۳۳۱۱۰۱۷۶

۸۸۱۴۱۶۴۶

<https://t.me/oskueiiii>



دکتر علی لاریجانی: به دو کمیسیون اقتصادی و صنایع مجلس دستور دادند تا از نمایندگان تشکلهای چاپ سراسر کشور در محل دو کمیسیون مجلس دعوت و گزارش جلسه به ایشان داده شود و قول دادند در زمان مطرح شدن در صحن علنی مجلس از چاپخانه‌داران در حدی که قانون اجازه می‌دهد حمایت کنند

نظر کارشناسی به موضوع آشنایی داشته باشند که انشاءالله در زمان بررسی لایحه مالیات ارزش افزوده بتوانند به طور فنی، کارشناسانه و طوری که حق صنعت چاپ است از او دفاع کنند. انصاری در انتها می‌گوید: درد دل زیاد داشتیم و مطالب بسیاری را آماده کرده بودیم ولی متأسفانه فرصت بسیار کم بود و نتوانستیم به تمام آنها بپردازیم.

می‌گیرد و درآمد دولت و سازمان امور مالیاتی هم بیشتر می‌شود. رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران اصفهان اشاره می‌کند:



■ باری رسانی کمیسیون‌های اقتصادی و صنایع

غلامرضا شجاع، رئیس تعاونی لیتوگراف تهران و نماینده تشکلهای صنعت چاپ استان‌های سراسر کشور (بجز تهران) گزارش مسوولی از جایگاه صنعت چاپ در جهان، و اظهار تأسّف از اینکه این صنعت در ایران در جایگاه واقعی خود نیست و در حد صنف محدود شده است، ارائه داد و

سپس مستندات و استدلال‌های لازم و نمونه‌هایی از برگ‌های تشخیص سازمان امور مالیاتی که رقم‌های خیلی زیادی صادر شده بود همراه با دو نامه در سربرگ تشکلهای صنعت چاپ استان‌های کشور ارائه شد. همچنین در مورد مالیات بر ارزش افزوده و اصلاح بند ۱۶ ماده ۲ قانون در خصوص متولی صنعت چاپ نیز توضیحاتی تقدیم گردید. در ادامه شجاع با ابراز تأسّف توضیحات کاملی از عدم اجرایی شدن قانون بند «ل» ماده ۱۳۹ در مورد معافیت مالیاتی ناشران، مطبوعات و پدیدآورندگان محصولات فرهنگی ارائه داده و می‌گوید: زمانی که واحدهای چاپی مالیات و مالیات بر ارزش افزوده پرداخت می‌کنند، مجبور می‌شوند این مبلغ را از ناشران و غیره بگیرند.

وی می‌افزاید: دکتر علی لاریجانی رئیس مجلس شورای اسلامی ضمن حمایت از تولید داخل، خصوصاً تولیدکنندگان محصولات فرهنگی اعم از لیتوگرافان، چاپخانه‌داران، صحافان به دو کمیسیون اقتصادی و صنایع مجلس دستور دادند تا از نمایندگان تشکلهای چاپ سراسر کشور در محل دو کمیسیون مجلس دعوت و گزارش جلسه به ایشان داده شود و قول دادند در زمان مطرح شدن در صحن علنی مجلس از چاپخانه‌داران در حدی که قانون اجازه می‌دهد حمایت کنند.

در انتها نیز به رسم احترام و به جهت نشان دادن توانمندی صنعت چاپ ایران قرآن فوق نفیس آقا جان پرتو که تولید آن بیش از دو سال با چاپ ۸ رنگ در چاپخانه بانک ملی طول کشیده است، به جناب دکتر لاریجانی اهدا شد.

دغدغه و مشکل اصلی امروز هر چاپخانه‌داری مالیات بر ارزش افزوده است امیدواریم این مساله توسط مجلس حل و فصل شود ولی اگر نتوانستند آن را حل کنند، پیشنهاد دوم ما مالیات مشاغل است امیدواریم در صحن علنی مجلس مطرح شود و نمایندگان مجلس هم با دید کارشناسانه و فنی در مورد این قضایا ابراز نظر کنند.

وی می‌افزاید: تقریباً همگی روسای اتحادیه استان‌ها با نمایندگان مجلس همان استان در ارتباط با مقوله مالیات و مالیات بر ارزش افزوده صنعت چاپ جلسات متعددی را داشته‌اند تا از

البته این کار نیز هم ممکن به نظر می‌رسد و هم غیرممکن، غیرممکن است زیرا این مساله قانونی کلی است و شاید شرایط تغییر برای آن فراهم نشود. در هر حال گزینه دیگری نیز به علی لاریجانی، رئیس مجلس شورای اسلامی پیشنهاد دادم این بود که طبق بند «ل» ماده ۱۳۹ که در قانون به صراحت اشاره شده است کلیه فعالانی که از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز فعالیت گرفته‌اند از پرداخت مالیات معاف هستند بر همین اساس ما نیز درخواست کردیم برای این بند تفسیر درست و آیین نامه‌هایی را به آن ملحق نکنند و آن را اجرایی نکنند، به موجب این بند مالیات شغلی چاپخانه‌داران محرز شود. البته قانون ارزش افزوده را نیز با تسهیلات پیش‌بینی شده در مجلس در هر شرایطی اجرا کنند.

به گفته انصاری پور بزرگ‌ترین مشکلی که هم اکنون گریبانگیر صنعت چاپ در کل کشور است، مالیات شغلی و مالیات ارزش افزوده است. سازمان امور مالیاتی یک جاده دو طرفه از مالیات شغلی به مالیات ارزش افزوده و مالیات ارزش افزوده به مالیات شغلی ایجاد کرده است. هر کدام از این دو گزینه به نفع سازمان امور مالیاتی باشد در مورد چاپخانه‌ها و به طور کلی صنعت چاپ اعمال می‌کند. اگر این جاده یک طرفه شود آن وقت است که بر اساس قانون تکالیف قانونی بدون دغدغه و با شفافیت انجام



پیشرو در صنعت چاپ روی سطوح صاف در ایران



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

چاپ روی تمامی سطوح :

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

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

انجام کلیه سفارشات چاپی و تبلیغاتی روی اجسام مختلف جهت :

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

چاپخانه : میدان فاطمی، خیابان طباطبایی، کوچه سیاوش، پ ۲ واحد ۱ تلفن : ۸۸۹۳۹۶۰۰ - ۷۷۵۱۷۱۳۰ همراه : ۰۹۱۳۳۹۹۵۰۷۶

www.tasvirprint.com



انجا بوی مدرسه می داد

گزارش بازدید از «شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی»

تمام کتاب‌هایی که بعد از انقلاب در دبیرستان و دوره متوسطه خواندیم، توسط شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی به چاپ رسیده‌اند. این مرکز امروز با قدرت و توانایی بالایی کتاب‌های مقطع دبیرستان، هنرستان و تربیت معلم را به چاپ می‌رساند. چاپ و نشر به همراه هیئت مدیره تعاونی چاپخانه‌داران استان تهران، ضمن بازدید از این خط تولید شگفت‌انگیز، صحبتی هم با سید محمد موسوی کیانی، مدیرعامل با سابقه (مدیر شرکت از سال ۱۳۷۹) و توانمند این مجموعه داشت که در ادامه به استحضارتان می‌رسد.



در این بازدید به دیدار عزیزانی چون جناب ترکمن (از قدیمی‌ترین بازمانده‌های هیئت مدیره اسبق و از بنیان‌گذاران این شرکت) هم نائل شدیم که کوهی از تجربه و خاطرات بودند و از ایشان قول گرفتیم که در بخش چهره‌های ماندگار مجله مهمان ما باشند تا از دیروزها برایمان بگویند. جناب اقبال از چهره‌های گرم و شناخته‌شده صنعت چاپ به عنوان بازرس این شرکت حضور داشتند و هماهنگی این جلسه به عهده جناب حسین پور بود که با راهنمایی‌هایشان بازدید ما را تخصصی و علمی کردند که از هر دو این عزیزان کمال تشکر را داریم.

این شرکت از ابتدا در یک باغ تاسیس شد و هنوز ذات خود را از دست نداده، فضای کاری و منظم آنجا تعریف ما از کار جمعی در ایران را تغییر داد و دیدن کتاب‌های درسی که فرم فرم به قطار در دستگاه‌های نوین به چاپ می‌رسید، ترتیب شده و صحافی می‌شد به وجدمان می‌آورد. چقدر دانشمندان مدیون این دست‌ها و دستگاه‌ها است؟ دکورهای کلاسیک، لوکس و زیبای اتاق‌های اداری کار پنجه هنرمند نجاران مجموعه بود که روی پای خود ایستادند را تاکید می‌کرد. همه چیز صمیمی و باوقار بود؛ همه جا سخت بوی مدرسه می‌داد. تاسیس شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی به سال ۱۳۵۶ برمی‌گردد، که با همت و سرمایه‌گذاری جناب ترکمن و دیگر چاپخانه‌داران و ناشرین، تاسیس شد. چون خود من در آن سال‌ها دانش‌آموز بودم وضعیت را به خوبی به یاد دارم. کتاب‌های درسی توسط چندین چاپخانه به چاپ می‌رسید و تا باید جمع‌آوری و پخش صورت بگیرد از عید هم گذشته بود. حتی پادم هست یک زمانی چاپ کتاب‌های درسی در سوئیس انجام می‌گرفت که جایی خواندم بر اثر آتش‌سوزی در گمرک از بین رفته‌اند.

سرمایه‌گذاری بخش خصوصی انجام شد اما تنها توانستند مکان را بخرند؛ باقی ۳۰ هزار متری (که بعدها ۱۰ هزار متر هم ما خریداری کرده و به آن اضافه کردیم) که گویا متعلق به یکی از مسئولان نظام پیشین بود. حالا احتیاج به دستگاه داشتند که قرار شد آموزش و پرورش در این زمینه سرمایه‌گذاری کند. ۱۰۰ میلیون آموزش و پرورش داد و شش میلیون هم که سرمایه‌گذاری اول بود. یکسال بعد انقلاب پیش آمد و پشت بند آن هم جنگ تحمیلی رخ داد. این اتفاقات درست در بحبوحه تاسیس شرکت افتاد اما دست‌اندرکاران آن جوان و با انگیزه بودند، از پس مشکلات برآمدند و چاپ و نشر کتاب‌های درسی با قدرت کارش را آغاز کرد.

سال ۱۳۷۵ آموزش پرورش مدعی پولش شد؛ سرمایه‌گذاران هم این پول را در بانک گذاشته بودند که پس دهند اما وزارتخانه زیر بار نمی‌رفت. کار بالا رفت و حتی به رهبری و ریاست جمهوری (که آن زمان آیت الله هاشمی رفسنجانی فقید بودند) کشید، ایشان هم کار را به جناب مهاجرانی که معاون حقوقی بودند سپرد، پای بسیاری از مراجع و مسئولان به کار گشوده شد. در این بین آقای عسگراولادی که از دست‌اندرکاران این شرکت هم بودند، بسیار تلاش کردند این شرکت دولتی نشود که فکر درستی هم بود؛ اگر این مرکز دولتی می‌شد مطمئن باشید این حجم از پیشرفت و توسعه را تجربه نمی‌کرد.

سهام به شکل ۵۱ درصد به ۴۹ درصد به نفع بخش خصوصی تعیین شد، اما چون آموزش و پرورش سهامدار عمده و ممتاز بود قرار شد ۴ نفر از هیئت مدیره هفت نفره این شرکت را تشکیل دهند منتها هر چیز که به رای گذاشته می‌شود برای موافقت و اجرا نیاز به پنج رای دارد. با این تمهید، حداقل رای برای بخش خصوصی حفظ شد و آموزش پرورش





www.thermodat.com

چرم ترمو

نماینده انحصاری کمپانی by ripido ترکیه



قابلیت دوخت



جذب صحنی و رنگ



دانش و ماکووب

ابتدای خیابان مطهری، خیابان لارستان، پلاک ۶۴، طبقه سوم، واحد ۶
تلفن: ۸۸۹۴۱۴۷۵-۸۸۹۲۶۰۸۹ همراه: ۰۹۱۲۶۷۶۷۶۲۳

در دانشگاه صنعتی شریف کرسی استادی داشت. سرشان شلوغ بود اما وقتی فهمید این ساختمان برای چاپ کتاب‌های درسی مورد استفاده قرار می‌گیرد، طراحی آن را قبول کرد. ایشان این کار را رایگان انجام داد و هر کاری کردیم حاضر نشد بابت طراحی پولی دریافت کند. ما تمام مشخصات ماشین‌های رول را از کارخانه گرفتیم و او بر اساس آنها طراحی‌اش را به انجام رساند.

روزنامه اطلاعات فکر کرده بود هر چه ساختمان سخت باشد و دیوار و ستونش قطورتر باشد مقاومتش بیشتر و برای کار مناسب‌تر است حال اینکه اینطور نیست. الان دستگاه‌های ما بدون هیچ مشکلی مشغول کار هستند و زیر تمام سالن ما هم خالی است که از آن به عنوان انبار کاغذ استفاده می‌کنیم. حتی ما می‌خواستیم یک طبقه دیگر هم روی آن بسازیم که دیگر در این مورد شهرداری جواز ساخت نداد و گفت شما در زمینی ۱۰ هزار متری ۲۶ هزار متر بنا ساخته اید و دیگر نمی‌شود یک طبقه دیگر هم روی آن بنا کنید. البته ما روی بخش صحافی را هم ساختیم. قبل از شروع کار ما فکر همه جا را کرده بودیم و کاملاً فکر شده دست به ساخت زدیم. اینکه کاغذ از کجا بیاید، چطور چاپ شود و از کجا به صحافی برود و بعد به انبار عودت داده شود، مراحل اندیشیده شده بودند و کار درست هم همین بود؛ ما باید در ۹ ماه تمامی کتاب‌ها را به چاپ رسانده و انبار کنیم و در ۳ ماه آنها را توزیع نماییم و نظم را در کار و تولید حاکم کنیم. دهانه ساختمان ما ۴۸ متر است و در ساخت آن از هیچ ستونی استفاده نشده است. فرم‌ها چاپ می‌شوند و بعد با آسانسور به بالا رفته، انبار شده و بعد به نوبت پایین می‌آید تا صحافی شده و کتاب شود.

ما برای ساخت اینجا شبانه‌روز کار می‌کردیم، جوان بودیم و با انگیزه، نورا فکن نصب کرده بودیم و شب‌ها هم فعالیتمان را قطع نمی‌کردیم. ما در حین ساخت اینجا ماشین‌های مورد نظرمون را سفارش داده بودیم تا بدون فوت وقت کارمان را شروع کنیم. آلمان‌ها برای نصب همراه با دستگاه آمدند و وقتی دیدند که ما می‌خواهیم این کار را در طبقه اول انجام دهیم باورشون نمی‌شد. جاسازی این ماشین‌ها بسیار مهم است، آنها احتیاج به یک کانال در زیر خود دارند و درآوردن درست آنها کار بسیار مهمی است. همان موقع ساخت من گفتم یک کانال دیگر هم بسازند و رویش سنگ بگذارند



به شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی بیایم به مدت ۱۲ سال رئیس دانشگاه شهید رجایی تهران (واقع در لویزان) بودم. ساختمان این دانشگاه در اصل متعلق به یک مدرسه آمریکایی بود و در زمینی با متراژ ۳۰ هکتار بنا شده بود که سال ۵۶ افتتاح شده و با وقوع انقلاب از آنها پس گرفته و بعد به دانشگاه شهید رجایی تبدیل شده بود.



آنجا ما به کار ساخت و ساز مشغول شدیم و حدود ۲۹۰ کارگاه و آزمایشگاه را برای پوشش ۵۴ رشته مختلف مهندسی در آنجا ساختیم، به صورتی که امروز هم وقتی خارجی‌ها می‌آیند این دانشگاه را به عنوان دانشگاه فنی به آنها نشان می‌دهند. بعد از آن هم به مدت شش سال به عنوان مسئول مدارس اروپا و آمریکا، نماینده آموزش و پرورش در دفتر هامبورگ آلمان بودم. این سوابق باعث شده بود هم در ساخت و ساز و هم در طراحی به روز تجربه داشته باشم. از همین رو آقای مهندس علاقمندان فقید که آن زمان معاون وزیر بود اصرار داشت که این ساختمان فرسوده است و قبل از هر کاری باید دست به نوسازی آن زد. قرار شد ساختمانی با متراژ ۲۷ هزار متر بنا کنیم، برای این کار من از دکتری که دوستم بود و از زمان دانشگاه می‌شناختم برای همکاری دعوت کردم. ایشان دکتری محاسبات ساختمان داشت و

شریک شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی شد و کار تا امروز بر این منوال است.

در بدو ورود من (سال ۱۳۷۹) به شرکت، این چاپخانه شش ماشین شیت داشت که هر کدام حدود ۲۰ سال کار کرده بود، یک ماشین گاس هم در مجموعه وجود داشت که متعلق به بنی‌صدر بود، ابتدا در روزنامه انقلاب اسلامی بود و بعد به آموزش و پرورش ارجاع داده بودند و آنها هم ماشین را به دو ماشین تک‌رنگ و چهار رنگ تبدیل کرده و به ما تحویل داده بودند. ماشین گاس رول دستگاه خوبی بود اما سایشش برای چاپ کتاب استاندارد نبود و با ۱۶ درصد ریزش کاغذ چاپ می‌کرد.

آن موقع تعداد دانش‌آموز نسبت به امروز بیشتر بود و یادم می‌آید که ما حدود ۱۱۵ میلیون کتاب چاپ و توزیع می‌کردیم. از این تعداد چاپخانه چاپ و نشر تنها ۳۰ میلیون از آن را به چاپ می‌رساند که از آن مقدار ۲۱ میلیون آن با ماشین گاس چاپ می‌شد و حالا شما فقط درصد کاغذ باطله آن را محاسبه کن. ما بخش لیتوگرافی هم نداشتیم و فیلم و زینک کارها در افسس انجام می‌شد و ما سالیانه مبلغ زیادی را بابت آن پرداخت می‌کردیم.

اولین کاری که برای توسعه انجام دادم راه انداختن بخش لیتوگرافی دیجیتال بود. بعد از آن با دور نگری که تعریف کرده بودیم دست به ساخت و ساز ساختمان زدیم و ۲۷ هزار متر ساختمان صنعتی (نه سوله) بنا نهادیم. زیر سرتاسر این ساختمان خالی است (که به عنوان انبار استفاده می‌شود) و در واقع تمام دستگاه‌ها روی طبقه اول نصب شده‌اند، آن هم ماشین‌های رول که وزن و نیروی دینامیکی بسیار بالایی دارند. روزنامه اطلاعات قبل از ما دست به این کار زده بود اما هنگامی که دستگاه‌هایش را روشن کرد متوجه شد تمام ساختمان می‌لرزد و مجبور شد آنها را به زیرزمین منتقل کند. وقتی ما خواستیم ساختمان را بسازیم، مهندسان آلمانی را به کار دعوت کردیم، آنها معتقد بودند که شما توان طراحی چنین ساختمانی را ندارید و برای اجرای کار مبلغ بسیار بالایی را پیشنهاد کردند. من قبل از اینکه



نمایشگاه بین المللی تهران
۲۲-۲۵ آذر
سالن ۳۸

بیست و چهارمین نمایشگاه
چاپ، بسته بندی و
ماشین آلات وابسته

COLORGRAF

INCHIOSTRI DA STAMPA VERNICI • MATERIALI PER ARTI GRAFICHE

مرکب چهار رنگ یووی • مرکب طلایی • مرکب نقره‌ای
مرکب‌های چهار رنگ افست ساخت ایتالیا
مرکب فلکسو یووی HI-TECH

www.tejarateram.com

Tejarateram

Tejarateram

تلفن: ۰۲۱۴۰۷۷۱۲۸۰ - ۰۹۱۲۱۱۰۴۷۲۸

تلفن فروش: ۰۵۵ - ۰۲۱ ۷۷۶۲۵۹۵۰

شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم

نماینده انحصاری مرکب کالرگراف ایتالیا



تا در موقع لزوم بتوانیم به راحتی آن را مورد بهره‌برداری قرار دهیم که اتفاقا با خرید ماشین جدید و اضافه شدنش به مجموعه زمان نصب و راه‌اندازی ما را بسیار کوتاه کرد. این ماشین متعلق به چاپخانه بانک ملی بود، آلمان‌ها برای نصب آن ۴ ماه وقت گذاشته بودند، تازه مکان آنها روی زمین بود اما چون کانال‌کشی نداشتند، آماده‌سازی و نصب آن زمان زیادی برد. ما مکانی آماده برای نصب داشتیم، سنگ‌ها را برداشتیم و ماشین را به صورت قطعه قطعه آوردیم و سر جای خودش قرار دادیم، پروسه نصب و راه‌اندازی آن کمی بیش از دو ماه زمان برد.

تولید ما یک زمانی تا ۱۲۵ میلیون هم می‌رسید، بعد به ۱۱۵ میلیون رسید و یک مدت روی این نرخ ثابت بود و بعد رفته رفته کم شد و امروز به ۸۰ میلیون رسیده است. با پایین آمدن تیراژ از طرفی و اضافه شدن دستگاه و فعال‌سازی بیشتر خط تولید از طرفی دیگر، اکنون تمامی کتاب‌های درسی متوسطه در شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی به چاپ رسیده و صحافی می‌شوند. البته ما با توجه به ظرفیت دستگاه‌ها و نیروی انسانی شرکت، توان تولید بیشتری داریم و می‌توانیم در صورت لزوم و وجود سفارش تا ۱۲۰ میلیون تیراژ را هم پوشش دهیم. امروز تنها کتاب‌های فنی حرفه‌ای هستند که چون تیراژ بسیار پایینی دارند تولیدشان برای ما به صرفه نیست و آنها را برون‌سپاری می‌کنیم. تیراژ آنها نزدیک به پنج میلیون است که ما آنها را به چاپخانه‌هایی که توان تولیدش را داشته باشند می‌دهیم، چرا که کار نهایی توسط قسمت کنترل کیفیت ما بازرسی می‌شود و در صورت هر مشکلی عودت داده می‌شود و ضرر این برگشت خوردگی به گردن چاپخانه است، از این رو چاپخانه‌هایی که این کار را به عهده می‌گیرند باید از کیفیت کار خوب و با اطمینانی برخوردار باشند.

کتاب‌های ابتدایی از قبل انقلاب توسط افست به چاپ می‌رسید و در همان زمان هم مشکل اصلی چاپ کتاب‌های راهنمایی و دبیرستان بود که مسبب تاسیس شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی شد. الان که سبک آموزشی تغییر پیدا کرده و سال ششم به ابتدایی اضافه شده است، کتاب‌های این سال هم توسط افست به چاپ می‌رسد و به این ترتیب چاپ کتاب‌های این مقطع از ما کم شد و به تولید افست اضافه گشت.

کتاب‌های هر مقطع بعد از تولید در انبارهای اختصاصی جای می‌گیرند و مناسبانه برای حجم بالای تولیدات انبار به اندازه کافی جاها نیست و بیشتر مواقع مجبور به انبار کردن غیراستاندارد



می‌شویم. پرسنل ثابت ما حدود ۵۶۰ نفر هستند و همیشه قریب به ۵۰ نفر هم هنگام توزیع (برای مدت ۳ ماه) به ما می‌پیوندند، انبارداری ما کار سختی است؛ توزیع کتاب‌ها از اواخر خرداد ماه آغاز شده و تا ۱۰ شهریور ماه ادامه پیدا می‌کند؛ ماشین‌های حمل بار می‌آیند و باید بر اساس فاکتور بارگیری شوند که در کنار حساسیت و نظم احتیاج به زمان زیادی داشته و چون نیروی ما مشغول تولید و انبار گردانی است، این کار نیروی کار جداگانه‌ای را طلب می‌کند.

ما عمدتاً سفارشی را از بیرون نمی‌گیریم اما گاهی سفارشات بزرگ دولتی که به ما رجوع می‌شود را انجام می‌دهیم؛ به طور مثال سه دوره اخیر برگ‌های سرشماری توسط ما چاپ شد و یا سال پیش گمرک به حدود ۴۰۰ هزار تعرفه نیاز داشت که ما آنها را برایشان چاپ کردیم. سفارشات کمتر از این ابعاد و تیراژ برای ما صرفه اقتصادی ندارد؛ این سفارشات هم همگی قبل از عید است، بعد از آن که اصلاً ساعتی خالی نداریم. چاپ و نشر کتاب‌های درسی تمامی روزهای تعطیل را کار می‌کند؛ روزی سه شیفت (که در عمل دو شیفت ۱۲ ساعته کار می‌کنیم) چون در غیراین صورت از کار عقب می‌افتیم. فقط روزهای جمعه، آنهم برای سرویس و نظافت دستگاه‌ها تعطیل هستیم که در آن روز فقط نیروهای این بخش می‌آیند و بقیه کارکنان تعطیل هستند. هزینه نگهداری دستگاه‌های ما بسیار بالا است، همه ماشین‌های ما شناسنامه دارند و بر اساس آن سرویس‌های هفتگی، ماهانه و سالانه‌ای باید برایشان انجام شده و ثبت شود. در این مدارک سایر نیازهای دستگاه ثبت شده

و قید می‌شود که کدامیک از آنها انجام شده و کدامیک نیاز به رسیدگی بیشتر داشته و از عهده تیم خارج است. با این روش نیاز به قطعات و روند استهلاک آنها کاملاً مشخص است و ما می‌دانیم چه قطعه‌هایی را کی نیاز داریم. در دوره تحریم‌ها مشکلات فراوانی گریبانگیر ما بود، قطعات به دستمان نمی‌رسید چون عموم نیاز ما نورد‌های الکترونیکی بود و آنها هم می‌گفتند این قطعه استفاده‌های دیگری هم دارد و از همین رو ما نمی‌توانستیم آن را مستقیماً دریافت کنیم. گاهی چند کشور را می‌گشتیم تا به سختی نیاز ضروری مجموعه را تامین کرده و از خوابیدن کار جلوگیری کنیم. گاهی این از کار افتادن دستگاه دو یا سه روز باعث خواب کار شد اما هر طور بود نگذاشتیم این وضعیت به طول بیانجامد و سریع موقعیت را سامان دادیم. دو دستگاه جدید یورو من و یورو ست که جدیداً به مجموعه اضافه کرده‌ایم به نوعی پشتوانه تولید ما محسوب شده و این اطمینان خاطر را به ما داده که اگر یکی از آنها با مشکلی روبرو شد دومی جور آن را بکشد.

این چاپخانه اگر موفق است و می‌تواند به عنوان یک شرکت داخلی ماشین چاپ به روز و ۵ میلیون یورویی به کار بگیرد به خاطر فکر درست، مدیریت و از خودگذشتگی عزیزانی چون آقای توتونچیان است که از مدیران اسبق شرکت بود، حاصل تلاش جناب ترکمن است که از دیرباز عضو فعال هیئت مدیره بوده‌اند و همچنین زحمات مردانی چون آقایان شیرزادی، سعادت، صفایی و امثال آنها بود که اکنون در جمع ما نیستند اما یاد و خاطره تلاش‌هایشان هرگز از ذهنمان پاک نمی‌شود.





FLORA[®]

Digital Printing System

سریع‌ترین چاپگر یووی در دنیا



Konica 1024i

- جدیدترین نسل هد‌های ژاپن برای اولین بار در ایران Konica 1024i
- بالاترین دقت چاپ در صنعتی‌ترین هد چاپگرهای یووی ۶ پیکولیتر
- پر سرعت‌ترین چاپگر یووی در دنیا با قابلیت افزایش ۱۶ هد
- قویترین سیستم خشک‌کن یووی / مجهز به دو لامپ ۴۰۰ وات
- چاپگر ۶ رنگ + رنگ سفید + وارنیش
- وارنیش و رنگ سفید بصورت موضعی
- سیستم وکیوم ۶ گانه بصورت مجزا
- سیستم تنظیم ارتفاع تمام اتوماتیک و جک‌های پنوماتیک هوشمند
- جهت تنظیم و تثبیت مدیا بر روی سینی
- بالاترین دقت چاپ و پاشش جوهر حتی در ارتفاع ۲ سانتی متری از کار
- سرو و موتورهای Delta AC آمریکا و گیر بکس‌های آلمانی

RAHA
GOSTARAN

شرکت رهاگستران

عرضه‌کننده چاپگرهای عریض
دستگاه‌های حرارتی و مواد مصرفی

www.RahaGostaran.com

تهران، خیابان مطهری - میرزای شیرازی شمالی - کوچه آزادگان - پلاک ۲۷ - واحد ۹
تلفکس: ۸۸۱.۹۲۵۰ - ۸۸۴۸۲۲۱۶ - ۲۱. info@rahagostaran.com



«مالیات بر ارزش افزوده» برای دولت

«زیان خالص» برای چاپخانه

■ محمود سمیعی

رحیم نادری مدیر چاپخانه ۲۲ بهمن، پیر مرد خسته از کساد بازار کار و گرانی روز افزون، نگران از وقایع گذشته اما همچون پیران سالخورده، به گذشته خویش می‌اندیشد. به بهمن ۵۷ که چاپخانه را بنا کرد و به خاطر عقیده‌ای که به انقلاب داشت نام چاپخانه را ۲۲ بهمن نهاد. وی که از اوایل انقلاب به نیکی یاد می‌کند و قوانین جمهوری اسلامی را همچون قوانین الهی می‌داند، بعد از گذشت ۳۸ سال کار بی‌وقفه در چاپخانه، خود را مقروض دولت به خاطر ندانستن قوانین دولتی می‌بیند. به خاطر این فرض‌های کلان بعد از ۳۸ سال مجبور به فروش خانه شخصی خود و گرفتن وام از بانک به خاطر پرداخت بدهی ایجاد شده به دولت که تا به حال از آن خبر نداشته، می‌شود او می‌گوید داستان زندگی من «داستان آش نخورده و دهان سوخته است.»

او از قانون مالیات بر ارزش افزوده گله دارد آن را مشکل تمامی چاپخانه‌داران کوچک می‌داند. پیر مرد می‌گوید «این مقدار پول را ندارم که بپردازم. من که روزگاری ۱۲ کارگر ثابت داشتم، الان با نوهام که اینجا کار می‌کند تنها ۳ کارگر دارم.»

مسئول چاپخانه ۲۲ بهمن، رکود و پایین بودن قیمت‌ها و رقابت‌های زیاد را علت کساد کاری می‌داند. او با یاد کردن از کمک‌های اتحادیه و آقایان شهلاهی و مهندس علینقی اظهار می‌دارد: «با کمک تمام دوستان به خاطر نداشتن نقدینگی کافی نتوانستم که کارم را پیش ببرم چون ۶۶۰ میلیون برای من کارکرد نوشته‌اند که مجبور شدم خانه‌ای را که در سال ۱۳۵۰ خریده بودم را بفروشم تا قرض‌هایم را بدهم، تا سال ۹۲ مقدار ۱۲ میلیون تومان جریمه‌ام کردند، آن‌ها را پرداخت کردم حالا مانده‌ام در سال‌های ۹۳ و ۹۴ و ۹۵ و ۹۶ چه مقدار باید بپردازم دیگر چیزی برای فروش ندارم چاپخانه هم به جانم بستگی دارد چون من اینجا زندگی می‌کنم از هفت و نیم صبح تا هشت شب سر کارم حاضر هستم.»

می‌گوید: «خیراً یک نامه برای من آمده که بایستی فلان مبلغ را برای بیمه بپردازم و ۴۸ ساعت ضرب‌العجل تعیین کرده‌اند، رفتم که ببینم این مقدار برای چیست؟ مرا بین شعبه‌های ۱۹ و ۸ بیمه سرگردان کردند تا بالاخره فهمیدم مربوط به کارگری است که ۲۱ سال پیش در چاپخانه برای من کار می‌کرده و ۱۶ سال پیش از اینجا رفته و حالا برای من ۶ میلیون و ۱۳۰ هزار تومان جریمه بریده‌اند که بایستی ۴ درصد بابت کار سخت و زیان آور بپردازم. در صورتی که کار سخت و زیان آور مربوط به زمانی بود که کارگر پشت ماشین گارسه حروفچینی هزار خط حروف روزنامه را می‌چید و ما ۸ تا ۱۶ صفحه فرم را می‌بستیم در ماشین‌های اینترپرس که حدود ۵۰ کیلوگرم بود. کار سخت و زیان آور مال آن زمان است نه مال ماشین GTU که مثلاً کاغذش ۲ تا ۵ کیلو می‌شود.» ما حاصل این گفت‌وگو از نظر تان می‌گذرد.

پس سخت و زیان آور نیست. به نظر من باید این قانون بر بردارند. آن کارگر من ابتدا می‌گفت من ماشینچی هستم اما بعد از ۱۶ سال هم ماشینچی نشد. اگر کسی بخواهد ماشینچی شود باید چند سال اول پادویی کند بعد کارگر ساده می‌شود بعد ممکن است ماشینچی شود. الان برای آن کارگر ۶ میلیون برای من بریده‌اند حتی حاضر نیستند ماه به ماه جریمه را بگیرند.

■ حاج آقا چرا ۲۲ بهمن؟

برای اینکه در سال ۱۳۵۷ در ۲۲ بهمن تأسیس کردم به میمنت و مبارکی پیروزی ۲۲ بهمن خدا همه شهادایش را بیاورزد.

■ صحبت امروز ما درباره چاپخانه‌داری، بخصوص در مورد مالیات بر ارزش افزوده است. بفرمایید که اصلاً آیا مالیات بر ارزش افزوده مشکل شما هست یا نه؟ و اگر هست چرا هست؟ مشکل من که هست و احتمالاً مشکل همه چاپخانه‌های کوچک هم

■ خوب چرا مشکل است؟

برای اینکه آنقدر درآمد نداریم که آنرا بپردازیم.

■ تناسب با درآمدش ندارد؟

دلیلش این است که ما یک کار را با خواهش و تمنا می‌گیریم. با تخفیف‌های خیلی زیاد که چرخ زندگی مان بچرخد. من که ۱۲ کارگر ثابت بیمه شده داشتم. الان ۳ تا کارگر داریم. یکی از آنها نوهام است که اگر کار باشد و یا نباشد باید اینجا باشد. دو نیروی دیگر هم کارگرند. در صورتی که حدود ۲۲ سال پیش من ۱۲ کارگر بیمه شده داشتم.



در یک چاپ خوب
طعم‌ها
 حس می‌شوند...

SAHAND
 printing
 چاپ سهند



C 15%
 M 25%
 Y 100%
 K 1%

C 0%
 M 0%
 Y 1%
 K 0%

C 40%
 M 0%
 Y 81%
 K 0%

C 1%
 M 100%
 Y 100%
 K 1%

لیتوگرافی | چاپ | سلفون حرارتی | صحافی
 خ سعدی شمالی، خ برادران قلندی، بینبست زراعتشان، پلاک ۱۶
 ۷۷۵۲ ۳۳۴۶ ☎ ۰۲۱-۷۷۵۲ ۰۳۵۴ - ۷۷۵۲ ۰۳۵۰
 0990 397 3093 ✉ Sahandprintco@gmail.com

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



اصلاً
۴ درصد را هم بگیرند
ولی ماه به ماه بگیرند.
بار ما سبک شود و
ما هم بدانیم که باید بپردازیم، نه
بعد از ۱۰ یا ۱۵ سال تا ۲۰ سال
یکدفعه بیایند و بگویند
که تو یا برو
در خیابان چادر بزن یا...
این پول را باید
بدهی!!

■ آن بنده خدا ماشینچی بود؟

هر کسی اینجا کار کرده می گوید ماشینچی ام بعد از ۱۶ سال هنوز هم ماشینچی نیستند. چون کار بلد نیستند. هنری ندارند که هر کسی که به اینجا آمد که ماشینچی نمی شود. یک سال... دو سال... سه سال مبتدی اند، پادواند، کارگر ساده اند اینها را از دم می نویسد و درباره کسی که می گوید ۱۶ سال پیش، از پیش من رفته. الان من ۶ میلیون تومان باید بدهم. اصلاً ۴ درصد را هم بگیرند ولی ماه به ماه بگیرند. بار ما سبک شود و ما هم بدانیم که باید بپردازیم، نه بعد از ۱۰ یا ۱۵ سال تا ۲۰ سال یکدفعه بیایند و بگویند که تو یا برو در خیابان چادر بزن یا... این پول را باید بدهی!! خوب نه منصفانه است نه اسلامی. در ردیف آن ۴ درصد سخت و زیان آور نوشته اند؛ صفر. اگر صفر است خوب صفر است. اگر صفر نیست بعد از ۱۶ سال چرا به سراغ من می آید؟! نه که موقع بازنشستگی بطور یکجا از کارفرما دریافت کنید. من کارفرما که ۲۰ سال پیش کارگر من ۷۰ هزار تومان در ماه حقوقش بود و الان جای دیگری کار می کند. ۱۶ سال پیش از پیش من رفته است. من الان چاپخانه های مهمی را می بینیم که کارگزارانشان می آیند و می گویند آقا ما سه ماه است حقوق نگرفته ایم. ببینید ماشین های من، هر دویشان خرابند، من خواهش کردم از همکارانم که ماشین ها را درست می کنند. خدائیش می گویند که ما سه ماه است حقوق نگرفتیم.

■ چرا؟

چون نداشته اند که بدهند، یعنی کارفرما پولی ندارد که بدهد.

■ چرا، کار خراب شده؟
 من علت اصلی را نمی دانم.

رسید تروک ثبت از طریق اینترنت

شماره بدهی: ۰۹-۲۶۰۲۳۸۱۷۷	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
کارگاه: ۱۳۳۸۱۰۱۲	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
رابطه پیمان: چاپ ۲۲ پیمان	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
لیست بیمه ماه: ۷	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
جمع اسکناس و مزایای مشمول و غیر مشمول: ۲۴,۵۱۸,۰۸۰	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
جمع اسکناس و مزایای مشمول: ۲۴,۵۱۸,۰۸۰	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
جمع بیمه ماه: ۲,۱۱۶,۳۲۲	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸
جمع کل حق بیمه: ۲,۲۵۱,۸۰۴	تاریخ: ۱۳۹۶-۰۸-۰۸

■ چه اتفاقی افتاد که تعداد کارگر از ۱۲ نفر به سه نفر رسید؟

رکود کاری و پایین بودن قیمت و رقابت های زیادی هم که شد که حالا علتش را من نمی دانم، قیمت ها پایین آمد و ما ضرر زیادی کردیم. یکدفعه برای من ۶۶۰ میلیون کارکرد نوشته اند که در مغز من نگنجد با خواهش و تمنا و رفتن و آمدن که اتحادیه هم به من خیلی کمک کرد. آقای شهلاهی خیلی به من کمک کرد. آقای مهندس علینقی کمک کردند. آقایونی که در تعاونی و اتحادیه بودند همه شان دلسوزانه به من کمک می کردند ولی نهایتاً من نقدینگی نداشتم و بدهکاری هم داشتم هم به بانک سپه هم به مردم. مجبور شدم دست به کاری زدم که الان هم دارم اذیت می شوم.

■ چه کار کردید؟

خانه ام را فروختم. فروختم که مالیات بدهم. مالیات بر ارزش افزوده. سودش برای دولت است و زبان خالصش برای چاپخانه. خوش به حال مصرف کننده! فروش خانه ام بود که در سال ۵۰ خریده بودم و مجبور شدم سال ۹۵ فروختم و برای من که این آقایون بریده بودند مثلاً می گفتند ۶۰ میلیون تومان باید بدهی تا سه یا چهار ماه رفته و با کمک اتحادیه و نظر لطف آقایان دارایی که مسئول ارزش افزوده هستند کم کردند. ۳۱ میلیون تومان گرفتند و بعد هم برای همین مبلغ، حدود ۱۲ میلیون جریمه کردند.

■ یعنی ۳۲ میلیونتان بعلاوه ۱۲ میلیون تومان؟

بله. حالا من شب و روز ندارم، می گویم خدایا ۹۳ و ۹۴ و ۹۵ چطور خواهد شد و از کجا اگر مبلغی خواستند بیاورم چیزی دیگر ندارم بفروشم. چاپخانه هم به جانم بستگی دارد. فقط کار باشد یا نباشد ۷/۵ صبح می آیم راه می روم تا ۸ شب چون با اینجا زندگی می کنم.

■ چرا مالیات بر ارزش افزوده شما علی الراس شد، مگر فاکتور ندارید مگر فاکتور صادر نمی کنی مگر دفاتر قانونی ثبتی ندارید؟

ما چون سنتی هستیم، غافلگیر شدیم، نمی دانستیم چی به چیه؟ و در حقیقت قانون را درست نمی دانستیم. غافل شدیم و دولت هم حق خودش می دانست. فکر می کردند که ما این مبلغ را گرفتیم و نگه داشتیم حالا باید جریمه اش را هم بدهیم. واقعیت این است. ولی الان یک سال و نیم است، زحمتی دادم به یک حسابدار که خیلی انسان خوبی است کارهایم را ردیف می کند که انشاءالله مشکلاتی پیش نیاید.

- پس یعنی الان دفاتر قانونی دارید؟ فاکتور صادر می کنید و هم فاکتور می گیرید؟
 بله. یکی هم مساله بیمه است.

■ با بیمه چه مشکلی داری؟

مشکل این است که من به روزم چون یا یک نفر کارگر دارم یا دو نفر. سر موقع من لیست هایم را می دهم ولی اخیراً یک نامه آمده و به من ۴۸ ساعت مهلت دادند که اگر این مبلغ را ندهی ما اجرا صادر می کنیم. من خود هم چون اهل کارهای اداری نیستم و بلد هم نیستم دنبال این مطالب رفتم و گفتم این را که صادر کردید و ۴۸ ساعت وقت دارد حالا نزول هم که شده باید تهیه کنم و بدهم.

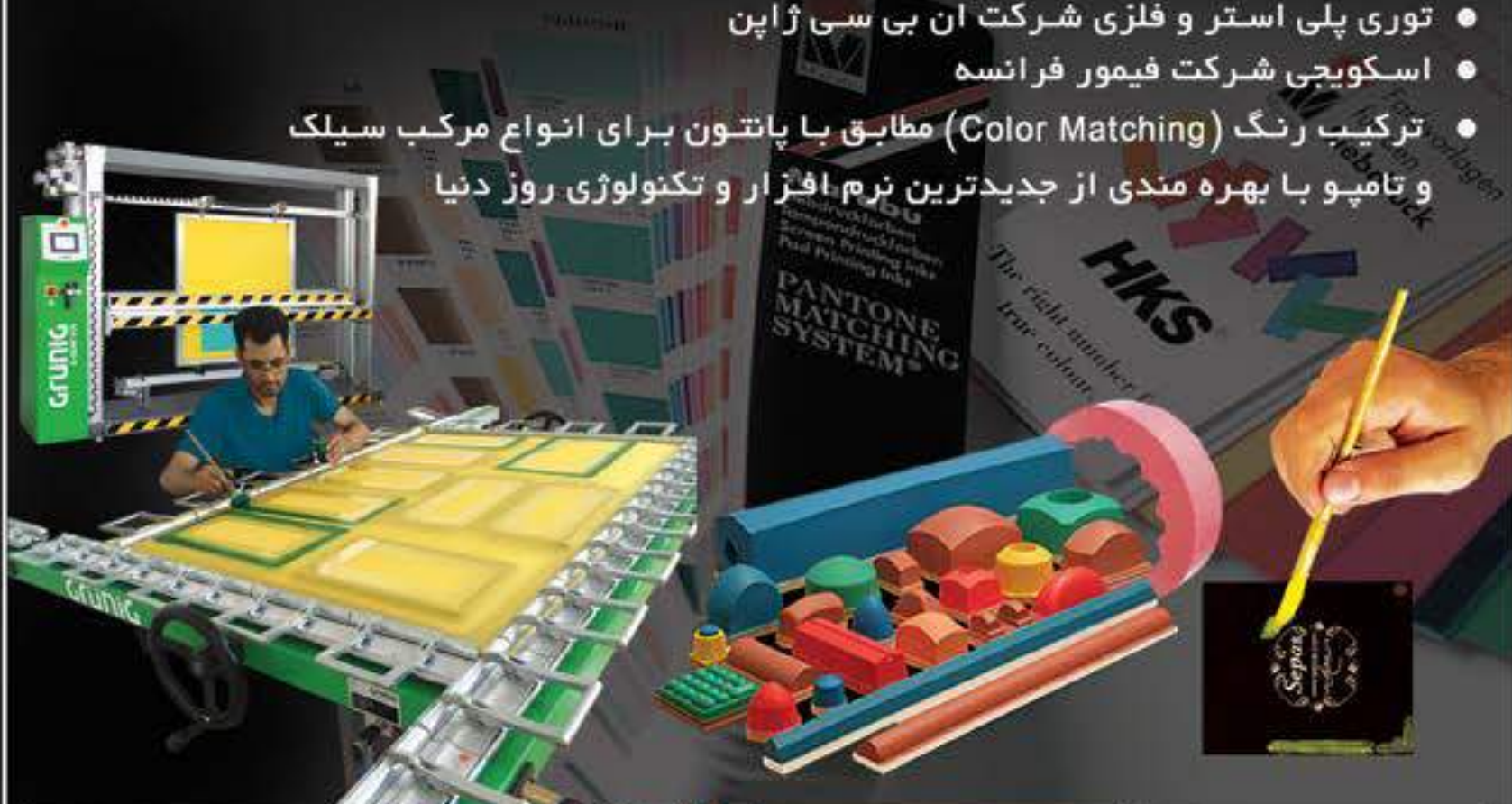
■ چقدر است مبلغ مالیات؟

یک نامه آمد که نمی دانستم چیست. بعد از ۴۸ ساعت دوندگی از بیمه ۱۹ به بیمه ۸ از بیمه ۸ به ۱۹ ما را چرخاندند. هیچ کس هم اصل مطلب را به ما نمی گفت. آقا برو تو سایت... یا برو فلان...، پرونده زیر دستش است، مرا فرستادند دنبال نخود سیاه... بیمه شماره ۸... بیمه ۱۹. عین مهلت ۴۸ ساعت مرا فقط سرگردان کردند. بعداً فهمیدم که یک آقای ۲۱ سال پیش، پیش من کار می کرده، ماهی ۷۰ هزار تومان حقوقش بوده ۱۶ سال پیش هم از پیش من رفته. الان برای من ۶ میلیون و صد و سی هزار تومان جریمه آمده که بایستی ۴ درصد سختی و زیان آور را بپردازید. در صورتی که سخت و زیان آور مال زمانی بوده که پشت گارسه حروفچینی، حروفچین هزار خط حروف می چید روزنامه را می چیدند. تا ما ۸ صفحه تا ۱۶ صفحه فرم را می بستیم در ماشین های بزرگ انترپرس که این شاسی ماشین را می خوانیم برداریم بیندازیم توی ماشین، حدود ۴۰ تا ۵۰ کیلوگرم بود. کار با آن ماشین سخت و زیان آور بود نه کار با یک ماشین GTU که مثلاً کاغذش نهایتاً می شود ۲ تا ۵ کیلو. کار با این ماشین ها که سخت و زیان آور نیست.





- مشاوره و اجرای کلیه امور طراحی
- ساخت کلیشه ورقی و فولادی در ابعاد مختلف
- توری کشی و عکاسی شابلون با دستگاه های شرکت گرونیک سوییس
- مرکب چاپ سیلک و پد شرکت مارابو آلمان
- امولسیون، فیلم کپیلاری و کلیه مواد و ملزومات ساخت شرکت اولانو
- توری پلی استر و فلزی شرکت ان بی سی ژاپن
- اسکویجی شرکت فیمور فرانسه
- ترکیب رنگ (Color Matching) مطابق با پانتون برای انواع مرکب سیلک و تامپو با بهره مندی از جدیدترین نرم افزار و تکنولوژی روز دنیا





■ اگر وضعیت کار خراب است چرا بعضی‌ها به مقدار زیادی سرمایه‌گذاری می‌کنند؟
 خوب شاید بعضی‌ها دارند که سرمایه‌گذاری می‌کنند.

■ خوب اگر جواب نمی‌دهد چرا سرمایه‌گذاری می‌کنند؟
 ... برای آنها دارد.

■ پس کار وجود دارد؟
 اگر کسی سرمایه‌گذاری می‌کند و سرمایه‌اش برمی‌گردد حتماً دارد. ولی من بسیاری از چاپخانه‌های بزرگ را می‌بینم که سرمایه‌گذاری هم می‌کنند و چند سال می‌گذرانند و بعد می‌بینند که چاپخانه به درد نمی‌خورد. جمع می‌کنند می‌روند دنبال یک تجارت دیگر، یک کار دیگر.
 این برای من یک سؤال است، من نمی‌دانم اینکه گذشته مرا بخشیده‌اند؟ یا نه. نمی‌خواهند از ما بگیرند و یا می‌خواهند بگیرند؟! مثلاً کارگری را که امروز ۱/۵ میلیون تومان حقوقش هست بعداً که ۵ میلیون شد، مالیاتش را چطور بدهیم؟

■ سؤال درستی است.
 آخر چرا باید ما جریمه بدهیم. ما حاضریم اگر به عهده ماست و وظیفه‌مان است الان بپردازیم. ما هزینه روزانه‌مان را خودمان نمی‌توانیم درآوریم. من خودم شخصاً نمی‌توانم...

■ حاج آقا شما با این همه تجربه یعنی از سال ۵۷ تا حالا. که حتماً پیش از آن هم سابقه کار داشتید سال ۵۷ چاپخانه ۲۲ بهمن را راه‌اندازی کردید.
 من از سال ۳۰ و ۳۱ زمان دکتر مصدق دو سال شاگرد عکاس بودم. زمان دکتر رزم‌آرا من شاگرد عکاس بودم سال ۱۳۲۸.

■ از آن موقع شما سابقه دارید از سال ۵۷ هم این چاپخانه را راه‌اندازی کردید و در آن کار می‌کنید. درست است؟ چرا با این سابقه و تجربه‌ای که دارید در بازاریابی، کاریابی موفق نیستید و کار ندارید، علت چیست؟
 اگر بخواهیم ریشه‌یابی کنیم یک مقدار به خود فرد برمی‌گردد. مقدار بیشترش هم بساز به فکر خودش برمی‌گردد که چطوری می‌خواهد کار کند، چطوری می‌خواهد پول پیدا کند؟ آیا به هر شکلی باید پول را پیدا کرد؟ بعضی‌ها می‌گویند پول، پول است. ولی من رحیم نادری نمی‌گویم پول، پول است. پول زحمت کشیده پول است آن هم از راه

■ با خودتان و بقیه کارکنان؟
 سه نفر کارگر، یکی هم خودم ۴ نفر.

■ کارگاه‌های زیر ۱۰ نفر که اصلاً شامل بیمه نمی‌شوند.

پس چرا از ما می‌گیرند؟ جالب است، بیمه بیکاری را که باید بدهیم. کارگاه‌های زیر ۵ نفر معاف هستند...!! خوب معافیه دیگه.
 ولی ۳ درصد بیکاری را باید بپردازیم. آیا این ۴ درصد سخت و زیان‌آور را از من که سه نفر کارگر دارم باید بگیرند یا کارگر زیر ۵ نفر دارم باید از من بگیرند یا نکنند؟ هیچ کس به ما توضیحی نمی‌دهد.

نه از نظر قانونی شغل ماشینچی در چاپخانه‌ها جزو مشاغل سخت و زیان‌آور است. ۴ درصد حقوق کارگر در زمان بازنشستگی باید محاسبه شود و کارفرما آنرا باید بپردازد. از نظر قانونی شما نمی‌توانید ماهانه بپردازید سازمان تأمین اجتماعی هم از شما قبول نمی‌کند و می‌گوید قانون است. فقط در زمان بازنشستگی. این اجحافی که در حق شما صورت می‌گیرد در واقع یک اجحافی در حق کارگر هم هست. اگر شما همین الان که حق بیمه را می‌پردازی ۴ درصد را هم بتوانی بپردازی. کارگر هر وقت که می‌خواهد بازنشست بشود خوب بشود. حقوقش را شما پرداخت کرده‌اید و او با بیمه طرف است. ولی چون الان از نظر قانونی سازمان تأمین اجتماعی از شما نمی‌تواند بگیرد و شما هم بپردازید قبول نمی‌کند، بنابراین می‌ماند تنها در زمان بازنشستگی. حالا اگر ۵ سال پیش شما کار کرد به اندازه ۵ سال باید بپردازید. اگر ۲۰ سال کار کرده باشد به اندازه ۲۰ سال باید بپردازید. این الان قانون است. خوب در آن ۵ سال ۷۰ هزار تومان حقوق کارگر بوده، اگر ۴ درصد آن را (مجموع ۵ سال) هم بخواهند با قیمت آن زمان بگیرند. خیلی کمتر از ۶ میلیون ۱۳۰ هزار تومان می‌شود.

■ با آخرین حقوق حساب می‌کنند.
 آخرین حقوقش هم الان پیش من نیست. رفته جای دیگر ۱۶ سال است که در جای دیگر کار می‌کند. شاید هم شغلش را عوض کرده باشد. نمی‌دانم. سخت و زیان‌آور هم داشته باشد حرفی نیست ولی من که نباید دیگر بهره پول بدهم که. من امروز کارگر دارم تا ۵ سال دیگر. در این مدت ۵ ساله هر مبلغی که می‌خواهند از من بگیرند عیبی ندارد. ولی بعد از ۱۶ سال بیایند و بگویند ۴ یا ۵ برابر باید بدهی این ظلم است. چه آنهایی که دارند و چه کسانی که مثل من ندارند.

■ چه راهی برای خودت در نظر گرفته‌ای که از این کساد کار بیرون بیایی.
 من اولاً دوست ندارم شما را ناراحت کنم. من آرزو دارم همین جا بمانم. من از چاپخانه‌ام دور نمی‌شوم. حتی این دو کارگر را هم نداشته باشم. زیرا این تابلو آنقدر می‌ایستم که اجل به سراغم بیاید. این آرزوی من است. من خارج از چاپخانه زندگی نمی‌توانم بکنم.

■ چه فکری برای رونق چاپخانه دارید؟
 همیشه انسان باید امیدوار باشد و من هم امیدوارم. از خدا می‌خواهم که به من کمک کند.

■ حالا غیر از دعا و داشتن امید، خودت چه کار می‌کنی؟
 سعی‌ام را می‌کنم. اگر دو یا سه نفر مشتری هم داشته باشم سعی می‌کنم رضایتشان را جلب کنم تا این چند کار از پیش من نرود تا مشتری دائم من باشند تا اموراتم بگذرد.

من
 امروز کارگر دارم
 تا ۵ سال دیگر.
 در این مدت ۵ ساله
 هر مبلغی که می‌خواهند
 از من بگیرند عیبی ندارد.
 ولی بعد از ۱۶ سال
 بیایند و بگویند
 ۴ یا ۵ برابر باید بدهی
 این ظلم
 است

حلالش نه برخلاف قانون... واقعیتی است. پول یا مفت و فلان و بهمان نه ما بلدیم نه به دستمان می‌آید نه خواستیم به دستم بیاریم و این پول‌ها از گلولی ما پایین نمی‌رود. آنهایی هم که مثل من صادق هستند و می‌خواهند با کار کردن زندگی کنند. خودشان و خانواده‌شان را اداره کنند دچار سختی‌اند...

■ دستگاه‌های چاپتان به‌روز هستند؟ مدرن هستند؟
 T.T.U و تکرنگ ۲۰۰۰ - T.T.U دو رنگ ۹۸ بد نیست، خیلی قدیمی نیست.

■ حالا چه پیشنهادی یا تقاضایی دارید؟
 پیشنهادم این است که... البته خواهشم این است که در موارد بیمه و مالیات شغلی یا ارزش افزوده نسبت به آنهایی که پایین دست و خرده پا هستند، مسائل را بیشتر بررسی کنند.

■ منظورتان اداره مالیات است؟
 هم اداره مالیات، هم بیمه. مخصوصاً در مورد این ۴ درصد سخت و زیان‌آور که به چاپخانه‌های امروز سختی و زیان‌آور تعلق نمی‌گیرد. یعنی باید این را بردارند.

■ شما الان زیر ۱۰ نفر در کارگاهتان کار می‌کنند، درست است؟
 من الان بیشتر از سه نفر کارگر دارم.

افق

قطعات آسیا

Press & Offset Printing parts

افق قطعات آسیا

وارد کننده قطعات اورجینال ماشین آلات چاپ و صحافی

Böttcher

GRAFIA

IST

more than UV

technotrans



www.ofoghpart.com

خیابان ایرانشهر جنوبی، بین سمیه و انقلاب، پلاک ۵۹
طبقه دوم واحد ۵ و ۶ تلفن: ۸۸۳۰۳۵۵۴-۸۸۳۰۳۸۵۴
همراه: ۰۹۱۲۱۵۵۱۲۷۹



نشست هم‌اندیشی ستاد بیست چهارمین
نمایشگاه بین‌المللی چاپ برگزار شد

همبستگی صنفی در نمایشگاهی با ۲۴ سال سابقه

■ هانیه صراف‌زادگان

بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران، در تاریخ ۲۲ تا ۲۵ آذرماه سال جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار خواهد شد. بر همین اساس برای برگزاری هرچه بهتر و باشکوه‌تر این نمایشگاه، نشست هم‌اندیشی با حضور روسای اتحادیه‌های بزرگ صنعت چاپ و بسته‌بندی برگزار شد. در این نشست رئیس و اعضای هیات مدیره اتحادیه‌های چاپخانه‌داران تهران، لیتوگرافان، صحافان، صادرکنندگان صنعت چاپ، کاغذ و مقوا و انجمن کارتن و ورق حضور داشتند.

داشتند و جا دارد از رسانه‌ها بخصوص رسانه‌های تخصصی برای همکاری در اطلاعرسانی تشکر و قدردانی کنیم. ابوالحسنی با بیان اینکه امسال با تمرکز بر تبلیغات در روند توسعه بازدیدکنندگان تخصصی فعال‌تر خواهیم بود، بیان می‌کند: امسال در صدا و سیما بسیار وسیع‌تر از گذشته اطلاعرسانی و تبلیغ خواهیم داشت. بر اساس برنامه‌ریزی مدون ستاد برگزاری، نزدیک به دو میلیارد تومان حق پخش تبلیغ در صدا و سیما را در نظر گرفته‌ایم که این بودجه نسبت به دوره گذشته سه برابر شده است. به گفته وی امسال در بخش بسته‌بندی، سرسید و پوستر مسابقاتی را با رویکرد صادرات در نظر گرفته‌ایم. وی با اشاره به برگزاری متفاوت‌تر نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال نسبت به دوره‌های قبل تصریح می‌کند: در نمایشگاه امسال، یک استودیو تخصصی خبر تدارک دیده شده است، که به صورت هفتگی به بیان اخبار نمایشگاه و بررسی موضوعات صنعت چاپ به صورت زنده پرداخته خواهد شد. در این باره در حال مذاکره با شبکه ۴ هستیم.

■ واگذاری نمایشگاه به سه اتحادیه

جلیل غفاری رهبر، رئیس اتحادیه صحاف درباره ویژگی‌های نمایشگاه امسال، می‌گوید: نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال به اتحادیه‌ها واگذار شده و مجوز برگزاری به نام سه اتحادیه‌ی چاپخانه‌داران، لیتوگراف و صحاف تهران است، این در حالی است که در چند سال گذشته توسط اتاق اصناف برگزار می‌شد. وی اشاره می‌کند: در حال حاضر نمایشگاه چاپ خود یک برند شده است و بدون هیچ تبلیغی هم اکنون بیش از پنج هزار متر مربع درخواست داریم ولی فضای کافی در اختیار نداریم در همین راستا از فعالان همیشگی حاضر

همبستگی اتحادیه‌ها در نمایشگاه بین‌المللی چاپ ایرج استادعلینقی رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران، در نشست هم‌اندیشی ستاد برگزاری بیست چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران می‌گوید: امسال چاپخانه‌داران، لیتوگرافان، صحافان و کاغذفروشان همگی با هم یکدل شده‌اند و به صورت مستقل از هم عمل نخواهند کرد، این نزدیکی روز به روز بیشتر خواهد شد و امیدواریم با همبستگی و تلاش تمامی دوستان، صنعت چاپ همیشه در اوج و در حال صعود باشد. شاید بنیان نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی با این همبستگی برای همگی جاودانه شود. وی می‌افزاید: توسعه هدفمند نمایشگاه، توسعه صنعت چاپ و بسته‌بندی و در ادامه توسعه اقتصاد را به همراه خواهد داشت و باید در کنار هم با شناخت نقاط قوت، ضعف، تعیین و تدوین برنامه برای توسعه بیشتر و تخصصی‌تر شدن گام برداریم.

■ امسال متفاوت‌تر از هر سال

احمد ابوالحسنی رئیس اتحادیه سازندگان کلیشه و لیتوگراف، مهر و پلاک و چاپ اسکرین با اشاره به خلاصه اقدامات نمایشگاه امسال، می‌گوید: امسال سعی کرده‌ایم با برنامه ریزی بهتر ستاد بیست چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی را تشکیل دهیم. جانمایی غرفه‌ها در حال انجام است و با وجود متقاضی زیاد تنها یک سالن باقی مانده است، البته با توجه به برگزاری نمایشگاه چاپ شهر آفتاب و فاصله کم زمانی و برخی محدودیت‌های بین‌المللی، بخش ارزی نمایشگاه ریزش داشته است. وی ادامه داد: سال گذشته بازدیدکنندگان بسیار تخصصی‌تر بودند و غرفه‌دارها نیز به این نکته اذعان





پدیده


واردات، تولید و پخش



کاور بارانی




 TABLIGHAT.PADIDEH

 @padideh031

 www.padidehad.com

 padidehad@yahoo.com

 ۰۳۱-۳۶۶۳۳۹۹۰-۲

 ۰۹۱۳ ۱۱۱ ۵۷۹۱

در نمایشگاه درخواست کرده‌ایم غرفه‌ی کوچک‌تری تهیه کنند تا تعداد بیشتری از متقاضیان در نمایشگاه حضور داشته باشند.

غفاری رهبر رئیس اتحادیه صحاف در ادامه نشست بیان می‌کند: در ساختار نمایشگاه با مشکلاتی روبرو هستیم ولی سعی کرده‌ایم به نحو احسن و تا جایی که از دستمان برمی‌آید مشکلات را رفع کنیم.

پایون اروپا

بابک عابدین، رئیس اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ که مسئولیت بخش بین‌الملل نمایشگاه را به عهده دار است، می‌گوید: حضور پررنگ دست‌اندرکاران صنعت چاپ در این جلسه و برگزاری نمایشگاه، نشانه همبستگی اهالی، تشکل‌ها و اهمیت موضوع چاپ برای همه است. امیدواریم با همکاری و همیاری در توسعه هرچه بیشتر این نمایشگاه بسیار مهم که طی بیست و چهار دوره برگزاری خود، برند صنعت چاپ و بسته‌بندی کشورمان شده است فعال باشیم. افتخار ما است که نمایشگاهی به واقع بین‌المللی داشته باشیم و هم برای کشور و هم برای اهالی صنعت چاپ تأثیرگذار باشد.

وی با بیان اینکه افتخار داریم در چند دوره اخیر به عنوان اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران، همکاری تنگاتنگی با برگزارکنندگان داشته باشیم، بیان می‌کند: هر سال در بخش بین‌الملل سعی کرده‌ایم اطلاعات نمایشگاه را در منطقه اطلاع‌رسانی کنیم، در گام نخست کشورهای افغانستان و عراق هدف اصلی ما بودند، در گام بعدی، از اعضای هیات مدیره صنعت چاپ اقلیم کردستان به عنوان مهمان ویژه دعوت به عمل آوردیم و اکنون در حال اطلاع‌رسانی برای این نمایشگاه در اروپا هستیم که با استقبال خوبی نیز روبرو شده است و پایون اروپا را داریم.

به گفته عابدین با دست‌اندرکاران صنعت چاپ کشورهای ایتالیا، آلمان، هلند، بلژیک، اسپانیا، انگلیس، فرانسه در تعامل و رایزنی هستیم و از طرق مختلف اخبار نمایشگاه را به آنها مخابره می‌کنیم. وی یادآور می‌شود: پیش از این، پیشنهاد تغییر

زمان برگزاری نمایشگاه را به دلیل تداخل زمانی با عید کریسمس دادیم که از مسئولان برگزاری نمایشگاه برای توجه به این موضوع و تغییر زمانی نمایشگاه متشکر هستیم. غرفه‌گذاران نیز اگر از این مهم مطلع شوند قطعاً حضور بهتری خواهند داشت.

عابدین تأکید می‌کند: برای بخش بین‌الملل بودجه‌ای تدارک دیده شده که می‌تواند در روند توسعه و بهبود آن مؤثر باشد، ما یک کشور در حال توسعه است در این میان از کشورهای توسعه یافته در روند اطلاع‌رسانی الگوبرداری خواهیم داشت تا همزمان با توسعه نمایشگاه روش‌هایی نوین برای توسعه کاربردی‌تری در روند آموزش و تغییرات صنعت چاپ در جهان را در کشورمان داشته باشیم.

برنامه‌ها و اپلیکیشن‌هایی متفاوت

ابوالفضل ایمنی مدیر روابط عمومی نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نیز درباره برخی اقدامات پیش‌بینی شده در این حوزه، می‌گوید: امسال برای نخستین بار آموزش آنلاین غرفه‌داری استاندارد در قبل، حین و بعد از برپایی غرفه را در نظر گرفته‌ایم، تا کنون غرفه‌گذاران از این آموزش آنلاین خیلی استقبال کرده‌اند.

به گفته وی امسال برای اطلاع‌رسانی اخبار نمایشگاه اپلیکیشن تخصصی چاپ و بسته‌بندی را تدارک دیده شده است و تاکنون ۳ هزار بار دانلود داشته است و در مدت دو هفته فعالیت در صدر اپلیکیشن‌های پیام رسان حوزه چاپ و بسته‌بندی قرار گرفته است. فرم‌ها، قوانین و مقررات از طریق این اپلیکیشن در اختیار اهالی صنعت چاپ قرار داده شده است. این برنامه برای اطلاع‌رسانی بهتر نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی است تا در مواقع فیلتر شدن اطلاع‌رسانی همچنان ادامه داشته باشد.

وی افزود: برای جذب بازدیدکننده تخصصی علاوه بر تبلیغات در فضای مجازی و رایزنی با شهرک‌های صنعتی، تبلیغات محیطی گسترده‌ای در ورودی و خروجی شهرها نیز خواهیم داشت. همچنین امسال برای اولین بار استودیویی برای تولید برنامه تصویری با عنوان چاپ و بسته‌بندی تدارک دیده شده است و قرار است این برنامه به صورت هفتگی و آنلاین از مسیر شبکه‌های اجتماعی پخش شود.

استفاده از نقاط ضعف و قوت دیگر نمایشگاه‌ها علینقلی حسنی اعظمی مدیر عامل انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق می‌گوید: ما تنها در کنار شما هستیم و زحمات چندین و چندسال گذشته شمارا قدر می‌دانیم. گاهی مشکلات صنفی به وجود می‌آید ولی برای شکوفایی کشور و صنعت چاپ باید با آرامش، متانت و تعامل کارمان را پیش ببریم.

وی می‌افزاید: نباید از یادگرفتن هراس داشته باشیم، ما نباید نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شهر آفتاب را تهدیدی برای خودمان بدانیم بلکه باید از آن نمایشگاه برداشته‌هایی داشته باشیم اگر خوب برگزار شده است باید الگوبرداری کنیم و اگر ضعیف دیده‌ایم در صد باشیم تا آن را رفع کنیم و بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی خالی از آن ضعف‌ها باشد و به صورت آبرومند این نمایشگاه را برگزار کنیم تا مسئولان بین‌المللی نمایشگاه با افتخار بتوانند تبلیغات کنند.

تبلیغات گسترده و ارائه سرویس‌های ویژه

میریونس جعفری عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران می‌گوید: من تقاضا دارم که برای مراجعه بازدیدکنندگان تخصصی بیشتر تبلیغات وسیع‌تری انجام گیرد. سرویس‌های مختلفی در نقاط مختلف شهر و شهرک‌های مختلف صنعتی مهیا کنیم. اگر در نقاط مختلف تهران بنرهای تبلیغاتی نمایشگاه را نصب کنیم قطعاً برای تخصصی‌تر شدن نمایشگاه مفید فایده‌تر خواهد بود.

وی می‌افزاید: امروز مجوز برگزاری نمایشگاه به اسم سه اتحادیه چاپ، صحاف و لیتوگراف تهران شده است و از این اتفاق خشنود هستیم و امیدوارم در برگزاری آن سرافراز شویم و بتوانیم با بازدید از نمایشگاه‌های مختلف به تکمیل این نمایشگاه بپردازیم.

دسته‌بندی بهتر مزیت یک نمایشگاه

امیرحسین قاسمی عضو هیات مدیره اتحادیه لیتوگراف می‌گوید: نمایشگاه یک اتفاق ملی است و ویرینی است برای دستاوردها، هرچه این ویرینی استانداردتر باشد و به رشد خود برسد متقاضیان داخلی و خارجی تمایل و رقبت بیشتری برای حضور در این نمایشگاه خواهند داشت. بیشترین مزیت نمایشگاه در حوزه صنعت چاپ سورتینگ و دسته‌بندی آن است و هرچه عرضه بهتر باشد به طبع تقاضا نیز بهتر خواهد شد.





روزگار بنوعی مبارک است



PARSE
www.gift4u.ir
info@gift4u.ir

تولید کننده ساک های تبلیغاتی، پارچه ای با دستگاہهای تمام اتوماتیک



 ParseGroup1
 @ParseGroup1

کارخانه: اصفهان / کیلومتر ۳ جاده حبیب آباد / کوی خطوط بار / پلاک ۲۰
۰۳۱-۳۵۴۹۲۴۳۳ / ۰۳۱-۳۵۴۹۲۴۴۹ / ۰۹۱۳۱۱۴۸۲۳۷

ساخت انواع پایه تقویم رومیزی توسط ماشین جلد سازی تمام اتوماتیک



17x20 • 23x15 • 24x12 • 24/5x14 • 19x17



گروه تولیدی آراین

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

تلفن : ۰۹۱۲ ۲۲۱ ۶۴۹۳ - ۳۳ ۳۱ ۶۷ ۸۴

گروه تولیدی آرین

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

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



تولید روزانه
۱۵۰۰۰
جلد پایه رومیزی



● از ۱ تکه مقوا تا ۶ تکه



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

تلفن: ۳۳۳۱۶۷۸۴ - ۳۳۴۷۶۱۵۳

www.btiran.ir



چاپ عشقی موروثی

چهره ماندگار این شماره
عبدالحسن نجف‌زاده



لهجه شیرین شیرازیش بیش از هر چیزی دلچسب بود، کاش می‌شد آن را در نوشته آورد. برای او چاپخانه‌ای که راه انداخته بود مثل فرزندی بود که پرورش داده و بزرگ کرده بود، وقتی هم با او قهر کرد و رفت هنوز مثل پدری نگرانش بود؛ وقتی هم که روزگار به تعطیلی آن انجامید او داغ بر دل شد و به قول خودش تلخ‌ترین خاطره عمرش رقم خورد. گفت‌وگوی چاپ و نشر با عبدالحسن نجف‌زاده این چاپچی شریف شیرازی را از دست ندهید.

■ چاپخانه شیراز

سال ۱۳۲۰ به دنیا آمدم؛ ۱۵ یا ۱۶ سال داشتم که وارد این عرصه شدم. پدرم یک کارگاه صحافی داشت و من بعد از مدرسه در آنجا به کار مشغول می‌شدم. سی سالم تمام شده بود (در سال ۱۳۵۱) که چاپخانه دانشگاه شیراز را تأسیس کردم. به دانشگاه شیراز پیشنهاد دادم تا دستگاه مسطح و افست تهیه کند و به این ترتیب اولین دستگاه افست شیراز در چاپخانه دانشگاه نصب و راه‌اندازی شد. کار ما با نیم ورق و دو کارگر آغاز شد و بعد از چندی تلاش به ۱۶ و نیم ورق رسید که ۴۰ نفر از آن کاربری می‌کرد.

■ چاپخانه نجف‌زاده

حدود ۱۸ سال به این منوال گذشت تا اینکه در سال ۱۳۶۸ به علت ناسازگاری‌هایی که پیش آمد و البته بیشتر برای خستگی خودم و یکنواختی که وجود داشت تصمیم به بازنشستگی پیش از موعد گرفتم. از طرفی دوست داشتم تجربیاتم را با فراغ بال مورد استفاده قرار بدهم و جمع این اتفاقات مرا به راه‌اندازی کسب و کاری شخصی تشویق کرد. اینطور بود که چاپخانه نجف‌زاده در خیابان عقیق‌آباد شیراز بنیان‌گذاری شد.

چاپ نجف‌زاده کارش را با یک دستگاه چاپ مسطح آغاز کرد و بعد از مدتی به دستگاه افست ارتقا پیدا کرد. این روند توسعه ادامه داشت و پس از دستگاه افست مذکور یک دستگاه چهار رنگ GTO به مجموعه اضافه شد و باز هم رکورد دیگری در شیراز رقم خورد. این اولین دستگاه چهار رنگ GTO بود که در شیراز وارد و آغاز به کار کرده بود.

■ خانواده

سال ۴۳ ازدواج کردم و ثمره آن هفت فرزند است، چهار پسر و سه دختر. سه تن از پسرانم در عرصه چاپ فعالیت دارند، یکی از آنها چاپخانه نجف‌زاده را اداره می‌کنند و دیگری چاپخانه خود به نام آریا را دارد. یکی از آنها هم در نیوزلند مشغول تحصیل رشته مکانیک چاپ سه بعدی است. به این ترتیب سه تن از چهار فرزند ذکورم در حوزه چاپ فعالیت دارند و یکی تنها یکی از آنها است که طبابت خوانده و دندانپزشک است.

پدرم سال‌های سال مدرس صحافی در هنرستان شیراز بود و این زن از ایشان به ما رسید؛ خود من هم چون مسبب ورود اولین دستگاه چاپ افست به شیراز بودم حدود ۵۰ کارآموز در صنعت چاپ



ساخت اروپا

- ♦ عرض کار ۴۵۶-۱۱۵ میلی متر
- ♦ حداکثر تعداد خطوط روی صفحه ۱۵ عدد
- ♦ سرعت بر ساعت ۴۳۰۰ برگ
- ♦ گرمای کاغذ برای خط تا ۸۰-۴۰۰ g/m²
- ♦ گرمای کاغذ برای پرفراژ ۸۰-۲۵۰ g/m²
- ♦ حداقل و حداکثر فاصله خط تا ۱-۹۹۹ میلی متر
- ♦ ابعاد دستگاه ۱۳۲۰ X ۷۶۰ X ۴۶۰ میلی متر
- ♦ وزن ۱۴۰ کیلوگرم

مشخصات فنی دستگاه

- ♦ قابلیت ذخیره برنامه
- ♦ امکان خط تا و برش عمود بر هم به صورت همزمان
- ♦ میز کار بزرگ، مناسب تا سایز A۲
- ♦ دارای ابزار پرفراژ و برش چرخشی
- ♦ قابلیت تنظیم زاویه کاغذ روی میز کار
- ♦ تعویض آسان ابزارهای خط تا و پرفراژ
- ♦ قابلیت تنظیم ضخامت خط تا در دو اندازه
- ♦ قابلیت تغذیه خودکار تا سرعت ۳۰۰۰ برگ در ساعت

جدید

خط تا و پرفراژ اتومات A2



AirSpeed 450



خط تا و پرفراژ برقی A2

خط تا و پرفراژ نیمه اتوماتیک

خط تا و پرفراژ تمام اتوماتیک

دای کات سه پلنگری

پرس حرارتی صنعتی



لیزر حک و برش



پرفراژ اتوماتیک



تکن اتومات A3 و A4



برش کارت ویزیت



تکن پرفراژ اتومات



مگنه دستی



گوشه گردکن اتومات



مگنه تخت و لوب



دریل اتومات



دریل و پانچ برقی



مگنه



لیزر فابریک



لیزر حکاکی سریع



بزرگ کاغذ



خط تا و پرفراژ دستی A3+



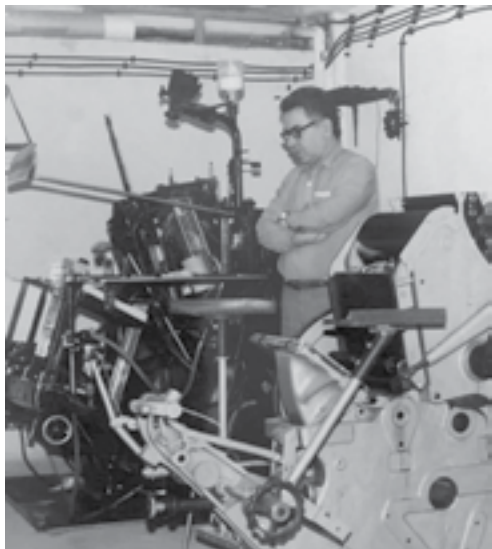
گوشه گردکن دستی



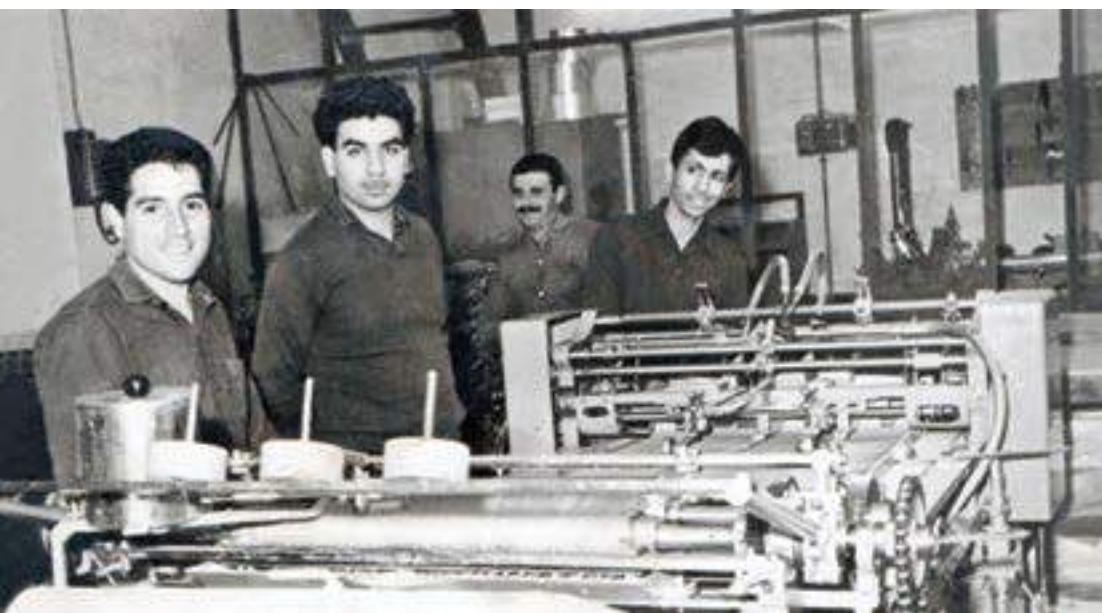
گوشه گردکن دستی



پانچ همه کاره دستی



همیشه
خوشحال بودم
که حاصل تلاش‌هایم
کتاب‌های ارزانی می‌شود که
دانشجو می‌تواند
بدون ترس از
بالا رفتن
هزینه‌های ماهانه‌اش
از آنها
علم آموزی
کند.



داشتم که اکثر آنها اکنون چاپخانه‌داران موفقی هستند و این صنعت را در شیراز تقویت کرده و سرپا نگه داشته‌اند.

همانطور که گفتم چاپ، زن غالب ما است؛ برادر بزرگ‌ترم نیز صحاف است و مستقیماً کار پدر را دنبال کرده، البته الان دیگر بازنشسته شده و فعالیتی در این حوزه ندارد. رسول نجف‌زاده برادر دیگر من است که چاپخانه صدرا شیراز را تأسیس کرد و همچنین دو برادر دیگر من نیز با هم چاپخانه حدیث شیراز را راه‌اندازی کردند و در این حوزه فعالیت مستمر دارند. کار چاپ از پدر به ما و از ما به فرزندانمان رسیده و آنها نسل سوم نجف‌زاده‌های شیراز هستند که در این عرصه فعالیت می‌کنند.

■ تلخ و شیرین

همیشه خوشحال بودم که حاصل تلاش‌هایم کتاب‌های ارزانی می‌شود که دانشجو می‌تواند بدون ترس از بالا رفتن هزینه‌های ماهانه‌اش از آنها علم آموزی کند. برای توجه به نکات اینچنینی (ارزان درآمدن خروجی) بارها از طرف دانشگاه مورد تشویق قرار گرفتم و این خود بهترین خاطره من از سالیان چاپچی بودن است.

خاطرات تلخ آن هم در کاری چون چاپ کم نیست اما اتفاقی برای من افتاد که تلخیش طعم خاطرات دیگر را برد. من از ابتدای کار با چاپخانه دانشگاه شیراز شروع کردم و تعطیلی آن زهرترین خاطره من بود. بعد از مدت کمی که بازنشستگی خود خواسته‌ام روی داد و از آن تشکیلات بیرون آمدم، چاپخانه به بخش خصوصی واگذار شد اما آنها هم نتوانستند کار را ادامه دهند و بعد از یک سال و نیم تعطیلی سرنوشت چاپخانه دانشگاه شیراز شد.

ماشین‌های چاپخانه‌ای که روزگاری سردمدار چاپ استان فارس بود و روزانه دو کتاب ۵۰۰ صفحه‌ای دانشگاهی را با کیفیتی مثال‌زدنی به چاپ می‌رساند، به حراج رفت و چهل تن از زبده‌ترین چاپچیان بیکار شدند.

■ چاپ را نگهداری کنید

امروزه چاپ برای نشر در حال نابودی است و تیراژ کتاب‌های چاپی روز به روز کمتر می‌شود و کتاب‌های کم تیراژ به چاپ‌های دیجیتال کشیده شده‌اند. کتابخوانی خود در حال تبدیل شدن به سنت است و تازه رقیبی جدید هم یافته است تا این روند نابودی را تسریع کند. کتاب دیجیتال کیفیت بهتری دارد و بسیار ارزان‌تر تمام می‌شود اما آنها که اهل مطالعه هستند می‌دانند که هیچ چیز جای عطر کتاب و لمس ورقه‌ها را نمی‌گیرد. من به جوانان این صنعت توصیه می‌کنم پشت چاپ را خالی نکنند و از کیفیت کارشان نزنند تا از تعطیلی بیشتر چاپخانه‌ها جلوگیری شود.

HERFE & FAN
Industrial
Machine Producer



www.herfofan.com
info@herfofan.com



یووی فول اتومات



سلفون واتر بیس
فول اتومات ، شیت کن



لمینت فول اتومات



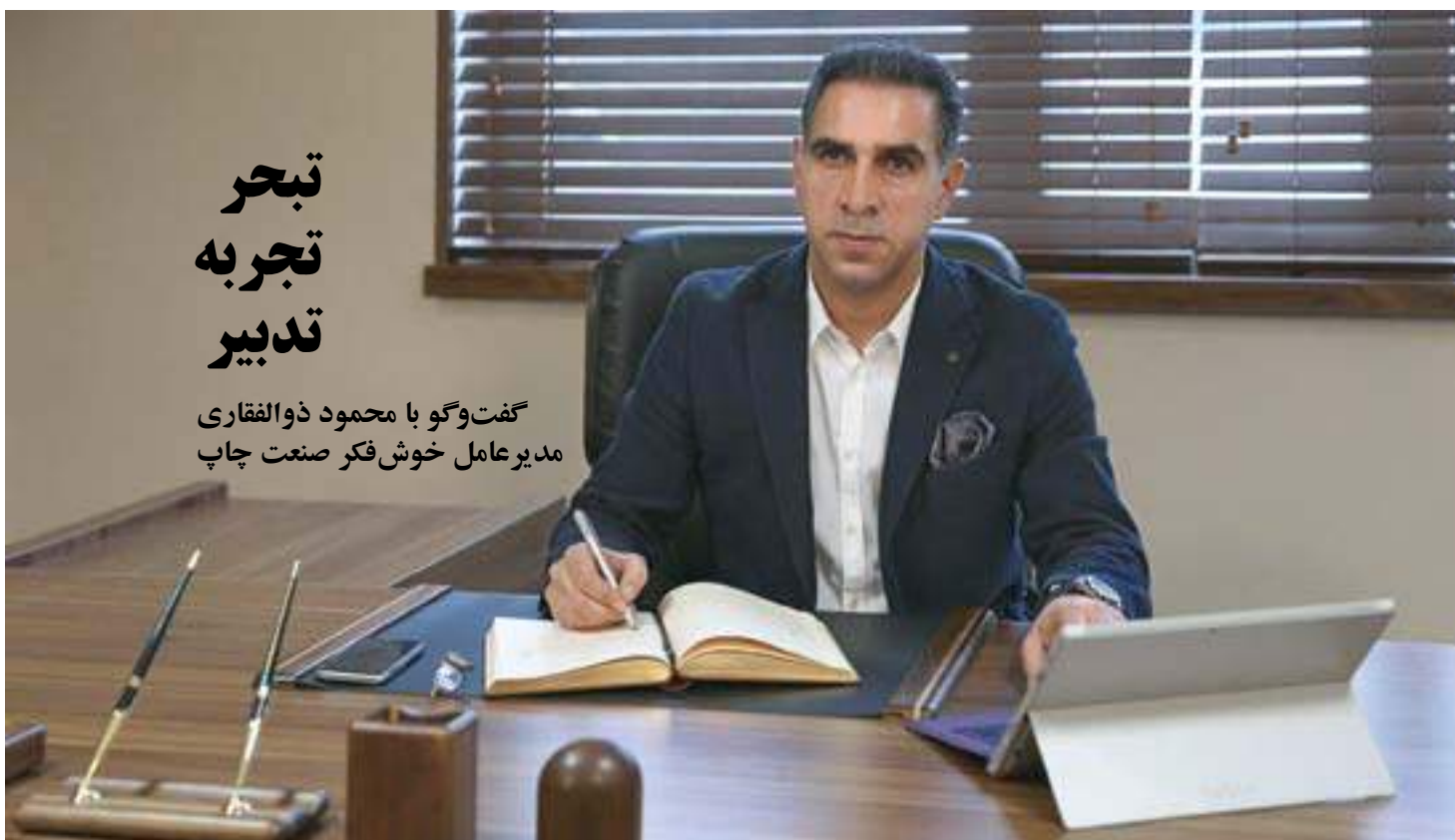
دایکات فکی

چسب گرم تک گیره



آدرس کارخانه : کیلومتر ۲۰ جاده خاوران ، بعد از پمپ بنزین صحرا ، 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 : ۰۲۱-۳۳۹۹۲۲۵۷ فکس : ۰۲۱-۳۳۹۷۴۰۵۴ همراه : ۰۹۱۲۲۹۳۳۱۱۸



تبحر تجربه تدبیر

گفت‌وگو با محمود ذوالفقاری
مدیرعامل خوش فکر صنعت چاپ

گرفتییم مکان جدیدی را برای خجستگان خریداری کنیم و کار آن را گسترش دهیم. سال ۹۲ محل جدیدی در کیلومتر دو جاده فتح (شیر پاستوریزه) خریداری شد و بعد از ساخت و آماده شدن، خجستگان به آنجا انتقال یافت. محلی بالغ بر ۸ هزار و ۵۰۰ متر فضا که جزو معدود چاپخانه‌های وسیع کشور به حساب می‌آید. خجستگان در بخش چاپ کتاب توانست به عنوان یک مجموعه جامع و کامل خود را مطرح کند، خجستگان سال ۸۶ کار خود را شروع کرده بود اما ۷ سال بعد به شکوفایی رسید، من از همان ابتدا به کاری که می‌کردم اطمینان داشتم.

فضای چاپخانه خجستگان در همان ابتدا با دستگاه‌های متنوع و مدرنی اشباع شد و به سرعت ما را با کمبود فضا مواجه کرد، مجبور شدیم به ساختمان طبقه اضافه کنیم و هم اکنون که صحبت می‌کنیم این امکان وجود دارد که این فضا را یک مقدار دیگر هم افزایش بدهیم. از ۸ هزار متر زمین این چاپخانه هزار متر آن در سه طبقه است و بقیه آن همکف است.

همانطور که گفته شد تمرکز عمده این مجموعه به چاپ کتاب و مجله بوده و در این مورد بخش پیش از چاپ و چاپ و صحافی آن کاملاً به روز و قدرتمند است. به طور مثال فقط در قسمت چاپ مجموعه خجستگان یک دستگاه ۱۲ رنگ و دو دستگاه ۸ رنگ هایدلبرگ چهار و نیم ورقی در حال کار است که گمان نکنم در هیچ مجموعه‌ای این تعداد دستگاه با این کیفیت وجود داشته باشد، می‌دانم که دستگاه ۱۲ رنگ هایدلبرگ ما در کشور یگانه است و دستگاه ۸ رنگ هایدلبرگ چهار و نیم ورقی هم در ایران ۱ تا ۲ عدد موجود است که آن هم به صورت پراکنده است و در اختیار یک چاپخانه واحد نیست. این امکانات به ما در آماده‌سازی سفارشات تعجیلی کمک بسیار خوبی می‌کند و توان تولید ما را بالا می‌برد. هر چند کار تخصصی این مجموعه چاپ کتاب و مجله است اما بخشی از ساختمان آن به قسمت پکیجینگ (بسته‌بندی) اختصاص یافته که هر چند کامل نیست اما به صورت بالقوه این امکان را به ما می‌دهد که در صورت اقتضا مجموعه را به این سمت سوق بدهیم.

مجموعه‌ها

من با کار در چاپخانه پدری (با نام گلدان که بعدها به زلال تغییر اسم داد) وارد این عرصه شدم. سال ۱۳۷۵ بود که چاپخانه مستقل خود را با نام خجسته تاسیس کردم. خجسته در خیابان سمیه واقع شده بود و حدود ۱۰۰ متر با چاپخانه پدر فاصله داشت. ماه‌های پایانی سال ۷۸ به همراه جناب رفعتی صحبت از شراکت و تاسیس چاپخانه به میان آمد و سال ۷۹ بود که چاپخانه سبزارنگ با شراکت ایشان تاسیس و شروع به کار کرد. در ابتدای کار ما مدت کمی در مکانی استیجاری بودیم تا ساختمان سبزارنگ در خیابان سپهدار قرنیه ساخته و آماده شود، ساختمانی شش طبقه که از لحاظ مقاومت در سطحی بود که ماشین‌ها در طبقات آن جای می‌گرفت. این ساختمان مجهز از ابتدا برای این کار طراحی شد و اولین چاپخانه‌ای در کشور بود که دستگاه‌های آن در طبقات جای‌گذاری و نصب می‌شد.

من و جناب اسبقی با هم در واردات ماشین‌های چاپ همکاری داشتیم و به موزارت سال ۸۰ همراه با ایشان و آقایان ستار محمدی و هاتفی چاپخانه خاتم را در خیابان تهران‌نو بنیان‌گذاری کردیم. بعد از یکی دو سال من از آن گروه جدا شدم و آمدم محل قدیمی چاپ صنوبر را خریداری کردم. چاپخانه خجسته نو (در محل قدیمی چاپ صنوبر) به سال ۸۲ در سالنی زیرزمینی واقع در پیچ شمیران بنا نهاده شد.

سال ۸۶ بود که چاپ مازگرافیک را خریداری کردم. این چاپخانه به جناب هاشمی فقید تعلق داشت که من پس از فوت ایشان آن را از پسران و وارثانش خریداری کردم. به این ترتیب چاپخانه خجسته را به محل جدیدش (در چاپ مازگرافیک سابق) منتقل کردم و مکان قبلی چاپخانه را برای فروش گذاشتم اما جناب طایفه که از دوستان بودند پیشنهاد شراکت دادند و به این ترتیب پنجمین مجموعه من با نام چاپ طایفه با شراکت ایشان آغاز به کار کرد.

بعد از آن بود که چاپخانه خجستگان تاسیس شد، البته باید متذکر بشوم که این چاپخانه قبل از آن هم وجود داشت و در شمیران‌نو برپا بود و ما آن را از سال ۸۷ به مکانی بزرگ‌تر در وردآور منتقل کردیم. سال ۱۳۹۲ تصمیم

(قسمت دوم)

می‌توان به جرات گفت که هیچ چاپخانه داری به اندازه محمود ذوالفقاری سرش شلوغ نیست! اما نظم، خوش‌قولی و آراستگی او هر کسی را مبهور می‌کند. در شماره‌های پیشین یکبار مصدع اوقاتش شدیم اما صحبت تمام نشد و از او قول گرفتیم که در فرصتی دیگر گپ‌مان را ادامه دهیم؛ قول به عمل رسید. در قسمت اول گفت‌وگو به نحوی تاریخ معاصر چاپ کشور بیان شد و از او و کارش شنیدیم، در این مقال بیشتر بر روی معرفی مجموعه‌ها متمرکز شدیم و مثل هر زمان دیگری که با یک فرد حرفه‌ای و ریشه‌دار یک صنف حرف می‌زنی؛ بحثمان به ابعاد دیگر صنعت کشیده و به بحث کساد بازار چاپ متمایل شد؛ معضلی که چند صباحی است گریبان چاپ و چاپچی را گرفته است. از او به عنوان فردی با تجربه راه‌گریز و برون‌رفت از بحران را پرسیدیم و جواب مستدل شنیدیم؛ بخوانید.



باز هم نمی‌توانیم جوابگوی تقاضای مشتریان باشیم. این دو چاپخانه روی هم این مقدار کتاب را در نوع چسب گرم تولید می‌کنند که در کنار آن کتاب‌های مفتولی و مجله نیز چاپ می‌شود که آنها نیز بالغ بر ۲۵۰ هزار جلد در روز توسط خجسته و خجستگان تولید می‌شود اما همانطور که گفتیم کفاف سفارشات ما را نمی‌دهد. در بخش مفتول ما توان آن را داریم که این تولیدات را تا سقف ۳۵۰ هزار جلد در روز پوشش دهیم ولی برای کار کتاب مجبور شده‌ایم مجموعه‌های دیگرمان را نیز درگیر کنیم و از آنها برای پشتیبانی خط تولیدمان استفاده کنیم. گمان کنم ما بعد از چاپخانه افسست (که کتاب‌های درسی شش سال اول تحصیل دانش‌آموزان را به چاپ می‌رساند) و شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی (که کتاب‌های درسی شش سال دوم را چاپ می‌کند) قوی‌ترین، مجهزترین و بزرگ‌ترین تولیدکننده کتاب کشور باشیم.

این چاپخانه‌ها (افست و چاپ و نشر کتاب‌های درسی) در واقع دولتی و نیمه‌دولتی هستند و تولید و فروششان تضمین شده است و اصلاً از ابتدا با این هدف تاسیس و تجهیز شده‌اند. نگرانی ما از سرمایه‌گذاری بالایی است که در این بخش کرده ایم، از نبود کار و سفارش است اگر نه که ما قدرت توسعه بیشتر را داریم. اگر ما هم تولید انحصاری و فروش تضمین شده داشتیم می‌توانستیم میزان تولیداتمان را به راحتی افزایش دهیم و سدی در برابرمان نداشتیم. ما با هر دو این چاپخانه‌ها همکاری داریم و برخی اوقات سرریز سفارشات آنها به ما سپرده می‌شود از این رو شناخت خوبی از این کار دارم. اگر روزی این سفارشات از انحصار خارج شوند به طور یقین مجموعه‌های فعلی دولتی قدرت ادامه کار با همین نیرو و به همین شکل را نخواهند داشت. به طور مثال ما می‌توانیم همین حالا با قیمت تمام شده کمتری کتاب‌های درسی را به چاپ برسانیم. اگر همین فردا این سفارشات به ما واگذار شود ما توان تولید بدون مشکل ۳۰ درصد از آنها را داریم و در صورتی که قول همکاری آتی به ما داده شود به شما اطمینان می‌دهم که ظرف شش ماه مجموعه‌ها را تجهیز کرده و تا ۱۰۰ درصد کار را به انجام برسانیم. این دو چاپخانه روی هم حدود ۱۳۰ میلیون

را برای چاپ خجسته انتخاب کردیم و ادامه دادیم. از میانه سال ۸۶ و با انتقال به محل جدید، چاپخانه خجسته کارهای متنوع خود را کنار گذاشت و برای کار تخصصی چاپ کتاب و مجله تجهیز شد. کار در بخش کتاب به عنوان یک کار اختصاصی برای ما موفقیت‌آمیز بود و از همین‌رو زمانی که مجموعه خجستگان هم آماده کار شد به صورت تخصصی به همین چاپ کتاب و مجله روی آورد. امروز دو مجموعه ما یعنی خجسته و خجستگان عمومادر بخش چاپ کتاب و مجله فعالیت دارند و کمتر ناشری پیدا می‌شود که با آنها کار نکرده باشد و یا دست کم آوازه آنها به گوشش نرسیده باشد.

به نظر می‌رسد تجهیزات و دستگاه‌های امروز صنعت چاپ داخلی ما، از میزان تقاضای بازارمان بسیار بیشتر باشد. ما در بخش‌هایی چون لیبیل و بسته‌بندی ضعف‌های مشهودی داشتیم که طی این سال‌ها با توجهی که به این دو مقوله شده به نظر می‌رسد که این بازارها هم در حال اشباع شدن هستند

هرچند که بازار نشر در این روزها در بن‌بست کساد سیر شده و تیراژها روز به روز رو به افول هستند اما چون ما به صورت تخصصی در این شاخه فعالیت داریم جزو انتخاب‌های اول هر ناشری هستیم و با مرکزیت توجه‌مان روی مشتری‌مداری، داریم کار حرفه‌ای و رضایت‌بخش به دست سفارش دهنده می‌رسانیم. استقبال مشتریان ما از این دو چاپخانه به صورتی است که ما در ماه‌های شلوغ پرکار که کتاب‌های کمک آموزشی در اوج تولید خود هستند و با فصل نشر همزمان شده‌اند ما با توجه به تمامی تجهیزات مدرن و متعدد خود و در حالی که روزی ۱۰۰ هزار جلد کتاب تولید می‌کنیم

■ شهرک چاپ

دو سال پیش بود که یک مجموعه‌ای را در شهریار خریداری کردیم، با توجه به پراکندگی مجموعه‌ها در نقاط مختلف پایتخت، با این نگاه که محلی بزرگ‌تر را به عنوان یک شهرک چاپ راه‌اندازی کنیم، ساخت این مجموعه را در دستور کار قرار دادیم. من فکر کردم که یا باید این چاپخانه‌ها تجمیع شوند و یا اینکه به هر حال این شهرک به عنوان یک شهرک چاپخانه‌ای تمامی کارهای چاپ را در یک محل به انجام برساند. این مجموعه هنوز به صورت کامل آماده نشده است اما نوید این را می‌دهم که به زودی به بهره‌برداری خواهد رسید و مصرف‌کنندگان می‌توانند با خیالی آسوده تمامی سفارشات چاپی خود را به کامل‌ترین و حرفه‌ای‌ترین مجموعه چاپ کشور بسپارند.

تاکنون مجموعه شهریار ما در زمینه چاپ رول برای روزنامه، مجله و کتاب تجهیز شده و همین‌طور بخش لیبیل آن هم در حال آماده شدن است. ما در آنجا دستگاه‌های به‌روز و خوبی را برای بخش لیبیل نصب کرده‌ایم و قدم بعدی ما راه‌اندازی یک بخش ممتاز و مجهز برای بسته‌بندی است. این مجموعه در بخش پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ و در تمامی بخش‌های چاپ فعالیت خواهد داشت و طبق برنامه‌ریزی ما در سال آینده به طور کامل به بهره‌برداری خواهد رسید. مجموعه شهریار با ۴۰ هزار متر مساحت در بخش چاپ لیبیل و بسته‌بندی، کتاب، روزنامه، مجله و سایر بخش‌های صنعت چاپ فعالیت خواهد داشت.

■ چاپخانه‌های تخصصی

من از حدود ۸ سال پیش با توجه به وضعیت بازار و روند توسعه جهانی صنعت چاپ، تصمیم گرفتم چاپخانه‌هایم را به سمت کارهای تخصصی سوق بدهم و این اتفاق به سرعت عملی شد، به طور مثال مجموعه خجسته که قبل از آن کارهای متنوعی را به انجام می‌رساند با انتقال به مکان جدید، یعنی مکان اسبق چاپ مازگرافیک به سمت کار چاپ کتاب سوق پیدا کرد. چاپ مازگرافیک یکی از چاپخانه‌های قدیمی و شناخته شده بود که پیش‌ترها در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ در کار چاپ کتاب‌های درسی فعالیت داشت و ما هم همان راه



که آن هم به راحتی در کمتر از یک ماه قابل برطرف شدن است. بسیاری دیگر هم وضعیت من را دارند، ازدیاد کار باعث توسعه ما و باز شدن گره اقتصادی و معیشتی و حل بحران بیکاری می‌شود. مجموعه سبزارنگ ما در چاپ کارهای رنگی به نام است و جزو چاپخانه‌هایی است که کارهای چاپی لوکس و لاکچری تولید می‌کنند. این چاپخانه با دستگاه‌های مدرن خود چاپ‌های خاص و با کیفیت عالی را به چاپ می‌رساند، سبزارنگ کارهای پیش از چاپ و چاپ را به انجام رسانده و در برخی از سفارشات برای کارهای نهایی و پس از چاپ از بخش‌های پس از چاپ دیگر مجموعه‌های ما بهره می‌برد.

چاپ طایفه به عنوان یک پشتیبان ما را در کار نشر یاری‌رسانی می‌کند و علاوه بر آن در چاپ سفارشات کم تعداد لوکس و خاص نیز فعالیت دارد اما این چاپخانه به همراه مجموعه خجسته نو بیشتر به عنوان یک پشتیبان برای سفارشات نشر ما محسوب شده و ما را در انجام هرچه بهتر و سریع‌تر سفارشات یاری می‌کنند.

ما سال پیش هم با مجموعه «پر» مشارکت کردیم و تحولاتی در آن صورت دادیم و امروز این مجموعه به خوبی توان کار در حوزه بسته‌بندی را دارد و به این کار مشغول است. ما در مجموعه‌های دیگر بخش بسته‌بندی نداشتیم و این برای من یک نقطه ضعف به حساب می‌آمد از این‌رو وقتی صحبت شراکت در این مجموعه پیش آمد بهتر دیدیم که به این سمت سوق پیدا کنیم و ضمن تکمیل خط تولیدمان سهمی هم از بازار این بخش رو به توسعه داشته باشیم.

■ نیروی کار

ما تنها در دو چاپخانه خجسته و خجستگان بالغ بر ۳۰۰ پرسنل رسمی داریم که این آمار تنها بر اساس لیست بیمه این دو چاپخانه است و بسیاری دیگر هستند که به صورت پاره‌وقت و یا غیرمستقیم در بخشی از کارها حضور دارند. اگر خانوارهای پرسنل همین دو چاپخانه را هم محاسبه کنیم خواهیم دید که پیش از هزار نفر از این خوان گسترده شده ارتزاق می‌کنند. اگر کارکنان دیگر مجموعه‌ها را نیز به این دو اضافه کنیم، می‌توان گفت که بیش از ۵۰۰ پرسنل در استخدام کل مجموعه‌ها قرار دارند.

■ تخصص برای توسعه

به نظر می‌رسد تجهیزات و دستگاه‌های امروز صنعت چاپ داخلی ما، از میزان تقاضای بازارمان بسیار بیشتر باشد. ما در بخش‌هایی چون لیبیل و بسته‌بندی ضعف‌های مشهودی داشتیم که طی این سال‌ها با توجهی که به این دو مقوله شده به نظر می‌رسد که این بازارها هم در حال اشباع شدن هستند.

کتاب در سال تولید می‌کنند که ما همین امروز با همین تجهیزات می‌توانیم ۴۰ میلیون آن را به چاپ برسانیم. ما به عنوان بخش خصوصی می‌توانیم تضمین کیفیت، قیمت و تحویل به موقع بدهیم و از لحاظ توسعه و تجهیز بیشتر هیچ نگرانی و مشکلی نداریم، همانطور که گفتیم تنها مشکل ما نبود کار و سفارش است. اشاره کردم که مجموعه‌های ما حتی هم اکنون هم می‌توانند یک سوم تولیدات را به انجام برسانند و حتی خود من می‌توانم تمامی این سفارشات را گردن گرفته و تولید آن در بخش خصوصی را مدیریت کنم و تمامی سفارشات را در بخش خصوصی به چاپ رسانده و در زمان مقتضی تحویل بدهم، چنین اتفاقاتی می‌تواند به صنعت چاپ کشور رونق دهد و منجر به توسعه بیش از پیش این صنعت در کشور شود.

هرچند که بازار نشر در این روزها در بن‌بست کساد اسیر شده و تیراژها روز به روز رو به افول هستند اما چون ما به صورت تخصصی در این شاخه فعالیت داریم جزو انتخاب‌های اول هر ناشری هستیم و با مرکزیت توجهمان روی مشتری‌مداری، داریم کار حرفه‌ای و رضایت‌بخش به دست سفارش دهنده می‌رسانیم

شاید سه دهه پیش دستگاه‌های بخش‌های دولتی از بخش خصوصی مدرن‌تر بود و نتیجه کار آنها نیز کیفیت مقبول‌تری داشت اما اکنون ما در این بخش دستگاه‌های مدرن و به‌روزی داریم که اگر کیفیت بهتری از آن دستگاه‌ها نداشته باشند حداقل به مانند آنها چاپ می‌کنند. بحث همگنی در کیفیت هم با توجه به ابزار اندازه‌گیری دقیقی که امروز در ساده‌ترین چاپخانه‌ها و با نازلترین قیمت‌ها قابل تهیه است، اصلاً موضوعیت ندارد. یک زمانی این ساز و کار در کشور وجود نداشت و راه‌اندازی چنین مجموعه‌هایی اجتناب‌ناپذیر بود اما با توجه به توسعه و پیشرفت بخش خصوصی امروز دیگر این سفارشات انحصاری عادلانه نیست و به ضرر صنعت کشور عمل می‌کند. ما همین امروز در مجموعه‌های خود می‌توانیم تولیدمان را دو برابر کنیم، دستگاه‌های چاپ ما این گنجایش را دارند تنها در بخش صحافی کمبودهایی داریم





که ما هم وضعیت عالی نداشته و گله‌مندی‌های خود را داریم. این مساله اثبات شده است که در بازار رو به رکود، مجموعه‌های بزرگ بیشتر در معرض خطر قرار دارند تا مجموعه‌های کوچک‌تر که سرمایه‌ی کمتری در اختیار دارند. اگر سقف تولید مجموعه‌های بزرگ از مقدار معینی پایین‌تر بیاید و زیان‌آور بشود، این ضرر و زیان مقدار کمی نیست و با اتلاف سرمایه‌های گزاف همراه است.

من خودم را مثال می‌زنم، وقتی رکود دامنگیر یک چاپخانه کوچک با یک دستگاه چاپ می‌شود، من هم دچار آن می‌شوم و این بازار برای همه یکسان است، اما یک تفاوت در این بین وجود دارد، شاید آن چاپچی که دستگاه‌های کم و پرسنل معدودی دارد بتواند این وضعیت را تا سال‌ها دوام بیاورد، مثلاً از پشتوانه‌های مالی گذشته خود استفاده کند، چرا که هزینه‌های آن کم است و کفاف ادامه دادن کار را می‌دهد، کما اینکه همین امروز بسیاری از آنها را می‌توانیم در سطح شهر ببینیم، اما بیکاری و رکود برای من که تنها در ۲ مجموعه‌ای که مستقیماً مدیریتشان را به عهده دارم، در ماه باید بیش از یک میلیارد تومان حقوق و مزایا بدهم، این رکود و بیکاری یک فاجعه است که می‌تواند به راحتی ما را دچار مشکل کند.

این مشکلات است که بحث رقابت را پیش می‌آورد، رقابتی بر سر سفارش‌گیری که با کنترل قیمت همراه است و یکی از انتقاداتی است که دوستان به من و مجموعه‌هایم وارد می‌کنند. آنها از من گله‌مند هستند که چرا کارها را ارزان چاپ می‌کنم اما مطمئنم اگر خودشان در شرایط من قرار بگیرند هم همین کار را می‌کنند. همه آنها این روزگار را در زمان رکود کاری و کساد بازار خود داشته‌اند، ما با این سرمایه‌گذاری‌های عظیم راهی جز مدیریت هزینه نداریم و مجبوریم قیمت را پایین بیاوریم

من معتقدم برای توفیق بیشتر، چاپخانه‌ها باید به سمت تخصصی شدن پیش بروند و مثلاً از کارهای قدیمی به سمت بخش‌های نوین‌تری چون بسته‌بندی حرکت کنند که بسیاری از جمله خود من آن را آینده صنعت چاپ می‌دانند. با تخصصی شدن کار است که می‌توان به توسعه هدفمند رسید و بازار را گسترش داد. راه توسعه همیشه باز است و در هیچ صنعتی پیشرفت پایانی ندارد، حتی در بخش نشر و چاپ افسست که سال‌ها از حضورش در کشور می‌گذرد، می‌شود تخصصی‌تر وارد شد و دست به توسعه و نوآوری زد. حالا بخش‌هایی چون نشر شاید رو به افول باشند و ورود به آنها کار پرریسکی محسوب شود اما حوزه لیبیل و بسته‌بندی بخش‌های نوین‌تری هستند که هنوز جزو قسمت‌های جدید صنعت داخلی محسوب می‌شوند و راه زیادی تا حرفه‌ای شدن و پیدا کردن جایگاه خود در صنعت دارند، می‌شود با محاسبه درست و بازاریابی موفق در این زمینه‌ها پیشرفت را تضمین کرد.

بسته‌بندی‌های ما نسبت به نمونه‌هایی که از تولیدات خارجی می‌بینیم ابتدایی‌تر است و هنوز راه زیادی برای رشد و هم‌تراز شدن با تولیدات با کیفیت داریم، که می‌توان با سرمایه‌گذاری و تحصیل در این بخش به موفقیت‌های روزافزون رسید. این بخش به عنوان آینده صنعت چاپ آنقدر در تولیدات و انتخاب‌سازی موثر است که امروز بسیاری از شرکت‌های خارجی را می‌بینیم که وارد کشور ما شده و در این بخش سرمایه‌گذاری کرده‌اند، ما می‌دانیم که آنها بدون تحقیقات دست به هزینه کردن نمی‌زنند و با این پیش‌فرض می‌توانیم با خیالی آسوده‌تر تلاشمان را روی راه‌اندازی یک مجموعه بسته‌بندی متمرکز کنیم.

■ جبر کساد

برخی اوقات از ما پرسیده می‌شود که شما چه کرده‌اید که در این کساد موفق هستید، اما باید بگویم





تا ماندگاریمان در بازار تضمین شود. شاید گاهی بشود روی قیمت پافشاری کرد اما واقعا در برخی از ماه‌های سال نمی‌شود با قیمت مقطوع کار کرد و مجبوریم حتی تا ۲۵ درصد قیمت را پایین‌تر بیاوریم تا حتی شده به نقطه سر به سر برسیم؛ این انعطاف‌پذیری برای یک مجموعه بزرگ که بیکاری فصلی آن را از هستی ساقط می‌کند، اجتناب‌ناپذیر است.

■ تجمیع چاپخانه‌ها، راه‌گزینه

این روزها همه جا سخن از ورشکستگی چاپخانه‌داران و بسته شدن چاپخانه‌ها است. عمده این مجموعه‌ها از آن دست چاپخانه‌های کوچکی هستند که نتوانسته‌اند با تکنولوژی روز خود را وقف دهند و سنتی مانده‌اند، یا بی‌گذار به آب زده و خود را با تهیه دستگاه‌های گران قیمت و ناکارآمد ورشکسته و مقروض کرده‌اند. البته قبل از هر چیز بگوییم که این اتفاق امری طبیعی است و تنها در

این مساله اثبات شده است که در بازار رو به رکود، مجموعه‌های بزرگ بیشتر در معرض خطر قرار دارند تا مجموعه‌های کوچک‌تر که سرمایه کمتری در اختیار دارند. اگر سقف تولید مجموعه‌های بزرگ از مقدار معینی پایین‌تر بیاید و زیان‌آور بشود، این ضرر و زیان مقدار کمی نیست و با اتلاف سرمایه‌های گزاف همراه است

مورد صنعت ما هم صادق نیست، در تمام دنیا همین‌طور بوده و هست. حذف کارگاه‌های کوچک در زمان توسعه و پیشرفت امری معمول است و بارها اتفاق افتاده، تنها راه‌گزینه از این اوضاع هم تجمیع آنها و تبدیل شدنشان به یک کل واحد و قدرتمند است.

به نظر من اتحادیه‌های صنعتی قدرت و جایگاه خوبی برای مدیریت این موضوع دارد؛ بارها سخن از راه‌اندازی شهرک‌های چاپی به میان آمده اما متأسفانه هنوز عملی را در این‌باره مشاهده نکرده‌ایم؛ می‌شود مکان‌های مناسبی را گرفته و آنها را بر اساس نیاز کارهای چاپی سروسامان داد و مجموعه‌های کوچک را که در هم ادغام شده‌اند در آن محل واحد گردآوری کرد، یا لاقط اگر نمی‌شود یک شهرک چاپ دایر کرد، هر چند چاپخانه را در یک مجموعه کوچک تجمیع کرد. الان بسیاری از

چاپخانه‌های کوچک سطح شهر که گفته می‌شود در بحران و رکود به سر می‌برند صاحب دستگاه و مالک مکان خود هستند، به راحتی می‌توان این مکان‌ها را با قیمت بسیار عالی فروخت و این مبالغ را روی هم گذاشت و کارهای بزرگی صورت داد، می‌شود محلی را خریداری کرد و دستگاه‌های را هم در آن جمع کرد و بر حسب نوع کاری که هر چاپخانه انجام می‌دهد این کسب و کارهای کوچک را به مجتمع‌های چاپ قدرتمند تبدیل کرد. محاسبه میزان شراکت و سهم از سود هم که به راحتی می‌شود از روی آورده مالی و دستگاه محاسبه کرد و سهم هر سهامداری را مشخص نمود. این مورد حتی می‌تواند در مورد چاپخانه‌های استیجاری هم رخ بدهد، آنها چون فضای زیادی برای کار می‌خواهند اغلب اجاره بهای سنگین پرداخت می‌کنند و می‌توانند رهن یا اجاره خود را از این طریق حذف کنند و سرمایه و دستگاهشان را در اختیار شکل قرار بدهند.

من افرادی را می‌شناسم که حاضرند در این بخش سرمایه‌گذاری کنند. اگر این چاپخانه‌های کوچک و پراکنده در یک مکان مرکزی جمع شوند به راحتی می‌توان برای آنها تبلیغ کرد و مانور داد. به طور مثال الان یک چاپخانه کوچک در خیابان نوروزخان، ۵۰ متر مکان در اختیار دارد، در صورت ساخت یک شهرک ما می‌توانیم با اجاره بهای ناچیزی یک مکان ۲۵۰ متری در اختیار او قرار دهیم و او با پول مکانی که فروخته به تجهیز چاپخانه‌اش در محل جدید بپردازد، در این صورت است که ما یک شهرک مدرن داریم که پایتخت چاپ قرار می‌گیرد و سفارشات متعددی به سمت آن گسیل می‌شود. این شهرک می‌تواند به صورت جمعی و توسط هیات مدیره سازماندهی شود و یا حتی این مجتمع‌ها به صورت منفک اما در کنار هم به کار و حتی رقابت بپردازند.

این امکان هست که حتی به آنها اختیار خرید هم داده شود، می‌توان قراردادهای همگنی برای همکاری و یا در صورت علاقه ادغام طراحی کرد و کار را پیش برد. نگرانی معمول چاپخانه‌ها از این بابت است که مدیریت این شکل به عهده چه کسی باشد و سهم مدیریتی آنها در این بین چه می‌شود، همانطور که اشاره شد، می‌توان مدیریت را به صورت هیات مدیره و یا جمعی از نمایندگان چاپخانه‌ها به انجام رساند و حتی مدیری را از بیرون آورد و استخدام کرد که سهمی در چاپخانه‌ها ندارد و ذینفع نیست و بعد آن را تحت روالی چند ساله تغییر داد و خلع و نصب مجدد انجام داد. به راحتی می‌توان در این مورد قانون‌گذاری کرد و از راهکارهای قانونی به تمامی قسمت‌های این شکل نظارت دقیق داشت. راه‌های زیادی برای مشارکت وجود دارد که در مرحله بعدی امکان طرح دارند، در وهله اول مهم این است که این عمل صورت بگیرد تا بیش از این شاهد ورشکستگی صنعتگران این صنف نباشیم.

یک بحث دیگر در این مورد مربوط به اشتغال و





که فرد سلامت جسمانی و عقلی داشته باشد و منع قانونی برای استخدامش وجود نداشته باشد به مجموعه می‌پیوندد. بعد در طول کار است که معلوم می‌شود به درد این شغل می‌خورد یا نه، ما هزینه‌های زیادی را برای آموزش یک نیرو پرداخت می‌کنیم. ما در مجموعه‌هایی چون خجسته و خجستگان کمتر با معضل کارگر حرفه‌ای روبرو هستیم اما این موضوع در چاپخانه‌ای مثل سبزارنگ که کارهای خاص، حرفه‌ای و لوکس را به انجام می‌رساند، شدیداً احساس می‌شود. این اصلاً کار راحتی نیست که یک نیروی ساده را بیاورید و سال‌ها وقت بگذارید و هزینه کنید تا ارتقا یافته و زده و متخصص شود، بعد تازه معلوم نیست که این زحمات به بار می‌نشیند یا خیر، و یا اصلاً این کارگر تا چه زمانی برای ما کار می‌کند و در این شغل می‌ماند.

■ سخن آخر

صاحب‌نظران صنعت چاپ باید به تجمیع واحدهای کوچک بیاندیشند، این اتفاق به هر روشی که به وقوع بپیوندد بهتر از پراکندگی و تک افتادن است. این اتفاق باید بیفتد و آن وقت افراد مختارند که به این مجموعه بپیوندند یا کار خود را مستقلانه پیش ببرند. خود من سابقه شراکت زیادی دارم و حاضر برای صورت پذیرفتن این کار تمام تلاش‌م را به کار گیرم، من معتمد و همیشه اذعان داشته‌ام که کار در زمان توسعه از یک جایی به بعد دیگر با یک رهبر و یک مدیر پیش نمی‌رود و باید بخش مدیریتی آن تقسیم و تصمیم‌گیری‌ها سپرده شود، برای رسیدن به این منظور هم بهتر آن است که به جای گشتن به دنبال یک مدیر دلسوز یک شریک ذینفع داشت.

بیکاری است، این تفکر که در صورت بسته شدن یک چاپخانه کوچک عده‌ای بیکار می‌شوند و در جامعه مشکل به وجود می‌آید کاملاً اشتباه بوده و بیشتر یک بهانه است. همانطور که گفته شد در صورتی که این چاپخانه‌های کوچک که عمدتاً با خرده‌کاری‌های اجرتی می‌چرخند تن به شراکت و یکپارچه‌سازی ندهند راهی برای برون‌رفت از بحران ندارند و دیر یا زود با مشکل روبرو خواهند شد.

حتی در صورت ورشکستگی هم گمان نکنم که لطمه‌ای به بازار کار بخورد، ما که نمی‌توانیم به بهانه اشتغال‌زایی کارگران بی‌مزد و موجب مکفی را به کوبیدن آب در هاون وادار کنیم. اپراتور فنی چاپ به عنوان یک متخصص محسوب می‌شود و اتفاقاً در این روزگار بسیار کمیاب است. باور کنید بسیاری از این چاپخانه‌های کوچک، که خود مالکان، اپراتور دستگاه هم هستند، چون سال‌ها تجربه دارند اگر در یک مجتمع پررونق به کار مشغول شوند نه تنها سود بیشتری عایدشان می‌شود و از مکافات‌های معمول چاپخانه‌داری راحت می‌گردند، بلکه لطف بزرگی به صنعت کرده و کیفیت و شان آن را ارتقاء می‌دهد. امیدوارم که هرگز این اتفاق نیفتد اما حتی اگر ۵۰۰ واحد کوچک همین فردا تعطیل شوند نیروی کار آنها به راحتی و با موقعیت‌های به مراتب بهتر توسط چاپخانه‌های بزرگ‌تر جذب می‌شوند، امروز نیروی متخصص زیادی در این بازار به هدر می‌رود که قربانی وضعیت نابسامان و عدم مدیریت صحیح است. الان یک نیروی زده و کارکشته که در یک چاپخانه کوچک بر کار ۵ نفر نظارت دارد می‌تواند بیاید در چاپخانه من و بر ۱۰۰ نفر نظارت کند و تجربه‌هایش را به افراد بیشتری انتقال بدهد. ما هر روز به دنبال نیروی کار می‌گردیم. نیروی انسانی مجموعه‌های ما بسیار ساده و بر اساس انتخاب‌های اولیه جذب می‌شوند، مثلاً همین



Maad Roll Label Printing

صنایع چاپ ماد رول
چاپ برچسب رول و فویل آلومینیوم

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

صنایع چاپ ماد رول

با تکنولوژی روز اروپا، در خدمت صنایع کشور



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

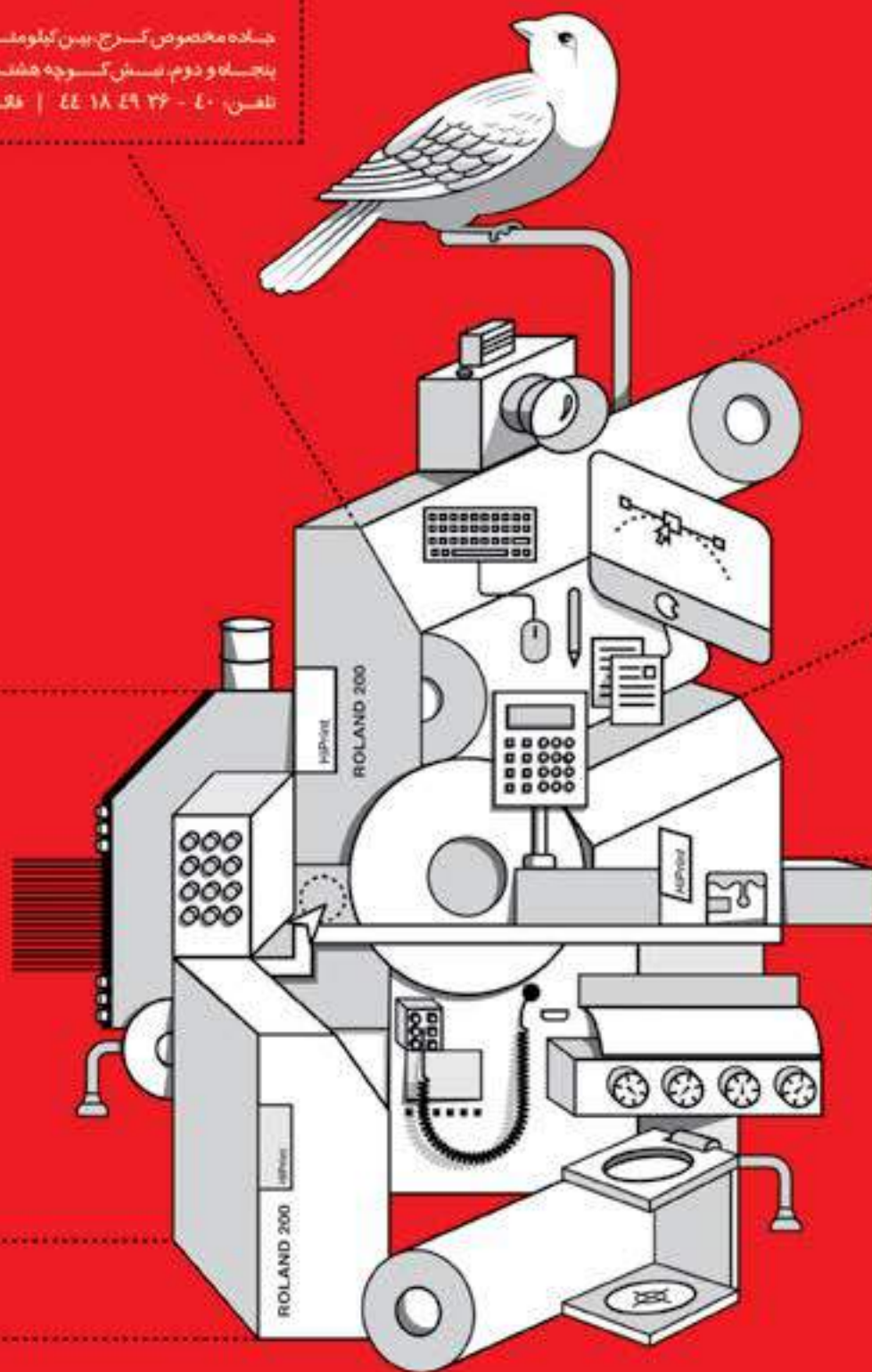
جاده مخصوص کرج، بلوار ایران خودرو
خیابان زامیاد، ابتدای خیابان گلها، پلاک ۲
تلفن: ۷۰۰-۶۰۰۱۹۴۴۴ | فاکس: ۵۶۲۳۹۲۴۴

www.maadroll.ir

Hoodis Pars Printing Complex

مجتمع چاپ هودیس پارس

جاده مخصوص کرج، بین کیلومتر ۱۵ و ۱۶، خیابان
پنجراه و دوم، بخش کسب و کار هشتم، تهران، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۸۴۹۲۶۱۸ | فکس: ۰۲۱-۸۴۹۲۶۱۹



WHEN QUALITY MATTERS

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

سالنامه کیانی

تولیدکننده انواع سررسید ، ارگانایزر ، تقویم حصیری ، تقویم رومیزی
تقویم جیبی ، انواع ست و نیمست های مدیریتی ، هدایای تبلیغاتی



WWW.KIANI-GALLERY.COM
<https://telegram.me/kianigallery1>

📷 kianigallery1

شعبه بازار: تهران، خیابان پانزده خرداد، بازار بین الحرمین پاساژ مهتاش پلاک ۱۱
۵۵۸۱۶۵۵۳ - ۵۵۸۱۶۵۵۲

شعبه ظهیرالاسلام: ۳۳۹۴۶۰۲۰ - ۳۳۹۷۶۰۲۰

KIANIGALLERY

سالنامه اختصاصی تخصص ماست



K I A N I G A L L E R Y

وعده دیدار ما

بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی و ماشین آلات وابسته تاریخ ۲۲ الی ۲۵ آذرماه محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران - سالن شماره ۶ - درب شمالی چهاردهمین نمایشگاه بین المللی تبلیغات ، بازاریابی و صنایع وابسته تاریخ ۱۲ الی ۱۵ دی ماه محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران - سالن میلاد - طبقه همکف

تغییر به حکم توسعه

گفت‌وگو با
سید محمود فاطمی نژاد
صاحب امتیاز و موسس
چاپ افلاک

آینده‌نگری یکی از خصلت‌های مهم مدیریت است و در این علم یک مزیت به شمار می‌رود. تغییر، وقتی در اوج هستی شجاعت زیاد و ریسک‌پذیری بالایی را طلب می‌کند و اینها همه نیاز به اشراف کامل بر حوزه‌ای که در آن کار می‌کنید، دارد. گاهی بازار تغییر پیدا می‌کند و هر چقدر هم هوشیار باشید باز ابعاد دیگر کار مقتضایاتی پیش می‌آورند که کنترل آنها در دست شما نیست. مهم این است که انعطاف‌پذیری داشته باشی و بتوانی با تکیه بر توانایی‌هایت از پس بازار بریایی؛ حرفه‌ای که باشی هیچ چیز جلودارت نیست.



■ ورود به چاپ

اینجانب محمود فاطمی‌نژاد چاپ افلاک را با مشورت پدرم و دوست بسیار خوبم میثم گنجینه در سال ۱۳۸۹ تاسیس کردیم حضور در عرصه چاپ را با کار در چاپخانه‌های آقای سید محمود ذوالفقاری، که حق بسیاری بر گردن بنده و این صنف دارد. از میانه‌های دهه ۷۰ شروع کردم، اولین چاپخانه‌ای که در آن مشغول شدم، چاپ خاتم بود (که امروز به خاتم نو تغییر نام داده) و پس از آن در چاپخانه‌های خجسته و سبزانگ نیز فعالیت کردم؛ دوران خوبی که در آن بسیار آموختم. در این مدت کسی که بیشترین تاثیر را در انتخاب من برای ادامه این حرفه آقای محمد فرخی صاحب امتیاز فعلی چاپ نقش جوهر بود. ایشان دایی من هستند، کارفرمای من بودند و حق استادی به گردن بنده دارند، اما بیش از هر چیز یک دوست خوب بودند. ما چاپخانه‌داران همه با هم رقیب هستیم و این اصلا چیز بدی نیست، اگر رقابت نباشد کار دلچسب نیست و به کیفیت نخواهیم رسید اما واقعا حساب ما چیز دیگری است، من از کودکی به واسطه اینکه شغل خانواده مادری‌ام چاپ بود با این حوزه آشنا و به آن علاقه‌مند شدم اما ایشان به طور رسمی در زمان نوجوانی (و از سن ۱۳، ۱۴ سالگی) من را به این کار وارد کرد و با صبر و شکیبایی چاپ را به من آموخت. ایشان ۴۷ سال دارند اما به نظر من همین الان هم پیشکسوت چاپ محسوب می‌شوند و از بسیاری دیگر از دست‌اندرکاران این صنعت از لحاظ فنی، علمی و عملی موجه‌تر هستند. چاپخانه‌هایی چون خاتم، خجسته و سبزانگ (که صاحب امتیاز و مدیر آن جناب آقای مجید رفعتی از اقوام و دوستان دیرین می‌باشند که جا دارد برای سال‌های فعالیت در آن مجموعه از ایشان نیز تشکر نمایم) اگر امروز شناخته شده و موفق هستند مرهون زحمات و مدیریت این فرد با تجربه است. او از سال ۱۳۶۱ کارش را در چاپخانه گلدان (نزد مرحوم ذوالفقاری) که بعدها به زلال تغییر نام دارد، آغاز کرد و پس از مدتی به خجسته آمد و از آنجا به سفارش آقای ذوالفقاری به خیابان دماوند و چاپ خاتم (که اکنون با نام خاتم نو شناخته می‌شود و مدیریت آن به عهده جناب هاتفی است) رفته و آنجا را راه‌اندازی کردند. چهار سال اول

مهم این بود که بخش لیتوگرافی و چاپ ما بسیار قوی بود و به راحتی بخش صحافی‌ها را تغذیه می‌کرد. من با تکیه بر توانایی‌های مجموعه می‌توانستم به سرعت و با کیفیت کارها را به موقع در اختیار سفارش‌دهنده قرار دهم و از همین‌رو مشتریان بسیار خوبی داشتم که کارهای تیراژ بالایی را به عهده ما می‌گذاشتند و از کیفیت و خوش‌قولی ما اطمینان داشتند. بازار خوبی بود و چاپ افلاک از بسیاری از مجموعه‌هایی که در این عرصه فعالیت دارند موفق‌تر بود اما می‌توان گفت که ما به طریقی آینده‌نگری کرده و علاج واقعه قبل از وقوع کردیم. من فکر می‌کنم باید قبل از رسیدن به شکست و زمانی که هنوز بر روی کار سواری نقشه آینده را ترسیم کنی و برای ادامه کار برنامه داشته باشی، با این دیدگاه بود که ما در اوج بازار نشر را به بسته‌بندی تغییر دادیم. برای این تغییر موضع با بسیاری از افراد خیره و دست‌اندرکار این حوزه به مشورت نشستیم و همه به اتفاق، آینده چاپ را در بسته‌بندی می‌دیدند و به این ترتیب هدف افلاک تعریف شد. بسته‌بندی چند بخش است و به صورت عمده به دو بخش رول و شیت تقسیم می‌شود، چاپ در سایزهای بزرگ و گرام‌های بالا در دستور کار ما قرار گرفت و تصمیم بر آن شد که برای نیل به این هدف دستگاه‌ها و مکان چاپخانه تغییر پیدا کند. با قطعی شدن تصمیم، مجموعه پیشین به طور کامل برای فروش گذاشته شد.

■ مالیات بر کدام ارزش

در حین اجرای این تصمیم و در بحبوحه جابجایی یک ضربه مهلک از طرف مالیات به افلاک اصابت کرد. من متاسفم که متولیان صنفی به این بزرگی و با این پیشینه درخشان، که اسمش در زیرمجموعه وزارتخانه فرهنگ و ارشاد اسلامی آمده است، نتوانستند در رابطه با مالیات بر ارزش افزوده کار مفیدی انجام دهند و برای صنعتگر این حوزه که بخش اعظم کارش فرهنگی است، معافیت‌های مالیاتی ترتیب دهند. بسیاری از مشاغل که سودهای خوبی متوجه کارشان است و خط و ربط مستقیمی هم با حوزه‌های فرهنگی ندارند، از معافیت‌های مالیاتی بسیار خوبی برخوردارند اما در حوزه‌های چاپ که تماما با سرمایه‌های شخصی بالا و پریسک تاسیس شده و رابطه بی‌چون و چرایی با حوزه فرهنگ دارد، مالیات باید بسیاری را از گردونه کار خارج کند و فشار مضاعفی را متحمل چاپخانه‌ها کند.

فعالیت طاقت‌فرسای ایشان را در چاپخانه خاتم به یاد دارم. سال ۱۳۸۰ هم کاری شبیه به آن برای چاپ سبزانگ انجام دادند و ۵ سال زحمات ایشان را به یاد دارم تا نظم و حرفه‌ای‌گری را در این مجموعه‌ها جاری کردند. من هم به خاطر جناب فرخی و ذوالفقاری در آنجا بودم و از نزدیک شاهد زحمات این عزیزان تا به بار نشستن تلاش‌های بی‌وقفه‌شان بودم. سال ۸۶ آقای فرخی چاپ نقش جوهر را تاسیس کرد و مستقلا کار خود را آغاز کرد، من هم به چاپ یسنا نزد آقای مجید رحمانی دوست بسیار خوبم رفتم و حدود دو سال هم در آنجا مشغول بودم و کار به حالت شراکتی درآمد تا اینکه سال ۱۳۸۸ به فکر راه‌اندازی چاپخانه‌ای شخصی افتادم، از یسنا جدا شدم و به این طریق بنای چاپخانه افلاک گذاشته شد و یک سال بعد (در سال ۱۳۸۹) شروع به کار کرد.

■ افلاک

در ابتدای سال ۸۹ همراه دوست بسیار خوبم آقای میثم گنجینه که آشنایی‌ها به حدود ۱۷ سال قبل برمی‌گردد بنای چاپ افلاک با خرید یک ماشین چهار رنگ و سرمایه محدود شخصی (حدود ۲۰۰ میلیون تومان) کارش را در خیابان دماوند آغاز کرد و پس از چندی به جای دیگری نقل مکان کرد. در مکان جدید بخش لیتوگرافی ما تجهیز شد و رفته‌رفته ماشین‌های زیادی به مجموعه اضافه گردید و چاپ افلاک در میان بازار جایی برای خود باز کرد. ماشین چهار رنگ، پنج رنگ و دو رنگ به مجموعه اضافه گردید و دستگاه مگنوس ۸۰۰، بخش لیتوگرافی ما را به‌روز کرد. این دستگاه کاملا حرفه‌ای و مدرن می‌باشد و فکر کنم تعداد آن در کشور کمتر از انگشتان یک دست است. کمتر کسی حاضر می‌شود برای یک دستگاه لیتوگرافی سیصد میلیون تومان هزینه کند؛ ما این دستگاه را در مجموعه به کار گرفتیم، دستگاهی که کاست داشت و به شما اجازه می‌داد ۵۰ تا ۱۰۰ ورق زینک در آن قرار داده و ساعتی حدود ۵۰ ورق زینک‌گیری کنید.

ما از مجموعه‌های ۱۳۰ متری شروع کردیم و تا مترای ۱۳۰۰ متری توسعه یافتیم. علاوه بر دستگاه‌های چاپ و بخش پیش از چاپ، افلاک به بخش پس از چاپ قدرتمندی نیز مجهز شد و خط ترتیب‌کن، خط چسب، خط مفتول (سه خط) و (پنج) ماشین تاکن به آن پیوست که یک صحافی کامل با راندمان بالا را تشکیل داد. نکته

یک چاپخانه متوسط که ۱۵ الی ۲۰ کارگر دارد مگر چقدر درآمد داشته که به یکباره چند صد میلیون تومان مالیات بدهد؟! یعنی بیش از ۱۰ میلیون تومان در هر ماه، در حالی که به تجربه می‌گویم که در این بازار سود ماهیانه این دست چاپخانه‌ها نهایتاً بین ۱۵ تا ۳۰ میلیون است. با این اوضاع خیلی راحت تصمیم خارج شدن از بازار گرفته می‌شود. اگر چاپخانه مذکور ساختمان و ماشین‌های خود را به پول تبدیل کند و در بانک بگذارد، حتی با همین سود ۱۵ درصد، باز هم از کار کردن با این اوضاع بسیار به‌صرفه‌تر است، خیلی‌ها هم این کار را کرده‌اند اما اتفاقی که در این بین خواهد افتاد، افت صنعتی ما و شیوع بیکاری است.

ما به عنوان چاپخانه‌دار به جای تمرکز بر روی تولید و کیفیت و توسعه دائم با بیمه، مالیات، دارایی و ارشاد و ارگان‌های مربوط دیگر تکاپو هستیم و این روند فرسایشی، خسته‌کننده شده است. افلاک یک نفر را استخدام کرده که فقط دنبال این کارها باشد اما با این حال باور کنید بسیاری اوقات به کارها نمی‌رسیم و حالا شما حساب کنید مجموعه‌هایی که کسی را ندارند چه زمان و اعصابی را باید برای رسیدگی به این کارهایشان بگذارند.

یک مشکل دیگر که در این جابجایی گریبانگیر افلاک شد، دیر رسیدن ماشین چاپ مورد نظرمان بود. ما دستگاه‌های قبلی را فروخته بودیم، مکان جدید را گرفته و آماده‌سازی کرده بودیم و هزینه‌ها شروع شده بود اما درآمدی وجود نداشت. از طرفی برخی مشتریان عمده خود را حفظ کرده بودیم و موظف بودیم سفارشات آنها را طبق قرار قبلی تحویل دهیم و از این‌رو مجبور شدیم دست به دامان مجموعه‌های دیگر شویم.

■ تغییر برای توسعه

مکان قبلی افلاک در شرق تهران واقع بود اما برای تصمیم ما (که ورود به زمینه چاپ برای بسته‌بندی بود) مناسب نبود. صنعتی‌ترین منطقه شرق خیابان اتحاد است که تماماً تعطیل بوده و سوله‌ها و ساختمان‌های آن تبدیل به انبار شده بودند و به جز چاپخانه‌های معدودی که عمدتاً دولتی هستند و سفارشات ارگان‌های خاص را به چاپ می‌رسانند، چاپخانه دیگری نداریم که در زمینه بسته‌بندی فعال باشد.

شرق از لحاظ صنعت منطقه ضعیفی است و کارخانه‌های چندانی ندارد، از این‌رو ما مجبور به تغییر مکان شدیم، هرچند که فاصله من از منزل تا محل کار بسیار زیاد شد (از لواسان تا کیلومتر ۱۶ جاده کرج) اما دیگر چاره‌ای نبود، من هر روز حدود ۴ ساعت در مسیر رفت و برگشت رانندگی می‌کنم و این به غیر از مدت زمان‌هایی است که کاری اداری پیش می‌آید و باید به مرکز شهر رفت و آمدم داشت باشم. شغلم و وابستگی‌ام به آن برای من بر همه چیز اولویت دارد.

مسئله مهم دیگر انتخاب مکان جدید برای چاپخانه بود که بنابر تحقیقات انجام گرفته، محدوده صنعتی غرب تهران (جاده کرج) یکی از این مکان‌های خوب می‌باشد. به این ترتیب ملک جدید در محدوده خیابان ۵۲ جاده مخصوص که چاپخانه‌های همچون مسعود مارک و هودیس در آن خیابان فعالیت می‌کنند راه اندازی گردید.

■ واردات، منفعت یا آفت

ما شروع پر قدرتی داشتیم و توانستیم در طول یک ماه کار جدید را آغاز کنیم. ماشین‌هایی که مدنظر ما بود یک دستگاه چهار و نیم ورقی سی‌دی ۱۰۲ (CD ۱۰۲ هایدلبرگ) بود که قابلیت‌های فوق‌العاده‌ای دارد و یکی از مزیت‌های آن توانایی چاپ بر روی مقوا تا ۷۰۰ گرم است که فکر کنم در حال حاضر بهترین انتخاب برای نوع کاری است که ما می‌خواهیم انجام دهیم.

در همین راستا یک دستگاه سی‌دی دو ورقی CD

۷۴ هم خریداری شده که ظرف هفته آینده در مجموعه نصب و راه‌اندازی می‌شود. این دستگاه توانایی چاپ با بهترین کیفیت روی گرماژهای بالا را دارد. البته ما به دنبال خرید دستگاهی خاص و افزایش قدرت در زمینه چاپ برای بسته‌بندی بودیم که در آن تاریخ پیدا نکردیم.

در حال حاضر برای واردات دستگاه‌های مورد نظر احتیاج به کمی زمان داریم، چون قبل از این صدور مجوز واردات توسط وزارت ارشاد انجام می‌شد اما طبق مصوبات جدید این مرحله از کار به وزارت صنعت، معدن و تجارت سپرده شده و هنوز قانون روشنی برای آن وجود ندارد، ما قانون‌های جدید را نمی‌دانیم، حتی خود متولیان در وزارتخانه جدید هم قانون‌ها را نمی‌دانند. این یک بخش جدید بوده که به عهده آنها محول شده و هنوز شناخت خوبی نسبت به آن ندارند، بر همین اساس برای برخورد نکردن به مشکلات احتمالی بعدی، فعلاً بهتر دیدیم که کمی زمان بدهیم تا کار کاملاً مشخص شود.

دستگاه‌های چاپ (علی‌الخصوص مدل مورد نظر ما) بسیار هزینه‌بر هستند و خواب آنها در گمرک و هر جای دیگر، بدون بهره‌وری ضرر گزافی را به کسب و کار وارد می‌کند. مجوز واردات از ابتدای انقلاب، یعنی بیش از ۳۷ سال در اختیار وزارت ارشاد بوده است و طبیعی است که این تغییر موضع زمانی طول خواهد کشید، از این‌رو ما ترجیح دادیم فعلاً دست نگهداریم تا

این مشکل از عدم آشنایی مسئولان و متولیان این صنعت نتیجه می‌شود. یک عده هم از این ناآگاهی سوء استفاده کرده و با هدف سودجویی قوانین را به نفع کسب و کار خود تغییر می‌دهند، این قوانین به ضرر صنعت چاپ کشور است.

من جایی شنیدم که برخی از این قانون ابراز خوشحالی می‌کردند و اعتقاد داشتند که با این کار ماشین‌های مدل بالا و مدرن به بدنه صنف چاپ وارد خواهد شد و کیفیت کارها ارتقاء پیدا خواهد کرد. ما نباید به مسائل تک بعدی نگاه کنیم، ماشین مدل بالا و گران قیمت وارد بشود هزینه‌های آن هم به نسبت بالاتر است و باید دید آیا بازار توانایی جوابگویی به چنین نوآوری‌هایی را دارد؟

از طرفی دیگر اگر همین قانون برای همگان یکسان باشد باز مشکلی نیست، مساله این است که همه باید در برابر قانون برابر باشند اما مثل اینکه برخی برابرترند! این قانون تنها باعث بالا رفتن قیمت‌ها و سود واسطه‌ها شد، باز هم دستگاه‌های قدیمی به بهانه‌های مختلف و با کمک خلاقانه‌های قانونی وارد شد و باز هم در حق صنعت و صنعتگر اجحاف صورت گرفت.

■ چاپ تخصص ما است

دستگاه جدید وارد مجموعه شد و افلاک کارش را آغاز کرد. این دستگاه جدید، نگاه من به چاپ را با ۲۰ سال سابقه کار در این حوزه تغییر داد. من جلوه جدیدی از



چاپ را دیدم. من تاکنون در بخش دیگری از چاپ فعالیت داشتم و حالا به بخش جدیدتری وارد شدم که وسعت آن بیشتر و کار در آن تنوع بالاتری دارد.

تجربه‌ام در چاپ برای نشر بود که آن را به چاپ برای بسته‌بندی منتقل کردم و برای هر تکه از کار جدید نقشه راه مشخص شد. افلاک با قدرت شروع کرده و آمده است که بماند. این نکته را هم بگویم که مجموعه ما اختصاصاً و تخصصی در زمینه چاپ فعالیت خواهد کرد و به هیچ عنوان برنامه‌ای برای راه‌اندازی بخش پس از چاپ نخواهیم داشت. ما حتی یک دایکات یا جعبه چسبان وارد مجموعه نخواهیم کرد و بنا است که اختصاصاً در حوزه چاپ فعالیت داشته باشیم. طی سال‌های فعالیت دوره‌های فراوانی را برای چاپ دیدیم و در این زمینه هیچ کم و کاستی نداریم، چرا باید کار تخصصی خود را رها کنیم؟ ورود به حوزه‌های دیگر برای مجموعه ما چیزی جز اتلاف وقت نخواهد داشت. ما هم فن چاپ را می‌دانیم و علم آن را داریم، هم تمامی دست‌اندرکاران این حوزه از مواد فروشندگان اولیه تا قطعه‌فروشان و مکانیک‌های این حوزه را به خوبی می‌شناسیم، چاپ تخصص ما است.

مصوبات اعلام شوند و با اطمینان خاطر و بدون ریسک دست به واردات بزنیم.

قانون واردات ماشین‌های وزارت صنایع، ورود دستگاه‌های بیش از ۵ سال قدمت را ممنوع می‌کند اما این مورد حتماً باید برای ماشین‌های چاپ متفاوت باشد. باید توجه داشت که ما در بحث دستگاه‌های چاپ مصرف‌کننده صرف هستیم و تولیداتی نداریم، ماشین‌های چاپ با قدمت بسیار بالاتر از ۵ سال، الان در خود آلمان که کشوری صنعتی است و مهد چاپ جهان است، به کار گرفته می‌شوند. حتی وقتی خود ارشاد قانون واردات را بنا به سال ساخت ماشین، ۱۰ سال اعلام کرد، تعجب کردیم، چرا که ما با این وضع خودمان را از کشورهای تولیدکننده و با سابقه درخشان و مستمر هم بالاتر دانستیم! سال ساخت برای خودرویی که خود ما تولیدکننده آن هستیم (و جان ما در دست آن است) ۲۰ سال تعیین می‌شود آن وقت برای ماشین‌های چاپ ۵ سال! این واقعا عجیب است.

هرچند ما در مجموعه پیشین وارد بخش صحافی شدیم و بالنسبه موفق هم بودیم و کارمان راندمان بالایی داشت اما در این حوزه قصد ما این است که تنها در قسمت چاپ فعال باشیم، هرچند که معتقدم بخش پس از چاپ برای بسته‌بندی بسیار ساده‌تر از بخش صحافی و پس از چاپ برای حوزه نشر است، اما همانطور که گفتم ترجیح و نقشه راه افلاک، کار تخصصی بر روی چاپ برای بسته‌بندی خواهد بود.

ما الان دو سوله مجزا داشته و جا برای راه‌اندازی خط پس از چاپ داریم اما تصمیم گرفتیم یکی از سوله‌ها را به انبار کاغذ اختصاص دهیم. همانطور که می‌دانید در کار بسته‌بندی حجم مصرف کاغذ بسیار بالا است؛ یک سفارش ۱۰۰ هزار تایی مقوا الان هزار بند کاغذ لازم دارد و ما باید انباری در اختیار مشتری‌مان قرار بدهیم که بتواند حداقل، کاغذ مصرفی یک ماهش را در اینجا انبار کند. در مجموعه پیشین ما چهار دستگاه برش وجود داشت اما در مکان جدید و حوزه نوین تنها یکی از آنها را نگاه داشته‌ایم، چرا که اصلا استفاده خاصی نداریم. کار وارد ماشین شده و با سایز استاندارد چاپ می‌شود؛ این برش شاید روزی ۱۰ دقیقه هم کاربری ندارد و تنها برای سفارش‌های خرد استفاده می‌شود. عمده فضای افلاک به بخش چاپ اختصاص خواهد داشت.

در بخش شیت و کاغذهایی چون گلاسه، اندازه‌ها عمدتاً به دو سایز ۷۰×۱۰۰ و ۶۰×۹۰ خلاصه می‌شوند اما در کار با مقوا ما سایزهای متفاوت و متنوعی داریم و هرچه مدنظر شما باشد برآورده می‌کنیم. ما اکنون در ابتدای ماه دوم فعالیتیمان به سر می‌بریم و در همین مدت زمان کم، حدود ۲ میلیون تیراژ داشته‌ایم و جالب است بدانید که در این مدت (حدود ۴۰ روز) شاید فقط ۱۰ تا ۱۵ روز آن را دو شیفت کار کرده‌ایم. این دستگاه حرفه‌ای است، خروجی با کیفیتی داشته و در کنار آن سرعت بی‌نظیر و راندمان بالایی دارد که هنوز تا رسیدن به ظرفیت آن فاصله زیادی داریم.

فاصله تنظیم کارها و تغییر دادن ماشین در این دستگاه بسیار سریع‌تر از نمونه‌های دیگر است. این ماشین شرایط بالقوه زیادی را در اختیار کاربرش قرار می‌دهد، مثلاً تخته یدک عقب (که همان non stop است) به شما اجازه می‌دهد جلوی برخی اتلاف وقت‌ها که در چاپ پیش می‌آید را بگیری علاوه بر اینکه ما نیز تجربه را به کار برده و از تمامی امکانات ماشین بهره می‌بریم. شستشوی اتوماتیک ماشین یکی از این امکانات است، الان مناسبانه بسیاری از چاپخانه‌ها این کار را به صورت دستی انجام



برایشان پرداخت می‌شود اما مثلاً از کاغذ و متریل خوبی استفاده نمی‌کنند که موجب آسیب به ماشین می‌شود و از این رو ما از پذیرفتن آنها سر باز می‌زنیم.

لیتوگرافی

با توجه به ضرورت وجود دستگاه لیتوگرافی در چاپخانه تصمیم بر این گرفته شد که یک دستگاه لیتوگرافی جدید خریداری شود که بنابر آینده‌نگری در جهت فعالیتهای آتی این مجموعه دستگاه پلیت ستر کداک با قابلیت گرفتن زینک تا سایز ۱۶۰×۱۲۰ خریداری و به چاپخانه اضافه گردیده که نصب و در حال کار است. جا دارد از لیتوگرافی رامین و دوست خوبم جناب آقای اصغرپور، که مساعدت در جهت خرید و نصب این دستگاه توسط ایشان انجام گردید کمال تشکر را داشته باشیم.

آینده افلاک

برنامه‌های آتی افلاک که من ترجیح می‌دهم فعلاً در موردشان زیاد صحبت نکنم، به توسعه در بخش چاپ برای بسته‌بندی مربوط هستند. فقط در همین حد به شما بگویم که ما در حال بررسی بر روی چاپ‌های سایز بالا (لارج فورمت) است.

سخن آخر

قبل از هر چیز از مجله چاپ و نشر کمال تشکر را دارم؛ هم بابت تشریف‌فرمایی شما و هم به خاطر رضایتی که در سال‌های متمادی همکاری با شما دارم. افلاک بدون تحقیق به جایی آگهی نمی‌دهد، بسیاری از جراید دیگر این حوزه با ما تماس گرفته و درخواست آگهی می‌کنند اما افلاک با هر کسی همکاری نمی‌کند. ما افرادی را در مجموعه داریم که بازخورد تبلیغاتمان و وضعیت توزیع آن را بررسی می‌کنند. این پیگیری‌ها اصلاً ربطی به هزینه‌ها ندارد و برای پول صرف شده نیست، ما بیشتر می‌خواهیم اگر تبلیغی صورت می‌گیرد مفید باشد و جامعه هدف را پوشش دهد، شما وقتی تصمیم می‌گیرید برای خوردن یک شام به رستوران بروید، لذت آن بیشتر از مقدار پولی که قرار است پرداخت کنید، اولویت دارد. اگر چاپ و نشر مجله خوبی نبود من در ۸ سال گذشته و از آغاز کار افلاک، به آن آگهی نمی‌دادم، این مجله لازمه صنف است و تاکنون هم برای من مشتریان خوبی آورده و مخصوصاً سفارشات شهرستان‌هایی را جذب کرده که از بازار حرفه‌ای چاپ دورتر هستند و این بسیار ارزشمند است. مطمئن باشید اگر روزی این وضعیت افت کند من با شما تعارف ندارم.

در پایان عرایض می‌خواهم از رفیق، دوست خوب و یار و یاورم آقای میثم گنجینه و همچنین پدرم که در این سال‌ها همراه من بوده‌اند و مانند کوه در همه لحظات سخت تکیه‌گاه بسیار محکمی بودند و هستند قدردانی کنم.

می‌دهند در حالی که ما از همان ابتدا شستشوی خودکار را علیرغم هزینه‌های بالاتر (چون مواد مصرفی آن گران‌تر است) انتخاب کردیم، چرا که این کار راندمان را بالا برده و از استهلاک زودرس ماشین جلوگیری می‌کند. ارزش این کار در طولانی‌مدت بیشتر از هزینه‌هایی است که استهلاک متحمل دستگاه می‌کند.

ما از همان اول در مجموعه، برنامه رسیدگی هفتگی به ماشین‌ها را داشتیم تا مصرف بهینه‌تر و کار با کیفیت‌تر صورت بگیرد. بسیاری از مشکلات امروز دستگاه‌های چاپ از عدم رسیدگی ناشی می‌شود و ما با علم بر این موضوع به ابزار کارمان رسیدگی مستمر داریم. ما تکنسین‌هایی داریم که به صورت دوره‌ای و منظم برای بازدید ماشین‌های مجموعه می‌آید و حتی اگر ماشین نیازی به تعمیر و رسیدگی نداشته باشد او به کار خودش می‌پردازد و یک چکاپ کامل از آن صورت می‌دهد تا جلوی وقوع هرگونه مشکل احتمالی را بگیرد.

همانطور که گفتم ما کارمان را در این بخش تازه آغاز کرده‌ایم اما مشتریان زیادی به سمتمان آمدند که ما با برخی از آنها موفق به همکاری شدیم، چرا که برایمان کیفیت مهم است و از این رو از بین سفارش‌دهندگان آنهایی را که هم‌سطح‌مان بودند انتخاب کردیم.

الان در این حوزه کار کم نیست، سفارشات متنوعی موجود است و از طرفی قیمت‌های متفاوتی هم وجود دارد، سفارشات هستند که اتفاقاً پول‌های خوبی هم





افلاک مجتمع چاپ
Printing Complex

AFLAK

- ▶ هایدلبرگ ۴/۵ ورقی پنج رنگ CD-102 مدل 2007
- ▶ هایدلبرگ ۲ ورقی چهار رنگ CD-74 مدل 2006
- ▶ پلیت ستر ۹ ورقی (140x100) **Kodak** مدل 2010



تهران - جاده قدیم کرج (فتح) بعد از ایران خودرو
خیابان ۵۲ - بن بست دوم - پلاک ۵ - چاپ افلاک

☎ 44 92 36 30 ☎ 09 12 - 30 15 7 3 4
☎ 44 18 02 62 🌐 www.aflakprint.com
☎ 44 18 02 59 📧 aflakprint@gmail.com



www.aflakprint.com

aflakprint@gmail.com



تفویم نمایشگاه‌های جهان

این نمایشگاه بستری بسیار موفق برای نمایشگاه و کنفرانس در زمینه پلاستیک، چاپ و بسته‌بندی است. نمایشگاه پلاستیک و بسته‌بندی شارجه پیش‌رو، تجهیزات و خدمات پردازش، پر کردن و بسته‌بندی را به نمایش می‌گذارد و تصمیم‌گیران صنعت پردازش، و بسته‌بندی مجدد منطقه، بازدیدکنندگان این نمایشگاه خواهند بود. نمایشگاه پیشین پلاستیک و بسته‌بندی شارجه افتتاحیه بسیار خوبی داشت، متقاضیان بسیاری جهت حضور نام‌نویسی کردند، نمایندگان بسیاری از کشورهای مختلف حضور داشتند و جمعیت بازدیدکنندگان افزایش داشت. این نمایشگاه سران صنعتی را از کشورهای مختلف گرد هم جمع خواهد کرد و در زمینه آخرین تحولات و گرایش‌ها در فناوری‌های پیش‌رو، بهره‌وری هزینه، پایداری و سرمایه‌های انسانی طرح‌هایی ارائه خواهد نمود. با حضور هفت هزار بازدیدکننده از کشورهای مختلف در آخرین دوره نمایشگاه پلاستیک و بسته‌بندی شارجه، نقش آن به عنوان یک رویداد جهانی برای بخش فرآیند تولید پلاستیک پررنگ‌تر می‌شود.



نمایشگاه تجهیزات چاپ و بسته‌بندی ایران ۲۲ تا ۲۵ آذر ۱۳۹۶

تهران، ایران

نمایشگاه تجهیزات چاپ و بسته‌بندی ایران در فضایی بالغ بر ۳۰ هزار متر مربع در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار خواهد شد. هزاران نفر از فعالان و خریداران محصولات این صنعت از برای یافتن جدیدترین و آخرین امکانات و به‌روز کردن تجهیزات خود از این نمایشگاه بازدید می‌کنند. ایران با داشتن بیش از ۷۰ میلیون نفر جمعیت و رشد بی‌وقفه در صنعت و ارتباطات، با تقاضای بالایی برای تکنولوژی‌های جدید در صنعت چاپ و بسته‌بندی، محصولات و خدمات مرتبط مواجه است. به عنوان یکی از بزرگ‌ترین رویدادها در خاورمیانه و یکی از مهم‌ترین‌ها در صنعت است، نمایشگاه تجهیزات چاپ و بسته‌بندی ایران نقش موثرترین وسیله برای ایجاد و



نمایشگاه کتاب دوحه

۸ تا ۱۸ آذر ۱۳۹۶

دوحه، قطر

www.dohabookfair.com

نمایشگاه کتاب دوحه یکی از بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های کتاب برگزار شده در منطقه خاورمیانه به شمار می‌رود و دلیل تقاضای فراوان مشارکت‌کنندگان بین‌المللی و منطقه‌ای برای حضور در این نمایشگاه، شهرت فراوانی است که در سال‌های اخیر کسب کرده است. این نمایشگاه برای اولین بار در سال ۱۹۷۲ با حمایت موسسه کتب دارالقطری تا سال ۲۰۰۲، هر ۲ سال یک بار برگزار می‌شد و از آن سال تا کنون هر ساله برگزار می‌شود. پس از کسب موفقیت در جذب تعداد بیشماری از معتبرترین انتشارات بین‌المللی به نمایشگاهی جهانی بدل شده است. در اولین سال برگزاری نمایشگاه کتاب دوحه تنها میزبان ۲۰ انتشارات بین‌المللی بود، این در صورتی است که این تعدادی هم اکنون به بیش از ۴۷۳ شرکت معتبر از ۳۱ کشور جهان در فضایی بالغ بر ۲۲ هزار و ۵۰۰ متر مربع رسیده است. حدود ۱۰ درصد از مشارکت‌کنندگان این نمایشگاه از مشارکت‌کنندگان سال‌های قبل هستند. یک بار دیگر نمایشگاه کتاب دوحه پیشروان صنعت نشر را از کشورهای نظیر آمریکا، فرانسه، ترکیه، ایران، ژاپن، برزیل و... را در قلب کشور قطر، دوحه، گرد هم خواهد آورد.



نمایشگاه پلاستیک و بسته‌بندی شارجه (Plastivision Arabia)

۲۰ تا ۲۳ آذر ۱۳۹۶

شارجه، امارات متحده عربی

www.plastivision.ae

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





حفظ روابط میان صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران و صنعت چاپ و بسته‌بندی بین‌المللی است. این نمایشگاه مجموعه متنوعی از ابزارآلات و تجهیزات به‌روز شده با آخرین تکنولوژی‌ها نظیر ابزار و تجهیزات چاپ، تجهیزات ثبت تصاویر دیجیتال، چاپ سنتی و دیجیتال، پرینترهای جوهرافشان با فرمت گسترده، ابزار و تجهیزات تولید و صحافی، مواد اولیه و ماشین‌آلات گرافیکی، رسانه‌ها، مواد و فرآورده‌های شیمیایی، خدمات مرتبط را به متقاضیان ارائه می‌دهد.



نمایشگاه تابلوهای تبلیغاتی و تصویرسازی دیجیتال دبی (SGI)
۲۴ تا ۲۶ دی ۱۳۹۶
دبی، امارات متحده عربی
www.signmiddleeast.com

نمایشگاه تابلوهای تبلیغاتی و تصویرسازی دیجیتال دبی (SGI) بزرگ‌ترین رویداد تخصصی تجاری در حوزه تابلوهای تبلیغاتی، تصاویر گرافیکی، POP/POS، چاپ اسکرین و دیجیتال در منطقه خاورمیانه، آفریقا و جنوب آسیا به شمار می‌آید. نمایشگاه تابلوهای تبلیغاتی و تصویرسازی دیجیتال دبی، غرفه‌داران و بازدیدکنندگان از سراسر امارات متحده عربی، مصر، لبنان، ایران، عراق، هند، پاکستان، شرق آفریقا، و سایر کشورهای منطقه منا (خاورمیانه و شمال آفریقا) را در یک محل برگزاری ایده‌آل گرد هم می‌آورد. این نمایشگاه، مهم‌ترین رویداد سال است که محصولات و خدمات شما را به نمایش می‌گذارد، یا آنها را خریداری می‌کند و با فعالان برجسته صنایع تابلوهای تبلیغاتی، تصاویر گرافیکی، پرینت اسکرین و دیجیتال تعامل برقرار می‌کند.

بازاریاب است. این رویداد در دو روز برگزار می‌شود و هر ساله بهتر و قوی‌تر عمل می‌کند.



نمایشگاه کتاب پاریس (Livre Paris)
۲۵ تا ۲۸ اسفند ۱۳۹۶
پاریس، فرانسه
www.livreparis.com

نمایشگاه کتاب پاریس با حضور بیش از دو هزار نویسنده بین‌المللی، بی‌شمار مصاحبه و کنفرانس با متخصصین و نویسندگان زمینه‌های مختلف، اولین و مهم‌ترین محل ملاقات برجسته‌ترین نام‌های معاصر ادبیات است. این نمایشگاه سالانه با دوپست هزار بازدیدکننده تمام ژانرها را در طی ۳۲ سال گذشته پوشش داده است. دسته‌بندی‌های این نمایشگاه شامل کتاب، کتابخانه، ادبیات، شعر، رمان، هنر، کتاب‌های کم‌دی، آموزشی، و انتشارات می‌باشد. آن چه در این نمایشگاه جدید است، دسته‌بندی‌های محتوایی انتشاراتی‌های مختلف است. کتاب‌ها و آثار هر انتشارات به دسته‌بندی‌هایی مانند توریسم و سفر، گوشه هنر، گوشه آشپزی، دانش و آموزش، کتاب کودک و کتب علمی می‌باشد. بنابراین، با حضور در این نمایشگاه، می‌توانید به راحتی به غرفه‌هایی دسترسی داشته باشید که در یک حیطة محتوایی خاص قرار می‌گیرند و در آنجا از جلسات و رویدادهای مربوط به آن موضوع نیز بهره‌مند شوید. همچنین جشنواره کتاب پاریس ۲۰۱۶ فراخوانی را برای مسابقه سالانه‌اش اعلام کرده که با حضور بهترین انتشاراتی‌ها می‌تواند به آثار نویسندگان جدیدی که در این مسابقه شرکت می‌کنند نیز دسترسی داشته باشد.

هدایای تبلیغاتی یکی از بهترین ابزارها برای جلب توجه مشتریان و به خاطر سپردن محصولات هستند، همچنین یکی از موثرترین استراتژی‌ها جهت جلب مشتریان، افزایش فروش و وفاداری مشتریان به محصولات هستند. این گونه هدایا معمولاً حامل نام و یا نشان تجاری شرکت‌ها هستند که گاهی با هزینه ناچیزی تهیه می‌شوند ولی برای دریافت‌کنندگان بسیار مفید هستند. واضح است که مشتریان خریدار شرکت‌هایی را ترجیح می‌دهند که چنین هدایایی را، هرچند کوچک و ساده عرضه می‌کنند.



هفته بازاریابی لندن (MWL)
۱۶ تا ۱۷ اسفند ۱۳۹۶
لندن، انگلستان
www.marketingweeklive.co.uk

هفته بازاریابی لندن (MWL) بزرگ‌ترین رویداد بازاریابی در انگلستان است. افرادی که در این نمایشگاه بازاریابی، مشاوره، طراحی و نقد و بررسی خلاقانه کار می‌کنند، رویدادی را فراهم آورده‌اند که موقعیت‌ها، تهدیدها و چالش‌های شما را بازتاب می‌کند. این رویداد یک طرح جدید یکپارچه است و یک تجربه جدید، پر از ایده‌های غیرمنتظره می‌باشد. رویداد هفته زنده بازاریابی بستری برای بازاریابان است تا از بهترین محصولات که در این نمایشگاه در رابطه با این صنعت ارائه داده می‌شود، فرا گیرند. یافتن تولیدکنندگان قوی و برجسته، آخرین دانش‌ها، تکنیک‌ها و راه‌حل‌ها برای تبدیل شدن به یک بازاریاب زیرک از فواید شرکت در این نمایشگاه است. این نمایشگاه به شما ایده‌های جدیدی برای سرعت بخشیدن به پروژه‌ها، توسعه عملیات و پیش افتادن از رقیبان‌تان، ارائه می‌دهد. شرکت در نمایشگاه مارکتینگ لندن یک امر ضروری برای هر



نمایشگاه هدایای تبلیغاتی (Promogift)
۳ تا ۵ بهمن ۱۳۹۶
مادرید، اسپانیا
www.ifema.es/promogift

این نمایشگاه تنها نمایشگاه اختصاصی در صنعت تبلیغات و هدایای تبلیغاتی در جنوب اروپا است. این نمایشگاه جایگاهی استثنایی، سرشار از نوآوری و اختصاصی برای ایجاد کسب و کار و تجارت است. بازارهای جهانی همیشه در حال پیشرفت هستند اما شرکت‌کنندگان در نمایشگاه هدایای تبلیغاتی مادرید همیشه در صف اول توسعه و پیشرفت قرار دارند و اولین‌ها همیشه اولین خواهند ماند چه دیگران بتوانند از آنها پیشی بگیرند یا خیر، این ماهیت نمایشگاه Promogift است. از اهداف برگزاری نمایشگاه هدایای تبلیغاتی مادرید ۲۰۱۸ این است که محصولات این صنعت در تنها نمایشگاه اختصاصی حوزه تبلیغات پربیننده‌تر شود و میزان فروش بالا برود و همزمان میزان آگاهی بازدیدکننده را در مورد کالاها و برندها افزایش دهد.



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

تفاوت در کیفیت را با ما احساس کنید

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

مارک ژله ای
پلک کربنات

انواع لیبل
شیشه ای
متالایز

هولوگرام
void
گچی



ارسال نمونه به تمام نقاط ایران

دریافت فایل از طریق ایمیل و تلگرام

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

☎ ۰۲۱-۳۳۹۹۳۷۷۴ ☎ ۰۹۱۲۳۶۱۰۲۸ - ۰۹۱۲۶۹۸۲۴۰۴

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

📱 arsham_digital_print

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



بزرگ‌ترین چالش برندها



printing impression ■
نویسنده: رزماری موناکو
ترجمه: محمود سمیعی

برای اینکه شما در ساختن یک برند موفق باشید باید نیازها و خواسته‌های مشتریان خود را بخوبی بشناسید و استراتژی برند و شرکت خود را در هر زمان متناسب با آن برنامه ریزی کنید. برندسازی شما با تجربیات و برداشت‌های قبلی مشتریان از بازار در ارتباط خواهد بود و در کنار جذب عده‌ای به سوی شما احتمالاً بخشی از مشتریان را از شما دور خواهد کرد. یک برند ساز موفق باید هر روز در تلاش برای جلب بیشتر رضایت مشتریان و جذب مشتریان جدید باشد، اینکار تنها در سایه پژوهش‌های میدانی درست، بررسی عملکرد و رضایت مشتریان و تعیین استراتژی تبلیغاتی صحیح امکان‌پذیر است. در عمل، مدیریت برند پایه و اساس مناسبی را برای بازاریابی و ارتباطات شما ایجاد خواهد کرد که عدم توجه به آن ممکن است شما را از رقبای پتان عقب بپاندازد.

وقتی برندی در جامعه (بوژه جامعه تجاری) مطرح می‌شود، شرکت‌هایی که به آن برند نیازمندند آن را به میزان زیادی بزرگ کرده و چنان تبلیغاتی در مورد آن می‌کنند که گاهی اوقات به عنوان بهترین برند مطرح می‌شود اما در همان زمان از همان برند انتظار دارند که راه‌های خلاقانه و نوآورانه‌ای را ارائه کند، که تولیدکننده به راحتی و با سرعت بتواند کالایش را به دست مشتری برساند. انتظار دیگری که از آن برند دارند این است که قیمت‌ها را بشکند و خط تولید را به طور موثری راه‌اندازی کند. این ویژگی دوگانه باعث می‌شود که برند رشد فزاینده‌ای پیدا کند اما اگر نتواند انتظارات مشتری و تولیدکننده را به دست آورد، مردم نسبت به آن برند بی‌اعتماد می‌شوند. اما اگر از همکاری psp (گروه کارشناسان متخصص) استفاده شود احتمالاً مشکلات مرتفع خواهد شد.

کرت کونوا (kurt konow) از شرکت ریکو ایالات متحده آمریکا به عنوان مدیر بخش گروه تجاری چاپ صنعتی و بازاریابی می‌گوید: «بازار امروز بازار رقابتی است.» برای اینکه برندی را مردم به خوبی بشناسند بایستی آن برند در چند کانال مختلف تلویزیونی تبلیغ و ارائه شود تا بخوبی برای مردم شناخته شود. اما در این تبلیغات صاحبان برند بایستی بدانند که بر روی چه چیزهایی تأکید بیشتری می‌کنند و هدفشان از تبلیغ برند چیست اگر به هدف و قصد نهایی خود توجه خاص نکنند ممکن است جواب عکس بگیرند و آن برند به عنوان یک برند معمولی مثل بسیاری از برندهای دیگر مطرح شود که به زبان برند مورد نظر است.

چاپگرها چطور به یک برند کمک می‌کنند؟

کریست رانی (chris raney) رئیس شرکت بامر hhs می‌گوید: تخفیف‌های ویژه یک برند را می‌توان به صورت درج بر روی کارت‌های تخفیف به مشتری عرضه کرد. استفاده از این موارد کنترل کیفیت را در طی تولید محصول تضمین کرده و بسیار ارزشمند است. سرعت زیاد در استفاده از چاپ دیجیتال و تجزیه و تحلیل دیتاهای بزرگ و چاپگر این اجازه را می‌دهد که موارد دلخواه خود را نیز در فرآیند کار اعمال کند. همکاری و مشارکت با یک چاپچی متخصص ممکن است به صاحب برند کمک شایانی کند چرا که یک فرد کارشناس بین میزان تولید و افزایش فروش تمایز قائل شده و سعی می‌کند به میزان و رشد فروش توجه خاص نماید و آن را افزایش دهد. البته احتیاجی نیست که مدیران یک برند معتبر جزئیات و زیر و بم تبلیغات را به طور کامل بدانند. کار مهمی که آنها باید در آن دخالت داشته باشند دانستن تعداد کارشناسان و آموزش دهندگان است تا زمانی که لازم می‌شود از آنها یاری گرفته تا به بازاری در خور برندها که متناسب با بودجه شرکت باشد، برنامه ریزی کنند.

دوریس براون - مک نالی (Doris Brown - McNally) مدیر جهانی برندها و نوآوری‌ها و جاکوب شامیس (jacob shamis) دیگر مدیر جهانی برندها و نوآوری می‌گویند: «دانش ما در مورد قابلیت‌های چاپ محدود است» آن‌ها مفهوم و معنی

چاپ دیجیتال را خوب می‌دانند اما احتیاج به کسانی دارند که توانایی‌های آنها را با استراتژی اجرایی برند هماهنگ کنند. کارشناسان همین است. آن‌ها زمان سرمایه‌گذاری و تلاش در بکار گرفتن منابع برند را در نظر دارند و به کارکنان آموزش‌هایی را در رابطه با کارشان ارائه می‌دهند. و این امر باعث می‌شود که کارکنان آن برند اعتماد به نفس بیشتری پیدا کنند. در ضمن کارشناسان قادرند که برای رشد و توسعه برند، برنامه‌ها و مفاهیم خاصی را پیشنهاد کنند. کارشناسان در ضمن می‌توانند طرح‌هایی را برای رشد و توسعه و برندهایشان پیشنهاد کنند. یکی از کارهای کارشناسان مکانی مناسب برای مطرح کردن برند است اما آنان نمی‌خواهند که تنها به فکر یافتن مکانی مناسب برای برند باشند و یا تنها به ارسال نقل قول‌های مسئولان مربوطه به فایل‌های مخصوص برای چاپ بسنده کنند آن‌ها می‌خواهند منبعی موثق و جایگاهی مطمئن برای بیان ایده‌ها و همکاری مشارکتی در کمپین رشد و توسعه برند باشند. اگر قرار باشد برای رشد یک برند کاری صورت پذیرد بایستی به بیش از پیشنهادات تخصصی برای محصولات جدید توجه به مسائل دیگر هم توجه داشته باشد. اگر یکی از گروه کارشناسی حقیقتاً خواهد در راستای تسلط بر برند و چالش‌های بازاریابی مدرن کمکی بکند نیازمند داشتن یک سیستم مدرن در مکانی است که به مدیران کمک کند و نشان دهد که تمام موارد مورد نیاز برند به دقت در جای اصلی خود قرار گرفته‌اند.

دیمیتری سوستر یانو، مدیرعامل و بنیانگذار شرکت اورینگما می‌گوید مدیران برند بایستی به خوبی مدیریت برندها را انجام دهند آنها نیاز به یک راهنمایی دقیق دارند که چطور قالب‌های طراحی را اصلاح کنند و مطمئن شوند که در تصویری که مردم از آن برند در ذهنشان دارند تناقضی وجود ندارد.

در نظر بگیرید که بسیاری از سفارشات برای یک برند معتبر از طریق تلفن صورت پذیرد، در این حالت مسلمان‌ها اجتناب ناپذیر و بدیهی‌اند. و این اشتباهات ممکن است برای مسئولین گران تمام شود و بایستی این خطاها از بین بروند.

اگر اشتباهی در طراحی دستورالعمل‌های یک برند روی دهد برای دست اندرکاران آن برند رفع و محو آن اشتباه بسیار مهم و حیاتی است چرا که مجبورند مدتی از وقت خود را صرف رفع آن اشتباه انجام دهند تا در آینده در جاهای دیگر شرایط بهتری را داشته باشند و با چنین مشکلی در آینده روبرو نشوند. در این راستا (رفع اشتباهات برند) آن‌ها مجبورند آنقدر مسائل را پس و پیش کنند تا به راه حل درست نهایی در ارتقاء یک برند برسند.

مدیران برند احتیاج به کارشناسان متخصص و خلاق دارند که بتوانند در ضمن اینکه شرایط برند را بطور جدی حفظ، کنترل و هدایت می‌کنند، بتوانند قیمت‌ها را نیز مناسب و خردمندانه کنترل کنند تا برند به اهداف اصلی خود برسد. با ارائه پیشنهادهای درخور برند و نیز تهیه راه‌هایی برای آسان کردن چالش‌های موجود کارشناسان می‌توانند حتی خود را به عنوان شرکای ضروری برند نیز معرفی کنند.

JHF

نسل جدید چاپگر های لارج فرمت دیجیتال



چاپگر های رول به رول پووی

دارای هد های کونیکا مینولتا و یا کیوسرا
در عرض های ۲.۲ و ۵ متری
بالاترین سرعت چاپ از ۵۵ تا ۳۶۰ متر در ساعت
دارای ریمپ کلندرا
توانایی چاپ تا ۸ رنگ



چاپگر های هایبرید پووی

دارای هد های کونیکا مینولتا و یا کیوسرا
شامل دو میز در جلو و پشت دستگاه
توانایی چاپ مترهای های رول و فلت تا ضخامت ۱۴ سانتی متر
بالاترین سرعت چاپ از ۵۵ تا ۱۲۰ متر در ساعت
دارای ریمپ کلندرا و توانایی چاپ ۸ رنگ



چاپگر های پووی ویژه چاپ عکس

دارای هد کیوسرا
دارای عرض چاپ ۲ متر
توانایی چاپ ۸ رنگ برای چاپ تصاویر باکیفیت
بالاترین سرعت چاپ تا ۱۵۰ متر در ساعت
دارای ریمپ کلندرا



چاپگر های فلتید پووی

دارای هد های کونیکا مینولتا و یا کیوسرا
در سایز های ۱۶ در ۲.۵ متر و ۲.۵ در ۳ متر
توانایی چاپ تا ضخامت ۱۴ سانتیمتر
بالاترین سرعت چاپ از ۵۵ تا ۱۷۰ متر در ساعت
دارای ریمپ کلندرا و توانایی چاپ ۸ رنگ

با چاپگر های پووی بر روی مدیا های جدید چاپ کنید
و بازار های جدیدی رو برای خود ایجاد کنید



WWW.BEHRANG.DIGITAL

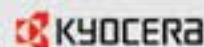
بهرانگ دیجیتال نمایندگی رسمی چاپگر های JHF در ایران

@BEHRANGDIGITAL

BEHRANG DIGITAL

۹۱۴ ۷۹ ۸۰ ۹۹۱ ۲۱ - ۸۸۸ ۶-۴۶

برای مشاهده مشخصات و فیلم دستگاه ها ما را در تکران دنبال کنید



GOLDEN WIDE

PRINT MATERIAL IMPORTER COMPANY



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



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

SOLVENT MACHINE

GOLDEN WIDE
GOLDEN WIDE



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

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

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

ECO SOLVENT MACHINE



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

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

FLATBED ECO SOLVENT MACHINE



SK4
Phaeton ink

▶
DX5-ECO
ECO-Solvent ink



۰۹۱۲۷۳۳۰۳۳۴

مدیر فروش :

۵% تخفیف
ویژه نمایندگان

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

GOLDEN WIDE

PRINT MATERIAL IMPORTER COMPANY

گلدن واید نماینده رسمی و انحصاری

wantong

واردات دستگاه چاپ بنر با تکنولوژی

KONICA HEADS 512i

BOSSRON®
宝仕龙

Head Made In JAPAN

Made In CHINA



WT-3308L

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



WT-3304L

GOLDEN WIDE

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

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

RICOH - Epson DX5 & Epson DX7

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

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



WT-1802A



WT-1700G



WT-1802K



WT-1802H



WT-2000D

۰۹۱۲۷۳۳۰۳۳۴

مدیر فروش :

۵% تخفیف

ویژه نمایندگان

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



عکس تزئینی است

آیین نامه جدید مشاغل سخت و زیان آور

(مصوب ۱۳۸۵/۱۲/۲۶)

هیات وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۵/۱۲/۲۶ بنا به پیشنهاد مشترک شماره ۷۷۱۹۷ مورخ ۸۵/۶/۲۸ وزارتخانه‌های کار و امور اجتماعی، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان تأمین اجتماعی و به استناد بند (۵) جز (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱؛ مصوب ۱۳۸۰؛ آیین نامه اجرایی بند یاد شده را به شرح روبرو تصویب نمود.

تبصره- در موارد مشمول بند «الف» ماده (۱) این آیین نامه که استاندارد حدود تماس شغلی عوامل بیماری‌زا و سخت و زیان آور وجود دارد اتخاذ تصمیم قطعی در کمیته‌ها مستلزم اندازه‌گیری و اظهار نظر کارشناسان بهداشت حرفه‌ای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و یا سایر مراکز دارای مجوز از وزارتخانه یاد شده است.

ماده ۳- کارفرمایان کارگاه‌های دایره که از تاریخ تصویب این آیین نامه تمام یا برخی از مشاغل آنها در کمیته‌های بدوی و تجدید نظر استانی یا شورای عالی حفاظت فنی، سخت و زیان آور شناخته شده یا می‌شود مکلفند ظرف دو سال از تاریخ ابلاغ تصمیم قطعی کمیته یا شورا حسب مورد نسبت به ایمن‌سازی عوامل و شرایط محیط کار مطابق حد مجاز و استانداردهای مشخص شده در قانون کار و آیین‌نامه‌های مربوط (مصوب شورای عالی حفاظت فنی) و سایر قوانین موضوعه در این زمینه اقدام و ماده (۱) را حذف و نتیجه را کتباً به کمیته بدوی موضوع ماده (۸) این آیین نامه برای بررسی و تأیید گزارش نمایند.

تبصره- وزارتخانه‌های کار و امور اجتماعی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی مکلفند کارگاه‌هایی که مشاغل آنها سخت و زیان آور شناخته شده است و یا طبق این آیین نامه سخت و زیان آور تعیین می‌گردد پس از گذشت مهلت مقرر در این ماده بازدید و نتیجه را کتباً به کمیته بدوی استان گزارش نمایند.

ماده ۴- کارفرمایان مکلفند شاغلین در کارهای سخت و زیان آور را حداقل سالی یکبار به منظور آگاهی از روند سلامتی و تشخیص به

ماده ۱- کارهای سخت و زیان آور کارهایی است که در آن عوامل فیزیکی، شیمیایی، مکانیکی، بیولوژیکی محیط کار غیراستاندارد بوده و در اثر اشتغال بیمه شده تنشی به مراتب بالاتر از ظرفیت‌های طبیعی (جسمی و روانی) در وی ایجاد می‌شود که نتیجه آن بیماری شغلی و عوارض ناشی از آن باشد. مشاغل سخت و زیان آور موضوع این ماده به دو گروه تقسیم می‌شوند:

الف- مشاغلی که صفت، سخت و زیان آور با ماهیت شغلی وابستگی دارد اما می‌توان با بکارگیری تمهیدات بهداشتی، ایمنی و تدابیر فنی مناسب توسط کارفرما سختی و زیان‌آوری آنها را حذف نمود.

ب- مشاغلی که ماهیت سخت و زیان آور بوده و با بکارگیری تمهیدات بهداشتی، ایمنی و تدابیر فنی توسط کارفرما، صفت سخت و زیان‌آوری آنها کاهش یافته ولی کماکان سخت و زیان‌آوری آنها حفظ می‌گردد.

تبصره- مشمولین قانون «نحوه بازنشستگی جانبازان انقلاب اسلامی ایران و جنگ تحمیلی و معلولین عادی و شاغلین مشاغل سخت و زیان آور؛ مصوب ۱۳۶۷- و اصلاحات بعدی آن» و همچنین مشمولین قانون «حفاظت در برابر اشعه؛ مصوب ۱۳۶۸ و اصلاحات بعدی آن» تابع قوانین و مقررات مربوط خواهند بود.

ماده ۲- تعیین سخت و زیان آور بودن مشاغل موضوع ماده (۱) و نوع آن گروه «الف» و گروه «ب» حسب درخواست کارگر، کارفرما، تشکل‌ها، وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، وزارت کار و امور اجتماعی و سازمان تأمین اجتماعی در هر کارگاه با بررسی سوابق، انجام بازدید و بررسی شرایط کار توسط کارشناسان بهداشت حرفه‌ای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و بازرسان کار وزارت کار و امور اجتماعی و با تأیید توسط کمیته‌های بدوی و تجدید نظر استانی موضوع این آیین نامه انجام می‌گیرد.



عکس تزئینی است

فروشگاه سلفون

بهارگی

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

نمایندگی چسب شایا شیمی

انواع ورقهای لمینت A3 و A4 و ۱۵۰ میکرون



آدرس فروشگاه: چهارراه سیروس، به طرف پل ری

کوچه آل آقا کوچه خشک بزرگ ۳

تلفن: ۳۳۵۰۶۶۴۷ ۳۳۵۰۶۶۳۸

فکس: ۳۳۹۱۱۲۴۵ موبایل: ۰۹۱۲۱۳۸۰۴۳۳

آدرس کارگاه: باقر شهر،

مجتمع صنعتی تجریشی، فاز ۱،

بلوک A، پلاک ۱۷



عکس تزیینی است

تبصره ۳- با تصویب کمیته استانی دعوت از افراد صاحب‌نظر و اساتید مربوط جهت شرکت در جلسات بدون حق رأی بلامانع می‌باشد.

تبصره ۴- در صورتی که مجمع و کانون‌های استانی تشکیل‌های کارگری و کارفرمایی موضوع بندهای (۴) و (۵) ایجاد نشده باشند، نمایندگان مزبور از بین اعضای تشکلهای حائز اکثریت به تشخیص سازمان کار و امور اجتماعی استان و با انتخاب تشکل ذی‌ربط استان معرفی می‌شوند.

تبصره ۵- رأی کمیته بدوی ظرف پانزده روز اداری از تاریخ ابلاغ قابل تجدیدنظر خواهی است و در صورتی که هر یک از طرفین (کارگر و کارفرما) به رأی بدوی اعتراض داشته باشند درخواست تجدیدنظر خود را کتبا به سازمان کار و امور اجتماعی محل تسلیم می‌نمایند.

تبصره ۶- هیچ یک از اعضای کمیته‌های بدوی هم‌زمان نمی‌توانند عضو کمیته تجدیدنظر باشند. همچنین اعضای مذکور نمی‌توانند در جلسه تجدیدنظر پرونده‌هایی که در هنگام رسیدگی بدوی به آن رأی داده‌اند با حق رأی شرکت نمایند.

ب- کمیته تجدیدنظر استان مرکب از اعضای زیر می‌باشد:

۱- رئیس سازمان کار و امور اجتماعی استان به عنوان رئیس کمیته.

۲- مدیر کل تأمین اجتماعی استان.

۳- معاونت بهداشتی دانشگاه/دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ذی‌ربط.

۴- نماینده کارگران حسب معرفی تشکل حائز اکثریت استان بنا به تشخیص سازمان کار و امور اجتماعی استان.

۵- نماینده کارفرمایان با معرفی کانون انجمن‌های صنفی کارفرمایی استان.

تبصره ۱- رأی کمیته تجدیدنظر استان از تاریخ ابلاغ قطعی و لازم‌الاجرا می‌باشد.

تبصره ۲- در صورتی که مجمع و کانون‌های استانی تشکیل‌های کارگری و کارفرمایی موضوع بندهای (۴) و (۵) ایجاد نشده باشند، نمایندگان مزبور از بین اعضای تشکلهای حائز اکثریت به تشخیص سازمان کار و امور اجتماعی استان و با انتخاب تشکل ذی‌ربط استان معرفی می‌شوند.

تبصره ۳- در صورت تساوی آراء (موافق و مخالف) اعم از بدوی و تجدیدنظر، جلسه بعدی با حضور همه اعضا تشکیل خواهد شد.

تبصره ۴- کمیته‌های استانی موظفند در آراء صادره نوع سخت و زیان‌آوری مشاغل را که در زمره مشاغل بند «الف» یا «ب» ماده (۱) این آیین‌نامه می‌باشد تعیین نمایند.

تبصره ۵- در استانهایی که دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی، درمانی مستقل وجود دارد در صورت طرح پرونده‌های مرتبط با منطقه تحت پوشش، معاونت بهداشتی دانشکده علوم پزشکی جایگزین معاونت بهداشتی دانشگاه می‌شود.

ج- با تصویب کمیته استانی دعوت از افراد صاحب‌نظر، اساتید و کارشناسان مربوطه جهت شرکت در جلسات بدون حق رأی بلامانع می‌باشد.

د- کارفرمایان کارگاهها مکلفند با کارشناسان موضوع ماده (۲) و کمیته‌های موضوع ماده (۸) این آیین‌نامه همکاری و مدارک مورد نیاز را در اختیار آنان قرار دهند.

ماده ۹- وظایف کمیته‌های بدوی و تجدیدنظر استانی به شرح زیر تعیین می‌شود:

الف- وظایف کمیته‌های بدوی استانی به شرح زیر می‌باشد:

۱- بررسی، تطبیق و تشخیص مشاغل سخت و زیان‌آور با مواد این آیین‌نامه که توسط بیمه شده، کارفرما، وزارتخانه‌های بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، کار و امور اجتماعی و سازمان تأمین اجتماعی و تشکلهای به عنوان مشاغل سخت و زیان‌آور معرفی شده و اعلام نتیجه به متقاضی و سازمانهای ذی‌ربط از سوی رئیس کمیته بدوی.

مورد مطابق قانون کار از سوی وزارتخانه‌های کار و امور اجتماعی و بهداشت، درمان و آموزش پزشکی بعمل خواهد آمد.

ماده ۷- سیاستگذاری کشوری کارهای سخت و زیان‌آور موضوع این آیین‌نامه و رسیدگی به درخواست کمیته‌های بدوی و تجدیدنظر استانی موضوع ماده (۸) و همچنین نظارت و هماهنگی بر فعالیت کمیته‌های مذکور در این آیین‌نامه به عهده شورای عالی حفاظت فنی است.

دستورالعمل اجرایی نحوه فعالیت کمیته‌های مذکور و نظارت بر آنها به پیشنهاد وزارتخانه‌های بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و کار و امور اجتماعی و سازمان تأمین اجتماعی به تصویب شورای عالی حفاظت فنی خواهند بود.

تبصره- مدیر عامل سازمان تأمین اجتماعی یا معاون وی یا معاون وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با حق رأی در زمینه کارهای سخت و زیان‌آور موضوع این آیین‌نامه عضو شورای عالی حفاظت فنی خواهند بود.

ماده ۸- به منظور تطبیق و تشخیص مشاغل سخت و زیان‌آور براساس ضوابط و سیاست‌گذاری‌های شورای عالی حفاظت فنی و مقررات مربوط، کمیته‌های بدوی و تجدیدنظر استانی هر کدام با پنج عضو اصلی و پنج عضو علی‌البدل به شرح زیر برای مدت سه سال منصوب می‌شوند و انتصاب مجدد آنان بلامانع است.

الف- کمیته بدوی مرکب از اعضای زیر می‌باشد:

۱- معاون روابط کار سازمان کار و امور اجتماعی استان و یا نماینده وی به عنوان رئیس جلسه.

۲- معاون امور بیمه‌های اداره کل تأمین اجتماعی استان و یا نماینده وی.

۳- کارشناس مسئول بهداشت حرفه‌ای معاونت بهداشتی دانشگاه/دانشکده علوم پزشکی ذی‌ربط.

۴- نماینده کارگران حسب معرفی تشکل حائز اکثریت استان بنا به تشخیص سازمان کار و امور اجتماعی استان.

۵- نماینده کارفرمایان حسب معرفی کانون انجمن‌های صنفی کارفرمایی استان.

تبصره ۱- جلسات کمیته‌های بدوی و تجدیدنظر استانی در سازمان کار و امور اجتماعی استان تشکیل و با حضور چهار نفر از اعضای اصلی و یا علی‌البدل رسمیت می‌یابد و تصمیمات جلسه با اکثریت آراء حاضرین معتبر و لازم‌الاجرا می‌باشد.

تبصره ۲- در استانهایی که دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مستقل وجود دارد در صورت طرح پرونده‌های مرتبط با منطقه تحت پوشش، کارشناس مسئول بهداشت حرفه‌ای معاونت بهداشتی دانشکده مزبور، جایگزین کارشناس مسئول بهداشت حرفه‌ای معاونت بهداشتی دانشگاه خواهد بود.

به هنگام بیماری و پیشگیری از فرسایش جسمی و روحی آنان توسط مراکز بهداشتی و درمانی مورد معاینه قرار داده و نتیجه را در پرونده‌های مربوط ضبط و یک نسخه از آن را به سازمان تأمین اجتماعی ارائه نمایند.

تبصره ۱- تغییر شغل بیمه شده که در معرض فرسایش جسمی و روحی ناشی از اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور باشد براساس مقررات پیش بینی شده در قانون کار صورت می‌گیرد.

تبصره ۲- معاینات قبل از استخدام طبق ماده (۹۰) قانون تأمین اجتماعی؛ مصوب ۱۳۵۴- انجام می‌گیرد.

تبصره ۳- در صورت عدم انجام تکالیف مقرر در بند (۲) جزء «الف» ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶)، مصوب ۱۳۷۱- مصوب ۱۳۸۰- سازمان تأمین اجتماعی ضمن انجام تعهدات قانونی نسبت به بیمه شده هزینه‌های وارده را مطابق ماده (۹۰) قانون تأمین اجتماعی از کارفرمای مربوطه وصول خواهد نمود.

ماده ۵- به استناد تبصره (۱) ماده (۹۶) قانون کار مقررات و ضوابط انجام معاینات پزشکی موضوع ماده (۴) این آیین‌نامه اعم از قبل از استخدام و ادواری اختصاصی و هر گونه معاینه پزشکی دیگر در این ارتباط مطابق با دستورالعمل و آیین‌نامه‌های جاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی خواهد بود.

تبصره- وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی موظف است تمهیدات لازم برای اعلام نتایج معاینات موضوع این ماده را متناسب با شرح وظایف سازمان‌های ذی‌ربط بعمل آورد.

ماده ۶- کمیته بدوی استان موظف است حسب گزارش کارشناسان موضوع ماده (۲) بررسی و در صورت تأیید، حذف یا کاهش صفت سخت و زیان‌آور به ترتیب در مشاغل بند «الف» و «ب» ماده یک مراتب را برای خروج کارگاه از شمول این آیین‌نامه به مراجع ذی‌ربط ابلاغ نماید و در صورت عدم حذف صفت سخت و زیان‌آوری محیط کار در مشاغل بند «الف» ظرف مهلت مقرر، مطابق قانون کار از سوی وزارتخانه‌های کار و امور اجتماعی، بهداشت و درمان و آموزش پزشکی از طریق مراجع ذیصلاح اقدام لازم بعمل می‌آید.

تبصره- در صورتی که گزارش کارشناسان موضوع این ماده پس از تأیید کمیته‌های بدوی و تجدیدنظر استانی حسب مورد حاکی از عدم کاهش یا حذف عوامل زیان‌آور و بیماری‌زای محیط کار ظرف مهلت مقرر در قانون باشد اقدامات لازم بر حسب

تخصصی ترین مرکز تولید ساعت دیواری و تبلیغاتی

ایران زمان





عکس تزئینی است

یا بیست و پنج سال سابقه کار متناوب و پرداخت حق بیمه در کارهای سخت و زیان‌آور را داشته باشند بدون شرط سنی می‌توانند در خواست بازنشستگی از سازمان تأمین اجتماعی نمایند.

۲- چنانچه کمیسیونهای پزشکی موضوع ماده (۹۱) قانون تأمین اجتماعی قبل از رسیدن بیمه شده شاغل در کارهای سخت و زیان‌آور به سابقه مقرر در بند (۱) فوق، فرسایش جسمی و روحی وی را ناشی از اشتغال به کارهای سخت و زیان‌آور تشخیص و تأیید نمایند.

۳- این قبیل بیمه شدگان به صرف ارائه درخواست بازنشستگی مجاز به ترک کار نبوده و می‌باید احراز شرایط و استحقاق آنها جهت بازنشستگی پیش از موعد در

کارهای سخت و زیان‌آور رسماً از سوی سازمان تأمین اجتماعی به آنها ابلاغ و سپس ترک کار نمایند.

۴- چنانچه بیمه شده شرایط استفاده از بازنشستگی پیش از موعد در کارهای سخت و زیان‌آور را طبق این آیین‌نامه احراز کند سازمان تأمین اجتماعی مکلف است نسبت به برقراری مستمری وی از تاریخ ترک کار اقدام نماید.

۵- افرادی که حداقل بیست (۲۰) سال متوالی یا بیست و پنج (۲۵) سال متناوب سابقه پرداخت حق بیمه در مشاغل سخت و زیان‌آور مربوط به قبل از تاریخ تصویب قانون را داشته باشند و یا در آینده شرایط مذکور را احراز نمایند می‌توانند درخواست بازنشستگی خود را با رعایت بند (۱) این ماده به سازمان تأمین اجتماعی تسلیم نمایند.

ماده ۱۴- کارفرما مکلف است پس از احراز شرایط بازنشستگی بیمه شده شاغل در کارگاه وی، طبق این آیین‌نامه معادل چهار درصد (۴٪) میزان مستمری برقراری بیمه شده نسبت به سنوات اشتغال او در مشاغل سخت و زیان‌آور را که توسط سازمان تأمین اجتماعی محاسبه و مطالبه می‌گردد به طور یکجا به سازمان یاد شده پرداخت نماید.

ماده ۱۵- آثار محدودیتها و مزایای مندرج در قانون برای مواردی که بازنشستگی به موجب این آیین‌نامه ایجاد می‌شود منحصر به همان شغل در همان کارگاه خاص بوده و قابل تسری و تعمیم در دیگر شغلها یا مشاغل در سایر کارگاهها نمی‌گردد.

ماده ۱۶- اجرای این آیین‌نامه در مورد آن دسته از مشمولین قانون تأمین اجتماعی که در مشاغل سخت و زیان‌آور وزارت دفاع و پشتیبانی و نیروهای مسلح و شرکتها و سازمانهای تابعه آن به صورت خرید خدمت مشغول خدمت می‌باشند با رعایت مقررات و ضوابط نیروهای مسلح و با هماهنگی سازمان تأمین اجتماعی خواهد بود.

ج- ایام حالت تعلیق که به واسطه عوامل قهریه طبیعی و یا حوادث و مخاطرات اجتماعی (مانند سیل، زلزله، جنگ و آتش‌سوزی) که خارج از اراده کارفرما و بیمه‌شده بوده و در نتیجه آن کارگاه به طور موقت تعطیل می‌گردد.

د- ایام استفاده از مقرری بیمه بیکاری مشروط بر اینکه بیمه شده قبل از برقراری بیمه بیکاری در مشاغل سخت و زیان‌آور اشتغال به کار داشته و در حین مقرری بگیری و یا حداکثر تا دو ماه پس از اتمام دوره مزبور در مشاغلی که سخت و زیان‌آور شناخته شده مشغول به کار شده یا طبق این آیین‌نامه بتواند بازنشسته شود.

ه- ایام خدمت در جبهه که به تأیید مراجع ذیصلاح رسیده باشد.

و- دوران اسارت یا محکومیت سیاسی که بیمه شده براساس آن به موجب قانون آزاد شده باشد.

ز- ایام بلاتکلیفی بیمه شده که مستند به آرای صادره از سوی مراجع حل اختلاف و یا سایر مراجع قانونی منجر به صدور رأی بازگشت به کار یا پرداخت حقوق ایام مزبور شده باشد.

ح- ایام استفاده از غرامت دستمزد ایام بیماری که در فاصله زمانی ۸۴/۵/۱۰ تا ۵۹/۱/۱۴ واقع شده باشد.

ط- غیبت غیرموجه حداکثر به مدت ده روز در سال در مورد کارگاه‌های مشمول قانون کار یا براساس مقررات انطباقی، تخلفاتی و یا استخدامی مربوط در کارگاه‌های غیرمشمول قانون کار که منجر به اخراج، انفصال موقت و یا دائم نشده باشد.

ی- مدت یک ماه استفاده از مرخصی بدون حقوق موضوع ماده ۶۷ قانون کار.

۳- ایام و موارد زیر چنانچه در فواصل اشتغال بیمه شده به کارهای سخت و زیان‌آور واقع شود توالی اشتغال او را از بین برده و موجب تناوب اشتغال وی می‌گردد.

الف- استفاده از مرخصی بدون حقوق به مدت بیش از دو ماه به هر منظور و تحت هر عنوان علاوه بر مرخصی مندرج در بندی ردیف ۲ این ماده.

ب- اخراج، استعفا، انفصال و بازخریدی مشروط بر اینکه حداکثر تا دو ماه در مجموع پس از تاریخ موارد مزبور در مشاغلی که سخت و زیان‌آور شناخته شده مشغول به کار نشده یا طبق این آیین‌نامه نتواند بازنشسته شود.

ج- اشتغال در کارها و مشاغل عادی به مدت یک ماه.

د- اشتغال در حرف و مشاغل آزاد به مدت یک ماه

ه- بیمه اختیاری به مدت یک ماه

و- بیکاری بدون دریافت مقرری بیکاری بیش از دو ماه

ز- سایر موارد مشابه

ماده ۱۳- شرایط بازنشستگی در کارهای سخت و زیان‌آور به شرح زیر می‌باشد:

۱- بیمه شدگانی که حداقل ۲۰ سال سابقه کار متوالی

۲- رسیدگی مواردی که با اتخاذ تدابیر لازم حالت سخت و زیان‌آوری شغل یا مشاغل از بین رفته و در زمره مشاغل عادی درآمده‌اند و اعلام آن به مراجع ذی‌ربط به منظور حذف امتیازاتی که به کار سخت و زیان‌آور تعلق گرفته است.

۳- اجرای سیاستها و مصوبات شورای عالی حفاظت فنی.

ب- وظایف کمیته‌های تجدیدنظر استانی عبارت است از رسیدگی، اظهارنظر و تصمیم‌گیری در خصوص اعتراض به آراء کمیته‌های بدوی استانی موضوع ماده (۸)

این آیین‌نامه که توسط بیمه شده یا کارفرما درخواست گردیده است و اعلام نتیجه به متقاضی و سازمانهای ذی ربط از سوی رئیس کمیته تجدیدنظر. ماده ۱۰- وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تغییرات حدود تماس شغلی آلاینده‌های محیط کار و عوامل بیماریزا را به شورای عالی حفاظت فنی اعلام و شورای عالی مذکور مراتب را به کمیته‌های استانی، کارهای سخت و زیان‌آور برای اجرا ابلاغ می‌نماید.

ماده ۱۱- علاوه بر کارهای سخت و زیان‌آور مشخص شده طبق مصوبات شورای عالی حفاظت فنی و موارد تأیید شده توسط کمیته‌های استانی، موارد زیر نیز سخت و زیان‌آور شناخته می‌شوند.

۱- مشاغلی که در ندامتگاه‌ها و زندان‌ها مستقیماً با زندانی ارتباط دارند.

۲- مشاغلی که مستقیماً در مراکز روان درمانی با بیماران روانی مرتبط هستند.

۳- خبرنگاری تبصره- مصادیق خبرنگاری با تأیید کمیته بدوی موضوع ماده (۸) تعیین می‌شود.

ماده ۱۲- نحوه توالی و تناوب اشتغال در مشاغل سخت و زیان‌آور به شرح زیر تعیین می‌گردد:

۱- ایام زیر چنانچه در فواصل اشتغال به کارهای سخت و زیان‌آور واقع شود، به عنوان سابقه اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور محسوب می‌گردد.

الف- تعطیلات هفتگی

ب- تعطیلات رسمی

ج- ایام استفاده از مرخصی استحقاقی

د- ایام استفاده از مرخصی بابت ازدواج یا فوت همسر، پدر، مادر و فرزندان به مدت ۳ روز با دریافت دستمزد در مورد مشمولان قانون کار.

ه- ایام استفاده از مرخصی استعلاجی یا استراحت پزشکی اعم از اینکه حقوق ایام مزبور توسط کارفرما پرداخت شود و یا اینکه بیمه شده از غرامت دستمزد ایام بیماری استفاده کرده باشد.

و- تمام یا قسمتی از خدمت نظام وظیفه در جبهه‌های نبرد حق علیه باطل یا حضور داوطلبانه در جبهه.

ز- دوران اسارت یا محکومیت سیاسی که بیمه شده براساس آن به عنوان آزاد شده شناخته شده باشد حسب تقاضای وی.

۲- ایام و موارد زیر چنانچه در فواصل اشتغال بیمه شده به کارهای سخت و زیان‌آور واقع شود، موجب زایل شدن توالی اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور نمی‌گردد.

الف- ایام خدمت وظیفه سربازی (دوران ضرورت و احتیاط) مشروط بر اینکه بیمه شده حداکثر تا دو ماه پس از پایان خدمت به کار سابق خود برگشته و یا اینکه در کار دیگری که سخت و زیان‌آور شناخته شده مشغول به کار شده باشد.

ب- دوران توقیف بیمه شده در صورتی که منتهی به محکومیت وی نگردد و یا اینکه کارفرما بر اساس تکلیف قانونی حقوق دوران مزبور را به بیمه شده پرداخت نماید.

خدمات پس از چاپ

تفکیک

یووی تمام اتومات تا ابعاد ۷۰×۵۰

• موضعی • برجسته • اکلیلی • شنی

سلفون حرارتی تمام اتومات

تا ابعاد ۷۰×۱۰۰

لتپرس دهنه ۷۷

۳۳ ۱۱ ۵۵ ۰۲



۳۳ ۱۱ ۵۶ ۲۸



ظهرالاسلام



کوچه آزادبخواه

کوچه کاویانی، پلاک ۲۶



Gloss
Matt

Silver
Gold
Metallize



High Quality



LeterPress

Derfilm UV
Soft Touch



مشمولین بازنشستگی پیش از موعد در کارهای سخت و زیان آور



عکس تزئینی است

برابر بند ۱ ماده ۱۳ آیین نامه بیمه شدگانی که حداقل ۲۰ سال سابقه کار متوالی یا ۲۵ سال سابقه کار متناوب و پرداخت حق بیمه در کارهای سخت و زیان آور را دارا باشند (بدون شرط سنی).

کارهای سخت و زیان آور

برابر ماده ۱ آیین نامه اجرایی قانون فوق الذکر، کارهای سخت و زیان آور کارهایی است که در آن عوامل فیزیکی، شیمیایی، مکانیکی و بیولوژیکی محیط کار غیراستاندارد بوده و در اثر اشتغال بیمه شده تنشی به مراتب بالاتر از ظرفیت های طبیعی (جسمی و روانی) در وی ایجاد می شود که نتیجه آن بیماری شغلی و عوارض ناشی از آن می باشد.

کمیته های استانی

بمنظور رسیدگی به درخواست متقاضیان و تطبیق و تشخیص مشاغل آنان با قانون و آیین نامه اجرایی، کمیته بدوی و تجدید نظر استانی به ترتیب مقرر در ماده ۸ آیین نامه اجرایی تشکیل می گردد.

چگونگی ارائه درخواست

۱. بیمه شدگان شاغل در کارهای سخت و زیان آور و کارفرمایان پس از دریافت فرم مربوطه از ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی محل سکونت یا اشتغال و تکمیل آن می بایست تقاضای خود را طبق فرم شماره ۱ و کارفرمایان کارگاه یا سایر مراجع مدعی سخت و زیان آور بودن شغل یا مشاغل کارگاه تقاضای خود را طبق فرم شماره ۲ به اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان یا اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان محل اشتغال خود تحویل و رسید دریافت نمایند.

۲. پس از ارائه درخواست، کمیته استانی با تطبیق شغل یا مشاغل مندرج در فرمهای شماره (۱ یا ۲) وبا توجه به مشاغل سخت و زیان آور موضوع ماده ۱۱ و گزارش کارشناسان موضوع ماده ۲ آیین نامه در مورد سخت و زیان آور بودن یا نبودن هر یک از شاغل ذکر شده در فرم تقاضا اظهار نظر نموده و طی فرم شماره ۳ جهت بررسی سایر شرایط و اقدامات بعدی مراتب را به شعبه تأمین اجتماعی محل پرداخت حق بیمه ارسال و رونوشت نامه نیز برای اطلاع بیمه شده یا سایر افراد متقاضی فرستاده می شود.

۲. رأی کمیته بدوی ظرف پانزده روز اداری از تاریخ ابلاغ رأی قابل تجدید نظر خواهی است.

۳. پس از ارائه اعتراض به آراء کمیته های بدوی استانی موضوع ماده (۸) آیین نامه که توسط بیمه شده یا کارفرما از کمیته های تجدید نظر استانی درخواست گردیده، کمیته های مزبور در این خصوص رسیدگی و اظهار نظر نموده و تصمیم خود را طی فرم شماره (۵) جهت اقدامات بعدی به شعبه تأمین اجتماعی محل پرداخت حق بیمه ارسال و رونوشت نامه نیز برای اطلاع بیمه شده و کارفرما فرستاده می شود.

چگونگی ارائه درخواست اعتراض به آراء کمیته استانی

متقاضیان پس از ابلاغ تصمیم کمیته بدوی استانی در صورت اعتراض به آراء کمیته مزبور بایستی فرم شماره ۴ اعتراضات را از ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی محل اشتغال دریافت و پس از تکمیل با ذکر دلایل به انضمام مدارک به اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان یا اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی محل اشتغال تسلیم نمایند.

توجه: کارفرمایان کارگاه های دایره که از تاریخ تصویب این آیین نامه تمام یا برخی از مشاغل آنها در کمیته های بدوی و تجدید نظر استانی یا شورای عالی حفاظت فنی، سخت و زیان آور شناخته شده یا می شود مکلفند ظرف دو سال از تاریخ ابلاغ تصمیم قطعی کمیته یا شورا حسب مورد نسبت به ایمن سازی عوامل و شرایط محیط کار مطابق حد مجاز و استانداردهای مشخص شده در قانون کار و آیین نامه های مربوط (مصوب شورای عالی حفاظت فنی) و سایر قوانین موضوعه در این زمینه اقدام و صفت سخت و زیان آوری مشاغل موضوع بند الف ماده (۱) را حذف و نتیجه را کتبا به کمیته بدوی موضوع ماده (۸) این آیین نامه برای بررسی و تأیید گزارش نمایند.



صدا، مرکب، چاپ

اجحاف سازمان تأمین اجتماعی دامین کارگر و کارفرما را می‌گیرد

مساله این است، سازمان تأمین اجتماعی حاضر نیست چهار درصد بیمه مشاغل سخت و زیان‌آور را در حین کار از کارفرما اخذ کند. همه چیز تا موعد بازنشستگی کارگران به تعویق می‌افتد. چرا؟ یکی از کارشناسان مربوط به مشاغل سخت و زیان‌آور که حاضر نیست نامش اعلام شود می‌گوید: «اجحافی در کار نیست. این قانون است و اعمال قانون اجحاف نیست. ما مجری هستیم نه قانون‌گذار، اگر مشکلی هست باید از طریق مجاری حقوقی به موضوع رسیدگی شود.»

ازای سنوات باید به بیمه پرداخت شود، یعنی ۲۰۰ هزار تومان به ازای هر ماه که رقم سالانه‌اش می‌شود ۲ میلیون چهار صد هزار تومان به ازای هر سال. فاصله بین دومیلیون و ۴۰۰ هزار تومان تا ۴ صد و ۸۰ هزار تومان اجحافی است که در حق کارفرما صورت می‌گیرد. در این صورت دیگر کار به شکایت و مشکلات بعدی آن نمی‌رسد.»

یکی دیگر از چاپخانه داران که حاضر نشد نامش اعلام شود معتقد است: «چاپخانه‌های امروزی با دستگاه‌های مدرن بی سر و صدا هستند و آلودگی محیطی و سر و صدا ندارند. دستگاه‌های قدیمی از رده خارج شده‌اند و امروزه کمتر چاپخانه‌ای از آنها استفاده می‌کند. لذا دلیلی ندارد، مشاغل موجود در چاپخانه سخت و زیان‌آور تلقی شود و در واقع هم سخت و زیان‌آور نیست.»

این فعال صنعت چاپ همچنین معتقد است سازمان‌های مسئول مثل سازمان تأمین اجتماعی باید با همکاری اتحادیه‌های صنعت چاپ یکبار برای همیشه این پرونده را بررسی کنند و تکلیف کارفرما و کارگر را معین کنند. نباید اینطور باشد که در لفظ و کلام بگویند مشاغل چاپخانه سخت و زیان‌آور نیست آن وقت زمانی که کارگر شکایت می‌کند که شغلش سخت و زیان‌آور بوده و می‌خواهد زودتر از موعد بازنشسته شود، سازمان تأمین اجتماعی آن را بپذیرد و شکایت را وارد بداند و چاپخانه‌دار را وادار به پرداخت جریمه کند.

■ سخت شاید؛ زیان‌آور نه!

خمسه‌پور یکی دیگر از فعالان صنعت چاپ درباره موضوع می‌گوید: «همه ابزارها و ماشین‌آلات چاپ و مواد مصرفی آن خارجی است. نمی‌شود این کار در ایران سخت و زیان‌آور شناخته شود ولی در آلمان نشود. بجز حلال‌ها که برخی از آنها ممکن است نامرغوب باشد و

■ چرا حق بیمه سخت و زیان‌آور دریافت نمی‌شود عباس طایفه یکی از فعالان صنعت چاپ در پاسخ به این پرسش که با توجه به این که دیگر در چاپخانه‌ها مرکب‌های سربی استفاده نمی‌شود، نباید مشاغل چاپ سخت و زیان‌آور محسوب شود، شما چه نظری در این خصوص دارید؟ می‌گوید: «فقط یکی از کارگران ما بازنشست شده است. و بیمه دائم از چاپخانه بازدید می‌کند. اما ۴ درصد حق بیمه مشاغل سخت را از کارفرما دریافت نمی‌کند. اگر این کار صورت گیرد، کارگری بعد از عمری کار می‌رود کمی استراحت می‌کند. اما بیمه ۴ درصد مربوط به مشاغل سخت را در پایان کار از کارفرما می‌گیرد. این کار را سخت کرده است. بهتر است بیمه این حق بیمه سخت و زیان‌آور بودن را در هر ماه اخذ کند. به هر صورت حالا که شغل ماشینچی به صورت قطعی جزو مشاغل سخت و زیان‌آور است، چرا نباید حق بیمه دریافت شود.»

وی در ادامه می‌افزاید: دریافت نکردن حق بیمه مشاغل سخت هنگام کار و قبل از بازنشستگی دو اجحاف در حق کارگر و کارفرما دارد.

عباس طایفه درباره اجحاف صورت گرفته گرفته در حق کارگر معتقد است: «وقتی که ۴ درصد حق بیمه کارگر هر ماه دریافت شود، متناسب با حقوق و به روز، بیمه به حق خودش می‌رسد و کارگر هم همینطور.» عباس طایفه درباره اجحاف دوباره کارفرما می‌گوید: «فرض کنید کارگری در حال کار یک میلیون تومان حقوق ماهانه دریافت می‌کند. چهار درصد این رقم می‌شود ۴۰ هزار تومان در ماه یعنی ۴ صد و ۸۰ هزار تومان در سال که پرداخت آن فشار ایجاد نمی‌کند. باز فرض کنید همین کارگر هنگام بازنشستگی ۵ میلیون تومان حقوق بگیرد، چهار درصد آخرین حقوق به





110AX

www.110AX.com



FM 650 POFM 1100

دستگاه های لمینت
طولی



400 500C

دستگاه های چسب گرم
صنعتی و رومیزی



4005

868

دستگاه های برش
برقی و دستی



CS1200 & CS630 CT1200 & CT630

دستگاه های کاتر پلاتر



LM-3300 LM-3301 LM-22 & 32

دستگاه های لمینت
برس کارت (رایسون و AX)



LBS700

دستگاه های لمینت
و سلفون کشی اتوماتیک



9100 5800D 2800

دستگاه های اسکانس شمار AX



HP CW 7588 EB-30 TD-200R

دستگاه های صحافی دوکاره،
دوبل، ماریج و پلاستیک



605C AZA4130 SB15B AZ605 & AZ85

دستگاه های کاغذ خرد کن
(البرز و AX)



دستگاه های منگنه زن
برقی و دستی

دستگاه های
فیش پرینتر و بارکد خوان



دستگاه های پرفراز و خط تا
دستی و برقی



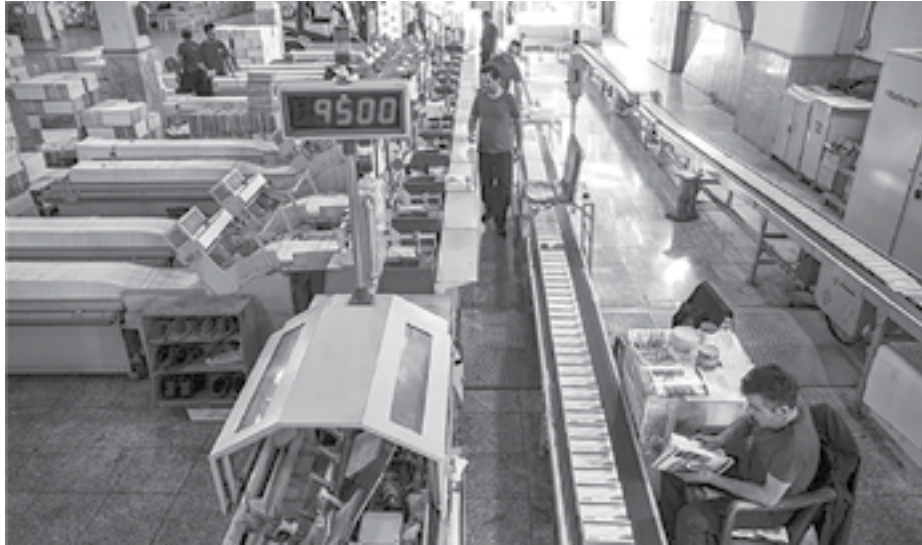
دستگاه های گوشه
گرد کن دستی و برقی



لوازم مصرفی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ایرانشهر جنوبی، شماره ۹، واحد ۳ تلفن: ۸۸۸۳۳۳۱۱ و ۵-۸۸۳۲۷۹۶۴ دورنگار: ۸۸۸۴۵۵۱۱
لطفاً برای مشاهده لیست کامل محصولات از سایت ما دیدن فرمایید.

www.110AX.com



خرید ماشین لیتوگراف و اعلام آگهی می‌توانند چاپچی شوند و در این صورت چاپخانه‌داری به شکل سنتی به تدریج در حال نابود شدن است.»

■ اصلاح قانون کار و بیمه

یکی از مسئولان صنفی چاپخانه‌داران با اشاره به رشد چاپخانه‌ها در چند سال آینده و اینکه هم‌اکنون حدود ۵۰ هزار نفر کارگر در چاپخانه‌های سراسر کشور به کار مشغولند، درباره مشاغل سخت و زیان‌آور در چاپ، خاطرنشان می‌کند: «مشکلات این قبیل کارگران باید از سوی خودشان مطرح شود و از سوی دیگر با توجه به اینکه قانون کار و سازمان بیمه‌های اجتماعی نارسایی‌های دارد، تأمین‌کننده نیازهای واقعی کارگران نیست.»

به گفته او کارگر و کارفرما از این موضوع رنج می‌برند و باید نسبت به تغییر و اصلاح قانون کار و بیمه‌های اجتماعی فکری کرد. وی مشکلات کارگری را ناشی از نارسایی قانون عنوان کرده، می‌گوید: «رابطه کارگر و کارفرما به نقطه‌ای رسیده است که توقعات کارگر از کارفرما برآورده نمی‌شود و این نارسایی مشکلاتی را ایجاد کرده است از سوی دیگر این مسائل برای کارگران از نظر بیمه و دریافتی بازنشستگی، چالش‌هایی را به وجود آورده است.»

اگر قانون کار و قانون تأمین اجتماعی اصلاح شود و منافع کارگر و کارفرما را در نظر بگیرد، مشکلات کارگری و چالش‌های مربوطه به آن تا حدودی کاهش یافته و رفع می‌شود، اکثر کارگران چاپخانه زندگی و مخارج خود را با اضافه کاری تأمین می‌کنند و از سوی دیگر به دلیل رکود کاری در حوزه چاپخانه‌داری در دریافتی کارگر چاپخانه نیز تأثیر منفی گذاشته است و این مسئله مشکلاتی را برای کارگران به وجود آورده است.

بنا به اعتقاد چاپخانه‌داران رکود کاری و مسائل دیگر مانند مالیات بر ارزش افزوده، دامپینگ قیمتی برخی از همکاران که زیر مصوبه اتحادیه کار چاپ می‌کنند، و وجود چاپخانه‌های متعدد که باعث شده است عرضه و تقاضا با یکدیگر همخوانی نداشته باشد، برای کارگران هم مخاطرات شغلی آفریده است.

در حال حاضر کار چاپخانه مانند گذشته خطرناک و مضر نیست، اکثر مرکب‌ها از افزودنی‌های گیاهی تشکیل شده‌اند و یا پایه آب هستند و دیگر از سرب و مرکب سربی خبری نیست. از سوی دیگر کار چاپ از نظر محیط زیست سالم است اما ممکن است در برخی از چاپخانه‌ها که مجبورند از افزودنی‌های شیمیایی و فرآورده‌های نفتی استفاده کنند مشکلاتی را برای کار از نظر سلامتی به وجود آید.

یک فعال چاپ می‌گوید: «در بسیاری از کارگاه‌ها این قبیل چاپ‌ها از تهویه‌های قوی و خاصی برای خود ماشین چاپ و کارخانه استفاده می‌کنند تا بتوانند با خارج کردن هوای آلوده محیط سالمی را برای کارگران به وجود آورند.»

بنا به نظر و خواست کارفرمایان، کارگران به صورت قرارداد دائم و موقت استخدام می‌شوند و از سوی دیگر ۱۰۰ درصد کارگران چاپخانه‌داران بیمه تأمین اجتماعی هستند.

برای پیدا کردن یک چاپخانه در تهران با مشکل خاصی روبرو نیستی، چون اغلب در خیابان‌ها و میدان‌های اصلی شهر می‌توان چاپخانه‌ای را یافت، اما در برخی نقاط تهران مثل خیابان‌های ظهیرالاسلام، بهارستان، فردوسی و انقلاب تعداد بیشتری از این کارگاه‌ها را می‌توان دید.

■ سخت یا زیان‌آور...؛ امنیت شغلی نیست!!

سرپرست یکی از چاپخانه‌ها می‌گوید: «دستمزدهای کارگران چاپخانه نیز همانند حداقل دستمزدهای اعلامی وزارت کار و امور اجتماعی است که پس از کسب سابقه کار با توجه به حوزه فعالیت در چاپخانه بر مبنای کیفیت کار بر حداقل دستمزد کارگر به منظور حفظ آن اضافه می‌شود.»

وی در ادامه می‌گوید: «به دلیل اینکه کار کارگران چاپخانه بر مبنای تجربه اندوخته شده‌شان است و می‌توانند به راحتی محل کار خود را تغییر دهند، قرارداد موقت با آن کارگران بسته نمی‌شود و بر این اساس کارگران مشغول به کار حدود دو هزار چاپخانه ایران امنیت شغلی ندارند، اما پس از حدود سه ماه کار، بیمه تأمین اجتماعی می‌شوند. ساعت کار کارگران با هفت ساعت و ۲۰ دقیقه ماهی ۲۲۰ ساعت می‌شود که با اضافه کاری جمعه‌ها افزایش می‌یابد و این روند طبق قانون کار سال ۵۸ تصویب شده در مجلس است و از سوی دیگر اضافه کاری‌ها بر مبنای حقوق عادی کارگران تعیین می‌شود.»

■ سود بانکی صرفه بیشتری دارد

این سرپرست چاپخانه با اشاره به نارضایتی اغلب سرپرستان و مسئولان چاپخانه‌ها از کارگران این بخش خاطرنشان کرد: «سختی‌ها و مشکلات این شغل و موانع موجود به قدری زیاد است که با وجود بیکاری حاکم بر جامعه قصد داریم چاپخانه را تعطیل کنیم و با استفاده از سود سپرده‌های موجود در بانک‌ها زندگی ساده بدون دغدغه‌ای را ادامه بدهیم و در حال حاضر از تمامی تلاش‌ها و فعالیت‌هایمان در این حوزه پشیمان هستیم.» وی مقصر اصلی در نارضایتی چاپخانه‌داران را دولت عنوان کرده، می‌گوید: «در گذشته کار چاپ و چاپخانه‌داری ارزش و اعتباری داشت اما در حال حاضر بسیاری از افراد به راحتی با استخدام ماشین‌چی و

بو بدهد. از طرف دیگر کارگاه‌های جدید تهویه دارد و مجهز است، لذا دستمزد در کارگاه‌های جدید نباشد شغل‌ها را سخت و زیان‌آور گرفت. شاید سخت باشد اما زیان‌آور نیست.»

خمسه‌پور می‌گوید: «بهتر است کارفرما بجای این که یک کاری کنند که ده سال درگیر آن باشند بهتر است یک ساعت فکر کنند تا ده سال گرفتار نشوند. باز هم اگر کارگری بخواهد و تصمیم بگیرد که شغلش سخت و زیان‌آور تشخیص داده شود می‌تواند.»

چیزی که برای کارفرما کم‌رشدن است این است که تجربه کارگران پیشکسوت و کار بلد با بازنشسته شدن از دست می‌رود. این در حالی است که کارفرما در دوران بازنشستگی کارگرانش به آنها نیازمند است. به نوعی می‌توان گفت کارگران پخته و کار بلد عصبی دست کارفرمایان هستند و نباید آنها را از کارفرمایان گرفت. مخصوصاً که کارگران به ندرت می‌توانند کار تازه پیدا کنند.

خمسه‌پور معتقد است، کارفرمایان برای دولت کار می‌کنند. او درباره رابطه خود به عنوان یک واحد کاری با بیمه می‌گوید: «کارفرمایان کارگاه‌های کوچک هر چه دارند آن را با دولت شریکند. اگر بخواهید چیزی بنا کنید باید مقداری به شهرداری بپردازید. درصدی در حین ساخت... مقداری برای جواز... یک مقداری... بابت بیمه کارگر درصدی به مهندس ناظر بپردازید... و... مالیات سالانه حق دولت است اما مالیات بر ارزش افزوده را کارفرما چرا باید بپردازد مگر کارفرما مصرف‌کننده است؟ مجموعه دولت چرا کاری نمی‌کند که اگر ما پنج کارگر داریم یکی دیگر را هم استخدام کنیم. دائم فقط به این فکر هستند که چطور باید از کارفرما پول بگیرند.»

■ صدا، کار را زیان‌آور و سکوت آن را سخت می‌کند

وی در پایان با لحن طنز می‌گوید، همه ما از یک هوا استفاده می‌کنیم. انصاف این است که سخت و زیان‌آور بودن شامل کارفرما هم بشود!!

سر و صدای ناشی از حرکت سریع دستگاه چاپ کارگران را وادار به استفاده از گوشی‌های محافظت از صدا کرده است در فضای سیاه و سفید چاپخانه رنگ‌های شاد گوشی‌ها و چهره خندان کارگران جلوه می‌کند.

علی ۱۹ ساله که حدود یک سال است در این حرفه به فعالیت مشغول است می‌گوید: «کار در چاپخانه متشکل از چاپ صحافی و لیتوگرافی است که برای تهیه کتاب، بروشور و مواردی از این دست مورد استفاده قرار می‌گیرد.»

وی در ادامه با تأکید بر این که در این شغل کارگران با مرکب، کاغذ و صدا سر و کار دارند می‌گوید: «برای جلوگیری از مشکلات صدا گوشی‌هایی وجود دارد که متأسفانه به دلیل اینکه در صورت استفاده هیچ نوع صدایی شنیده نمی‌شود اذیت می‌شویم و نمی‌توانیم به راحتی مشغول کار باشیم.»

وی معتقد است: «بخش خطرناک کار، مواد شیمیایی استفاده شده در مرکب‌های چاپ کاغذ است که در طولانی مدت به صورت ناراحتی‌هایی جسمی و حتی روحی خود را نشان می‌دهند و به همین دلیل کار، کارگران ماشین‌چی از سوی وزارت کار و امور اجتماعی به عنوان مشاغل سخت و زیان‌آور در نظر گرفته شده است و در این صورت ۱۰ سال زودتر بازنشسته می‌شوند.»



سقف مجاز غیبت در مشاغل سخت و زیان آور

این موضوع به این معنی است که متقاضیان استفاده از تسهیلات قانون بازنشستگی در مشاغل سخت و زیان آور در صورتی که در تمام سال‌های خدمت در مجموع به اندازه یک‌سال غیبت داشته باشند، شرایط بازنشستگی‌شان از حالت توالی خارج نمی‌شود و همچنان می‌توانند با ۲۰ سال متوالی کار در مشاغل سخت و زیان آور بازنشسته شوند.

محمدحسن، معاون وقت فنی درآمد سازمان تأمین اجتماعی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، درباره نحوه مشاغل سخت و زیان آور می‌گوید: فرد بیمه شده در مشاغل سخت و زیان آور به این ترتیب است که یک بیمه شده شاغل در مشاغل سخت و زیان آور در طول ۲۰ سال سنوات خدمت می‌تواند غیبت غیرموجه داشته باشد بدون این که شرایط وی از حالت توالی به تناوب تغییر کند از ۲۰۰ روز براساس قانون قبلی به ۳۶۵ روز (یکسال) افزایش پیدا کرده و این به نفع بیمه‌شدگان است.

وی ادامه می‌دهد: در گذشته شرایط اینگونه بود که اگر بیمه شده فقط ۱۰ روز در طول سال غیبت داشت می‌توانست مشمول بیمه مشاغل سخت شود و اگر ۱۱ روز غیبت داشت، شرایط وی از متوالی به متناوب تغییر می‌کرد و به جای ۲۰ سال متوالی باید با ۲۵ سال متناوب بازنشسته می‌شد. این شرایط سنگ بزرگی پیش پای بسیاری از مشمولان این قانون بود. که این موضوع را اصلاح کردیم.

مطابق قانون مشاغل سخت و زیان آور؛ هر یک سال فعالیت در کارهای سخت و زیان آور باید ۱۵ سال محاسبه شود اما براساس همین قانون افزایش ۱۵ برابری سابقه کاری افراد فقط در صورتی اجرا می‌شود که آنها ۲۰ سال متوالی در یک کار سخت و زیان آور، فعالیت داشته باشند. این موضوع باعث می‌شد فرد بعضاً تا رسیدن به سن بازنشستگی نتواند از مزایای این قانون بهره‌مند شود اما پس از تغییر این آیین‌نامه ماجرایی به گونه‌ای دیگر تغییر یافت.

محمدحسن زدا می‌گوید: بر اساس آیین‌نامه جدید ۱۰ روز غیبت غیرموجه در سال، به ۳۶۵ روز غیبت غیرموجه در طول ۲۰ سال افزایش یافته و کارگران می‌توانند با ۲۰ سال سابقه متوالی و حداکثر ۳۶۵ روز غیبت غیرموجه بازنشسته شوند.

وی در پایان بیان می‌کند: در صورتی که تعداد غیبت غیرموجه یک کارگر در طول ۲۰ سال بیشتر از ۳۶۵ روز باشد، شرایط وی از متوالی به متناوب تغییر می‌کند و باید به جای ۲۰ سال با ۲۵ سال سابقه بازنشسته شود.



یکی از دغدغه‌های کارگران در مشاغل سخت، وقفه افتادن در واریز حق بیمه‌ها است. چرا که در گذشته اگر کارگری ۲۰۰ روز وقفه در حق بیمه خود داشت، شرایط وی از متوالی به متناوب تغییر می‌کرد. اکنون میزان غیبت غیرموجه به ۳۶۵ روز رسیده است که به نفع نیروی کار است.

۷۰ درصد پرونده‌های شکایت کارگران در هیئت‌های تشخیص و حل اختلاف مربوط به عدم واریز سنوات بیمه یا وقفه در پرداخت حق بیمه کارگران است.

این مشکل در بین مشاغل سخت بیشتر است، چرا که بیمه‌شدگان مشاغل سخت امید دارند بعد از پایان خدمت با امید راهی تأمین اجتماعی شده و مشمول مزایای بیمه سخت و زیان آور شوند. این در حالی است که سوابق بیمه‌ای پراکنده، وقفه افتادن در واریز حق بیمه‌ها و ارائه فهرست آن از سوی کارفرمایان و داشتن غیبت‌های بیش از تعداد روزهای تعیین شده در قانون، از جمله دغدغه‌های اصلی بیمه‌شدگان تأمین اجتماعی است که هنگام مراجعه به سازمان آن‌ها دچار افسردگی می‌کند.

در گذشته مشمولان این بیمه تنها اجازه ۱۰ روز غیبت را داشتند اما چندی قبل این قانون اصلاح شد و غیبت در این مشاغل از ۱۰ روز در یک سال به یک سال در طول ۲۰ سال خدمت افزایش یافت.

لاستیک آسیا

روکش لاستیکی نوردهای دستگاه‌های چاپ و بسته بندی

باتکنولوژی

INJECTABLE RUBBER



بزرگراه آسیایی، آزادی ۱۲۵، کوچه اول سمت چپ، پلاک ۱۸

تلفن: ۰۵۱-۳۶۵۱۳۰۸۱ فاکس: ۰۵۱-۳۶۵۱۳۰۴۷ همراه: ۰۹۱۵۳۱۱۳۰۴۸

lastic.assia@gmail.com



عکس تزئینی است

پاسخ‌های آسان به پرسش‌های دشوار

بازنشستگی پیش از موعد کارگران

نخستین پرسش این است که به چه مشاغلی سخت و زیان‌آور گفته می‌شود؟ چه کسانی می‌توانند و یا نمی‌توانند در این مشاغل به کار مشغول شوند؟ قانون بازنشستگی پیش از موعد چگونه اعمال می‌شود؟ شرایط بازنشستگی در کارهای سخت و زیان‌آور چیست؟ چه نوع مرخصی‌هایی جزء سابقه اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور محسوب می‌شود؟ اگر دیوان عدالت اداری حکمی صادر کند و سازمان تأمین اجتماعی از آن تمکین نکند، چه باید کرد و ده‌ها سوال دیگر در زمینه مشاغل سخت و زیان‌آور (بازنشستگی پیش از موعد کارگران) مطرح است. گزیده‌ای از مهم‌ترین پرسش و پاسخ‌های مربوط به آن از نظر گرامی خوانندگان می‌گذرد.

■ بررسی مشاغل برای موضوع کارهای سخت و زیان‌آور چگونه درخواست می‌گردد؟
حسب درخواست کارگر، کارفرما، تشکل‌ها، وزارت بهداشت، رمان و آموزش پزشکی، وزارت کار و امور اجتماعی و صندوق تأمین اجتماعی، تعیین سخت و زیان‌آور بودن مشاغل در هر کارگاه با بررسی سوابق، انجام بازدید و بررسی شرایط و با تأیید کمیته‌های استانی انجام می‌گیرد.

■ پرداخت فوق‌العاده سختی کار برای کارگرانی که در کارهای سخت و زیان‌آور اشتغال دارند چگونه است؟

در مواد ۵۲ و ۶۵ قانون کار در کارهای سخت و زیان‌آور مزایایی پیش بینی شده است و چنانچه کارگاه دارای طرح طبقه بندی مشاغل باشد فوق‌العاده سختی کار با توجه به ماهیت شغل یا محیط کار پرداخت می‌گردد.

■ میزان مرخصی در مورد کارهای سخت و زیان‌آور به چه میزان می‌باشد؟
به استناد ماده ۶۵ قانون کار مرخصی سالیانه کارگرانی که به کارهای سخت و زیان‌آور اشتغال دارند ۵ هفته می‌باشد. استفاده از این مرخصی، حتی الامکان در دو نوبت و در پایان هر شش ماه کار صورت می‌گیرد.

■ در مورد مرخصی کارهای سخت و زیان‌آور که در سال ۵ هفته است آیا این مرخصی، با احتساب پنج روز جمعه است یا خیر؟
مرخصی سالیانه کارگرانی که به کارهای سخت و زیان‌آور اشتغال دارند ۵ هفته می‌باشد.

■ حدود ۵ سال است که در شغل سخت و زیان‌آور مشغول به کار می‌باشم آیا می‌توانم برای تطبیق مشاغل سخت و زیان‌آور این ۵ سال اقدام نمایم؟
در صورت احراز شرایط بازنشستگی در قانون تأمین اجتماعی (اعم از داشتن شرایط عادی و یا سخت و زیان‌آور) و با توجه به استفساریه قانون مشاغل سخت و زیان‌آور مصوب ۹۰/۷/۹ مجلس شورای اسلامی این مورد امکانپذیر است.

■ آیا مشاغل اداری در یک کارگاه می‌تواند جزء مشاغل سخت و زیان‌آور باشد؟
با توجه به تعریف کارهای سخت و زیان‌آور چنانچه آلاینده‌های محیطی محل کار متقاضی مورد بررسی قرار گیرد و بیش از حد مجاز باشد می‌تواند جزء مشاغل سخت و زیان‌آور محسوب گردد.

■ انجام کارهای سخت و زیان‌آور در خصوص کارگران نوجوان چه حکمی دارد؟
با استناد به ماده ۸۳ قانون کار، ارجاع هر نوع کار اضافی و انجام کار در شب و نیز ارجاع کارهای سخت و زیان‌آور

■ کارهای سخت و زیان‌آور به چه کارهایی گفته می‌شود؟
کارهای سخت و زیان‌آور، کارهایی است که در آنها عوامل فیزیکی، شیمیایی، مکانیکی و بیولوژیکی محیط کار، غیراستاندارد بوده و در اثر اشتغال کارگر تنشی به مراتب بالاتر از ظرفیت‌های طبیعی (جسمی و روانی) در وی ایجاد گردد که نتیجه آن بیماری شغلی و عوارض ناشی از آن بوده و بتوان با به کارگیری تمهیدات فنی، مهندسی، بهداشتی و ایمنی و غیره، صفت سخت و زیان‌آور بودن را از آن مشاغل کاهش یا حذف نمود.

■ منظور از نوع الف و ب در کارهای سخت و زیان‌آور چیست؟

به موجب ماده ۱ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاقی دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱- مصوب ۱۳۸۰- موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت/۳۶۰۰۵ هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵، مشاغل به دو گروه الف و ب تقسیم بندی می‌شوند.

گروه الف: مشاغلی که صفت سخت و زیان‌آوری با ماهیت شغل وابستگی دارد اما می‌توان با به کارگیری تمهیدات بهداشتی، ایمنی و تدابیر مناسب توسط کارفرما سختی و زیان‌آوری آن‌ها را حذف نمود.
گروه ب: مشاغلی که ماهیتاً سخت و زیان‌آور بوده و با به کارگیری تمهیدات بهداشتی، ایمنی و تدابیر فنی توسط کارفرما، صفت سخت و زیان‌آوری آن‌ها کاهش یافته ولی کماکان سخت و زیان‌آوری آن‌ها حفظ می‌گردد.

■ شرایط بازنشستگی در کارهای سخت و زیان‌آور چیست؟

مطابق با بخش اول بند (ب) تبصره ۲ قانون بازنشستگی پیش از موعد در مشاغل سخت و زیان‌آور، داشتن حداقل بیست سال متوالی و یا بیست و پنج سال متناوب اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور که در هر مورد حق بیمه مدت مزبور را نیز به صندوق تأمین اجتماعی پرداخت کرده باشند بدون شرط سنی می‌توانند درخواست خود را به ادارات کار و امور اجتماعی استان‌ها جهت طرح در کمیته‌های استانی ارائه نمایند.

■ تعیین سخت و زیان‌آور بودن شغل یا مشاغل توسط چه کسی و به چه صورت مشخص می‌شود؟
تعیین سخت و زیان‌آور بودن شغل یا مشاغل بر اساس بررسی سوابق و شرایط محیط کار و توسط کمیته کارشناسان موضوع ماده ۲ آیین‌نامه اجرایی و متعاقباً کمیته استانی موضوع ماده ۸ آیین‌نامه اجرایی مربوطه مشخص می‌شود.



email:atlas55690157@gmail.com

ATLAS MOLDING



www.atlascut.ir

قالب سازی اطلس

سازنده انواع قالبهای برش ، جعبه ، کارتن ، اتیکت ، واشر و کارهای سراجی و ملامین و ... مجهز به دستگاه برش لیزر و خم کن اتوماتیک

همکاری با شما افتخار ماست



تلفن : ۵۵۶۹۰۱۵۷ فکس : ۵۵۶۹۰۷۶۸
همراه : ۰۹۱۲-۲۸۵۵۳۸۶

خیابان ۱۵ خرداد غربی ، جنب پمپ بنزین پاساژ فخریه ، طبقه دوم ، پلاک ۲/۵ و ۲/۶

کاغذ و مقوای دلال زاده

بخش کلی و جزئی انواع کاغذ و مقوا

جهت دریافت اپلیکیشن فروشگاههای دلال زاده ، به آدرس سایت ما به آدرس www.dallalzadehpaper.com و یا کانال [@dallalzadehpaper](https://www.instagram.com/dallalzadehpaper) مراجعه نمایید.

با ارسال علامت * به شماره ۳۰۰۰۱۵۱۲ ضمن عضویت در گروه کاغذ و مقوای دلال زاده در برنامه تلگرام ، از آخرین قیمت انواع کاغذ تحریر و گلاسه مطلع شوید.



کاغذ و مقوای دلال زاده
DallalzadehPaper

آدرس: خیابان ظهیرالاسلام، خیابان امید آزادپخواه، جنب صندوق جاوید، پلاک ۴۱
تلفن: ۳۳۹۰۴۵۲۹ - ۳۳۹۴۴۳۱۳-۱۴ - ۳۳۹۶۰۲۲۵ فکس: ۳۳۹۴۴۲۶۰

و خطرناک و حمل بار با دست، بیش از حد مجاز و بدون استفاده از وسایل مکانیکی برای کارگر نوجوان (بین ۱۵ تا ۱۸ سال سن) ممنوع است.

■ آیا تعطیلات هفتگی و تعطیلات رسمی به عنوان سابقه اشتغال در کارهای سخت و زیان آور محسوب می شود؟

به موجب جزء «الف» و «ب» بند ۱ ماده ۱۲ آیین نامه اجرایی قانون بازنشستگی در کارهای سخت و زیان آور، تعطیلات هفتگی و تعطیلات رسمی به عنوان سابقه اشتغال در کارهای سخت و زیان آور محسوب می گردد.

■ برای کارهای سخت و زیان آور کارفرما چه مقدار هزینه می بایست پرداخت نماید؟

به استناد ماده ۱۴ آیین نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی کارفرما مکلف است پس از احراز شرایط بازنشستگی بیمه شده شاغل در کارگاه وی، معادل چهار درصد میزان مستمری برقراری بیمه شده نسبت به سنوات اشتغال او در مشاغل سخت و زیان آور را که توسط صندوق تأمین اجتماعی محاسبه و مطالبه می گردد به طور یکجا به سازمان یاد شده پرداخت نماید.

■ آیا کارفرمایی که مشاغل کارگران وی سخت و زیان آور می باشد بایستی به کارگران فوق العاده سختی کار بپردازد؟

در قانون وجهی بعنوان سختی کار وجود ندارد و در صورتی که طرح طبقه بندی مشاغل در شرکت اجرا شده باشد پرداخت فوق العاده سختی کار قابل اعمال می باشد.

■ آیا کارفرمایی که کارگاه های آنان مشمول آیین نامه سخت و زیان آور می باشد بایستی حق بیمه بیشتری پرداخت نمایند؟

در خصوص آن دسته از کارگران شاغل در کارهای سخت و زیان آور پس از احراز شرایط بازنشستگی بیمه شده در کارگاه وی، میزان ۴ درصد حق بیمه سنوات اشتغال می بایست پرداخت گردد.

■ وظیفه کارفرمایی که مشاغل موجود در کارگاه های آنها سخت و زیان آور می باشد کدام است؟

کارفرمایان کارگاه های دایر از تاریخ تصویب آیین نامه تمام یا برخی از مشاغل آنها در کمیته های بدوی و تجدید نظر استانی یا شورای عالی حفاظت فنی، سخت و زیان آور شناخته شده یا می شود مکلفند ظرف دو سال از تاریخ ابلاغ تصمیم قطعی کمیته یا شورا حسب مورد نسبت به ایمن سازی عوامل و شرایط محیط کار مطابق حد مجاز و استانداردهای مشخص شده در قانون کار و آیین نامه های مربوط (مصوب شورای عالی حفاظت فنی) و سایر قوانین موضوعه در این زمینه اقدام و صفت سخت و زیان آوری مشاغل موضوع بند «الف» ماده (۱) را حذف و نتیجه را کتباً به کمیته بدوی موضوع ماده (۸) این آیین نامه برای بررسی و تأیید گزارش نمایند.

■ چنانچه درخواست شغل یا مشاغل سخت و زیان آور افراد یا گروهی در کارگروه بررسی مشاغل سخت و زیان آور مطرح و منتج به صدور رأی شود نحوه اعتراض به نظریه کارگروه به چه صورت می باشد؟

مراتب از ناحیه کمیته تجدید نظر استان قابل پی گیری خواهد بود و در مرحله بعد در صورت اعتراض، صرفاً از ناحیه دیوان عدالت اداری قابل اعتراض می باشد.

■ مبنای پرداخت پاداش بازنشستگی به کارگرانی که با استفاده از قانون بازنشستگی پیش از موعد بازنشسته می شوند چیست؟

مبنای پرداخت مزایای بازنشستگی موضوع ماده ۳۱ قانون کار میزان سابقه کار کارگر در کارگاه مربوط می باشد و کسانی که با استفاده از قانون بازنشستگی

پیش از موعد بازنشسته می شوند نیز به نسبت سابقه کاری که در کارگاه دارند از مزایای مذکور برخوردار خواهند شد.

■ آیا کارگران شاغل در دستگاه های اجرایی نیز مشمول قانون بازنشستگی پیش از موعد در کارهای سخت و زیان آور مصوب مورخ ۸۰/۷/۱۴ هستند؟

به استناد مصوبه شماره ۱۲۴۶۱۰/ت/۴۴۵۴۷ ک مورخ ۸۹/۶/۶ وزیران عضو کمیسیون امور اجتماعی و دولت الکترونیک که در تاریخ ۸۹/۶/۱ به تأیید مقام محترم ریاست جمهوری رسیده است. کارگران تابع قانون کار و تأمین اجتماعی شاغل در دستگاه های اجرایی (وزارتخانه ها، مؤسسات و شرکت های دولتی، شهرداری ها، بانک ها و سازمان های که شمول حکم بر آنها مستلزم ذکر نام است)، در مورد بازنشستگی پیش از موعد در مشاغل سخت و زیان آور مشمول ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی هستند.

■ شغل مشابه من در یک کارگاه دیگر به عنوان شغل سخت و زیان آور تأیید شده ولی شغل من سخت و زیان آور تأیید نشده آیا این کار قانونی است؟

تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱- مصوب ۱۳۸۰- موضوع تصویب نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت/۳۶۰۰۵ هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵ ایام استفاده از مقرری بیمه بیکاری مشروط بر این که بیمه شده قبل از برقراری بیمه بیکاری در مشاغل سخت و زیان آور اشتغال به کار داشته و در حین مقرری بگیری و یا حداکثر تا دو ماه پس از اتمام دوره مزبور در مشاغلی که سخت و زیان آور شناخته شده مشغول به کار شده یا طبق آیین نامه بتواند بازنشسته شود مدت مزبور فقط موجب زایل شدن توالی اشتغال در کارهای و زیان آور نمی باشد مگر اینکه بر اساس مصوبه هیئت وزیران به صورت ویژه و موردی تصمیم گیری شده باشد.

■ آیا حضور داوطلبانه در جبهه، جزء سوابق در کارهای سخت و زیان آور محسوب می شود؟

مطابق بند (۱) ماده ۱۲ آیین نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱- مصوب ۱۳۸۰- موضوع تصویب نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت/۳۶۰۰۵ هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵، تمام یا قسمی از خدمت نظام وظیفه در جبهه های نبرد حق علیه باطل یا حضور داوطلبانه در جبهه که به تأیید مراجع ذیصلاح رسیده باشد جزء



■ عکس تزئینی است

سوابق کارهای سخت و زیان آور محسوب می گردد.

■ آیا آراء کمیته های بدوی استانی قابل اعتراض می باشد؟

به استناد تبصره ۵ ماده ۸ آیین نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی، رأی کمیته بدوی ظرف پانزده روز اداری از تاریخ ابلاغ قابل تجدید نظرخواهی است در صورتی که هر یک از طرفین (کارگر و کارفرما) به رأی اعتراض داشته باشند درخواست تجدیدنظر خود را بایستی کتباً (طی فرم شماره ۴) به اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی محل تسلیم نمایند.

■ آیا رأی قطعی و لازم الاجرای کمیته های استانی در خصوص کارهای سخت و زیان آور قابل اعتراض می باشد؟

بلی، دیوان عدالت اداری می تواند به استناد بند ۲ ماده ۱۳ قانون دیوان عدالت اداری آراء مغایر با هدف و حکم متقن را نقض نماید.

■ آیا نوع «الف» یا «ب» شغل تأیید شده سخت و زیان آور نیز قابل اعتراض می باشد؟

مستند به ماده ۱۵ آیین نامه اجرایی تبصره ۲ الحاقی ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی، سخت و زیان آور بودن مشاغل قابل تسری به دیگر واحدها نمی باشد به بطورمثال، یک عنوان شغلی در یک کارگاه خاص سخت و زیان آور شناخته می شود و همان عنوان شغلی در کارگاه دیگر سخت و زیان آور شناخته نمی شود. ملاک تطبیق و تشخیص مشاغل سخت و زیان آور، آلاینده سنجی از محیط کار متقاضی می باشد.

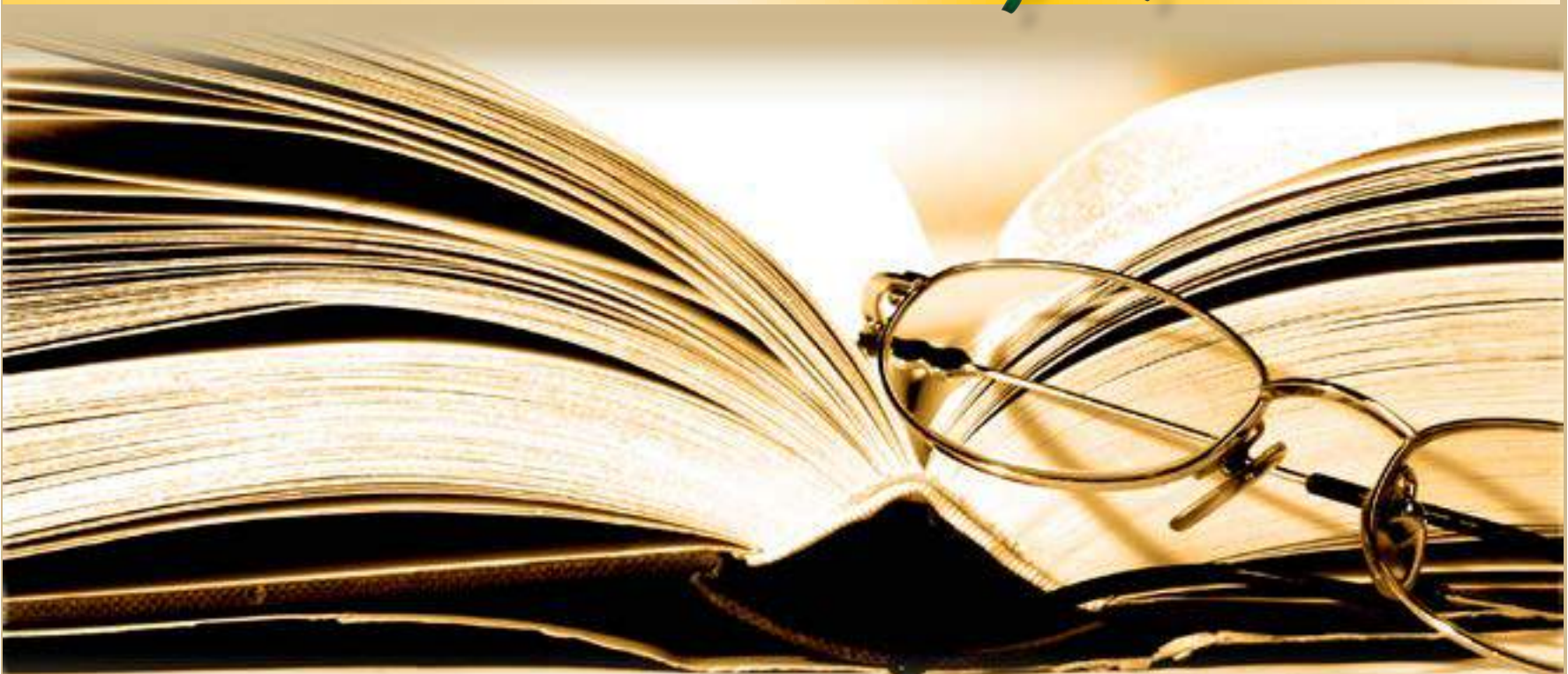
■ آیا کارفرما مجاز به ارجاع کار اضافی با جلب رضایت کارگران در مشاغل سخت و زیان آور می باشد؟

به استناد ماده ۶۱ قانون کار ارجاع کار اضافی به کارگرانی که کار شبانه یا کارهای خطرناک و سخت زیان آور انجام می دهند ممنوع است.

■ آیا بیمه بیکاری جزء سوابق کارهای سخت و زیان آور محسوب می گردد؟

به موجب بند (۵) ماده ۱۲ آیین نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو

چاپ و صحافی مومن



لیست دستگاه‌های موجود در مجموعه

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

ارائه‌دهنده انواع خدمات چاپ و صحافی کتاب،

سررسید و دفتر، ساخت انواع جلد، تولید انواع

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

تولید روزانه صد هزار جلد چسب گرم

تولید روزانه پانزده هزار جلد سررسید

تولید روزانه پنجاه هزار جلد مفتول

تولید روزانه ده هزار جلد کار پانچ و فنر

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

تلفن: ۳۳۸۸۲۳۰۲ - ۳۳۶۱۹۰۵۱

فکس: ۳۳۶۱۹۰۱۹

Email: sahafimomen@yahoo.com

همراه: ۰۹۱۲۲۹۶۶۸۱۵ - ۰۹۱۲۵۰۶۱۷۱۴

بلی، تعیین نوع الف یا ب جزئی از آراء کمیته‌های استانی می‌باشد لذا همانگونه که آرای کمیته‌های بدوی حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز اداری پس از ابلاغ قابل تجدید نظرخواهی در کمیته تجدید نظر همان استان می‌باشد نوع «الف» یا «ب» نیز از این امر مستثنی نیست.

■ شغل من در کمیته تجدید نظر استانی سخت و زیان‌آور تأیید نشده و به رأی کمیته اعتراض دارم تکلیف چیست؟
مراتب صرفاً از ناحیه دیوان عدالت اداری قابل پی‌گیری خواهد بود.

■ چه نوع مرخصی‌هایی جزء سابقه اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور محسوب می‌شود؟

به استناد جزء د، ج و ه بند ۱ ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی، ایام استفاده از مرخصی استحقاقی، مرخصی بابت ازدواج یا فوت همسر، پدر، مادر و فرزندان به مدت ۳ روز با دریافت دستمزد در مورد مشمولان قانون کار و ایام استفاده از مرخصی استعلاجی یا استراحت پزشکی از اینکه حقوق ایام مزبور توسط کارفرما پرداخت شود و یا اینکه بیمه شده از غرامت دستمزد ایام بیماری استفاده کرده باشد.

■ آیا مرخصی بدون حقوق توالی اشتغال مشاغل سخت و زیان‌آور را از بین می‌برد؟

به استناد جزء الف بند ۳ ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی استفاده از مرخصی بدون حقوق به مدت بیش از دو ماه به هر منظور و تحت هر عنوان علاوه بر مرخصی مندرج در بند (ی) موضوع ردیف ۲ آیین‌نامه اجرایی بازنشستگی در مشاغل سخت و زیان‌آور توالی اشتغال را از بین برده و موجب تناوب اشتغال وی می‌شود.

■ آیا استفاده از مرخصی استحقاقی توالی اشتغال در سخت و زیان‌آور را از بین می‌برد؟

به استناد بند (ی) بخش ۲ ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی، چنانچه مرخصی استحقاقی در فواصل اشتغال به کارهای سخت و زیان‌آور واقع شود موجب زایل شدن توالی اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور نمی‌گردد و به عنوان سابقه اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور محسوب می‌گردد.

■ چنانچه در فواصل اشتغال به کارهای سخت و زیان‌آور فرد از مرخصی استعلاجی استفاده نماید آیا توالی اشتغال از بین خواهد رفت؟

به استناد جزء ه بند ۱ ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱- مصوب ۱۳۸۰- موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت/۳۶۰۰۵ هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵، ایام استفاده از مرخصی استعلاجی یا استراحت پزشکی اعم از این که حقوق ایام مزبور توسط کارفرما پرداخت شود و یا این که بیمه شده از غرامت دستمزد ایام بیماری استفاده کرده باشد توالی را از بین نخواهد برد.

■ در صورتی که در حین کار سخت و زیان‌آور فردی به سربازی رفته و پس از سربازی به کار قبلی بازگشته باشد آیا توالی اشتغال از بین می‌رود؟



بازنشستگی در کارهای سخت و زیان‌آور استفاده نمایم؟

مراتب از طریق بررسی پرونده فنی بیمه شده از طریق شعبات صندوق تأمین اجتماعی قابل احراز می‌باشد و در صورت عدم احراز مراتب از طریق دیوان عدالت اداری قابل پیگیری است.

■ آیا خدمت در مناطق جنگی پس از پایان جنگ تحمیلی نیز جزء کارهای سخت و زیان‌آور محسوب می‌شود؟

خیر، خدمت فقط در زمان جنگ و در مناطق جنگی (جبهه) جزء مشاغل سخت و زیان‌آور محسوب می‌گردد و به استناد تبصره ۲ ماده ۱۴ قانون کار، آن دسته از بیمه شدگانی که مشمول اصلاحیه تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۸۰/۷/۱۴ مجمع تشخیص مصلحت نظام هستند به شرط آنکه خدمت نظام وظیفه خود را در جبهه‌های نبرد حق علیه باطل طی نموده یا حضور داوطلبانه در جبهه داشته باشند سوابق خدمتی آنان جزء کارهای سخت و زیان‌آور محسوب می‌شود.

■ من کمتر از ۲۰ سال سابقه پرداخت حق بیمه در کارهای سخت و زیان‌آور را دارم ولی به دلیل اشتغال در کار سخت و زیان‌آور، دچار فرسایش جسمی شده‌ام آیا می‌توانم با قانون سخت و زیان‌آور بازنشسته شوم؟

بلی، چنانچه کمیسیونهای پزشکی موضوع ماده (۹۱) قانون تأمین اجتماعی قبل از رسیدن بیمه شده شاغل در کارهای سخت و زیان‌آور به سابقه مقرر فوق، فرسایش جسمی و روحی وی را ناشی از اشتغال به کارهای سخت و زیان‌آور تشخیص و تأیید نمایند می‌توانند از مزایای بازنشستگی قانون مذکور استفاده نمایند.

به استناد جزء ه بند ۲ ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی، ایام خدمت سربازی (دوران ضرورت و احتیاط) مشروط بر این که بیمه شده حداکثر تا دو ماه پس از پایان خدمت به کار سابق خود برگشته و یا این که در کار دیگری که سخت و زیان‌آور شناخته شده مشغول به کار شده باشد موجب زایل شدن توالی اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور نمی‌گردد.

■ آیا اشتغال در حرف و مشاغل آزاد با پرداخت حق بیمه در مدت مذکور به صورت خویش فرما توالی اشتغال را زایل می‌کند؟

به استناد جزء د بند ۳ ماده ۱۲ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی چنانچه در فواصل اشتغال بیمه شده به کارهای سخت و زیان‌آور، اشتغال در حرف و مشاغل آزاد به مدت یک ماه واقع گردد. توالی اشتغال را از بین برده و موجب تناوب اشتغال می‌گردد.

■ انجام کارهای سخت و زیان‌آور به استناد ماده ۷۵ قانون کار برای زنان ممنوع است پس چرا کار پرستاران زن جزو کارهای سخت و زیان‌آور اعلام شده است؟

به استناد قانون ارتقاء بهره‌وری کارکنان بالینی نظام سلامت که در جلسه علنی روز یکشنبه مورخ سی‌ام فروردین ماه یکهزار و سیصد و هشتاد و هشت مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۸/۲/۹ با تأیید شورای نگهبان رسیده، مجلس شورای اسلامی ماده ۷۵ قانون کار را در خصوص مورد مذکور اصلاح نموده است و پرستاران از شمول ماده مذکور مستثنی شده‌اند.

■ شغل من جزء مشاغل سخت و زیان‌آور تأیید شده، ولی در لیست بیمه عنوان کارگر برای من قید شده است چگونه می‌توانم از مزایای

گروه فنی مهندسی پرینت پک

سازنده دستگاه های پس از چاپ

سلفون کشی (واتر بیس و حرارتی)

شیت کن (کششی)

امباس (چرم، کتان و...)

یوی (سیلندری و موضعی)

شرینگ پک (تونلی و کابینی)



www.printpackmashhad.com

printpackmashhad@gmail.com

مشهد ، بزرگراه آسیایی ، آزادی ۱۲۳ ، پلاک ۲۰

۰۹۱۵۵۱۱۵۸۸۰

مهندس پور رمضان

■ شغل من در کمیته استانی به موجب ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی، سخت و زیان آور تشخیص داده شده و در حال انجام مراحل بازنشستگی هستم و تقاضای اضافه کاری ایامی که بیش از ۶ ساعت در کارگاه کار کرده‌ام را دارم ولی کارفرما نمی‌پذیرد، تکلیف چیست؟

قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به تبصره ۲ الحاقی ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی در خصوص مزایای بازنشستگی در کارهای سخت و زیان‌آور می‌باشد و ارتباطی به مزایای مندرج در تبصره ماده ۵۲ قانون کار و آیین‌نامه آن ندارد.

■ طبق قانون مشاغل سخت و زیان آور و آیین‌نامه اجرایی آن کارفرما مکلف است تا ۲ سال پس از تأیید مشاغل نسبت به ایمن سازی عوامل شرایط محیط کار اقدام کند ولی تاکنون این کار انجام نشده است تکلیف چیست؟

در صورت عدم حذف صفت سخت و زیان‌آوری محیط کار در مشاغل بند "الف" ظرف مهلت مقرر، مطابق قانون کار از سوی وزارتخانه‌های کار و امور اجتماعی، بهداشت و درمان و آموزش

و در همان کارگاه خاص می‌باشد و قابل تسری به سایر مشاغل و کارگاه‌های دیگر نیست.

■ شغل من در کمیته استانی سخت و زیان آور تأیید شده و سابقه مقرر را هم دارم آیا می‌توان ترک کار کرده و منتظر برقراری مستمری از سوی تأمین اجتماعی باشم؟

به استناد بند ۳ ماده ۱۳ آیین‌نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی بیمه شدگان به صرف ارائه درخواست بازنشستگی مجاز به ترک کار نبوده و می‌باید احراز شرایط و استحقاق آنها جهت بازنشستگی پیش از موعد در کارهای سخت و زیان‌آور رسماً از سوی صندوق تأمین اجتماعی به آنها ابلاغ و سپس ترک کار نمایند. چنانچه بیمه شده شرایط استفاده از بازنشستگی پیش از موعد در کارهای سخت و زیان‌آور را طبق این آیین‌نامه احراز کند صندوق تأمین اجتماعی مکلف است نسبت به برقراری مستمری وی اقدام نماید.

■ بعضی از مشاغل کارگاه من توسط کمیته استانی سخت و زیان آور تشخیص داده شده و کارگرانی که سابقه مقرر در مشاغل تأیید شده



■ عکس تزئینی است

را داشته‌اند بازنشسته شده‌اند و چهاردرصد میزان مستمری برقراری بیمه شدگان را نسبت به سنوات قبل را نیز به تأمین اجتماعی پرداخت کرده‌ام ولی تأمین اجتماعی به دلیل سخت و زیان‌آور بودن بعضی مشاغل، برای سایر کارگران که در این مشاغل مشغول به کار می‌باشند نیز تقاضای ۴ درصد حق بیمه اضافه را نموده است تکلیف چیست؟

پرداخت چهار درصد حق بیمه اضافه به تأمین اجتماعی قبل از تقاضای مستمری بازنشستگی مشمولان قانون خلاف حکم مقنن و جزء مواردتخلف بوده لذا بخشنامه شماره ۶ مورخ ۱۳۸۱/۲/۷ تأمین اجتماعی از طریق هیات عمومی دیوان عدالت اداری طی دادنامه ۲۷۱-۳۷۲ مورخ ۱۳۸۶/۵/۲۳ ابطال گردیده است.

■ افرادی که قبلاً شغل آنان جزء تاسیسات ملی و مهم بوده و شوروی‌ای عالی حفاظت فنی مشاغل آنان را چه به صورت شغل و یا در خصوص سایر افراد تأیید نموده و در حال حاضر متقاضی می‌باشند آیا قابل طرح در کمیته‌های استانی می‌باشد؟

مطابق مصوبه مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۶ شورای عالی حفاظت فنی به شرح ذیل قابل طرح در کمیته‌های

استانی می‌باشد. در خصوص بررسی مشاغل افرادی که قبلاً مشاغل آنان بصورت گروهی و یا انفرادی در شوروی‌ای عالی حفاظت فنی مورد بررسی قرار گرفته و شورای مذکور با توجه به آیین‌نامه قبلی در خصوص مشاغل آنان بدلیل ملی و مهم بودن مشاغل در موقعیت زمانی و نه ماهیت شغلی اظهار نظر نموده و بادر نظر گرفتن حذف تاسیسات ملی و مهم از آیین‌نامه مارالذکر، کمیته‌های استانی می‌توانند راجع به مشاغل مورد ادعای ایشان مطابق آیین‌نامه اجرایی (جدید) بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تأمین اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱- مصوب ۱۳۸۰- موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت/۳۶۰۰۵ هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵ و اصلاحیه بعدی موضوع مصوبه شماره ۱۲۴۶۱۰/ت/۴۴۵۴۷ ک مورخ ۸۹/۶/۱۶ وزیران عضو کمیسیون امور اجتماعی و دولت الکترونیک اظهار نظر نمایند و در صورت احراز سایر شرایط بیمه‌ای، صندوق تأمین اجتماعی مکلف به برقراری مستمری اینگونه متقاضیان می‌باشد.

■ شوروی‌ای عالی حفاظت فنی در سنوات قبل در رابطه با مشاغل افرادی اظهار نظر نموده است و منجر به عدم تأیید مشاغل آن افراد شده آیا این احکام در خصوص سایر افراد متقاضی مشاغل مذکور قابل تسری است. و در غیر این صورت آیا کمیته‌های استانی می‌توانند اظهار نظر نمایند؟

بلی، آراء شورا صرفاً به جهت امعان نظر کمیته‌ها در صدور آراء می‌باشد بدیهی است با توجه به استقلال رأی کمیته‌های استانی، در خصوص متقاضیان جدید صرفاً با بررسی در کمیته‌ها نسبت به احراز یا عدم احراز سخت و زیان‌آوری آن مشاغل اقدام می‌نمایند.

■ کارفرما در لیست‌های پرداخت بیمه، عنوان کارگر را برای بنده که در مشاغل سخت و زیان‌آور مشغول به کار می‌باشم درج نموده حق بیمه مشاغل سخت و زیان‌آور را پرداخت ننموده است، تکلیف چیست؟

تا قبل از احراز شرایط بازنشستگی نیاز به پرداخت حق بیمه به صورت مشاغل سخت و زیان‌آور الزامی نیست.

■ اگر وسایل اندازه گیری آلاینده در مشاغل سخت و زیان‌آور موجود نباشد، مثلاً وسیله سنجش میزان گازها و بخارات آلاینده در پمپ بنزین‌ها، چگونه می‌توان درخواست متقاضی را بررسی نمود، آیا شغل وی را جزو مشاغل سخت و زیان‌آور به حساب نیاوریم؟

اتخاذ تصمیم قطعی در کمیته‌ها مستلزم اندازه گیری عوامل زیان‌آور محیط کار و گزارش نهایی کارشناسان موضوع ماده ۲ آیین‌نامه و تبصره آن می‌باشد.

■ ۲۵ سال سابقه کار دارم، کارفرما پیشنهاد بازنشستگی را با استفاده از قانون نوسازی صنایع را نموده، اما تعدادی از همکارانم با استفاده از قانون بازنشستگی در مشاغل سخت و زیان‌آور بازنشسته شده‌اند، کدامیک به نفع من است؟

سنوات ارفاقی جهت بازنشستگی در کارهای سخت و زیان‌آور هر سال سابقه پرداخت حق بیمه یک و نیم سال محاسبه خواهد شد و در قانون نوسازی صنایع با ۵ سال سنوات ارفاقی مزد بازنشسته خواهد شد. بدین معنی که چنانچه سوابق کاری متقاضی در کارهای سخت و زیان‌آور ۲۵ سال باشد با ۳۵ روز حقوق دریافتی و در قانون نوسازی صنایع ۳۰ روز فرد بازنشسته خواهند شد. لذا در صورتی که کار شما سخت و زیان‌آور باشد استفاده از قانون سخت و زیان‌آور به نفع شما خواهد بود.

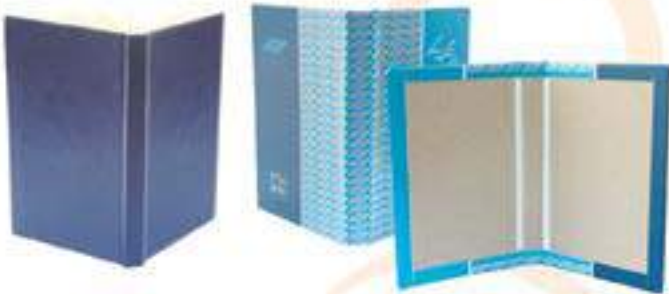


صنایع بسته بندی

کارتن بامداد

BAMDAD CARTON

کارتن - جعبه - لمینت - هاردباکس
طراحی و چاپ و اینک
پایه تقویم، جلد هارد و کلاسور تبلیغاتی
با دستگاه فول اتومات



تلفن: ۳۳۱۱۴۴۱۱

۳۳۹۰۶۵۴۲

۳۳۹۷۲۲۳۰

۳۳۹۷۲۲۳۱

bamdadcarton@yahoo.com
bamdadcarton@gmail.com
www.bamdadcarton.ir
www.bamdadcarton.com

نشانی: تهران - خیابان مصطفی خمینی - مقابل پست بزرگ - نوسیده به پل عباس

پلاک ۵۶۲ کد پستی: ۱۱۱۷۶۲۴۵۱۱

هدف قانون بازنشستگی مشاغل سخت و زیان آور حمایت از سلامت کارگران است



یک فعال صنفی کارگری می‌گوید که هدف قانون سختی و زیان آور، حفظ سلامت نیروی کار است. وی در عین حال می‌گوید عده‌ای از کارفرمایان این تصور غلط را دارند که قانون فوق صرفاً قانون بازنشستگی زودتر از موعد است.

به گزارش چاپ و نشر بازنشستگی پیش از موعد و زدودن عوامل سخت و زیان آور از محیط کار دو روی سکه‌ای هستند که به نام قانون بازنشستگی مشاغل سخت و زیان آور ضرب خورده‌است، اساس قانونی که در سال ۱۳۷۱ و در رابطه با بازنشستگی پیش از موعد مشاغل سخت و زیان آور به تصویب رسید، تمامی کارفرمایان مشمول موظفند تا در کنار فراهم کردن شرایط بازنشستگی پیش از موعد کارگران دارای شغل سخت و زیان آور حداقل ظرف مدت دو سال نسبت به ایمن سازی کارگاه و زدودن عوامل سخت و زیان آور از محیط کار اقدام کنند.

با این حال سالهاست که در روند اجرای قانون مذکور همه توجه کارگران و نهادهای صنفی آنها معطوف به روی یک سکه و آنهم بازنشستگی پیش از موعد کارگر بوده است و در عمل اقدام کارفرمایان برای زدودن عوامل سخت و زیان آور از محیط‌های شغلی کمتر مورد توجه نهادهای صنفی کارگری قرار گرفته است.

به ادعای کنشگران حقوقی عرصه روابط کار در حالی صیانت از سلامتی جسمی و روحی کارگر هدف اصلی نویسندگان قانون بازنشستگی مشاغل سخت و زیان آور، بوده است اما در روند اجرا این قانون بیشتر به ابزاری برای سرعت بخشیدن به منفع شدن کارگر از محیط کار تبدیل شده است که در نتیجه آن هم کارگر از شرایط بازنشستگی خود راضی است و هم کارفرما از داشتن فرصتی برای در اختیار داشتن امکان تعدیل نیروی انسانی خرسند است و در عمل کسی باقی‌نمی‌ماند تا پیگیری ایمن سازی محیط کار باشد.

در همین رابطه «علیرضا حیدری» فعال صنفی کارگری می‌گوید که هدف قانونگذار از تصویب قانون سخت و زیان آور، حفظ سلامت نیروی کار است این در حالی است که تفسیر اشتباه از این قانون بحران ساز شده است.

حیدری با بیان اینکه عده‌ای از کارفرمایان این تصور غلط را دارند که قانون فوق صرفاً قانون بازنشستگی زودتر از موعد است، می‌گوید: آیین‌نامه مشاغل سخت زیان آور مشاغل سخت را به دو دسته تقسیم کرده است. دسته اول مشاغلی هستند که سختی و زیان آور آنها با به کارگیری تمهیداتی قابل حذف است اما دسته دوم کارها ماهیتاً سخت هستند که می‌توان سختی آنها را کاهش داد. این در حالی است که همین برداشت‌های سطحی از این قانون موجب شده است تا کارفرمایان حتی گامی در جهت حذف سختی و زیان آور بودن برخی از کارها که شامل دسته اول می‌شوند، برندارند نمی‌دهند که همین امر هزینه‌های زیادی را بر روی دست سازمان تأمین اجتماعی در پرداخت مستمری می‌گذارد.

این فعال صنفی کارگری در ادامه با بیان اینکه کارگری که با این شرایط بازنشست می‌شود به جای ۳۰ سال، ۲۰ سال حق بیمه پرداخت می‌کند، تصریح می‌کند: وقتی به سادگی می‌توان سختی و زیان بودن یک کار را حذف کرد نمی‌بایست فشار بازنشستگی زودتر از موعد را به کارگران تحمیل کرد.

حیدری با تأکید بر اینکه «ایمن سازی محیط کارگاه» و «حفظ جان کارگران» باید در اولویت سیاست‌گذاری‌های رفاهی باشد، افزود: این کارگران هستند که تولید را به مثابه نظام حیات جمعی پیش می‌برند از این رو حفظ جان آنها باید به هر طریقی در اولویت باشد.



بازسازی یک شرکت



■ نوشته: رزماری موناکو
ROSMARIE MONACO
 ■ ترجمه: محمود سمیعی

برای اینکه شرکتی بتواند به بازسازی و رشد فزاینده‌ای برسد بایستی از نیروهای جوان و مستعد و خلاق برای رشد و توسعه شرکت استفاده کند. جوانگرایی در تجارت امری کاملاً عادی است. معمولاً شرکت‌ها در سراسر دنیا برای اینکه خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهند، دست به باز تعریف از خود می‌زنند تا بدانند که چه هستند و چطور می‌توانند بهترین خدمات را به مشتری ارائه کنند و آنان را راضی نگه دارند.

برای مثال شرکت‌های صاحب رسانه دائماً به این می‌اندیشند که مشتری چه روشی را برای رشد شرکت خود می‌پسندد و بر اساس آن روش، روند کاری خود را تغییر می‌دهند. شرکت‌های گرافیکی برای بازسازی و راه‌اندازی مجدد کار چندانی برای شما نمی‌کنند. بخاطر بسپارید زمانی را که چاپچی‌ها در خدمت دفاتر چاپی در می‌آیند و فروشگاه‌های پیش از چاپ چاپگر می‌شوند. شما گیج می‌شوید که واقعا کدامیک کار چاپی انجام می‌دهند؟ چرا که ظاهراً همگی تبدیل به کسانی شده‌اند که کار چاپی می‌کنند. اگرچه اختلاف بین صنایع با تکنولوژی بالا (High-Tech) و وضعیت صنعت چاپ، تغییراتی را در نرخ‌ها بوجود آورده است. با این وجود امروزه بدون در نظر گرفتن صنایع خاصی، انجام تجارت برای هر شرکتی بستگی به میزان تکنولوژی‌ای دارد که در آن شرکت استفاده می‌شود و شرکت‌هایی که خود را با شرایط و تکنولوژی روز منطبق نکنند بایستی میدان را خالی کرده و جای خود را به شرکت‌های به‌روز شده دیگری بسپارند.

■ مفهوم بازسازی

بازسازی یا تجدیدنظر در تولید به این معنی است که مشتری تا چه میزان شما را درک می‌کند و به پیشنهاد شما فکر می‌کند. امروزه کسانی را در جامعه چاپی می‌بینید که خدمات چاپی ویژه‌ای را به شما ارائه می‌کنند، به این افراد (Print Service Pro- vides=Psp) می‌گویند. در واقع این افراد مشاورین خدمات چاپی هستند و به مشتریانشان حتی بیشتر از چاپ خدمات ارائه می‌دهند. مثلاً علاوه بر محدوده کامل چاپ از ایمیل‌های مستقیم شخصی برای ساختن بسته‌های تبلیغاتی خوب استفاده می‌کنند. نیز پیشنهاد بازار چندرسانه‌ای را هم در کار خود دارند. آن‌ها می‌توانند حتی شریک بازاریابی شما باشند اما در صورتی که مشتری بخواهد بداند که این افراد (Psp) چه کسانی هستند و چه ویژگی‌هایی بایستی داشته باشند. هفت مرحله بازسازی شرکت می‌تواند کمک شایانی به آنها کند.

■ درک تغییرات در بازار و بازاریابی

مرحله اول: معمولاً بازار تمایل دارد که خبرهای متفاوتی را در رابطه با فعالیت خود به دست آورد. اما چیزهایی وجود دارد که برای همگی مشترک است و همه باید بدانند.

اول: باید بدانید که چاپ مطالب از روی شبکه وب به میزان بسیار زیادی افزایش یافته است. مشتری امروزی ترجیح می‌دهد که خریدهایش را بیشتر از شبکه وب مثلاً آمازون به صورت اینترنتی خریداری کند تا اینکه به فروشگاه رفته و آنرا بخرد. این روش یعنی خرید از محیط کسب و کاری به محیط کسب و کار دیگر در شبکه اینترنتی توسعه فراوانی یافته است و کار برای مشتری راحت شده و به آسانی می‌تواند همه کالاهایش را از شبکه اینترنتی خریداری کند.

گروه فنسوی (Fenway Group) یکی از همین گروه‌هایی است که در شهر بوستون آمریکا کار می‌کند، این گروه بطور خاص از چاپ در شبکه وب برای مشتریان استفاده می‌کند. مالک شرکت ریک سندز (Rick Sands) می‌گوید: هرگونه خدمات ارتباطی بازاریابی در آینده یعنی قرن بیست و یکم نیازمند این هستند که در طرح بعضی از فرم‌های شبکه چاپی در وب و تجارت الکترونیکی حضور فعال داشته باشد. وی برای مشتری‌های خود و نیز برای جذب مشتریان جدید و فعلی طرح ارزش افزوده را ایجاد کرده است.

دوم: همانطور که در بازار مشاهده می‌کنید صنعت بسته‌بندی خیلی پرونق شده است. در حالی که سخت‌افزارهای بسته‌بندی هر روز کوچک‌تر می‌شوند ولی بسته‌بندی‌های جدید بسیار شیک و خیره کننده شده

و انسان را متحیر می‌کنند. علاوه بر آن، رشد صنعت بسته‌بندی افزایش بیشتری پیدا کرده و بسته‌های جدید همانند بسته‌های قدیمی که با پرچسب‌هایی که روی کارتن‌های حمل و نقل می‌زدند، نیستند و کاملاً دگرگون شده‌اند.

سوم: امروزه بازاریابان داده‌محور شده‌اند یعنی بر اساس اطلاعاتی که دارند برنامه‌ریزی می‌کنند. فراهم آوردن وسیله‌ای برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها کاری منتقدانه و بحث برانگیز است.

جوئل کواد راکسی (Joel Quadracci) از شرکت کواد گرافیک (Quad Graphic Ceo) می‌گوید: بازاریابان از کانال‌های مختلفی برای کار خود استفاده می‌کنند اما براحتی نمی‌توانند این کانال‌ها را ارزیابی و اندازه‌گیری کنند و از طرفی احتیاج به این دارند که تأثیر کانال خود را بر سایر کانال‌ها بدانند. آن‌ها بدنبال این مسأله هستند که زمانی که مصرف کننده به سراغ کالای شما می‌آید، آن‌ها به دنبال این هستند که این ارجاء بخاطر ایمیلی است که به او داده شده و یا اینکه بخاطر پیامک موبایل است و یا نام‌رسان از طریق نامه وی را به خرید کالای شما ترغیب کرده است. شرکت کواد گرافیک (Quad Graphic) از داده‌های ارباب‌رجوع یا از منبع شخص ثالثی برای جذابیت بخشیدن در کمپین‌ها استفاده می‌کند.

چهارم: فرم‌ها و فرمت‌های پهن، نرم هستند و چاپ بر روی پارچه‌های نساجی حمل و نقل را آسان‌تر و برنامه‌های کاربردی گسترده‌تر و مقرون به صرفه‌تر می‌کنند. این روش چاپی درهای جدیدی را به بازارهای نوین مثل چاپ دکورهای مختلف مانند دکور نمایشگاه‌های مد، دکور خانه و دکورهای تجاری را باز می‌کند. اگر می‌خواهید رشد و توسعه بازار را به خوبی بشناسید بایستی از هوش و استعداد صنعتی خویش استفاده کرده و حتی از مشتریان خود هم می‌توانید یاد بگیرید که نبض بازار چطور تغییر می‌کند.

■ نیازهای مشتریان را بخوبی بفهمید

مرحله دوم: باید بدانید که مشتریان شما چه کسانی هستند؟ آیا شما از ابتدای کار با آن‌ها یا با بازاریابان کار می‌کردید؟ وقتی شما از چند کانال بازاریابی استفاده می‌کنید نیاز به یک بازاریاب حرفه‌ای دارید. اگر با آن‌ها کار می‌کنید، در نظر داشته باشید که بایستی قواعد بازی با آن‌ها را رعایت کنید و اجازه دهید که آن‌ها مورد نظر شما خلاقیت و استراتژی کار را به پیش ببرد.

بدون در نظر گرفتن اینکه با چه کسی کار می‌کنید به مشتریانان تا حد ممکن نزدیک شوید، سعی کنید که بفهمید مشکلات مشتری چیست و راه حل مناسبی را



طراح و سازنده

انواع دستگاههای شماره زن، پرفراز
طلاکوب دیجیتالی، انواع برس
و ملزومات وابسته صحافی و چاپ

تجهیز دستی
ایرانی

اعطای نمایندگی با شرایط ویژه

وعده دیدار ما

۲۴ نمایشگاه بین المللی چاپ وابسته بندی و ماشین آلات وابسته سالن ۶
۱۴ نمایشگاه بین المللی تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته سالن ۶

تهران، خیابان پیروزی، بعد از سه راه سلیمانیه
خیابان شهید دریاباری، خیابان شهید محبی، پلاک ۷۹
تلفن: ۳۳۳۱۷۶۵۳
۰۹۱۲۴۸۰۴۶۲۵

NP 297

دستگاه شماره زن





■ یک برنامه را ایجاد و دنبال کنید

مرحله ششم: اکنون شما در مرحله‌ای هستید که می‌توانید استراتژی‌ها و تاکتیک‌هایی را که متعهد به انجامشان بوده‌اید روی کاغذ بیاورید. برنامه‌ای را انتخاب کنید که به شما اجازه می‌دهد به جای تلاش به انجام هر چیزی که به طور ناگهانی است، تغییرات تدریجی و پشت سر هم را مدنظر داشته باشید. برای این منظور از یک کار جدید شروع و بعد از اینکه کارتان را شروع کردید، کارهای دیگر را به تدریج به آن اضافه کنید. سعی کنید یک برنامه زمان‌بندی شده و کامل بریزید و آن را جایی قرار دهید که هر روز جلوی چشمتان باشد و آن را برای تمام شبیه‌هایی که مشمول این برنامه می‌شوند، ارسال کنید تا همیشه به عنوان یادآوری مدنظرشان باشد و از این طریق شما هم به نقطه عطف و یا مرحله‌ای برجسته از زندگی‌تان رسیده باشید.

■ برنامه بازاریابی را بریزید که شما را ارتقاء بخشد

مرحله هفتم: اگر نام شرکت شما Standard Printing Company به معنی شرکت چاپ استاندارد است. سعی کنید که آنرا تغییر دهید و به جای کلمه Printing از کلمه Print استفاده کنید که حالتی دیگر از همان کلمه است و مفهوم چاپ را هم در بر دارد. اگر اسم شرکت شما اسمی مثل گروه فنوی (Fenway Group) است. ابتدا مطمئن شوید که این اسم در بر دارنده تمام ویژگی‌هایی است که آن شرکت را شامل می‌شود یا نه؟ Fanway فنوی هرگز از اسم Printer به معنی چاپگر در نامش که سازمانش را معرفی کند و بیانگر خدمات چاپی باشد استفاده نکرده. سعی کنید برای نام برند خود عنوانی انتخاب کنید که مفهوم بازاریابی هم در آن نهفته باشد. در ضمن از یکی مشتریانتان بخواهید که برای مطرح کردن هویت جدیدتان به شما کمک کند.

از قابلیت‌های خود برای ارائه خدمات به مشتری استفاده کنید. اگر پیامکی شخصی بطور مستقیم و یا بازاریابی چندکاناله‌ای به شما پیشنهاد شد، آنرا بپذیرید و از آن استفاده کنید و وقتی شما در شرکتی کار می‌کنید ممکن است نمونه‌های اظهارنظرهای رادیکال در آن آژانس در مورد مطالب کاری مطرح شود این اظهارنظرها می‌توانند مزایای زیادی داشته باشند. این بیانات یا اظهارنظرهای کارکنان، ممکن است از چاپ روی سطوح ناهم‌سطح گرفته تا جمع‌آوری اطلاعات حیاتی برای شرکت باشد. از این نظرات هم استفاده کنید. با استفاده از روش‌های ارائه شده می‌توانید شرکت خود را بازسازی کرده و به خوبی ارتقا دهید.

مختلف احتیاج دارید که به کار و مأموریت شما برای اجرای کار باور داشته باشند. ابتدا بایستی با این تیم به توافق برسید. جلسات مشاوره با هر یک از بخش‌ها را برنامه‌ریزی کرده و اجرا کنید. به کارکنانتان اجازه دهید که عقایدشان را بر احتی مطرح کنند. با بخش تکرار «خدمات مشتری» که ممکن است با مشتری بیشتر از شما نزدیک باشند در تماس باشید. ضروری است که برای موفقیت خود، کل افراد اصلی سازمان در هیات مدیره شرکت داده شوند.

■ ایجاد عملکرد قوی

مرحله پنجم: به تحلیل عملکرد خود بنشینید و بررسی کنید که آیا افراد و تکنولوژی و زیرساخت لازم را برای یک کار مفید دارید؟ در نظر بگیرید که احتیاج به چه ملزومات و نرم‌افزارهایی دارید؟ به گردش کار اتوماتیک نیز بها دهید. شما به یک سیستم MIS نیاز دارید که به شما اجازه جمع‌آوری اطلاعات، تولید ساده، کنترل چند تکنولوژی کاربردی مختلف و هزینه‌های پایین‌تر را بدهد. امروزه بسیاری از تکنولوژی‌های جدید برای استفاده آسان در کارها و داشتن دوره آموزشی کوتاه‌مدت طراحی شده‌اند همچنانکه شما گردش کارتان را ساده می‌کنید، احتمالاً بتوانید کارکنان فعلی‌تان را هم باآموزی کنید. شاید هم نیاز به کارگیری استعدادهای جدید داشته باشید. ممکن است یک بازاریاب حرفه‌ای یا کسی که بتواند مظنه بازار را درک کند تحرکی در بازار به وجود آورد لازمه کار شما باشد که در این صورت این فرد بهتر است به گروه شما اضافه شود. ادامه خدمات برای مشتری یک عنصر کلیدی برای کار موفقیت‌آمیز است. به این فکر کنید که چطور با مشتری‌هایتان ارتباط برقرار کنید.

که می‌تواند آن مشکل را حل کند را پیشنهاد کنید. بقول کواد راکسی (Quadracci) با مشتری‌هایتان بایستی تعامل داشته باشید. به آنها کمک کنید که کالاهایشان را هر جایی که مناسب به نظر می‌رسد و آنها تمایل دارند، بفروشند.

■ اهداف استراتژیک خود را انتخاب کنید

مرحله سوم: در ابتدا با مشتری‌های همیشگی و ثابت کارتان را آغاز کنید. سپس می‌توانید با مطالعات موردی روی مشتری‌های جدید کار کرده و آنها را نیز جذب کنید. اگر با مشتریان خود رابطه نزدیکی دارید و آنها به شما اعتماد دارند، می‌توانید مساله کاری تجاری خود را با آنها در میان بگذارید. از کانال‌های ارتباطی خاص استفاده کنید. شاید بتوانید محصولاتتان را بصورت آنلاین برای طیف گسترده‌ای از مشتریان عرضه کرده و بفروشید. احتمال ورود به بازارهای جدید مثل برجسب زدن (Labeling) بسته‌بندی (Packaging) و یا چاپ پارچه (Textile Printing) را هم در نظر داشته باشید.

تصمیم بگیرید که چطور می‌خواهید در جمع مطرح شوید و چه چیزی برای شما مهم است که بایستی آن را دقیق بدانید و چطور می‌خواهید در یک جلسه عمومی حاضر شوید و خودتان را به عنوان یک شریک بازاریابی، یک تحلیلگر استراتژیک و یا یک کارشناسی که ذهن مشتریانش را بر احتی می‌خواند (نه اینکه تصور شود که یک چاپگر همه کاره و هیچ کاره هستید) مطرح کنید.

■ توافق با سازمان

مرحله چهارم: شما به یک تیم متمرکز از مدیران و کارکنان اداری تا اپراتورها و مدیران بخش‌های



مجموع چاپ کریمی



تولید تخصصی انواع سررسمی

چاپ ۵ رنگ، ۴ رنگ، ۲ رنگ، تک رنگ

با قابلیت چاپ ۴۰ گرم تا ۷۰۰ گرم

طراحی و لیتوگرافی

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

لتر پرس، جعبه چسبان، دایکات و طلاکوب

سلفون حرارتی، UV موضعی و سیلندری



خیابان دماوند، بین اتحاد و

جشنواره، کوچه رحیمی، پلاک ۱۷

۷۷۷ ۹۵ ۲۲۶ - ۷۷۳ ۵۷ ۵۷۴

@chapekarimi

www.Karimiprint.com



معرفی محصولات فرهنگی



تست مامان

نویسنده: راب فیتز پاتریک
مترجم: ابوالفضل طاهریان ریزی
ناشر: انتشارات طاهریان
قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

اکثر مردم معتقد هستند که نباید خوب بودن یا نبودن ایده‌هایتان را از مامان خود پرسید. اگر این سوال را از مامان خود پرسید، به دلیل اینکه خیلی شما را دوست دارد، بیشترین دروغ را به شما می‌گوید تا دلتان را نشکند. در واقع این سوال، سوال درستی نیست؛ زیرا هر کسی را ترغیب می‌کند که در پاسخگویی به شما صادق نباشد.

روبرو شدن با مشتری یک واقعیت غیر قابل اجتناب در هر کسب و کار است و خیلی از افراد با مشتری صحبت می‌کنند، از وی سوال می‌پرسند و پاسخ‌ها را دسته‌بندی کرده و به کار می‌برند. اما چرا بیشتر کالاهایی که بر پایه این نظرسنجی‌ها تولید می‌شوند را کسی خریداری نمی‌کند؟! مگر هدف، سوال کردن از مشتری‌ها و رفع نیاز آنان و بالا بردن فروش نبوده پس چرا این کالا به فروش نمی‌رسد؟ دلیل مهم این قبیل مشکلات، آن است که ما سوالات اشتباهی را از مشتریان خود می‌پرسیم. رویکرد اصلی و مهم این کتاب، در مورد نحوه سوال کردن از مشتری برای دریافت ایده‌آل‌ترین پاسخ‌های ممکن است.

تلفن: ۰۶۶۹۷۰۷۶۷ - ۰۶۶۹۲۷۳۳
www.taherianpress.ir



مدیریت خود

پدیدآورنده: انتشارات هاروارد
مترجم: شیرین رفیعی
ناشر: انتشارات آموخته
قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

اگر تاکنون هیچ مطالعه‌ای در زمینه مدیریت خود نداشته‌اید، این ۱۰ مقاله بی‌بدیل هاروارد را از دست ندهید. این کتاب، حاصل گزینش بهترین مقالاتی است که هاروارد از میان صدها مقاله منتشر شده خود انتخاب کرده است. این مجموعه کاربردی به شما در بهبود و توسعه فردی کمک خواهد کرد.

این کتاب به شما کمک می‌کند:

- عمیق‌ترین ارزش‌های خود را بشناسید
- بازخوردهای منصفانه از دیگران دریافت کنید
- انرژی جسمی و ذهنی خود را باز یابید
- بین کار، خانه، اجتماع و خود تعادل ایجاد کنید
- انرژی مثبت خود را به دیگران منتقل کنید
- روزهای سخت و دشوار را به راحتی پشت سر بگذارید
- از حواس‌پرتی‌ها و آشفتگی‌ها بکاهید و ...

تلفن: ۰۳۱-۳۲۶۱۶۳۶۰
www.amookhteh.ir



برخورد با کودک و نوجوان

ستیزه‌جو

نویسنده: سوزان اپشتین
مترجم: ساناز آقاخانی
ناشر: انتشارات ارجمند
قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

این کتاب ترکیبی خلاقانه از تکنیک‌های فرزندپروری و روان‌درمانی است و می‌تواند به وارد کردن و درگیر ساختن حتی سرسخت‌ترین مراجعان در فرآیند درمان کمک کند.

رویکردهای خلاقانه و جالب نویسنده می‌تواند مشکلاتی نظیر اوتیسم، کم‌توجهی، بیش‌فعالی، اختلالات پردازش حسی و مشکلات جسمی، روانی و هیجانی دیگر را در هر سنی پوشش دهد. این کتاب مملو از کاربرگ‌ها و ابزارهای ارزیابی گام‌به‌گام است. از ویژگی‌های بارز کتاب می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ایده‌هایی جدید برای کمک به خودتنظیمی، برقراری ارتباط و ایجاد صمیمیت
- استفاده از توجه‌آگاهی برای درمان و پرورش کودک و نوجوان موفق و مسئولیت‌پذیر
- مداخلاتی برای اختلال کم‌توجهی، بیش‌فعالی و مشکلات درگیر کردن این کودکان در فرآیند درمان
- طرح‌های درمانی برای جلسات درمان و منزل.

تلفن: ۰۸۸۹۸۲۰۴۰ - ۰۸۸۹۷۷۰۰۲
www.arjmandpub.com

چاپ و نشر آمادگی دارد کتب ناشران، مؤلفان یا مترجمان در زمینه‌های «چاپ»، «نشر»، «بسته‌بندی»، «مدیریت»، «بازاریابی»، «تبلیغات»، «موفقیت» و «سبک زندگی» را در صفحه معرفی محصولات فرهنگی، به صورت رایگان معرفی نماید. در صورت تمایل، آثار خود را برای معرفی به دفتر نشریه ارسال و یا با دفتر نشریه تماس حاصل نمایید.

تلفن تماس: ۰۲۱-۷۷۲۴۰۶۹۰

مرکز فروش تامین قطعات

ضرورت و نیاز چاپخانه‌ها



| Kodak | creo |

| HEIDELBERG |

خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان ژاندارمری، پلاک ۸۲

تلفن: ۰۹۱۲۲۰۲۲۴۷۸ - ۶۶۴۰۳۱۱۱ (خط ۵)

همراه: ۰۹۱۲۲۰۲۲۴۷۸ - ۰۹۱۲۱۲۵۷۴۴۴

تلفن آلمان: ۱۵۷۸۸۶۹۳۱۵۷ - ۱۵۷۸۴۰۵۸۵۶۰ (+۴۹)

Email: raminlitho@yahoo.com - ramtinias@yahoo.com

مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی

پلیت‌سترهای کرنو، هایدلبرگ و کداک

تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰ وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات

با کادر مهندسی دوره‌دیده و مجرب

■ عشق و علاقه به صنعت چاپ

عباس عصاری‌نژاد، مدیر چاپ حریر، درباره اینکه چگونه وارد عرصه چاپ شده است می‌گوید: بنده تقریباً ۵۰ سال است که وارد حوزه صنعت چاپ شده‌ام و در چاپخانه‌های گوناگون کار کردم بنده در ابتدا در چاپ رحیمی در بازار مشغول به کار شدم. و کار



را با ماشین‌های دستی انجام می‌دادم. بنده ۳۰ سال در چاپ رحیمی کار کردم. و کارهای جای عقاب، کادو بازار و جعبه پیراهن، تقویم و... انجام می‌دادیم و ۳۰ سال کارگری کردم و بعد از ۳۰ سال تجربه کاری در سال ۵۸ برای خود چاپخانه تأسیس کردم. در ابتدا با یک دستگاه ملخی شروع به کار کردم و در حال حاضر با وجود ۸ نفر در چاپخانه با دستگاه‌های ملخی، GTO تک‌رنگ و چهار رنگ کارهایی چون پوستر، کاتالوگ، فاکتور و... چاپ می‌کنیم.

وی در خصوص مشکلات صنعت چاپ افزود: یکی از مشکلاتی که امروزه اکثر چاپخانه‌داران با آن درگیر هستند مالیات بر ارزش افزوده می‌باشد. که اعضای چاپخانه‌دار باید به صورت فصلی مبالغ زیادی را به اداره دارایی و مالیات پرداخت کنند و با دوندگی‌های بسیاری باید ثابت کنیم مبلغی را که در نظر گرفتند، درست نیست.

عصاری‌نژاد درباره این سؤال که آیا از اینکه چاپچی هستید راضی هستید اظهار داشت: بله بنده با علاقه ای که داشتم وارد عرصه صنعت چاپ شدم اگر علاقهای وجود نداشت در حال حاضر به ۵۰ سال تجربه کاری تبدیل نمی‌شد.

مدیر چاپ حریر، یکی از دغدغه‌های صنعت چاپ را



در خریداری ماشین‌آلات چاپ دانست و بیان کرد: ما اگر بخواهیم به فکر توسعه چاپخانه‌هایمان باشیم کار بسیار سخت و مشکلی را پیش رو خواهیم داشت. زیرا در ابتدا دستگاه‌های چاپ را نمی‌توانیم پیدا کنیم و اگر به سختی هم پیدا کنیم، دست دوم با قیمت بسیار بالا هستند به همین خاطر توانایی خرید ماشین‌آلات جدید و به روزی را در چاپخانه نداریم.

وی در پایان اظهارات خود اشاره کرد: خداروشکر تعاونی کمک بزرگی در بخش خرید ملزومات چاپ به چاپخانه‌داران کرده است.

■ مدارا با دستگاه‌های چاپ قدیمی

محمدرسول قیصری، مدیر چاپ مهارت، درباره اینکه چگونه کار خود را در حوزه صنعت چاپ آغاز کرده است می‌گوید: از سال ۴۰ وارد حوزه صنعت چاپ شده‌ام. بنده در ابتدا در کنار آقای ماهری در چاپ ماهر در کوچه کتابخانه ملک واقع در بازار بین‌الحرمین به مدت ۴ سال مشغول به کار چاپ



مسطح شدم و کار چاپ را از ایشان یاد گرفتم. بعد از آن به چاپ رشدیه به مدیریت ولی‌الله رشدیه رفتم و در آنجا با چاپ افست آشنا شدم. در ابتدا در قسمت لیتوگرافی مشغول شدم و کار فیلم، زینک و لیتوگرافی را آموزش

دیدم و بعد از مدتی ماشینخانه را به بنده سپردند. مدیر چاپ مهارت اضافه کرد: بعد از مدتی به فکر این افتادم که برای خودم کار کنم چون احساس می‌کردم تا ابد نباید کارگری کنم. بعد با آقای دوانگری مدیر چاپخانه مروی شریک شدم و یک دستگاه رولند خریداری کردیم در سال ۵۷ با چهار نفر شریک و یک دستگاه برش و چاپ، زیرزمینی را با یک میلیون دویست هزار تومان تأسیس کردیم. و همکاری ما تا سال ۶۰ با آقای دوانگری ادامه داشت و بعد چاپخانه را به ما واگذار کردند. وی ادامه داد: در حال حاضر دستگاه‌های موجود در



چاپخانه، هایدلبرگ تک‌رنگ، رولند فاوریت (دو ورقی تک‌رنگ) می‌باشد و کار ما بیشتر مربوط به چاپ کتاب است. شاید از یک سال، شش ماه در سال مشغول کار باشیم و با رکود کاری مواجه هستیم. خوشبختانه خدا شریک خوبی نصیب ما کرده و گرفتاری روحی و روانی در محیط کار نداریم و این بهترین دلخوشی بنده است. قیصری در پایان مشکلات صنعت چاپ را نبود کار و نداشتن قدرت برای خریداری ماشین‌آلات جدید دانست و بیان کرد: ماشین‌آلاتی که در چاپخانه‌ها موجود است همه قدیمی هستند. و چون قدرت خرید نداریم مجبور هستیم که با همین ماشین‌آلات مدارا کنیم.

■ به فکر توسعه چاپخانه نیستیم

علی اصغر ظریفیان صنعتگر، مدیر چاپ صنعتکار درباره آغاز کار خود در حوزه صنعت چاپ می‌گوید: بنده از کلاس سوم ابتدایی به این صنعت علاقمند شدم، یکی از بچه‌ها در آن زمان حروف آورده بود که اسم و فامیلش را حروفچینی کند، ناخودگانه به این شغل علاقمند شدم. کلاس ششم را که تمام کردم رفتم در چاپخانه زوار در مشهد مشغول به کار شدم و از سن ۲۰ سالگی به تهران آمدم و مدتی در چاپ چهار مشغول به کار حروفچینی و فرم‌بندی نزد آقای سرخابی در منوچهری شدم.

وی ادامه داد: بعد از چاپ چهار در چاپ پیروز به مدیریت آقای میرمحمدی و بعد از آن حدود ۱۲ سال ناظر چاپ کتاب‌های درسی شدم. در حین اینکه مشغول به کار در چاپ و نشر کتاب‌های درسی بودم درخواست متقاضیان به کار چاپخانه‌ها شروع شد و بنده هم در اسامی نویسی جواز چاپخانه شرکت کردم و از ۲۰۰ نفری که ثبت نام کرده بودند بنده سوم شدم تقریباً سال ۵۰ بود که پیگیری شدم و رفتم جواز چاپ را گرفتم.

ظریفیان صنعتگر، در حال حاضر درباره ماشین‌آلات موجود در چاپخانه می‌گوید: در چاپخانه ما دو دستگاه GTO، ملخی تک‌رنگ و برش موجود می‌باشد.



وی درباره مشکلات صنعت چاپ اظهار داشت: چاپخانه‌داران با مشکلاتی همچون، کمبود کاغذ و مقوا، نبود نرخ ثابت در بین اعضای چاپخانه‌دار، مالیات بر

M.G.K

با بیش از ۲۰ سال سابقه

موسسه قالبسازی کیهان

مجهز به سیستم برش لیزری و خم کن اتوماتیک
سازنده انواع قالب های برش لیزری
جعبه، کارتن، اتیکت، واشر

نمایشگاه بین المللی
چاپ، بسته بندی و کارتن سازی
تهران ۲۲ تا ۲۵ آذر ۹۶



تهران، سعیدی شمالی، جنب بیمارستان امیر علم، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷
۰۹۱۲۳۵۸۰۰۸۶ | ۶۶۷۲۶۲۸۸ | ۶۶۷۵۶۲۰۱ - ۶۶۷۵۶۲۰۰
www.shigh-pack.com | ghalebsazi_keyhan@yahoo.com

Big MUG

The Biggest
Ceramics Mug
Suppliers of Iran



تهران، خیابان ۱۵ خرداد شرقی، کوی صادق پور
کوی حبیبان العباسی، پلاک ۴، واحد ۱
تلفن: ۰۹۷۵ - ۳۳۵۵ - ۳۳۵۵ | ۳۳۵۵ - ۳۳۵۵ - ۳۳۵۵
جهت دریافت لیست قیمت عدد ۱ را به سامانه
۰۹۷۵ - ۳۳۵۵ ارسال نمایید.

www.big-mug.com | doberair1@yahoo.com
doberaco | SMS: 02133550975

بزرگترین مرکز فروش ماگ سرامیک ایران

ارزش افزوده - قرار بود چاپخانه‌داران از مالیات معاف باشند ولی فعلا خبری از معافیت نشده است و فقط قولش را دادند ولی به آن عمل نکردند - روبرو هستند. بنده به فکر توسعه چاپخانه نیستم زیرا مشکلات زیادی در این صنعت داریم که مانع توسعه چاپخانه می‌شود.

مدیر چاپ صنعتکار پیشنهاد کرد: اگر شرکت تعاونی بتواند کاغذ را با قیمت پایین‌تری در اختیار چاپخانه‌داران قرار دهد فشار کاری کمتر شده و بهتر می‌توانیم کار کنیم.

■ عقب ماندن از تکنولوژی روز دنیا

فرزین قاسملو مدیر چاپ و نشر نگارستان، درباره انگیزه احداث چاپ و نشر نگارستان می‌گوید: پدر بنده در سال ۵۰ رئیس چاپخانه ارتش بود و بعد از اینکه دیپلم خود را گرفته قرار بود که به دانشگاه برای ادامه تحصیل بروم که با انقلاب کردن دانشگاه‌ها تعطیل شد. پدر بنده خیلی علاقه داشتند که بنده از نزدیک چاپخانه را ببینم. با توجه به اینکه عمو و شوهر دخترعمه بنده از پیشکسوتان لیتوگرافی ایران بودند در بین تحصیل دوره‌هایی را در لیتوگرافی عمو و همچنین نزد پدرم در چاپخانه دیدم.



وی ادامه داد: همزمان با ادامه تحصیل، یک شرکت تبلیغاتی با یک فرانسوی تأسیس کردیم که کل بازی‌های آسیایی تهران کارهای تبلیغاتی‌شان دست شرکت ما بود. بنده با تجربه کاری که در لیتوگرافی، چاپ و تبلیغات کسب کرده بودم از سال ۵۷ چاپ و نشر نگارستان را در خیابان بهشتی با ماشین یک و نیم ورقی، افس، برش و ملخی تأسیس کردم. در حال حاضر چاپخانه شامل دستگاه‌های ملخی، چهار رنگ دو ورقی، دو رنگ دو ورقی، تکرنگ دو ورقی، جی‌تی‌او، لترپرس و یک دستگاه ملخی بزرگ برای طلاکوب، دستگاه سفون کشی گرم و دستگاه UV می‌باشد.

مدیر چاپ و نشر نگارستان، آینده صنعت چاپ را خطرناک پیش‌بینی کرد و افزود: بخاطر مسائل اقتصادی که در حال حاضر با آن مواجه هستیم چاپخانه‌ها می‌خواهند مجهز به دستگاه‌های جدید شوند ولی با این تغییراتی که در نرخ ارز به وجود می‌آید کسی جرات نمی‌کند که اقدام به به‌روزرسانی چاپخانه‌ی خود کند. اکثر چاپخانه‌داران به دنبال ماشین‌های دست دوم یا خرید دستگاه‌های داخلی هستند. با وجود ماشین‌آلاتی که در حال حاضر در کشور است نمی‌توانیم با تکنولوژی‌های روز دنیا رقابت کنیم.

وی تأکید کرد: وزارت ارشاد اسلامی تا سال ۷۲

آن تعلق می‌گیرد که متأسفانه این کار حرفه‌ای نیست. وی رقابت ناسالم بین اعضای چاپخانه‌داران را یکی از مشکلات صنعت چاپ بیان کرد و افزود: متأسفانه نرخ ثابت در بین اعضای چاپخانه‌دار وجود ندارد. تا سال ۷۲ وزارت ارشاد اسلامی نظارت خوبی از چاپخانه‌ها داشتند و اجازه نمی‌دادند چنین اتفاقاتی رخ دهد ولی در حال حاضر این نظارت و کنترل وجود ندارد.

■ فراموش شدن صنعت چاپ

نعمت‌الله بهمن مدیر چاپ فروردین در خصوص حضورش در صنعت چاپ می‌گوید: بنده از سال ۴۷ وارد عرصه چاپ شدم. برادر بنده مدیر چاپ و نشر دانشگاه تربیت معلم بود و بنده توسط برادرم به چاپ علاقه مند شدم. فکر می‌کردم که چاپخانه‌دار بودن شغل خوبی است. به همین خاطر در چاپخانه‌های مختلفی فعالیت داشتم. زمانی که در چاپخانه‌های مختلف کار می‌کردم راهی برام باز شد که درخواست جواز چاپ به وزارت ارشاد دادم که در آن زمان وزارت ارشاد اسلامی تهران موافقت نکرد.



وی ادامه داد: درخواست خود را به وزارت ارشاد کرج ارجاع دادم و در کرج با تقاضای بنده موافقت شد و جواز چاپ را صادر کردند که بعد از آن



انقلاب شد. دوباره طی یک نامه‌ای به وزارت ارشاد به تهران آمدم و با یک ملخی GTO در سال ۵۹ چاپخانه فروردین را تأسیس کردم و مشغول به کار شدم.

بهمن در خصوص این سؤال ما که آیا از اینکه چاپچی هستید راضی هستید اظهار داشت: چاپخانه‌دار بودن شغل بسیار خوبی است ولی متأسفانه وضع و حال فعلی چاپ خوب نیست. ما الان یک کارگر خواهیم نمی‌توانیم پیدا کنیم زیرا چاپخانه درآمد ندارد و موقعی که درآمد نباشد کارگر هم نمی‌تواند در چاپخانه تأمین شود. متأسفانه صنعت چاپ به فراموشی سپرده شده است.

مدیر چاپ فروردین نبود نرخ ثابت در بین اعضای چاپخانه‌دار را یکی از مشکلات موجود در صنعت چاپ دانست و اضافه کرد: این مشکل باعث شکست صنعت چاپ شده است و با وجود چنین مشکلاتی برخی از چاپخانه‌داران با رکود کاری دست و پنجه نرم می‌کنند.

نعمت‌الله بهمن در پایان پیشنهاد کرد: چاپخانه‌ها باید در کیفیت کار با هم رقابت داشته باشند نه در قیمت امور چاپی، زیرا رقابت ناسالم باعث ورشکستگی برخی از چاپخانه‌داران شده است. ما نباید بگذاریم که آینده صنعت چاپ خراب شود. اگر خواهیم صنعت چاپ از بین برود واقعاً به این صنعت بزرگ و کارآمد خیانت کرده‌ایم.

بنده فکر می‌کنم همه باید دست به دست هم دهیم که صنعت چاپ را به پیشرفت عالی برسانیم.

■ کناره‌گیری بخش دولتی از بخش خصوصی

امیر استاد آقا، مدیر چاپ حسام، درباره اینکه چگونه وارد عرصه صنعت چاپ شده است می‌گوید: بنده از ۷ سالگی در حوزه صنعت چاپ فعالیت کردم.



بعد از دوران تحصیل و پایان خدمت با پدر مشغول کار شدم و از کار فنی شروع کردم. سال ۵۶ نظر پدرم این بود که برم موسسه نوریانی و وقتی که وارد موسسه شدم با کار چاپ آشنا بودم. سال ۵۸ از موسسه بیرون آمدم و سال ۵۹ یک دفتری را گرفتم به عنوان دفتری که کارهای تعمیرات و خرید و فروش ماشین‌آلات چاپ را انجام می‌دادیم. به پدرم در آن زمان اصرار کردم که جواز چاپ بگیریم می‌گفتند که عشق من کار فنی است. پدر بنده اولین نفری بودند که پروانه تعمیرات و خرید و فروش از ارشاد گرفتند. به هر جهت فعالیت ما شروع شد و سال ۶۰ با یک ماشین جعبه‌چسبانی با دو تا از دوستان که شریک بودیم در کنار کار فنی کار چاپ هم انجام دادیم. کم کم به چاپخانه تبدیل شد.

استاد آقا درباره آینده صنعت چاپ اظهار داشت: با دورنمایی که سه سال است با آن درگیر هستیم. اگر خواهیم به شرایط خوب و ایده‌آل برسیم با این سرمایه‌گذاری‌هایی که باید در صنعت چاپ شود بنده به شخصه علاقه‌ای ندارم. یعنی به این فکر می‌کنم که که باید چند میلیارد ماشین بخرم و بعد بنشینم برای گرفتن اجرت غصه بخورم. بنده دورنمایی که از چاپ می‌بینم جالب نیست.

وی تأکید کرد: در این روزها شاهد تعطیلی بسیاری از چاپخانه‌داران شدیم و با مشکلاتی مثل بیمه مالیات و دارایی روبرو هستیم. بنده خوشحال هستم یکسری از دوستان پیگیر مساله مالیات بر ارزش افزوده‌اند و دنبال این هستند که مالیات را از ۹ درصد به ۳ درصد کاهش دهند. من خواهش می‌کنم از این دوستان که این پیگیری را رها نکنند. یکی دیگر از مشکلاتی که با آن مواجه هستیم چاپخانه‌های دولتی است زیرا چاپخانه‌داران دولتی می‌آیند کارهای چاپی را با قیمت کمتر برای مشتری انجام می‌دهند و ما مشتری‌های خودمان را از دست می‌دهیم.

مدیر چاپ حسام در پایان پیشنهاد کرد: کل چاپخانه‌ها باید برای گرفتن اجرت به یک اجماع برسند تا با نرخ ثابت همه چاپخانه‌ها به کار خود ادامه دهند. همچنین چاپخانه‌های بخش دولتی از بخش خصوصی کناره بگیرند بلکه وضعیت بهتری را شاهد باشیم.



به راحتی به کسی جواز نمی‌دادند و از سال ۷۲ به بعد به بازرس‌های وزارت ارشاد و یا هرکسی که می‌خواست باز خرید شود به جای حق سنوات، جواز چاپخانه لیتوگرافی و... می‌دادند. ولی اکنون به هرکسی که اقدام می‌کند برای جواز چاپ به

JAHANIAN INDUSTRY



گروه صنعتی مهندس

جهانیان

اولین صادر کننده ماشین آلات
سلفون کشی به خارج از کشور

وعدده دیدار ما در بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی
سالن ۳۸-۸



دستگاه یو-وی سیلندری

تولید و واردات ماشین آلات خدمات پس از چاپ
دستگاه های سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی چسب سرد
شیت کن سلفون کشی، یو وی، لمینیت کارتن



دستگاه لمینه کارتن ۴/۳ اتوماتیک



دستگاه برش سینگل فیس



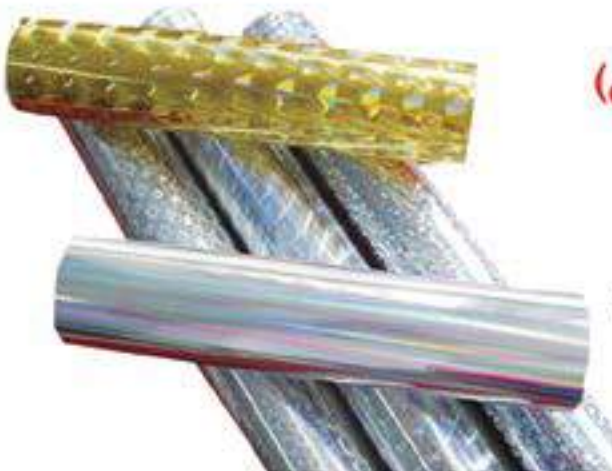
دستگاه سلفون کشی واتر بیس (چسبی)



سلفون کشی حرارتی به همراه شیت کن و سیستم روغنی



امباس



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



تهران - فلکه دوم صادقیه ، ابتدای آیت اله کاشانی ، برج میثا، طبقه ۸ ، واحد ۴۶

تلفن: ۴۴۰۶۴۲۱۵ دورنگار: ۴۴۰۶۲۹۸۲ همراه: ۰۹۱۲۱۲۴۰۷۷۰

www.jhni.org



راهکارهای بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری

■ افزایش بهره‌وری با کار کردن کمتر از ساعات اداری

به نقل از یکی از اساتید دانشگاه هاروارد: «بر اساس بررسی‌های انجام شده الزاماً کل ساعات حضور افراد در محل کار بهره‌وری بالایی ندارد و نشان دهنده بازدهی بالای آنها نیست.» در بسیاری از مؤسسات و شرکت‌های خدماتی، باور بر این است که مشتریان باید تمام وقت، مورد توجه کارکنان قرار بگیرند و کارکنان باید در تمامی ساعات کاری پاسخگوی آنها باشند، در صورتی که با کاهش ۱۷ درصدی ساعت کاری این کارمندان تغییر بزرگی در بازدهی آنان در برقراری ارتباط مؤثر با مشتری ایجاد نشد.

■ کاهش بهره‌وری با محیط کار بهم ریخته و شلوغ

تحقیق انجام شده در سال ۲۰۱۵ نشان داد افرادی که در محیط‌های نامنظم کار می‌کنند، عملکرد بهتری دارند. همه ما در همه حال به دنبال کار و زندگی در محیطی با نظم و ترتیب هستیم. زمانی که کمی هرج و مرج در جایی مشاهده می‌کنیم، بیشتر ترغیب می‌شویم و انگیزه می‌گیریم تا اهداف و عملکرد درست و سازمان‌یافته‌ای را از خودمان نشان دهیم. البته این نکته دلیل بر آن نیست که محیط کار و زندگی مان همیشه به هم ریخته و نامرتب باشد، اما اگر این موضوع برای شما هم کارساز بود و کمی به هم ریختگی به شما کمک کرد تا بهره‌وری کار خود را بالاتر ببرید، این کار را انجام دهید.

■ کاهش بهره‌وری با وجود کارهای ناتمام

تحقیقات انجام شده درباره وجود کارهای ناتمام در لیست برنامه کاری نشان داد که حدود ۴۱ درصد از کارهای برنامه‌ریزی و زمان‌بندی شده، هرگز کامل نمی‌شود و طبق نظر محققان، این موضوع هیچ ایرادی ندارد. نوشتن لیست کامل از کارهایی که باید در زمان مشخصی انجام شوند، باعث افزایش قدرت تمرکز و دقت در کارها و نحوه انجام آنها خواهد شد. بهتر است کسب و کار خود را هم به همین

■ بهره‌وری در بیدار شدن بعد از طلوع آفتاب

شاید خوب باشد که ۵ صبح از خواب بیدار شوید، کمی ورزش کرده، تمرکز کنید و با انرژی کار خود را شروع نمایید، اما شاید زود خسته شوید و بازدهی شما در کار پایین بیاید. در پژوهشی برای بررسی میزان بهره‌وری، به مدت یکسال بیدار شدن در ساعت ۵:۳۰ صبح و خوابیدن در ساعت ۹:۳۰ شب مورد آزمایش و بررسی قرار گرفت.

نتیجه این تحقیق پس از بررسی‌های بسیار مشخص و برای بسیاری از افراد قابل توجه بود؛ ساعات خواب و بیداری بستگی به تیپ شخصیتی افراد مختلف دارد. برای خیلی از افراد بیدار شدن در صبح زود مثلاً ساعت ۵ بامداد و برای برخی بیدار ماندن تا دیروقت، باعث افزایش بازدهی و عملکرد آنها می‌شود. به هر حال، در این حالت مدیریت زمان را باید در برنامه خود حفظ کنید.

■ افزایش بهره‌وری در نخواندن همه ایمیل‌ها

روش افراد درباره خواندن و بررسی ایمیل‌ها با هم متفاوت است. برخی از افراد خود را مجبور می‌کنند تا به محض رسیدن ایمیل آن را بخوانند و فوراً پاسخ دهند و بعضی دیگر تا زمانی که چند ایمیل خوانده نشده نداشته باشند، به فکر پاسخ دادن به آنها هم نیستند. طبق تجربیات بدست آمده از بررسی‌ها و تحقیقات در زمینه بهره‌وری و مدیریت زمان، صرفاً خالی بودن صندوق ایمیل هم نشان دهنده استفاده درست از زمان نیست. اما توصیه می‌شود به صندوق پیام‌ها به چشم یک لیست کاری نگاه نکنید که از طریق آن، تقاضای دیگران برنامه روزانه شما را تعیین کند، شما برای کارهای روزانه خود برنامه‌ریزی دارید و اجازه ندهید هیچ چیزی مانع انجام به موقع کارهای شما شود.

این را هم بدانید که پیام‌هایی که در طول یک هفته بی‌پاسخ مانده‌اند یا ارزش زیادی نداشته و نیازی به جواب دادن به آن وجود نداشته، یا در صورتی که ایمیل اهمیت زیادی داشته باشد، مطمئن باشید که مجدداً به شما ارجاع می‌شود.



قیمتهایی باور نکردنی

puzzle



<https://t.me/hamrahpuzzle>



فی	نوع	ابعاد	تعداد تکه
۵۲۵	یک رو	۱۶ X ۲۳	۳۵
۶۳۰	پشت وایت برد		
۵۶۰	یک رو	۱۹ X ۲۴	۳۰
۶۷۰	پشت وایت برد		
۵۸۰	یک رو	۱۹ X ۲۶	۲۴
۶۹۰	پشت وایت برد		
۶۸۰	یک رو	۲۰ X ۳۰	۳۵
۸۰۰	پشت وایت برد		
۶۸۰	یک رو	۲۴ X ۲۴	۲۵
۷۸۰	پشت وایت برد		
۱۸۰۰	یک رو	۴۰ X ۳۰	۸۰
۲۱۰۰	پشت وایت برد		۳۰
۱۱۰۰	یک رو	۲۴ X ۳۴	۳۵
۱۳۵۰	پشت وایت برد		
۱۶۰۰	یک رو	۲۹ X ۳۹	۴۰
۱۹۰۰	پشت وایت برد		
۱۷۰۰	یک رو	۲۹ X ۳۹	۸۰
۲۰۰۰	پشت وایت برد		

فی	ابعاد	تعداد تکه
۷۲۰	۲۰ X ۳۰	۳۵
۷۲۰	۲۰ X ۳۰	۵۴
۶۰۰	۱۶ X ۲۶	۱۰۴
۳۲۰	۸ X ۱۸	۴۰
۵۸۰	۱۶ X ۲۶	۶۰
۹۵۰	۲۴ X ۳۴	۸۰
۸۵۰	۲۴ X ۳۴	۴۰
۵۴۰	۲۰ X ۲۰	۲۵
۵۶۰	۱۶ X ۲۶	۳۵
۵۵۰	۱۶ X ۲۳	پد موس
۱۴۰	۹ X ۹	زیر لیوانی

فی	ابعاد	تعداد تکه
۱۷۵	۸ X ۸	۲۵
۲۵۰	۱۰ X ۱۵	۱۵
۵۲۰	۱۶ X ۲۳	۲۴
۳۵۰	۱۵ X ۱۵	۳۶
۳۷۰	۱۱ X ۱۸	۶۰
۴۴۰	۱۳ X ۲۰	۳۵
۴۶۰	۱۶ X ۲۰	۳۰



پازل همراه



اولین تولید کننده پازل تبلیغاتی و آموزشی در ایران

محمدی: ۰۲۱۶۵۲۴۰۱۶۷ - ۰۹۱۲۲۵۸۹۵۴۶

تولید کلاه فوم ، محصولات مگنتی ، فومی و صفحه بازی

ضمناً کلیه پازلها در صورت تمایل بصورت جعبه ای نیز عرضه میگردد



روال پیش ببرید تا در انجام بسیاری از امورات بازدهی بیشتر و مثبت‌تری داشته باشید.
وقتی کاری را در برنامه روزانه خود قرار می‌دهید، حتی اگر از انجام آن باز بمانید، با نگاه کردن به لیست کارهای خود، از نظر ذهنی و روحی آماده یک روز پر مشغله خواهید شد و به نحوه انجام آن‌ها در زمان مشخص شده خود فکر خواهید کرد و در بعضی شرایط راه‌هایی نیز برای افزایش سرعت و بهره‌وری در انجام امورات خواهید یافت.

■ کاهش بهره‌وری در اثر داشتن اضطراب

کلمه اضطراب بار معنایی منفی و بدی داشته و به ما یاد داده شده که در تمامی جوانب از آن اجتناب کنیم. اما اگر از روانشناسان درباره اضطراب سؤال بپرسید به شما می‌گویند استرس می‌تواند برای شما مفید باشد. برای مثال از کودکی استرس و اضطراب موفقیت در امتحانات مدرسه با ما بود، ما با استفاده از همین اضطراب با دقت درس می‌خواندیم تا آن چیزی که از آن می‌ترسیم به سراغمان نیاید، که آن هم شکست در امتحان یا مردود شدن بود.

در کسب و کار نیز امروزه به همین صورت است؛ زمانی که شما نگران یک پروژه کاری هستید، این بدان معناست که این موضوع برای شما اهمیت دارد و تمام افکار شما به آن موضوع مشغول شده است. اگر این طرز فکر را به خود بقبولانیم که «اگر من در مورد موضوعی اضطراب دارم به این معناست که برایم اهمیت دارد نه اینکه فرد ناتوان و منفی بافی هستم» بهتر می‌توانیم با تبعات فیزیکی اضطراب کنار بیاییم.

■ کاهش بهره‌وری با به تعویق انداختن کارها

در بعضی مواقع چه در کسب و کار و چه در زندگی شخصی، به تعویق انداختن کارها موجب کاهش بسیار زیاد بهره‌وری می‌شود. فرض کنید که باید در عرض یک ساعت مقاله‌ای بنویسید و به جای آن در حال چک کردن فیس‌بوک خود و انجام کارهای دیگر باشید؛ در اکثر شرایط، کنار گذاشتن بعضی چیزها شاید کمک کند به اینکه مابقی کارها بهتر انجام شود.

درباره استیو جابز گفته شده که او بسیاری از کارها را طبق تشخیص خود به تعویق می‌انداخت ولی با این وجود او فرد بسیار موفق بود. زمانی که او کاری را به تعویق می‌انداخت، در واقع فرصت‌های بهتری برای اجرای ایده‌های جدید و فعالیت پربازده‌تر فراهم می‌کرد. یکی از اساتید دانشگاه آکسفورد بیان می‌کند «به تعویق انداختن کارها به صورت برنامه‌ریزی شده و طبق هدف» به این معناست که با اجتناب از انجام یک کار، فرصت برای انجام کارهای مهم‌تری را فراهم خواهید کرد تا موجب افزایش بهره‌وری شود.



■ افزایش بهره‌وری

میزان تأثیرگذاری هر یک از این راهکارها در افزایش بهره‌وری و بازدهی، بستگی به وضعیت موجود در کسب و کار دارد، که باید ماهرانه شناسایی و اولویت‌بندی شده و بر آن اساس اقدام شود. به عنوان مثال، در یک شرکت ممکن است



کاهش ضایعات در اولویت اول قرار بگیرد و در شرکتی دیگر توجه به کارکنان و ایجاد انگیزه در اولویت اول قرار داشته باشد. عدم شناخت لازم و کافی از وضعیت موجود کسب و کارها و بی‌توجهی به اولویت‌بندی‌ها می‌تواند اثرات منفی در بالا بردن بهره‌وری داشته باشد.

قبل از هرگونه اقدام به منظور افزایش بهره‌وری، بررسی شناخت کافی از وضعیت حال حاضر و اولویت‌بندی صحیح راهکارهای ارائه شده تأکید کنیم.

■ افزایش بهره‌وری با کاهش ضایعات

یکی از راه‌های افزایش بهره‌وری کاهش ضایعات است. وجود ضایعات و افزایش روزافزون آن‌ها، یکی از پدیده‌هایی است که کشورهای صنعتی از جمله اروپاییان را بر آن داشته تا در جستجوی یافتن راه‌هایی برای جلوگیری و از بین بردن این جریان بآیند. کاهش ضایعات یکی از اصولی‌ترین اساس زندگی اجتماعی بشر است که از هزاران سال قبل انسان‌ها بدون آگاهی از مفهوم آن، به رعایت این موضوع می‌پرداختند.

با کاهش ضایعات و از همه مهمتر کاهش هزینه‌ها، سود بیشتری عاید کسب و کارها می‌شود که بخشی از آن نیز به عنوان پاداش و جهت افزایش انگیزه به کارگران و کارکنان پرداخت می‌شود. در نتیجه آن‌ها نیز با داشتن درآمد بیشتر، زندگی بهتری را هم برای خود و هم خانواده و در نتیجه فراهم می‌کنند. از این جهت، تولید بیشتر و ضایعات کمتر، هم‌سطح زندگی کارگران را بهبود بخشده و هم موجب شکوفایی اقتصاد کشور عزیزمان نیز می‌شود.

■ افزایش بهره‌وری با ایجاد تعهد در کارکنان

کارمند متعهد می‌تواند برای یک کسب و کار فوق‌العاده ارزشمند باشد. او با انجام به موقع کارها و وظایف خود، می‌تواند با مسئولیت‌پذیری در افزایش بهره‌وری مؤثر باشد. بنابراین سعی کنید کارمندان متعهدی را برای کسب و کار خود استخدام کنید.

مدیران می‌توانند با برآورده کردن نیازهای اساسی کارکنان، برقراری ارتباط مؤثر میان خود و آن‌ها و ایجاد یک حس عمیق همکاری عاری از هرگونه سرزنش، آن‌ها را نسبت به کسب و کار متعهد کنند. تا زمانی که نیازهای روحی و روانی کارکنان برآورده نشود، آن‌ها هرگز به طور کامل نسبت به کسب و کار خود متعهد نخواهند بود.

■ افزایش بهره‌وری با توجه به کارکنان

تجربه نشان می‌دهد که یک کسب و کار فقط با اتکا به کارکنان خود می‌تواند به موفقیت برسد. از این رو کسب و کارهای نیک اندیش همواره بر بهبود کیفیت کاری کارمندان خود توجه خاصی می‌کند و این رفتار در مدیران کاهش هزینه‌ها و بهبود کیفیت خدمات را به همراه خواهد داشت و نتیجه نهایی آن نیز افزایش بهره‌وری است.

یکی از روش‌های ساده و اثربخش برای ارتقای بازدهی کارکنان پرسش دو سؤال مهم است: اول آنکه آیا آنها استعداد و توانایی لازم برای انجام کار را دارند؟ دوم اینکه آیا آن‌ها انگیزه لازم برای انجام کار را دارند؟

تنها کارمندی که هم از انگیزه و هم از توانایی لازم برخوردار باشد، بهره‌وری شرکت را افزایش می‌دهد. ولی اگر فردی بدون استحقاق، برای انجام کارهای مهم‌تر ارتقاء شغلی داشته باشد علاوه بر اینکه باعث رنجش خاطر و نارضایتی سایر کارمندان شایسته شده، خود نیز احساس ناامنی کرده و باعث فعالیت کمتر و کاهش بهره‌وری او خواهد شد.

■ نتیجه‌گیری

برای نهادینه کردن بهره‌وری و تبدیل آن به یک فرهنگ، حمایت بی‌چون و چرای مدیران کسب و کارهای مختلف قبل از هر چیز امری لازم و ضروری است. بالابردن بهره‌وری در هر کسب و کار برای کارکنان اصلی‌ترین لازمه پیشرفت و ترقی به حساب می‌آید. اگر توجه کافی به این موضوع شود، همه ما شاهد راندمان کاری بالا و افزایش بهره‌وری در کسب و کارها خواهیم بود.

با بیست سال سابقه درخشان



Shigh-Pack®

شای پک

بازرگانی کیهان

نمایشگاه بین المللی
چاپ، بسته بندی و کارتن سازی
تهران ۲۲ تا ۲۵ آذر ۹۶

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



دستگاه برش لیزر



چاپ فلکسو ۲، ۳ و ۴ رنگ



لمینت کارتن (دستی، اتومات، نیمه اتومات)



دایکات فکی و طلاکوب در ابعاد مختلف



دایکات نیمه اتوماتیک و اتوماتیک



خط کش و برش ورق کارتن



سلفون کش حرارتی (واتر بیس)



جعبه چسبانی



دوخت کارتن (اتومات، نیمه اتومات، پدالی)

آدرس: تهران، سعدی شمالی، جنب بیمارستان امیر اعلم، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷

تلفن: ۹۵ ۶۶ ۷۱ ۶۶ ۸۸ - ۶۶ ۷۲ ۶۴ ۸۸ - ۶۶ ۷۵ ۷۸ ۲۰ - ۶۶ ۷۵ ۰۷ ۳۷

www.shigh-pack.com

shighpack@yahoo.com



در حین ورود به کارگاه یا کارخانه موبایل خود را تحویل داده و در حین خروج پس گیرند و در صورت ضرورت تماس اضطراری از سوی خانواده، کارفرما کارگران را مطلع کند، این یک قانون است و کارفرمایان می‌توانند از آن استفاده کنند.

دیدار کاروان مهربانی صنعت چاپ با مدیر کل دفتر امور چاپ و نشر

اعضای کاروان مهربانی صنعت چاپ دوشنبه ۱۵ آبان‌ماه به دیدار مهرزاد دانش، مدیرکل دفتر امور چاپ و نشر رفت.



معرفی اهداف کاروان

در این دیدار تعدادی از مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و برخی از اعضای کاروان مهربانی از جمله میریونس جعفری (مسئول کاروان مهربانی و عضو هیات مدیره اتحادیه چاپخانه‌داران تهران)، محمد کلاری (رئیس سابق اتحادیه چاپخانه‌داران و از بنیان‌گذاران کاروان مهربانی)، اسکندر خمسه‌پور (رئیس انجمن پیشکسوتان صنعت چاپ)، سیدهاشم احمدی (عضو هیات مدیره کاروان مهربانی)، و علی‌اکبر ابراهیمی (معاون مدیرکل دفتر امور چاپ و نشر) و محمدحسن فکری (معاون آموزشی و پژوهشی اداره کل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) حضور داشتند.

در این جلسه ضمن معرفی اعضای کاروان مهربانی صنعت چاپ به مدیرکل دفتر امور چاپ و نشر، اهداف تأسیس کاروان بیان شد. کاروانی مهربانی از سال ۸۹ فعالیت خود را در برای قدردانی از پیشکسوتان، اساتید، کارآفرینان و کارگران صنعت چاپ آغاز کرده است و در نظر دارد با جدیت بیشتری به کار خود ادامه دهد و از هیچ سازمان و ارگانی تأمین و حمایت نمی‌شود.

در پایان این جلسه مهرزاد دانش ضمن استقبال از کاروان مهربانی گفت: برای ادامه‌دار بودن فعالیت کاروان مهربانی صنعت چاپ از هیچ کمکی دریغ نخواهم کرد و در برنامه‌های بعدی همراهمان خواهم بود.

کاروان مهربانی پر قدرت‌تر از همیشه

محمد کلاری در ابتدای جلسه‌ای که برای هماهنگی بیشتر کاروان مهربانی صنعت چاپ برگزار شد گفت: به دلیل عمل چشم بنده فعالیت کاروان مهربانی صنعت چاپ مقداری عقب افتاده و فعالیتش کم شده است. این دلیل نیست که قصد فعالیت نداریم، اتفاقاً برای دیدار با پیشکسوتان صنعت چاپ استان مازندران با همکارانمان در وزارت ارشاد برنامه‌ریزی‌هایی انجام گرفته است، البته قرار بود در ماه صفر این دیدار صورت گیرد ولی دست‌اندرکاران صنعت چاپ مازندران ترجیح دادند این مراسم و دیدار به بعد از اتمام ماه صفر موکول شود تا به صورت جشن برگزار گردد.

برای اینکه این خلل را پر کنیم گفتیم اعضا را دور هم جمع کنیم تا از نظرات و صحبت دوستان استفاده کنیم و ما را یاری دهید و کسانی که سراغ دارید را به ما معرفی کنید تا به دیدارشان برویم و تقدیر و تشکر به عمل بیاوریم.

میریونس جعفری عنوان کرد: تولد نبی اکرم(ص) را در ماه ربیع‌الاول پیش‌رو داریم و قرار است برای دیدار با پیشکسوتان صنعت چاپ استان مازندران و استفاده از تجربیات ارزنده آنان به این استان مهمان‌نواز سفر کنیم. وی در پاسخ به پرسش برخی از کارفرمایان که کارگزارانشان در حین کار از موبایل خود استفاده می‌کنند بیان کرد: کار چاپ فنی است، واحدهای صنفی چاپ با دستگاه‌های چاپ، برش و... سرو کار دارند و دقت بالای کارگران را می‌طلبد، به همین دلیل بهتر است کارگران

WIT-COLOR
Digital

GTS 9100 Series

متر مربع در ساعت



پرفروشترین دستگاه چاپ اکو سالونت در ایران
بالاترین سرعت و دقت چاپ اکو سالونت در ایران



عروض
۳۳۰



عروض
۲۳۰



عروض
۱۶۰

فارانگ شما را به بازدید از غرفه خود در نمایشگاه بین المللی

چاپ ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته دعوت مینماید :

۲۲ لغایت ۲۵ آذر ماه ۱۳۹۶ محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران : سالن ۵

www.FaraRang.com

فارانگ
فروشگاه دیجیتال

آگهی نمایشگاه تخصصی در ایران

Tel : 021 6656 50 50

Telegram : @FaraRangco

تبلیغات تجاری چیست؟

■ رسول باقرپور

تعریف تبلیغ: به عنوان شاخه‌ای از علوم ارتباطات در میان علوم انسانی جای داشته است و هر چند هنوز به صورت علم کاملاً مستقلی مطرح نشده است، اما می‌توان با تحقیق مطالعه و گسترش مباحث آن جایگاه آن را در میان علوم انسانی مشخص نمود و به صورت کاملاً عملی ارائه کرد. تبلیغ کوششی است عمدی و حساب شده که به منظور شکل دادن به دریافت، دست کاری کردن ادراک و هم سو کردن رفتار مخاطبان با نیت مورد نظر ما تبلیغ صورت می‌گیرد و یا به بیانی دیگر انتقال فکر جهت تأثیرگذاری بر افکار و اعمال دیگران و نیل به مقاصد خاص با استفاده از ابزار و شیوه‌های گوناگون در زمان و مکانی محدود چرا که گاه تبلیغ در کوتاه‌ترین مدت می‌تواند اثر مطلوب به جا بگذارد و گاه در زمانی طولانی.



در فرهنگ تبلیغات در تعریف تبلیغ آمده است؛ عبارت است از هر نوع مطلب، علامیه یا اطلاعیه برای جلب توجه مردم یا افکار عمومی که از طریق رسانه‌ها منتشر و در آن، کالا یا خدمات اعلام می‌شود. آگهی توسط شخص یا موسسه «آگهی‌دهنده» و یا یک دفتر تبلیغاتی و اجرا و نشر آن توسط «رسانه» انجام می‌شود. بعد زمانی تبلیغ رانمی‌توان از تاریخ انسان تفکیک کرد. تبلیغات با نقطه آغازین خلقت انسان وهبوط آدم بر زمین پیوند دارد. چرا که انسان از یک سو دارای فکر و اعتقاد است و از سوی دیگر مصالح حیاتی ویژه دارد. تاریخ پر نشیب و فراز جوامع انسانی گواهی می‌دهد که تبلیغ و ارتباط فکری و اعتقادی در هیچ عصر و زمانی از هیچ جامعه‌ای جدا نبوده است.

■ تاریخچه تبلیغ

بعد زمانی تبلیغ را نمی‌توان از تاریخ انسان تفکیک کرد. تبلیغات با نقطه آغازین خلقت انسان وهبوط آدم بر زمین پیوند دارد. چرا که انسان از یک سو دارای فکر و اعتقاد است و از سوی دیگر مصالح حیاتی ویژه دارد. تاریخ پر نشیب و فراز جوامع انسانی گواهی می‌دهد که تبلیغ و ارتباط فکری و اعتقادی در هیچ عصر و زمانی از هیچ جامعه‌ای جدا نبوده است. حتی جوامع ساده و ابتدائی نیز ناگزیر بوده‌اند پیام‌های خود را در رابطه با مسائل مشترک حیاتی به هر نوع ممکن از نقوش حجاری، دود، آتش، تصاویر، پرچم‌ها، اشارات، جارچی‌ها، کبوتران، سمبل‌ها و ابزارها به همنوعان خود منتقل کنند. دایرة المعارف (کالبرز) در این باره تاریخ تبلیغات تاریخچه گسترش و عمومی عقائد است، علامات، سخنوری‌ها، سمبل‌ها، آرزوها، رنگ آمیزی، نقاشی‌ها و کنده کاری‌های ابتدائی وعلامات ارتباطی به شیوه ابتدائی مسائل تبلیغاتی بود که پیش از اختراع خط به کار می‌رفت به هر حال قرن‌ها توانایی خواندن و نوشتن محدود به افراد اندکی بود و در تواریخ آمده که فراغنه بر دیوار معابد و احرام، رموزی را نقش می‌کردند دال بر اخبار سیاسی و پیروزی‌های جنگی داشت و نیز رموزی که دال بر عبارات و معاملات بود دانشمندان باستان شناس در آثار باستانی عراق نشریه‌ای مربوط به ۱۸۰۰ سال قبل از میلاد یافتند که کشاورزان را به افشاندن بذر و برداشت محصول و مبارزه با آفات نباتی، راه نمایی می‌کرده است. از قدیمی‌ترین ادوار تمدن فرهنگ انسان، فلاسفه، نویسندگان، هنرمندان، شعرا و خطبا از دانش و فن، هنر و فلسفه در تبلیغات یاری جستند، در این زمینه کتاب‌ها نوشته‌اند و نخستین جریده رسمی به منظور تبلیغات در سال ۹۱ قبل از میلاد در چین صادر شد.

■ هدف از تبلیغات تجاری

در تبلیغات تجاری، ترغیب به معنی تلاش برای انگیزختن دیگران به پذیرفتن دیدگاه سخن گو و یا پیام مورد نظر است. هدف از تبلیغات تجاری تشویق و ترغیب بیننده، شنونده و یا خواننده برای خرید و استفاده تجاری است. تمام موفقیت‌ها در تجارت و کسب تولیدات صنعتی، اختراعات، تعلیم و تربیت منوط به طرز اجرای روش ترغیب است. بعضی تبلیغات اطلاعات را با ترغیب آمیخته و در بعضی ترغیب کم بوده و در بعضی به هیچ وجه ترغیب کار نمی‌رود. به طور کلی تبلیغات باید یک وسیله مؤثر برای ترغیب

تلقی شود که به وسیله آن پیام گیران را به هدف خاصی که مورد نظر تبلیغات چی است جلب کند. که این کار اگر انجام دهند یا آن جنس را بخرند یا نخرند یا به فلان تولیدات صنعتی با نظر موافق نگاه کنند. اطلاعات که در آگهی داده می‌شود از نظر تبلیغات چی در درجه دوم اهمیت قرار دارد و هدف اصلی ترغیب و تشویق پیام گیران است.

■ شکست یک هدف تبلیغاتی نتیجه دو عامل است

- عدم مهارت در نوع العمل که تبلیغات چی مایل است در پیام گیر به وجود بیاورد.
- تعبیر غلط پیام‌گیران از خصوصیات و جزئیات پیام تبلیغاتی است.

■ روش صحیح تبلیغات تجاری در افکار عمومی

تبلیغات تجاری به طور آشکار بر افکار عمومی مردم اثر می‌گذارد. این اثر گاه نیک و گاه بد و برخی اوقات جمع اضداد است. تبلیغات تجاری می‌تواند عاملی برای آگاهی و یا بد آموزی باشد و انگیزش خرید مصرف را ایجاد کند و یا از میان ببرد و باعث شادی و یا غم بشود. در واقع تبلیغات تجاری قادر است به صورت یکی از عامل‌های تصمیم گیری رفتار همکاران که آن را دریافت می‌کنند اثرهای گوناگون به جای می‌گذارد. بنابراین باید با حوادث به افکار مردم منطبق باشد و تبلیغات چی باید از قایع و افکار عمومی آگاهی داشته باشد تبلیغات وسیله‌ای است برای نیل هدف، اثر تبلیغات در افکار عمومی شرطی کامل است که بر احساسات تکیه کند و احساسات را جهت بخشد. موفقیت در تبلیغات زمانی حاصل می‌شود که نسبت به آن چه که گفته می‌شود آگاهی وجود داشته باشد. علاوه بر رابطه تبلیغات و مردم در تبلیغات تجاری محتوای اطلاعاتی و آموزشی آگهی‌های تجاری نیز باید مورد توجه



قرار گیرد. تبلیغات تجاری را به هیچ عنوان نباید فقط از دید گاه آگهی‌های مبتذل و تکراری و پر سرو صدای تلویزیونی یا صفحات پراز رنگ و بی احساس مطبوعات رژیم گذشته نگریم.

■ عصر تبلیغاتی ما

ما در محیطی آینده از پیام به سر می‌بریم. آل رایز و جک تروات، از متخصصان تبلیغات تجاری، جامعه ما را پیام زده خوانده‌اند. یک آمریکایی معمولی در طول زندگی خویش، بیش از هفت میلیون آگهی می‌بیند و یا می‌شنود. در مقابل، یک پاک‌اندیش (پیورتین) پرهیزکار معارف که در قرن هفدهم در نیوایتکلند هفته‌ای یک بار در کلیسا حاضر می‌شد در طول زندگی‌اش حدود سه هزار خطبه می‌شنید و این محیط آینده از پیام بارشانی است بر دوش فرستنده و گیرنده پیام اقناعی ارتباط گر باید پیام را طوری طرح کند که نه تنها جذاب باشد، بلکه توجه ویژه‌ای در این محیط شلوغ به خود جلب نماید. از سوی دیگر گیرنده آن چنان غرق در پیام‌ها شده است که از تخصیص انرژی مغزی ضروری برای فهم بسیاری از مسائل مهم عاجز است.

NEI

وارد کننده و فروشنده سلفون های حرارتی از کشور چین

رنگ های واقعی با سلفون حرارتی **NEI**

True Color
Thermal Lamination Film

مجموعه پس از چاپ طرح سبز

- ✓ دو دستگاه سلفون حرارتی
- ✓ لترپرس ۲ ورقی
- ✓ طلاکوب ۲ ورقی
- ✓ ساخت و تولید ساک دستی و جعبه
- ✓ و کلیه خدمات بعد از چاپ

کرایه حمل رایگان

تهران، خیابان جشنواره، خیابان جعفر پناه، کوچه رحیمی، پلاک ۲۳

تلفن: ۰۲۱-۷۷۳۲۶۴۹۱ همراه: ۰۹۱۲-۷۲۳۶۸۹۹ ۰۹۱۲-۳۴۶۹۷۵۶



هست و نیست بازاریابی

■ سعید رهبری

بازاریابی یا مارکتینگ چیست؟ کلمه بازاریابی به قدری وارد زندگی روزانه ما شده است که شاید دیگر پرسیدن این سؤال که «بازاریابی چیست؟» در نگاه اول کار مسخره‌ای باشد. اما اگر کمی در موضوع دقیق شویم، می‌بینیم که ارائه یک تعریف دقیق از مفهوم بازاریابی کار چندان راحتی نیست. واقعا چگونه می‌توانیم بگوییم که کدام فعالیت‌های یک کسب و کار، بازاریابی محسوب می‌شوند و کدام فعالیت‌ها نمی‌شوند؟

متأسفانه، در حال حاضر تصور بسیاری از شرکت‌های ایرانی این است که بازاریابی صرفاً یک معادل برای کلمه تبلیغات بوده و چیزی بیش از آن نیست. می‌دانیم که بازاریابی مبحثی بسیار گسترده‌تر از تبلیغات است و دقیقاً به همین دلیل بود که تصمیم گرفتیم در مورد معنای بازاریابی یک مقاله بنویسیم. ما در این مقاله، برای پیدا کردن یک تعریف خوب از بازاریابی، به سراغ متخصصان جهانی می‌رویم و می‌بینیم از نظر هر یک از آنها، بازاریابی چیست. با کمی گشت و گذار در اینترنت توانستیم صدها تعریف مختلف برای بازاریابی پیدا کنیم. اما مطمئناً ارائه تمام آنها از حوصله این مقاله خارج بود. پس به ۱۵ تعریف برگزیده بسنده کردیم که هر یک را با توضیحی کوتاه به شما ارائه خواهیم کرد. این تعریف‌ها تقریباً اکثر جوانب بازاریابی را در بر می‌گیرند.

■ یک تعریف شسته رفته و کامل از بازاریابی
american-marketing-association

بازاریابی آن فعالیت، و همچنین مجموعه موسسه‌ها و فرآیندهایی است که در راستای ساخت، انتقال، رساندن و تبادل آن پیشنهادهایی انجام شوند که برای مشتری، ارباب رجوع، همکاران و در کل، جامعه، ارزشمند باشند.

■ اتحادیه بازاریابی آمریکا

تعریف اتحادیه بازاریابی آمریکا (American Marketing Association یا AMA) نتیجه سال‌ها بحث است و تعجبی هم ندارد که یک نگاه جامع، ولی دقیق به بازاریابی ارائه می‌دهد. این تعریف تمام بخش‌های بازاریابی، از جمله توسعه محصول، روابط عمومی، قیمت‌گذاری و دیگر جوانب استراتژیک بازاریابی را در بر می‌گیرد.

■ رجیس مک‌کنا (regis-mckenna): تعریف
مارکتینگ از نگاه یک اسطوره بازاریابی

بازاریابی همه‌چیز است. قبل از اینکه راجع به حرف رجیس مک‌کنا حرف بزنیم، بگذارید خود او را بهتر بشناسیم. او همان بازاریابی است که اکثر روش‌های مارکتینگ با تکنولوژی را به جهان معرفی کرده و با شرکت‌های بزرگی همچون اپل، مایکروسافت، اینتل و ... در زمینه مارکتینگ همکاری داشته است. تأثیر کارهای مک‌کنا باعث شده در جهان تجارت از او به عنوان بازاریاب اسطوره‌ای (و بسیاری القاب دیگر) یاد شود. پس اینکه استیو جابز خودش مستقیماً از او درخواست کرده که در بازاریابی اولین کامپیوتر شرکت اپل کمکشان کند، نباید باعث تعجب شما شود.

تعریف مک‌کنا از بازاریابی با شهرتش همخوانی دارد. تعریفی جسورانه که به ما می‌گوید هر کاری که می‌کنیم بخشی از بازاریابی ماست. این یعنی بازاریابی به تحقیق، طراحی محصول، قیمت‌گذاری و تبلیغات محدود نمی‌شود و کوچکترین مسائل کاری از جمله نحوه پاسخ دادن به تلفن و سرعت ما در حل مشکلات را شامل می‌شود. بله! تمام این موارد در نگاه مشتری به شرکت ما تأثیر خواهند داشت.

■ بازاریابی: نگاه مشتری به تجارت

بازاریابی نه تنها مبحثی بسیار گسترده‌تر از فروش است، که اصلاً به یک فعالیت مشخص محدود نمی‌شود و تمام بخش‌های یک تجارت را در بر می‌گیرد. بازاریابی، کلیت یک تجارت است که بر طبق نتیجه‌نهایی و از نگاه مشتری دیده می‌شود. بنابراین توجه و قبول مسئولیت بازاریابی باید توسط تمام بخش‌های یک سازمان انجام شود.

■ پیتر دراگر: بازاریابی و فروش با هم تفاوت دارند!

پیتر دراگر یکی از تاثیرگذارترین افراد در شکل‌دهی اصول و اساس تجارت مدرن است. همانطور که دیدید، این متخصص تجارت و بازاریابی نیز این ایده را ترویج می‌دهد که بازاریابی همه‌چیز است. البته او توضیحی

کامل‌تر در این زمینه به ما ارائه می‌دهد. به علاوه، (به درستی) به ما می‌گوید که بازاریابی با فروش فرق می‌کند.

در همین راستا، بد نیست ببینیم او در مورد هدف بازاریابی به ما چه می‌گوید: هدف بازاریابی این است که مشتری را به خوبی بشناسد و بفهمد، تا به این ترتیب بتواند محصولات و خدماتی را ارائه دهد که برای او مناسب باشند و خود به خود به خود فروش بروند. بازاریابی و فروش با هم تفاوت دارند!

■ جی بائر (jay-baer): بازاریابی قرار است واکنشی در مشتری برانگیزد

منظور از بازاریابی، آن پیام‌ها و فعالیت‌هایی است که باعث به وجود آمدن پیام‌ها یا فعالیت‌های دیگری می‌شوند.

جی بائر یک مشاور مطرح بازاریابی است که شرکت بازاریابی Convince & Convert (متقاعد و تبدیل کن) را تأسیس کرده و کتابی پر فروش در زمینه بازاریابی به چاپ رسانده است. بد نیست بدانید که وبلاگ او به عنوان یکی از پر بازدیدترین منابع مرتبط با بازاریابی شناخته شده است.

توضیح او از مفهوم بازاریابی، در عین سادگی، حرف زیادی برای گفتن دارد. کار بازاریابی فقط فروش محصول نیست و باید کاری کند که مشتریان پیام کسب و کار ما را منتقل کنند.

■ فیلیپ کوتلر (philip-kotler) تعریف
بازاریابی از یک نگاه آکادمیک

بازاریابی یک فرآیند اجتماعی است که به وسیله آن افراد و گروه‌ها، چیزی که می‌خواهند و نیاز دارند را با تولید و مبادله محصولات و ارزش با دیگران، به دست می‌آورند.

فیلیپ کوتلر یکی از تاثیرگذارترین چهره‌های بازاریابی در جهان است و بیش از ۵۵ کتاب در این زمینه به چاپ رسانده است. بد نیست بدانید که یکی از کتاب‌های او به نام «مدیریت بازاریابی: تحلیل، برنامه‌ریزی و کنترل» به عنوان محبوب‌ترین کتاب درسی برای کلاس‌های رشته تجارت شناخته شده است.

بنابراین کاملاً طبیعی است که نگاه او به بازاریابی هم یک نگاه سنتی و دانشگاهی باشد: دقیق و سرد. استفاده از عبارت «فرآیند اجتماعی» در این تعریف، کمی توجه را از بخش تجاری دور می‌کند و کلمه «افراد» شاید چندان جایگزین مناسبی برای «مشتریان» نباشد.

■ ده تکنیک عالی روانشناسی برای افزایش مشتری‌ها و فروش

بازاریابی چیست و پدر بازاریابی چریکی: jay-con-rad-levinson بازاریابی هر نوع تعاملی است که تجارت شما، با هر کسی داشته باشد، که بخشی از تجارت شما نیست. بازاریابی همچنین حقیقتی است که جذاب شده است. بازاریابی این هنر است که طرز فکر مردم را عوض کنید. بازاریابی فرصتی برای شماست تا از کسب و کار خود سود کنید، شانس این

ملزومات چاپ و لیتوگرافی کلاپرینت



زینک‌های هاگوانگ
در ابعاد مختلف



مرکب فدرال چهاررنگ

صرفه جویی در زمان
صرفه جویی در هزینه
هرآنچه که شما نیاز دارید
در



زینک‌های لیتوتکس
در ابعاد مختلف



مرکب فدرال یورو
چهاررنگ



مرکب فدرال و فدرال یورو
پتتون

Federal انواع مرکب پتتون و چهاررنگ

زینک‌های **HUAGUANG** و **Lithotex**

صمغ بایگانی زینک **HUAGUANG**

داروی ظهور زینک **HUAGUANG** و **TOP THP-1**

انواع فیلم ایمیج و ابر فشرده و ...



۷۷۵۳۴۰۵۳



۰۹۱۲۱۱۴۴۸۱۹ - ۰۹۳۶۹۹۰۱۷۲۶



www.kalaprint.com



Ostad_Reza@yahoo.com



است که با دیگر تجارت‌ها در جامعه یا صنعت خود تعامل داشته باشید و فرآیندی برای ساخت روابط طولانی‌مدت است.

جی کنراد لوینسون: بازاریابی، راهی برای کسب اعتماد

لوینسون شاید معرف حضور شما هم باشد. او همان کسی است که علیه روش‌های سنتی بازاریابی قیام کرد و یک شیوه مدرن بازاریابی به اسم گوریلا مارکتینگ یا بازاریابی چریکی را به جهان معرفی نمود. آنچه خواندید، بخشی از یک سخنرانی پر شور توسط این بازاریاب خلاق است که در آن، نقش متقاعدسازی در بازاریابی کاملاً برجسته شده است. بازاریابی یعنی کسی را که نیاز به دانستن دارد، به خود علاقه‌مند کرده و اعتماد او را به دست آورید.

جان جانتش: بازاریابی یعنی متقاعدسازی مخاطب

جان جانتش یک متخصص بازاریابی است که به خاطر معرفی روش بازاریابی چسب پهن یادکت تیپ مارکتینگ (Duct Tape Marketing) معروف شد.

تخصص او کمک به کسب و کارهای کوچک برای رشد است. تعریف جانتش از بازاریابی، دقیقاً همچون تعریف لوینسون، روی بحث متقاعدسازی مخاطب تأکید بسیاری دارد، اما نگاه او، یک نگاه بسیار شخصی‌تر است و بحث جلب اعتماد مشتری را نیز پوشش می‌دهد.

موسسه بین‌المللی بازاریابی چارترد (Chartered-Institute-of-Marketing)؛ «فرآیند مدیریتی که مسئول شناسایی، پیش‌بینی و برآورده کردن خواسته‌های مشتریان به روشی سودآور است.»

موسسه بازاریابی چارترد (Chartered Institution of Marketing) یا به اختصار CIM، بزرگ‌ترین مرکز جهانی در زمینه بازاریابی است که در انگلستان فعالیت می‌کند. برای آنکه بفهمید چقدر بزرگ، باید بدانید که این موسسه بیش از ۳۵ هزار عضو و دانشجو از سراسر جهان دارد.

تعریف CIM از بازاریابی یک تعریف دقیق و جامع است که به این موضوع اشاره دارد که کار بازاریابی، برطرف کردن نیازهای مشتریان است. فقط نباید فراموش کرد که این رفع نیاز باید به طریقی باشد که پول وارد شرکت شود.

ساول کلت، باهوش‌ترین مرد دنیا: بازاریابی؛ به اشتراک‌گذاری با دیگران

بازاریابی یعنی یک تجربه و سوسه‌انگیز بسازید و به وسیله آن، یک ارتباط شخصی با آدم‌ها برقرار کنید و میل به اشتراک‌گذاری با دیگران را در آنها به وجود آورید.

ساول کلت، یک متخصص بازاریابی دیجیتال و دهان به دهان است. او در وبلاگش، خود را به عنوان «باهوش‌ترین مرد جهان» معرفی می‌کند. اما اگر از خودمحوری ساول بگذریم، تعریف او جای بحث دارد.

درست است که این تعریف کمی محدود است، اما از تعریف‌های مورد علاقه من از مارکتینگ است. چرا؟ به خاطر تأکید آن بر ارائه تجربه کاربری عالی و انسانی، ایجاد محتوای ارزشمند و بازاریابی دهان به دهان.

بازگشت سرمایه (ROI) در بازاریابی چیست؟

آن هندی: بازاریابی، داستانی است که برند شما نقل می‌کند

بازاریابی هر چیزی است که بسازید یا به اشتراک بگذارید، و داستان شما را نقل کند. هندی یکی از آن زنانی است که توانسته در جهان بازاریابی برای خود اسم و رسمی به هم بزند. او در زمینه بازاریابی

محتوا فعالیت دارد و یک کتاب پر فروش در این زمینه هم به چاپ رسانده است. دلیل من برای اینکه تعریف او را در این لیست آوردم، تأکیدی بود که بر تولید محتوا و روایت داستان یک برند دارد.

استیو داوسون: بازاریابی یعنی مشتریان وفادار و فروش موفق

بازاریابی محصولاتی هستند که باز نمی‌گردند و مشتریانی هستند که باز می‌گردند. شاید که استیو داوسون - مدیر یک شرکت بازاریابی آمریکایی - به اندازه افراد قبلی این لیست مطرح نباشد. اما این موضوع نباید باعث شود که حداقل کمی به تعریف او از بازاریابی و تأکید آن بر ایجاد مشتریان وفادار و یک رابطه طولانی‌مدت، با ارائه خدمات عالی، فکر نکنیم.

دورن موران: تعریف بازاریابی از نگاهی نیمه سرمایه‌داری

بازاریابی یعنی به مشتریان خود کمک کنید تا



جفری هارمون کسی بود که شرکت اورابراش را ظرف مدت یک سال در جهان مطرح کرد. شخصاً تعریف او از بازاریابی را بیشتر از تمام تعریف‌های دیگر می‌پسندم. وقتی آنچه ارائه می‌دهیم ارزشمند باشد، پس کافی است آن را به درستی به مخاطبان خود معرفی کرده و با آموزش درست، به آنها کمک کنیم تا با ترس‌های خود در مورد آن روبرو شوند. یک بازاریابی اصولی، سالم و موفق! اینطور نیست؟

پاول کالوایس: مارکتینگ راهی است برای بهتر بودن از رقبا

بازاریابی یعنی شناسایی خواسته و تقاضای مشتری، و ارائه آن به روشی بهینه‌تر و موثرتر از رقبا. پاول کالوایس یکی از متخصصان بازاریابی در شرکت Sterling Park Group است. آنچه تعریف او از بازاریابی را از دیگر افراد این لیست متمایز می‌کند، تمرکز او بر بحث رقبا و نقش آنها در بازاریابی یک تجارت است.

renee-blodgett: بازاریابی یک رابطه طولانی‌مدت با مشتری است

بازاریابی یک تعامل طولانی‌مدت با مشتریان است. در این تعامل، شما باید به مشتری آموزش بدهید، اطلاعات بدهید و به تدریج یک رابطه با او برقرار کنید. این «به تدریج» مهم است، چون فقط در گذر زمان است که می‌توان پایه‌های اعتماد را ساخت. با اعتماد، یک جامعه طبیعی حول محصولات و خدمات شما به وجود می‌آید و مشتریان، به اندازه خودتان، در مورد محصولات شوق پیدا می‌کنند. به این ترتیب، آن‌ها تبدیل به ترویج‌دهندگان، مبلغان وفادار، مشتریان همیشگی و در اغلب موارد، دوستان شما خواهند شد. بازاریابی، راهی عالی است برای اینکه بفهمید چه چیزی آدم‌ها را جذب و آنها را به محصولات و خدمات برند شما مشتاق می‌کند. سپس این چیز را به آنها بدهید و آنها را در یک فرآیند لذت‌بخش درگیر کنید. و صد البته، در طول این فرآیند، دوستی‌هایی به یادماندنی بسازید.

رنه بلاجت

رنه بلاجت یک متخصص بازاریابی است که شرکت بازاریابی Magic Sauce Media را تأسیس کرده و راهکارهای مارکتینگ بسیار صمیمی و شخصی به مشتریان خود ارائه می‌دهد.

نتیجه‌گیری

آن پیامی که تمام این تعریف‌های مارکتینگ به نحوی القا می‌کنند، این است که بازاریابی باید نیاز و خواسته مشتری را بشناسد و آن را فراهم نماید و البته، اینکه کار بازاریابی چیزی بیشتر از فروش صرف است.

همانطور که تمام این متخصصان بازاریابی به شما گفتند، اگر می‌خواهید بازاریابی بهتری انجام دهید، لازم است بر روی تجربه کلی مشتریان از برند خود تمرکز کنید و به این ترتیب، شانس فروش خود را بیشتر کنید.

به علاوه، در بازاریابی درست نباید فقط به دنبال تبلیغات و به دست آوردن مشتری باشید و قصدتان ارائه یک تجربه عالی به مشتریان باشد. اینگونه است که از جهان تبلیغات صرف، وارد جهان بازاریابی خواهید شد. (این موضوع بازاریابی آنلاین و آفلاین هم نمی‌شناسد.) حالا اگر دوست داشتید می‌توانید به سراغ مطلب دیگر ما در زمینه انواع استراتژی‌های بازاریابی بروید و ببینید کدام استراتژی‌های مارکتینگ می‌توانند برای شما مناسب باشند.

بفهمند که چقدر به چیزی نیاز دارند که هیچوقت نمی‌دانستند به آن نیاز دارند.

دورن موران هم همچون نفر قبلی که معرفی کردیم، اسم و رسمی از خود ندارد و در حال حاضر، به عنوان مدیر ارشد بخش تنظیم استراتژی دیجیتال در یک شرکت بازاریابی کار می‌کند. با این حال، او هم یک تعریف جالب از بازاریابی به ما ارائه می‌دهد. بسیاری از بازاریابان بر این عقیده‌اند که کار ما ایجاد حس نیاز در بازار است. خانم موران نیز بر این موضوع تأکید می‌کند، اما همزمان به ما می‌گوید که باید چیزی ارزشمند به مشتری ارائه بدهیم.

به شخصه چندان با ایده سرمایه‌گذاری (یعنی همان کمیکی که در ابتدای این مطلب خواندید) موافق نیستم که فقط بر ایجاد حس نیاز در مشتری تکیه دارد. با این حال، قصد نداشتم به کل این نگاه را در مقاله خود حذف کنم. فکر می‌کنم، تعریف خانم موران یک پل ارتباطی خوب بین بازاریابی اصولی و البته، نظام سرمایه‌داری باشد.

جفری هارمون jeffrey harmon: بازاریابی، آموزش درست به مخاطب

وقتی که محصول خوبی ارائه می‌دهید، آن وقت بازاریابی به آموزش ختم می‌شود. اینکه ما به صورتی مؤثر در مورد یک محصول خوب به مردم آموزش دهیم، باعث به وجود آمدن انگیزه‌ای خواهد شد، که برای حرکت آنها لازم است.

گروه بازرگانی اسکوپي

مرکز پخش انواع ایزوپروپیل الکل

الجي - ساسول - مينكو - پتروکم



۳۳۹۱۷۰۹۹ - ۳۳۹۳۴۱۱۳ - ۳۳۱۱۸۵۳۳

۰۹۱۲۱۷۸۰۹۴۹ - ۰۹۱۲۶۰۹۲۷۷۳

تنها مرکز تخصصی برای ملزومات چاپ حرارتی

دستگاه های پرس گرم تخت ساده و پنوماتیک
مخصوص چاپ پارچه ، تی شرت و اجسام سخت در بیش از 25 مدل

سایز چاپ
12x12cm ~ 100x150cm



OKI

Open up your dreams

نسل جدید چاپگرهای لیزری با تونر سفید
جایگزین مناسب چاپ مستقیم بر روی پارچه
مخصوص کاغذهای ترانسفر



SHOCKLINE

about your transfer paper

**Transfer Solutions
For White Toner**

TOPDARKNEW

FC BLANC

FC SUPER2003

TOPCOLOR

FC POLARTNEW



پلاترهای اپسون، مخصوص چاپ بر روی انواع کاغذهای ترانسفر

EPSON®

- ◆ **Printing Width:** 160cm
- ◆ **Maximum Printing Speed:** Draft 63m²/h - 58m²/h - 110m²/h
- ◆ **Ink Tank Capacity:** 1,500 ml



دستگاه پرس گرم غلطکی چند کاره (کلندر)

با قابلیت انتقال کاغذ رول سابلمیشن بر روی پارچه
بصورت رول به رول و شیت

- ◆ **Printing Size:** 1.60m
- ◆ **Drum diameter:** 420mm



**SUBLIMATION
INK**



**SUBLIMATION
INK**



**SUBLIMATION
PAPER**



**HD ALUMINIUM
PHOTO PANEL**



نمایشگاه آیکس از حرف تا عمل

نمایشگاه بیرمنگام، تعطیلی دیر هنگام!

■ مهربان روشن

نمایشگاه آیکس یکی از پر قدمت ترین نمایشگاه‌های چاپ و از معتبرترین و بزرگ‌ترین رویدادهای صنعت چاپ بریتانیا است که در تاریخ ۳۱ اکتبر تا ۳ نوامبر ۲۰۱۷ برابر با ۹ تا ۱۲ آبان ماه در قلب بریتانیا در بیرمنگام برگزار شد. به گفته سایت خبری نمایشگاه IPEX ۲۰۱۷ قرار بود در آن طیف گسترده‌ای از محصولات چاپی و خدماتی از قبیل دیجیتال، لیتوگراف، نرم افزارهای کامپیوتری و مواد مصرفی با تجهیزات چاپی و نوآوری در تولید به نمایش گذاشته شود و یک پلتفرم برای نشان دادن آخرین تجهیزات به تولیدکنندگان فراهم آورده شود تا غرفه‌داران آخرین تکنولوژی و نوآوری خود را به نمایش گذارند تا کسانی که به دیدار از نمایشگاه پر قدمت IPEX می‌روند از آخرین نوآوری‌ها و جدیدترین تجهیزات، تکنولوژی ماشین‌آلات چاپ، مواد مصرفی بهره گیرند و با کسب ایده‌های به روز به ارتقای کسب و کار خود و ارائه خدمات بهتر به مشتریانشان بپردازند. شعار این نمایشگاه «چاپ در عمل» بود. غافل از اینکه متأسفانه حتی شرکت‌های به نام و برندهای معتبر دنیا در این نمایشگاه کوچک حضور نداشتند و برعکس گفته‌ها که قرار بود نوآوری و تکنولوژی جدیدی ارائه شود هیچ جنبه مثبتی در این نمایشگاه دیده نمی‌شد. با توجه به تصاویر دوره قبلی، این نمایشگاه از نظر آموزشی بسیار پر رنگ و پر شکوه‌تر برگزار می‌شده است. ولی در سال ۲۰۱۷ بی‌فروغی و کم‌رونقی در آن موج می‌زد. در زیر صحبت‌های دست‌اندرکاران صنعت چاپ کشور که به بازدید از این نمایشگاه رفته بودند و ارزیابی خود را برای نشریه چاپ و نشر گفته‌اند را می‌خوانید.

■ ضعیف‌ترین نمایشگاه صنعت چاپ

سعید حاجیلو مدیرعامل مجتمع چاپ نقش الماس درباره نمایشگاه آیکس می‌گوید: در حال حاضر این نمایشگاه برعکس قدمت بسیار زیاد آن یکی از ضعیف‌ترین نمایشگاه‌های صنعت چاپ دنیا است. نمایشگاه آیکس تنها در یک سالن خلاصه شده بود و هر بازدیدکننده‌ای می‌توانست در عرض نیم ساعت از کل سالن بازدید کند. اکثر کسانی که برای بازدید از نمایشگاه آمده بودند یک نوبت بیشتر برای بازدید در نمایشگاه حاضر نشدند. عملکرد نمایشگاه ۲۰۱۷ بسیار ضعیف بود و فکر می‌کنم دوره بعدی این نمایشگاه برگزار نشود.

وی تأکید می‌کند: با توجه به نشتی که بازدیدکنندگان باغرفه‌داران داشتند، اظهار می‌کردند که در دوره بعدی در این نمایشگاه شرکت نخواهند کرد. احتمال اینکه آیکس نباشد خیلی زیاد است. نمایشگاه از نظر تعداد بازدیدکنندگان نیز زیاد پر شور نبود.

مدیرعامل مجتمع چاپ نقش الماس درباره هدف از حضور در این نمایشگاه بیان می‌کند: هدف ما از این حضور از قبل مشخص شده بود. کمپانی اتوباند یکی از غرفه‌گذاران این نمایشگاه بود و قبلاً از آنها ماشین‌آلات تهیه کرده بودیم و بیشتر برای بازدید و عقد قرارداد با این شرکت در نمایشگاه شرکت کردیم.

حاجیلو می‌افزاید: هیچ کدام از کمپانی‌های بزرگ مانند هایدلبرگ و ک.ب.آ و صنایع بزرگ این صنعت در این نمایشگاه حضور نداشتند. اکثر شرکت‌های بسیار ضعیف حضور داشتند تعداد اندکی هم شرکت‌های کشور چین، دوپلو (Duplo) ژاپن و برند هوریزان نیز غرفه داشتند. در کل در قلب اروپا شرکت‌کننده‌ی اروپایی ما ندیدیم.

وی تصریح می‌کند: در این نمایشگاه شرکت‌کننده‌ای نبود که بخواهند نوآوری و تکنولوژی روز را به نمایش بگذارند. حتی شرکت اتوباند که دارای دستگاه‌های بو وی دیجیتال و طلاکوب‌های دیجیتال است، این محصول و نوآوری خود را در نمایشگاه عرضه نکرده بود.

به گفته حاجیلو نمایشگاه آیکس بیشتر بر پایه فروش ماشین‌آلات دست دوم برگزار می‌شد و اکثر چاپخانه‌دارانی که برای بازدید از این نمایشگاه آمده بودند برای خرید ماشین‌آلات حضور یافته بودند ولی متأسفانه به هدفشان نرسیدند. وی اشاره می‌کند: در این نمایشگاه سالن آموزشی وجود داشت ولی خالی بود و من ندیدم که برنامه آموزشی در آن برپا شود.

■ نمایشگاهی بی‌ثمر

مهرداد هاتف مدیر چاپ درباره نمایشگاه آیکس ۲۰۱۷ بیرمنگام می‌گوید: این نمایشگاه در حد متوسط بود. ما برای فعالیت‌های بعد از چاپ نیاز به خدماتی داشتیم و از نزدیک آشنایی بیشتری نسبت به خدمات پس از چاپ داشته باشیم، ولی در حقیقت از این حضور منفعتی عاید ما نشد و به اهدافی که مد نظر داشتیم نرسیدیم.

وی می‌افزاید: این نمایشگاه مانند نمایشگاه‌های داخلی ایران بود و اصلاً قابل مقایسه با نمایشگاه اروپا نبود. در این نمایشگاه به جز چند شرکت مانند اتوباند، شرکت‌های به نام حضور نداشتند. بیشتر غرفه‌داران از شرکت‌های انگلیسی و چینی بودند، از کشور آلمان هم غرفه وجود داشت. این نمایشگاه یک سالن خلاصه شده

بود و همانند سالن‌های مرکز نمایشگاهی شهر آفتاب تهران بود. نمایشگاه اروپا با این نمایشگاه زمین تا آسمان تفاوت داشت. یکی از فاحش‌ترین تفاوت آن تعداد سالن‌های این بود که نمایشگاه اروپا ۱۷ سالن و نمایشگاه بیرمنگام یک سالن داشت. هاتف اشاره می‌کند: در کل نمایشگاه‌های صنعت چاپ دنیا، تنها نمایشگاه اروپا واقع در شهر دوسلدورف آلمان بهترین و مفیدترین نمایشگاه است و هیچ کدام از نمایشگاه‌های کشورهای دیگر چندان مفید فایده نیستند و ارزش چندان ندارند تا هزینه و وقت صرف آنها شود. وجهه تفریحی و سفر به بیرمنگام بهتر از حضور در نمایشگاه آیکس بود.

■ تلفیق چاپ افست با چاپ دیجیتال

مهدی علی پناه مدیرعامل شرکت ارگ سیستم درباره نمایشگاه آیکس می‌گوید: نمایشگاه آیکس با توجه به سابقه فعالیتش و همچنین حمایت نهادهایی همچون All Pack, Print Pack و Asia و صدها شرکت و نهاد‌های اروپایی، آمریکایی و آسیایی دیگر دارای تعداد زیادی بازدیدکننده و مشارکت‌کننده بود که این امر سبب رضایت بازدید از این نمایشگاه شد.

مدیرعامل شرکت ارگ سیستم تصریح می‌کند: تقریباً هر قاره‌ای نمایندگانی در این نمایشگاه وجود داشت. اما شاخص‌ترین آنها شرکت‌های Ricoh, Morgana, Doplo, Lamina system بود و همچنین نمایندگانی از شرکت‌های ژاپن، چین، ایتالیا، انگلیس، هند، برزیل، اندونزی، استرالیا و... نیز حضور داشتند.

وی می‌افزاید: از نظر بنده تفاوت اصلی این نمایشگاه در تنوع محصولات و کامل بودن حوزه‌های مختلف چاپ است. همانطور که گفتم این نمایشگاه حمایت مالی نهادهای بسیاری را داشت که این نهادها از تمام نقاط جهان و در تمام زمینه‌های چاپ فعالیت دارند و همگی می‌کوشند تا نمایشگاه IPEX به کامل‌ترین مجموعه و به روزترین نمایشگاه بین‌المللی مبدل شود. در این نمایشگاه بسیاری از مشارکت‌کنندگان در کنار محصولاتشان افرادی را به عنوان آموزش‌دهنده قرار داده بودند تا به علاقمندان توضیحات لازم در خصوص محصولاتشان بدهند.

علی پناه اشاره می‌کند: تقریباً در تمام حوزه‌های چاپ دیجیتال و افست، در این نمایشگاه رقابت وجود داشت. نمی‌توان به طور قطع به یک مورد خاص اشاره کرد، اما مسأله‌ای که بیشتر از هر چیزی در نمایشگاه توجه همگان را به خود جلب می‌کرد، ابتکار شرکت Ricoh در تلفیق چاپ افست با چاپ دیجیتال بود که این تکنولوژی به سرعت در حال توسعه است.

وی می‌افزاید: این نمایشگاه در یک سالن بزرگ در فضای مناسب و امکانات رفاهی عالی برگزار شد. چند نمایشگاه نیز به طور همزمان در همین مجموعه برگزار شد که می‌توان به نمایشگاه مهندسی پیشرفته، همزمان با نمایشگاه IPEX در سالن‌های دیگر این مجموعه بود اشاره کرد.

علی پناه درباره هدف از حضور در این نمایشگاه می‌گوید: برای من همواره ارایه جدیدترین و بروزترین محصولات در کشور خودم به عنوان یکی از اولویت‌ها محسوب می‌شود، به همین دلیل همواره در حال جمع‌آوری اطلاعات در حوزه کاری خود هستم و کسب جدیدترین اطلاعات و آشنایی با بروزترین برندها و محصولات، بزرگ‌ترین مزیت برای من محسوب می‌شود و حتما بزودی با تجزیه و تحلیل، بهترین برندها را جهت همکاری انتخاب خواهم کرد.

لیتوگرافی سوژه

Souzhe Lithography




AGFA 
AVALON N8-20

زینک حرارتی از ابعاد GTO تا چهار و نیم ورقی

۳۰٪ صرفه جویی در مصرف مرکب با بهره گیری از گزینه InkSave

زینک های آگفا ELITE PRO با تیراژ ۱۵۰,۰۰۰ (بدون سوزاندن) ویژه چاپ با مرکب UV

 ۰۳۱ ۳۶۶۰ ۲۵۸۸

 @Souzhe_Litho

 Souzhe.litho@gamil.com

 اصفهان، خیابان سجاد، خیابان شهید خلیلی

به مدیریت موسی انجمنی

با ۲۵ سال تجربه
در امور پیش از چاپ



پنج نوع از بهترین تبلیغات تجاری

در این مقاله انواع تبلیغات تجاری را آورده‌ایم. تبلیغات تجاری به تمامی اصول و روش‌هایی که شما در تبلیغات سازمانی استفاده می‌کنید اطلاق می‌شود. انواع تبلیغات تجاری شامل تبلیغات صوتی، تبلیغات دیداری، تبلیغات محتوا است. اهداف تبلیغات تجاری، معمولاً عبارت است از معرفی کالا و خدمات، تشویق مشتری به خرید و یا استفاده از خدمات و ارتقای سازمان و موسسه خود. انواع تبلیغات تجاری که شما در کسب و کار و شرکت خودتان انجام می‌دهید و تبلیغات تجاری هستند و بسیار مهم است که این تبلیغات به صورت اصولی و حرفه‌ای انجام شود. انتخاب نوع تبلیغ هم اهمیت بسیاری دارد، زیرا اگر درست انتخاب نکنید پول و سرمایه خود را به هدر داده‌اید! یکی دیگر از عوامل مهم در انتخاب نوع تبلیغات، مدت زمان تأثیرگذاری آن است، یعنی مدتی که طول می‌کشد تا هزینه‌ای که برای تبلیغات پرداخت کرده‌اید برگردد و همچنین کسب و کار شما به سود دهی برسد. اما مدت زمان رسیدن به نقطه سوددهی در صنایع و مشاغل مختلف فرق دارد. در کسب و کارهای کوچک که با سرمایه‌ای بسیار کم راه‌اندازی می‌شود باید مدت زمان رسیدن به سوددهی کوتاه‌تر باشد. زیرا شخص پول چندانی برای هزینه کردن در تبلیغات ندارد و برای توسعه کسب و کار خود از همان ابتدا نیاز به جذب مشتری و دریافت درآمد از طریق فروش دارد. تبلیغاتی که می‌توانیم در زمینه‌های کاری مختلف از آنها استفاده کنیم را از چند طریق می‌توان انجام داد.

تبلیغات صوتی

تبلیغاتی که از طریق صدا جهت معرفی کالا یا خدمات شما انجام می‌شود را تبلیغات صوتی می‌نامند. با شروع قرن بیستم و ظهور قابلیت انتقال صدا در پیچ نو در زندگی انسانها گشوده شده و بعد از مدتی صدا نیز به عنوان یک ابزار کلیدی برای تبلیغ شناخته شد. با اینکه شاهد ظهور روشها و بسترهای تبلیغاتی جدیدی هستیم اما هنوز هم تبلیغات صوتی جایگاه خود را حفظ کرده است. هنوز هم اکثر رادیوهای معمولی شاهد حجم عظیمی از تبلیغات صوتی هستند. همچنین تبلیغات صوتی در بسترهای جدید فناوری مبتنی بر تلفن‌های همراه نیز جایگاه بسیار قابل توجهی دارند. ارسال تبلیغات صوتی در قالب فایل‌های از پیش ضبط شده بسیار رایج و تأثیرگذار هستند. چنین قابلیت‌های جدیدی یک فرصت طلایی را برای استفاده از تبلیغات صوتی فراهم کرده است. مثل رادیو اکثر افرادی که قصد انجام تبلیغات را دارند، به دلیل هزینه‌های بالای آن این روش را انتخاب نمی‌کنند، اما از شما می‌خواهم اگر اصول تبلیغات و تبلیغ نویسی را بلد هستید، حتی اگر لازم است مبلغ بیشتری برای بهتر شدن تبلیغ پرداخت کنید این نوع تبلیغات می‌تواند بسیار مفید و تأثیرگذار باشد.

پیامک‌های تبلیغاتی صوتی موفق

امروزه کاربران پیامک باران می‌شوند و این نوعی هنر است که شما بتوانید افرادی را با خود همراه کنید که منتظر پیامک‌های تبلیغاتی شما باشند. این موضوع در زمینه ارسال پیامک‌های صوتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند چرا که پیامک‌های صوتی دارای حساسیت‌های خاصی هستند. شما باید به دنبال راه‌های خلاقانه‌ای باشید تا بتوانید مخاطب را تا انتهای پیام با خود همراه کنید. اگر می‌خواهید پیامک‌های صوتی تأثیرگذاری داشته باشید در قدم اول باید توجه خود را به مخاطبان هدف خود معطوف کنید. شما باید به دنبال راهی باشید که از طریق پیامک صوتی توجه مخاطب را جلب کرده و آنها را وادار کنید که بعد از شنیدن پیامک شما به کنکاش در مورد شما مشغول شوند. شما باید ببینید چگونه می‌توانید مشتری خود را هیجان زده کرده و به آنها احساس با ارزش بودن را هدیه بدهید. به احتمال زیاد رقیبان شما هم از این روش تبلیغات استفاده می‌کنند پس سعی کنید خسته کننده نباشید و خودتان را نسبت به سایر رقیبان متمایز کنید.

در زمان استفاده از پیامک‌های صوتی شما وقت زیادی دارید و باید سعی کنید در حدود ۳۰ ثانیه به اهداف خود برسید. در ابتدا خودتان را معرفی کنید و بگویید که چگونه می‌توانید یکی از نیازهای آنها را برطرف کرده و در نهایت راه ارتباطی را در اختیار آنها قرار دهید. با کمی خلاقیت می‌توانید مخاطبان را به سوی خود جذب کنید. حتی اگر در آن زمان نیز اقدام به خرید نکنند اما بتوانید آنها را وادار کنید که در مورد شما تحقیقی انجام دهند باز هم می‌توان گفت نتیجه خوبی گرفته‌اید.

تبلیغات دیداری

استفاده از راه‌های دیداری برای تبلیغات روش تأثیرگذاری برای انتقال و درک اطلاعات است. تبلیغات دیداری مثل: تلویزیون، تیزرهای تبلیغاتی، تبلیغات اینترنتی، روزنامه و مجلات، تبلیغات متحرک و

کالاهای مصرفی شما از طریق تلویزیون، فضاهای مجازی، شبکه‌هایی مثل آپارات، یوتیوب و... می‌توانید کسب و کار خود را معرفی کنید.

تبلیغات محتوا

یکی از شیوه‌های خیلی مهم و مؤثر در زمینه تبلیغات این است که در مکان‌های مختلف در مورد محتوای کالا و خدماتتان اطلاعات بدهید که بسیار بسیار تأثیرگذار خواهد بود. تبلیغات محتوا منظور نوشتن متن تبلیغات نیست. تبلیغات محتوایی یکی از استراتژی‌های مدیریت بازاریابی به منظور تولید محتوا است، که هدف اصلی پخش آن از طریق کانال‌های پولی و مرورگرها می‌باشد. محتوا به دو طریق منتشر می‌شود. محتوا در سایت‌ها و جستجوی آن از طریق موتورهای جستجو؛ و محتوایی که از طریق کانال‌های پولی منتشر می‌شود.

محتوایی که با توجه به اصول کلی بهینه سازی موتورهای جستجو سرچ منتشر می‌شوند، می‌توانند از فرصت سرچ کلمات کلیدی استفاده کنند. و می‌توان محتوا را در شبکه‌های اجتماعی دیگر به اشتراک گذاشت و به صورت بصری قابل استفاده برای عموم باشد. در محتوایی که از طریق کانال‌های پولی منتشر می‌شود می‌توانیم به موضوعاتی بپردازیم که توسط افراد به طور عادی و فعال جستجو نمی‌شوند و قابل اشتراک گذاری نیستند و در نهایت می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد. این نوع از محتوا به برندها فرصتی برای ارائه محتوا، بدون در نظر داشتن قوانین موتورهای جستجو را داده است.

تبلیغات چاپی

تبلیغات چاپی به دو دسته تبدیل می‌شوند: تبلیغات چاپ شده در مطبوعات و تبلیغات چاپ شده در غیر مطبوعات. تبلیغات چاپ شده در مطبوعات به تبلیغاتی می‌گویند که در روزنامه‌ها، مجلات، فصل نامه‌ها چاپ می‌شود. تبلیغات چاپ شده در غیر مطبوعات به تبلیغاتی می‌گویند که شامل بروشور، کاتالوگ، پوستر، کارت پستال، ست اوراق و... چاپ می‌شود. از مزیت‌های چاپ آگهی در مطبوعات این است که مخاطب با آرامش آن آگهی را می‌خواند و مخاطب اختصاصی آن آگهی محسوب می‌شود و تنها خود را مخاطب آن آگهی تصور می‌کند که این تأثیرگذاری را بیشتر می‌کند. اما روزنامه‌ها یک بار خوانده می‌شوند و در آخر روز دور انداخته می‌شوند، اما مجلات را ممکن است مدت‌ها نگه دارند و یا حتی آن را در کلکسیون مجلات خود قرار بدهند. مخاطب می‌تواند نشریه را چند بار بخواند و آگهی شما را ببیند و در ذهن او جای بگیرد وقتی آن را چند بار ببیند، با آن آگهی انس می‌گیرد و ممکن است بازدیدکننده آگهی شما به مشتری تبدیل شود. بسیاری از نشریات چاپی که به صورت مداوم و با کیفیت بالا تولید شده‌اند توانسته‌اند که اعتبار قابل توجهی در نزد مخاطبان پیدا کنند. یک کسب و کار می‌تواند از اعتبار این نشریات برای رسیدن به هدف خود با استفاده از چاپ تبلیغات در آنها استفاده کند.

انواع تبلیغات تجاری برحسب نوع هزینه

تبلیغات فردی: هزینه این نوع تبلیغات توسط فرد خاص مثل کاندیدای مجلس پرداخت می‌شود.
تبلیغات گروهی: با همکاری تسوأم آگهی‌دهندگان و به طریق تعاونی صورت می‌گیرد.
تبلیغات دولتی: هزینه تبلیغات توسط دولت پرداخت می‌شود.



تولید کننده تقویم و سررسید

۱۳۹۷

آسیا

فروش چرم ترمو خارجی با قابلیت داغی و تغییر رنگ عرض ۱۴۰

زیبا و پر مصرف ترین مدل طرح چرم در ۷ رنگ با قیمتی مناسب عرضه میگردد.



سفارش دوفت جلد سررسید چرم پذیرفته می شود.

عمایه ۴۲۴ ۳۰۹۳۵۱۰۳۰۱۴ ۲۰۱۴ ۳۳۹۰

www.asiapub.co ataie@asia.com ataie_asia

نمایشگاه بین المللی تهران ۱۲ الی ۱۵ دیماه سالن ۴۱

HiNINYO
JAPAN



شرکت سیما آذر سهند

مستأجر رسمی لاستیک سیلندرهای kinyo ژاپن در ایران
وارد و توزیع کننده محصولات چاپی



- انواع لاستیک سیلندر و زیر لاستیک های kinyo ژاپن
- ۱۷ نوع لاستیک سیلندر تخصصی و امنیتی در قطره‌های مختلف به همراه زه آلومینیومی
- کلیه‌ی لاستیک‌های سایز بزرگ موجود می‌باشد
- لاستیک سیلندر پشت چسبناک
- انواع مرکب های ژاپنی و چینی
- پارچه نورد NUENKA اسپانیا در سایز های مختلف
- ابر فشرده viskovita آلمان
- اسمش ژاپنی و انگلیسی
- انواع محصولات شیمیایی Ultrachem انگلیس و PPL ژاپن از قبیل:
- نورد و لاستیک شور، دارو آب، پودر قشک کن، اسپری ضد قشک کن، فمیر نورد، SPA و سایر ملزومات چاپ

دفتر فروش: تهران، کریم خان، فیلیان آبان مله‌ی (عضدی)، کوه آرنگ، پلاک ۷
تلفن: ۰۲۰۷۱-۸۸۸۰۶۰۷۱ - ۸۸۹۶۶۸۶۱ - ۸۸۹۰۶۸۵۱ تلفکس: ۸۸۸۹۶۶۹۵ موبایل: ۰۹۱۶۱۶۴۱۴۶۱ ارشد نیک زاد
nikzad.simin@gmail.com

پرسش و پاسخ‌های حقوقی

دختر

نویسنده: پیتر بیگل
مترجم: فرانک آرتا

شب‌ها آن‌ها منتظر مونیکا می‌شدند. او در شهری کار می‌کرد که خطوط راه‌آهنش بد است. دختر، مرد و زنش پشت میز غذا می‌نشستند و منتظر مونیکا می‌شدند. از وقتی که او توی شهر کار می‌کرد، آن‌ها تازه ساعت هفت و نیم غذا می‌خوردند. پیش‌ترها یک ساعت زودتر غذایشان را خورده بودند. حالا هر روز یک ساعت پشت میز آماده، در جای خودشان معطلند؛ پدر بالای میز، مادر روی صندلی نزدیک در آشپزخانه، همه کنار جای خالی مونیکا انتظار می‌کشند. برخی اوقات بعدتر هم کنار قهوه دم کشیده، جلوی کره، نان و مربا.

دختر بزرگ‌تر از او بود و همین‌طور مویش بلوندتر از او بود. او پوست لطیف عمه‌ماریا را داشت. وقتی آن‌ها منتظرش می‌شدند، مادرش می‌گفت: «همیشه بچه دوست‌داشتنی بود.»

در اتاقش گرامافونی داشت که اغلب صفحه‌هایش را از شهر می‌آورد و می‌دانست چه کسی در آن آواز می‌خواند. او همین‌طور آینه‌ای داشت و بطری‌های کوچک جورواجور، یک چهارپایه از چرم مراکشی و یک بسته سیگار.

پدر کیسه نایلونی حقوقش را از یک دوشیزه اداره‌ای گرفت. او مهرهای بسیاری را در قفسه دید و از صدای آرام ماشین حساب و موهای بلوند شده آن دوشیزه در شگفت ماند. دوشیزه وقتی مرد از او تشکر کرد، صمیمانه گفت: «خواهش می‌کنم.»

ظهِرها مونیکا در شهر می‌ماند و آن جوری که او می‌گفت در یک چایخانه غذای مختصری می‌خورد. بعد دوشیزه‌ای شد که خنده‌کنان در چایخانه‌ها سیگار دود می‌کرد. اغلب دختر از او می‌پرسید که در شهر، در اداره چه کار می‌کند. اما او نمی‌دانست چه بگوید. او دست کم تلاش کرد به طور دقیق خود را معرفی کند و بگوید که چگونه تصادفی در راه‌آهن کیف فرمزش را همراه با برگه اشتراک مطبوعات را باز کرد و آن را به نمایش گذاشت. چگونه او در طول سکوی راه‌آهن راه می‌رفت، چگونه در راه اداره با هیجان با دوستش گپ می‌زد و چگونه او سلام یک مرد را خنده‌کنان پاسخ داد. بعد خود را بارها در این ساعت معرفی کرد که چگونه به خانه آمد، کیف به دست و ژورنال مد زیر بغل با عطرش؛ خود را معرفی کرد. چگونه می‌نشیند و چگونه با هم غذا می‌خورند.

اتاقی در شهر گرفت، آن‌ها این را فهمیدند. سپس سر ساعت شش و نیم دوباره غذا می‌خورند و این که پدر پس از کار دوباره روزنامه‌اش را می‌خواند و این که اتاقی با گرامافون و ساعتی برای انتظار دیگر وجود ندارد. روی گنجه گلدان آبی رنگ سوئدی از جنس شیشه قرار داشت؛ گلدانی از شهر، هدیه پیشنهادی از ژورنال مد.

خانم می‌گفت: «او شبیه خواهرت است. همه چیزش به خواهرت رفته. او را به خاطر می‌آوری که چقدر قشنگ آواز می‌خواند.» مادر می‌گفت: «دخترهای دیگر هم سیگار می‌کشند.» پدر می‌گفت: «آره. این را من هم گفته‌ام.» مادر می‌گفت: «دوست‌دخترت تازگی ازدواج کرده است.» پدر فکر می‌کرد، او هم ازدواج می‌کند. او در شهر زندگی می‌کند. تازگی‌ها مونیکا درخواست کرده بود: «چند تا کلمه فرانسوی بگو.» بله، مادر تکرار کرده بود: «چند تا کلمه فرانسوی بگو.» اما نمی‌دانست چه بگوید.

تندنویسی هم بلد بود. حالا پدر به آن فکر می‌کرد. اغلب آن‌ها به همدیگر می‌گفتند: «برای ما این مساله خیلی سخت بود.» سپس مادر قهوه را روی میز گذاشت. او گفت: «من صدای قطار را می‌شنوم.»



■ حدود وظایف اداره بازرسی کار چیست؟

مطابق ماده ۹۶ قانون کار، به منظور اجرای صحیح قانون و ضوابط حفاظت فنی اداره کل بازرسی وزارت کار و امور اجتماعی با وظایف ذیل تشکیل می‌شود:

الف) نظارت بر اجرای مقررات ناظر بر شرایط کار به ویژه مقررات حمایتی مربوط به کارهای سخت و زیان‌آور و خطرناک، مدت کار، مزد، رفاه کارگر، اشتغال زنان و کارگران نوجوان.
ب) نظارت بر اجرای صحیح مقررات قانون کار و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به حفاظت فنی.

ج) آموزش مسائل مربوط به حفاظت فنی و راهنمایی کارگران، کارفرمایان و کلیه افرادی که در معرض صدمات و ضایعات ناشی از حوادث و خطرات ناشی از کار قرار دارند.

د) بررسی و تحقیق پیرامون اشکالات ناشی از اجرای مقررات حفاظت فنی و تهیه پیشنهاد لازم جهت اصلاح میزان و دستورالعمل‌های مربوط به موارد مذکور مناسب با تحولات و پیشرفت‌های تکنولوژی.

ه) رسیدگی به حوادث ناشی از کار در کارگاه‌های مشمول و تجزیه و تحلیل عمومی و آماری این گونه موارد به منظور پیشگیری از حوادث.

■ ورود بازرسان کار به کارگاه‌ها به چه ترتیبی است؟

بازرسان کار در حدود وظایف خویش حق دارند بدون اطلاع قبلی در هر موقع از شبانه‌روز به مؤسسات مشمول ماده ۸۵ قانون کار وارد شده و به بازرسی بپردازند و نیز می‌توانند به دفاتر و مدارک مربوطه در موسسه مراجعه و در صورت لزوم از تمام یا قسمتی از آن‌ها رونوشت تحصیل نمایند. بازرسی از کارگاه‌ها به صورت مستمر، همراه با تذکر اشکالات و معایب و نواقص و در صورت لزوم تقاضای تعقیب متخلفان در مراجع صالحه انجام می‌گیرد.

■ نحوه شناسایی بازرسان کار توسط کارفرمایان چگونه است؟

به استناد ماده ۱۰۰ قانون کار کلیه بازرسان کار، دارای کارت ویژه با امضای وزیر کار و امور اجتماعی هستند که هنگام بازرسی باید همراه آنها باشد و در صورت تقاضای مقامات رسمی یا مسئولین کارگاه، بایستی ارائه شود.

■ بازرس کار ضمن بازدید از کارگاه من، ابلاغیه‌ای برایم صادر کرده. برای رفع این نواقص چگونه و از چه کسانی می‌توانم کمک بگیرم؟

از مقررات، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های مربوط به مصوبات شورای عالی حفاظت فنی و همچنین از اساتید دانشگاه، متخصصین امر و مشاورین ذیصلاح می‌توان در جهت رفع نواقص بهره برد.

■ بازرس کار از کارگاه اینجانب بازرسی و برای اجرای موضوع ماده ۸۷ قانون کار، نقشه‌های ساختمانی را درخواست کرده و بنده را مکلف به پرداخت مبلغی به حساب دولت نموده است. لطفاً در این باره توضیح دهید؟

اشخاص حقیقی و حقوقی که بخواهند کارگاه جدیدی احداث نمایند و یا کارگاه‌های موجود را توسعه دهند، مکلفند بدو برنامه کار و نقشه‌های ساختمانی و طرح‌های مورد نظر را از لحاظ پیش‌بینی در امر حفاظت فنی و بهداشت کار، برای اظهارنظر و تایید به وزارت کار و امور اجتماعی (ادارات اجرایی) ارسال کنند. اداره اجرایی مربوطه نیز موظف است با دریافت مدارک از جمله دریافت مبلغی بر اساس مصوبه هیات وزیران، نظرات خود را ظرف مدت یک ماه اعلام نماید. بهره‌برداری از کارگاه‌های مزبور منوط به رعایت مقررات حفاظتی و بهداشتی خواهد بود.



دوستان کیمیا آسیاب
Doustan Chemie Asiab



تولیدکننده و واردکننده انواع ملزومات،
مرکب و مواد جانبی چاپ افسست

تلفن: +۹۸ ۲۱ ۷۷ ۹۳ ۱۹۳، +۹۸ ۲۱ ۷۷ ۳۲ ۹۲ ۶۴، +۹۸ ۲۱ ۷۷ ۱۲ ۵۲ ۶۸

۲۸ ۴۲ ۱۲ ۷۷ ۲۱ ۹۸ + و فکس: ۱۱ ۴۸ ۹۶ ۷۷ ۲۱ ۹۸ +

www.doustanchemie.com | info@doustanchemie.com



انواع بازاریابی استراتژیک

مفهوم بازاریابی یا تعریف بازاریابی عبارت است از یک استراتژی که توسط یک شرکت در جهت برقراری ارتباط با مشتری استفاده می‌شود. عملیات بازاریابی موجب آگاهی مشتری از ویژگی‌های مختلف محصولات و خدمات می‌شود. در مسیر بازاریابی برای جذب و جلب نظر مشتری به یک محصول یا خدمت در بازار هدف، شرکت‌ها از روش‌های خلاقانه و یا پیش‌تر بکار گرفته شده برای مواجه شدن با رقبا و حضور در عرصه بازار خود را آماده می‌نمایند.

■ چند تعریف از بازاریابی

- ایجاد رابطه بین مشتریان و محصولات است. **Jeremiah Owyang**
- پیدا کردن فردی است که نیاز دارد شما را بشناسد، به شما علاقه داشته باشد و به شما اعتماد نماید. **John Jantsch**
- دادن یک وعده بزرگ و ارائه چیزی بیشتر است **Seth Godin.**
- کسب سود و حفظ مشتریان فوق‌العاده است **Jeffery J. Fox**
- فرایند ایجاد علاقه در مشتری نسبت به محصولات و خدمات شرکت است **Wikipedia.**
- فرایند پیش‌بینی، مدیریت، رضایت از محصولات مورد تقاضا، خدمات و ایده‌ها است. **Wharton Business School**
- هدف از بازاریابی، ایجاد فروش اضافی است. **Peter Drucker**
- هدف از بازاریابی، ایجاد و حفظ فروش بیشتر است. **Tom Asacker**

■ استراتژی بازاریابی و ذهن مشتری

مشتری، محصولی که توسط شما عرضه می‌شود را خریداری نمی‌نماید، بلکه ارزش ایجاد می‌کند کالا را خریداری می‌نماید. برای درک چگونگی آن باید روانشناسی مصرف‌کننده / شناخت رفتار مصرف‌کننده **Consumer Behavior** را به درستی درک نمایید. روزانه یک مشتری با صدها پیام بازاریابی مواجه است. چرا مشتری باید به همه آن‌ها توجه نماید؟ توجه همه‌جانبه به این همه پیام چیزی جز آشوب ذهنی به همراه نخواهد داشت. در مقابل، مشتریان اکثر پیام‌های را نادیده گرفته و فقط به مواردی که به خصوصیات شخصیتشان نزدیک باشد، توجه می‌نمایند. مغز انسان برای نادیده گرفتن پیام‌هایی که به آن نیاز یا احتیاج ندارد، بسیار خوب عمل می‌نماید. این یک سیستم ضد اسپم ناخودآگاه در مغز انسان است. شاید زمانی که کودک بودید و لغات جدیدی را می‌آموختید را به یاد بیاورید - این لغات را همه‌جا می‌دیدید و به آن لغات حساس شده بودید - اما حالا همان لغات را همه‌جا می‌بینید و می‌شنوید و دیگر مانند قبل توجه شما را به خود جلب نمی‌نماید. این مثالی برای این است که ذهن ما چگونه خود را با محیط پیرامون تطبیق می‌دهد. لغات بسیاری هنوز وجود دارد که اصلاً شاید تاکنون نشنیده باشید و بود و نبودشان برایتان نیز مهم نبوده است، اما هنگامی که نیازمند دانستن و بکارگیری این لغات هستید، توجه شما به آنان صدچندان می‌شود. حالا این لغات برای ذهنتان جادویی می‌شود. این دقیقاً کاری است که پیام بازاریابی انجام می‌دهد.

■ خصوصیت استراتژی بازاریابی چیست؟

در بازاریابی دو جز اصلی وجود دارد: ۱- استراتژی ۲- تاکتیک‌ها

بازاریابی تشکیل شده است از تعداد زیادی از تاکتیک‌های عملیاتی. در ادامه به معرفی برخی از محبوب‌ترین انواع بازاریابی (۱۴۶ نوع بازاریابی) می‌پردازیم.

■ بازاریابی سببی **Affinity Marketing**

این بازاریابی با عنوان بازاریابی مشارکتی **Partnership Marketing** نیز خوانده می‌شود، این تکنیک سبب ایجاد یک رابطه عمیق بین برندهای مکمل می‌گردد، از سوی دیگر این استراتژی مشارکتی دارای منافع بر هر دو برند (شرکت) خواهد بود. هنگامی که یکی از شرکت‌ها در جهت کسب درآمد برای خود موجب خلق ارزش برای یک مشتری می‌شود، دیگر در حال ایجاد ارتباط با مشتریان جدید است.

■ بازاریابی اتحاد متقابل (بازاریابی ائتلافی) **Alliance Marketing**

دو یا چند شرکت که با یکدیگر بر سر منابع خویش ائتلاف نموده تا یک محصول یا خدمت ترویج نموده و به فروش برسانند. در این حالت، نه تنها سود بیشتری برای سهامداران خویش ایجاد می‌نمایند، بلکه سهم بازار خویش را نیز افزایش و تأثیری بیشتری بر بازار خواهند داشت.

■ بازاریابی تله‌ای / بازاریابی حمله گاز انبری **Ambush Marketing**

حضور در محل کمپین برندینگ یک شرکت، برای انجام تبلیغات در خصوص یک برند دیگر، بدون پرداخت هیچ مبلغی به‌عنوان اسپانسر به شرکت برگزارکننده آن کمپین، که این امر موجب کاهش ارزش سرمایه‌گذاری بر آن کمپین از نقطه‌نظر اسپانسرها می‌گردد. این نوع فعالیت‌های بازاریابی در زمان کمپین‌های بین‌المللی بزرگ اتفاق می‌افتد. مانند کمپین‌های برندینگ در بازی‌های جام جهانی یا المپیک.

■ بازاریابی تله‌گذاری درنده:

با ادعاهای کلاهبردانه، خود را حامی رسمی آن کمپین اعلام می‌نمایند.

■ بازاریابی تله‌گذاری مستقیم:

برند تله‌گذار بدون اینکه در کمپین سرمایه‌گذاری کرده باشد، خود را بخشی از آن می‌داند اما سعی می‌نمایند اما ادعای علنی ندارد.

■ بازاریابی درخواست به اقدام **Call to Action Marketing**

بازاریابی **CTA** بخشی از بازاریابی درون سیستمی است که در داخل وب‌سایت از طریق بنر، متن یا یک تصویر اتفاق می‌افتد، این ابزارها، تلاش می‌نمایند تا فرد را به کلیک بر روی آن ترغیب نموده وارد دالان ارتباط با سایت گردد که نهایتاً به یک فروشگاه آنلاین ختم شده و آن را به فروش تبدیل نماید.

HEIDELBERG SPEEDMASTER

شاهکار هایدلبرگ

ماشین ۴/۵ ورقی هایدلبرگ ۱۲ رنگ
با قابلیت چاپ ۵ رنگ با ورنی واترپیس پشت و رو

در مجتمع نقش رنگ خجستگان



مجموعه ای کامل و متنوع
در صنعت چاپ ایران

تهران | کیلومتر ۲ جاده قدیم | جنب کارخانه بستنی پاک
کوچه ارداچی ۴ | پلاک ۶
تلفن: ۶۶۳۹۷۶۹۶ (ده خط) فکس: ۶۶۳۹۷۶۹۹
www.khojastegan.com
۰۹۹۰۰۱۱۵۳۱۱

- چهار و نیم ورقی ۱۲ رنگ هایدلبرگ مدل ۲۰۰۶، با قابلیت چاپ ۵ رنگ پشت و رو همزمان با لاک (ورنی واترپیس)، فول اتومات
- چهارونیم ورقی هشت رنگ هایدلبرگ با قابلیت چاپ یووی و متالایز
- چهارونیم ورقی هشت رنگ هایدلبرگ ZP با CP2000
- چهارونیم ورقی دو رنگ ساکورایی ZP سه دستگاه
- دو و نیم ورقی چهار رنگ ساکورایی ZP
- دو و نیم ورقی ۶ رنگ رولند ZP با لاک (ورنی واترپیس)
- BOBST چهارونیم ورقی دو دستگاه
- دو ورقی دو رنگ کوموری ZP
- لترپرس ۳ ورقی
- یووی سیلک اسکرین ساکورایی سایز ۱۲۰×۸۰
- خط کامل چسب گرم تمام اتوماتیک با قابلیت تولید روزانه ۲۰۰ هزار جلد کتاب و مجله
- خط کامل مفتول با قابلیت تولید روزانه ۳۰۰ هزار جلد کتاب و مجله
- خط کامل جلد سخت - پانچ و فنر با قابلیت تولید روزانه ۳۰ هزار جلد کتاب



Naghsh Rang Khojastegan



Naghsh Rang Khojastegan



Naghsh Rang Khojastegan



Naghsh Rang Khojastegan



دیده و سورپرایز شوند. بهترین مثال برای آن فلش موبز است (مختص به کارگیری این روش بازاریابی شرکت ردبول است. ردبول از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ در حدود ۲۵۰ برنامه فلش موبز در ۵ قاره جهان برگزار نموده است)

با توجه به هوشمندی خرید در عصر اطلاعات و جامعه پست‌مدرن امروزی، هر شرکتی که قصد موفقیت دارد می‌باید، ترکیبی از انواع بازاریابی‌های فوق را در برنامه بازاریابی استراتژیک خویش تبیین نموده باشد. همان‌طور که مطالعه نمودید، برخی از انواع بازاریابی با ظهور فن‌آوری‌های نوین خلق و با هر جهش تکنولوژیک، نیز تغییر می‌نمایند. حتی روندهای اجتماعی-اقتصادی بر ماهیت بازاریابی و ساختار بازار تأثیر خود را خواهند گذاشت.

■ انواع بازاریابی

بازاریابی فردی Account-Based Marketing: بازاریابی از طریق فرد کلیدی در یک سازمان
بازاریابی چابک Agile Marketing: به کارگیری متدولوژی توسعه سریع و چابک در بخش بازاریابی
بازاریابی الگوریتمی Algorithmic Marketing: استفاده از نرم‌افزاری برای انجام بازاریابی نیمه‌خودکار (بازاریابی محاسباتی)
بازاریابی کمین Ambush Marketing: انجام بازاریابی در زمان برگزاری کمپین بازاریابی یک شرکت دیگر بدون پرداخت هزینه حمایتی / اسپانسرشیپ
بازاریابی تحلیلی Analytical Marketing: متدها و مدل‌های متعدد بازاریابی
بازاریابی مقاله‌ای Article Marketing: نوشتن مقالات (آنلاین یا آفلاین) برای تبلیغ بیزینس یک نفر
بازاریابی شرکت با شرکت BYB Marketing: بازاریابی یک شرکت در بین سایر شرکت‌ها
بازاریابی شرکت با خریدار BYC Marketing: بازاریابی شرکت در بین خریداران / مصرف‌کنندگان
بازاریابی شرکت با شخص BYP Marketing: بازاریابی اشخاص برای یک شرکت در شغل و زندگی خود
بازاریابی رفتار Behavioral Marketing: تبلیغات هدفمند و پیشنهادهایی بر اساس رفتار مشتری
بازاریابی تبادلی Black Hat Marketing: در وهله اول در (موتور جستجوی بهینه)، استفاده از برخی ترفندهای غیراخلاقی و تا حدی کلاه‌بردارانه برای در جهت کسب رتبه بالا در رده‌بندی سایت‌ها
بازاریابی برند Brand Marketing: مرتبط با توسعه برند است که اغلب مربوط به بازاریابی مستقیم می‌شود
بازاریابی کلامی Buzz Marketing: مردم را مجبور به حرف زدن در مورد حرفه‌تان بکنید، مانند انتقال ویروس
بازاریابی مرکز تماس Call Center Marketing: بازاریابی تلفنی خارجی و کنترل کردن تماس‌های مشتری‌های داخلی
بازاریابی محوطه دانشجویان Campus Marketing: بازاریابی توسط دانشجویان و نمایندگان رسمی در دانشگاه
بازاریابی کاتالوگ Catalog Marketing: بازاریابی از طریق کاتالوگ‌های چاپی و ارسال آن توسط ایمیل
بازاریابی انگیزشی Cause Marketing: همکاری با شرکت غیرانتفاعی در بازاریابی برای رسیدن به سود دوجانبه
بازاریابی اشخاص مشهور Celebrity Marketing: استفاده از اشخاص مشهور به‌عنوان سخنور

■ برای جلب حمایت عمومی
بازاریابی کانال Channel Marketing: بازاریابی ترویجی از طریق عمده‌فروش‌ها، توزیع‌کننده‌ها و نمایندگان فروش
بازاریابی حلقه بسته Closed Loop Marketing: اندازه‌گیری ROI از طریق محاسبه چرخه اطلاعاتی بازاریابی به فروش و برعکس

■ بازاریابی دیجیتال Digital Marketing

این نوع بازاریابی با به کارگیری تجهیزات دیجیتال مثل تلفن همراه هوشمند، رایانه، تبلت و بیلبوردهای دیجیتال برای مطلع نمودن مشتریان و شرکای تجاری در مورد کالا و خدمات می‌پردازد. بازاریابی اینترنتی، عنصر کلیدی در بازاریابی دیجیتال است.

■ بازاریابی مستقیم Direct Marketing

این اصطلاح اشاره به تکنیکی دارد که سازمان از طریق آن به صورت مستقیم با مشتری خویش ارتباط برقرار می‌نماید، نظیر: نامه، ایمیل، اس.ام.اس، پوستر و سایر ابزارهای ترویجی.

■ بازاریابی متنوع Diversity Marketing

هدف از این نوع استراتژی، جلب نظر فرهنگ‌های گوناگون است. این فرهنگ‌ها دارای اعتقادات، باورها، انتظارات، سلاقی و نیازهایی هستند که باید با در نظر گرفتن این عناوین، یک برنامه بازاریابی اختصاصی برای اثرگذاری بر این دسته از مشتریان هدف تبیین و پایه سازی گردد.

■ بازاریابی بشارتی Evangelism Marketing

این نوع بازاریابی، شبیه به بازاریابی دهان‌به‌دهان است. برای به کارگیری بازاریابی بشارتی، شرکت می‌بایست میزان مشتریان حامی برند خویش را افزایش دهد، این به دین معناست که این مشتریان ویژگی‌های محصول یا خدمات را ترویج می‌دهند و سود شرکت را افزایش خواهند داد.

■ بازاریابی بدون عوض؛ شبه رایگان Freebie Marketing

در این حالت، محصول را باقیمت بسیار ناچیز فروخته و یا کاملاً رایگان به مشتری ارائه می‌نماید. هدف، فروش سایر تجهیزات تکمیل‌کننده این نوع محصولات یا خدمات در مراحل بعدی به همان مشتری است.

■ بازاریابی با نمونه رایگان Free Sample Marketing

این نوع بازاریابی شبیه به بازاریابی شبه رایگان نیست، زیرا صرف‌نظر از آنکه بر ارائه محصول رایگان تکیه دارد، اما این ارائه رایگان در جهت آشنایی مشتری با محصول است. شرکت امیدوار است تا با تأثیر مناسب بر مشتری، او را برای خرید در آینده ترغیب نماید.

■ بازاریابی چریکی یا بازاریابی پارتیزانی Guerrilla Marketing

تکنیک غیرقراردادی و ارزان‌قیمت که سعی دارد بر تصویر ذهنی مشتری اثرگذارد. بازاریابی چریکی در محلی اتفاق می‌افتد که جمعیت زیادی آن را

■ بازاریابی محدود Close Range Marketing

این نوع بازاریابی را بازاریابی از نوع نزدیک Proximity Marketing نیز می‌گویند. CRM از فناوری‌هایی نظیر Wi-Fi یا Bluetooth در جهت ترویج محصولات و خدمات در نزدیکی محل حضور مشتریان بهره می‌گیرد.

■ بازاریابی آبری Cloud Marketing

این‌گونه بازاریابی در مورد بازاریابی در فضای وب است، جایی که تمام منابع و امکانات بازاریابی تحت شبکه آنلاین جایجا می‌گردد و مشارکت‌کنندگان در فرایند این نوع بازاریابی قادر به توسعه، اصلاح، استفاده و یا به اشتراک‌گذاری آن هستند.

■ بازاریابی گروه اجتماعی Community Marketing

این تکنیک بازاریابی در خصوص برآوردن نیازها و احتیاجات مشتریان حاضر در یک گروه اجتماعی در یک منطقه جغرافیایی خاص است و با جذب مصرف‌کنندگان جدید از خارج آن گروه نیز مخالف است.

■ بازاریابی محتوا Content Marketing

در این مورد، محتوا تولید و در کانال‌ها و بسترهای متفاوتی منتشر می‌گردد. این محتوا در جهت ارائه اطلاعاتی در مورد خدمات و محصولات مشخص به مشتری بالقوه و تأثیرگذاری بر آن، بدون استفاده از هیاهوی سنتی فروش و فروشنده‌گی است.

■ بازاریابی مفهوم Context Marketing

بازاریابی مفهومی به معنای انتقال محتوا به افراد مناسب، از کانال مناسب و در زمان مناسب است. در بازاریابی مفهومی تمرکز بر مشخصات محصول و خدمات نیست، بلکه تمرکز بر ایجاد رابطه و معرفی و تبیین یک سبک زندگی است.

■ بازاریابی رسانه متقاطع Cross-media Marketing

همان‌طور که از اسمش هویداست، استفاده از کانال‌های چندگانه نظیر ایمیل، نامه، صفحات وب و نظیر آن در جهت ارائه اطلاعات در خصوص محصولات و خدمات به مشتری در جریان ترویج متقابل Cross-promotion، بکار گرفته می‌شود.

■ بازاریابی پایگاه داده Database Marketing

این بازاریابی با به کارگیری اطلاعات موجود در پایگاه داده مرتبط با مشتریان موجود و یا مشتریان بالقوه در جهت سفارشی نمودن استراتژی ارتباط با مشتری و با به کارگیری آن استراتژی در هرگونه کانال در جهت ترویج محصول یا خدمت اتفاق می‌افتد.

صنایع بسته بندی و الا

چاپ فلکسو ۲، ۳ و ۴ رنگ



- PLC با صفحه نمایش لمس قابلیت ذخیره سازی و شتاب دادن به تغییر دستورالعمل را دارد.
- تمامی سولنوها و غلطک ها جهت رسیدن به فشاری ایده آل با کریوم پوشیده شده اند.
- امنیت الکتریکی، امنیت پرماتیک و پاتاقان از برندهای معروف این ماشین می باشد.
- مواد و قسمتهای مونتاژ شده دستگاه از کیفیت بالایی برخوردار است.

دایکات فلکی در ابعاد مختلف



دایکات اتومات



دایکات طلاکوب اتومات



سلفون کشی مدارتی تمام اتوماتیک



پنجره مسیانی اتومات



معدنه و کارتن مسیانی نیمه اتومات



دوخت کارتن پدالی نیمه اتومات



دوخت دوچرخه تمام اتومات



استاکر



چوک پالت در سایز مختلف



لمینت دستی



دستگاه لمینت اتومات





بازاریابی ابری Cloud Marketing: استفاده از نرم افزار (SaaS) به عنوان یک نرم افزار سرویس دهنده برای بازاریابی

بازاریابی تعاونی Cooperative Marketing: همکاری شرکت های در بازاریابی به منظور توسعه کالا، خدمات یا برند

بازاریابی همگانی Communal Marketing: جذب افکار عمومی در راستای ترویج کمپین بازاریابی

بازاریابی گروه اجتماعی Community Marketing: بازاریابی از طریق ساخت یک جامعه آنلاین

بازاریابی محاسباتی Computational Marketing: استفاده از قدرت نرم افزارهای تحلیل گر برای کمک به برنامه بازاریابی استراتژیک

بازاریابی محتوا Content Marketing: تولید محتوای مفید برای مخاطبان

بازاریابی مفهومی Contextual Marketing: ارائه پیامها، پیشنهادهای بهینه و مربوط، تولید محتوا + هوشمندی و برنامه ریزی برای ارائه، به خصوص از طریق آنلاین

بازاریابی بحث برانگیز Controversial Marketing: تولید توجه از طریق جدال و مناقشه

بازاریابی مباحثه ای Conversational Marketing: برقراری ارتباط فعال و دوطرفه با مصرف کنندگان

بازاریابی تبدیلی Conversion (Rate) Marketing: بهینه سازی نرخ تبدیل در بازاریابی آنلاین و فروش

بازاریابی تبدیل محتوا Conversion Content Marketing: پیوند میان بازاریابی محتوا و بازاریابی تبدیلی

بازاریابی شرکت های بزرگ Corporate Marketing: بازاریابی هدفمند شرکت بسیار بزرگ برای جذب مصرف کننده و تحکیم برند در بازار مصرف به خصوص در شرکت هایی که محصولات تولید آن تنوع فراوانی دارد.

بازاریابی متقاطع Cross-Marketing: همکاری در بازاریابی، بسته بندی محصولات، همکاری در ارائه ترفیعات، صدور مجوز نمایندگی و غیره

بازاریابی فرهنگی Cultural Marketing: بازاریابی فرهنگی - محتوای برند شده، تقاطع فرهنگ و بازاریابی

بازاریابی داده (تحت وب) Data (Web) Marketing: استفاده از داده ها به عنوان کانال بازاریابی. مخصوصاً داده های با معنای وب

بازاریابی پایگاه داده Database Marketing: استفاده از پایگاه های داده ها مثل Crm برای کمک به برنامه های بازاریابی

بازاریابی دیجیتال Digital Marketing: بازاریابی از طریق کانال های دیجیتال به خصوص اینترنت

بازاریابی مستقیم Direct Marketing: بازاریابی مستقیم مخاطبان، اغلب بدون استفاده از تلویزیون، رادیو و یا تبلیغات چاپی

بازاریابی پاسخ مستقیم Direct Response Marketing: بازاریابی مستقیم و صریح طراحی شده برای دریافت پاسخ

بازاریابی مخرب Disruptive Marketing: استفاده از ابداعات در کالا و خدمات برای ایجاد بازارهای جدید و تخریب بازار رقبای

بازاریابی تنوع Diversity Marketing: بازاریابی گروه های مختلف مخاطب با فرهنگ های متفاوت

بازاریابی درب در - Door-To-Door Market

بازاریابی درون بازی In-Game Marketing: تبلیغات درون بازی، که به اسم تبلیغ بازی و تبلیغ درون بازی شناخته شده است.

بازاریابی درون مغازه ای In-Store Marketing: ترویج در مکان خرده فروشی ها

بازاریابی یکپارچه Integrated Marketing: هماهنگی و یکپارچه ساختن ابزارهای بازاریابی چندگانه، کانال ها و امکانات

بازاریابی تعاملی Interactive Marketing: ارتباط بین فروشندگان و مشتری ها که اغلب آنلاین اتفاق می افتد

بازاریابی اینترنتی Internet Marketing: مترادف با بازاریابی آنلاین و بازاریابی تحت وب

بازاریابی داخلی Internal Marketing: بازاریابی در بین کارکنان خود برای استاندارد سازی تجربه مشتریان در برخورد با برند سازمان. ایجاد انگیزه در کارکنان برای برخورد استاندارد با مشتری

بازاریابی بین المللی International Marketing: فروش فرامرزی، مثل بازاریابی جهانی - Global Marketing

بازاریابی کلمات کلیدی Keyword Marketing: مطالعه و بهبود کلمات کلیدی در بازاریابی

■ موتور جستجو

بازاریابی سمت چپ مغز Left-Brain Marketing: تقریباً هم معنی است با بازاریابی تحلیلی

بازاریابی محلی Local Marketing: ترویج و تبلیغات هدفمند برای حمایت از فروشگاه هایی که در دنیای واقعی حضور فیزیکی دارند.

بازاریابی بلندمدت Long Tail Marketing: بازاریابی در تعداد زیادی از بازارهای نیچه ای به منظور دستیابی به تعداد بسیار زیادی از مخاطبان

بازاریابی وفاداری Loyalty Marketing: تمرکز بر رشد و حفظ مشتری ها موجود، مثل برنامه های تشویقی

بازاریابی از طریق موبایل Mobile Marketing: بازاریابی از طریق دستگاه های موبایل مثل گوشی های هوشمند

بازاریابی چند کاناله Multichannel Marketing: استفاده از چند کانال برای رسیدن به مشتری

بازاریابی چند فرهنگی Multicultural Marketing: به دنبال مخاطبان قومی با محصولات، تبلیغات و تجارب است

بازاریابی چند سطحی Multi-Level Marketing: بازاریابی از طریق کارگیری دیگران، یا هر کسی که بیشتر

ing: فروشندگان به خانه ها می روند و در خانه ها را می زنند

بازاریابی چکه ای Drip Marketing: فرستادن پیام هایی از پیش برنامه ریزی شده به مشتری ها بر اساس برنامه مشخص

بازاریابی کارآفرینی Entrepreneurial Marketing: بازاریابی در شرکت های نوپا (استارت آپ) اغلب به شیوه پارتنری

بازاریابی اخلاقی Ethical Marketing: بازاریابی اخلاقی به منظور انجام مسئولیت های اجتماعی و اخلاقی

بازاریابی رویدادی Event Marketing: به راه انداختن رویدادی مثل، کنفرانس ها، سمینارها و فستیوال ها

بازاریابی اعزامی Expeditionary Marketing: رفتن به بازارهای جدید قبل از رقبای دیگر

بازاریابی تجربی Experiential Marketing: باعث ایجاد تعاملات حسی با برندها می شود

بازاریابی فیس بوک Face-book Marketing: بازاریابی از طریق فیس بوک و بر روی فیس بوک

بازاریابی رشته ای Field Marketing: فروش و تبلیغ به صورت فردی در یک محدوده مشخص

بازاریابی مکان محور GeoMarketing: هدف قرار دادن یک مکان برای تاکتیک های بازاریابی مثل قیمت، تبلیغات

بازاریابی جهانی Global Marketing: بازاریابی محصولات و شرکت ها در سطح جهانی، استراتژی ها و ساختارهای جهانی

بازاریابی سبز Green Marketing: ترویج محصولات که کاملاً دوستدار محیط زیست هستند

بازاریابی پارتیزانی Guerilla Marketing: بودجه کم، بازاریابی فشرده، معمولاً همراه با بازاریابی

بازاریابی افقی Horizontal Marketing: پیام مشابه به گروه ها / صنایع متفاوت، در تضاد با بازاریابی عمودی

بازاریابی درون گرا (بازاریابی رایبشی) Inbound Marketing: جذب خریدارها با محتوا به جای تحمیل تبلیغات و یا تماس های سرد

بازاریابی صنعتی Industrial marketing: بازاریابی شرکت با شرکت B2B با این تفاوت که مخصوص شرکت های عظیم تولیدی است

بازاریابی نفوذ / نفوذ کننده (R) Influence Marketing: تمرکز بر متقاعد نمودن افراد صاحب نفوذ در بازار

بازاریابی اطلاعاتی Informational Marketing: ارائه مواد آموزشی و مفید به مخاطبان مثل بازاریابی محتوا



Caspian Paper Group

کاغذ و مقوای رستی

واردات و فروش انواع کاغذ

تحریر، گلاسه، پشت طوسی (رول و شیت)، ایندلیبرد

اخذ پروفرما، سایزهای اختصاصی، تحویل باراز بندر و بنگاه تهران





بازاریابی اجتماعی **Social Marketing**: تغییر رفتار مردم به سمت بهتر شدن، این مترادف با بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی نیست.

بازاریابی رسانه‌های اجتماعی **Social Media Marketing**: رابطه برقرار کردن با مشتری‌ها از کانال رسانه‌های اجتماعی

بازاریابی ورزشی **Sports Marketing**: استفاده از رخدادهای ورزشی، تیم‌ها و ورزشکاران برای تبلیغ محصولات

بازاریابی نهان **Stealth Marketing**: راه‌های بازاریابی مخفیانه، بازاریابی مخفی

بازاریابی خیابانی **Street Marketing**: بازاریابی غیرعرفی در مکان‌های عمومی به منظور دستیابی به مشتری آماده

بازاریابی تکنیکی **Technical Marketing**: بازاریابی تکنیکی برای مخاطبان فنی و تخصصی.

بازاریابی تلفنی **Telemarketing**: تماس با مردم از طریق تلفن، تماس به صورت ناخواسته است.

بازاریابی آزمون محور **Test-Driven Marketing**: امتحان ایده‌های بازاریابی به شیوه سیستماتیک و مستمر

بازاریابی زمان **Time Marketing**: تحقیق بر در خصوص زمان انتشار و ترویج محصولات در عرصه بازار

بازاریابی نمایشگاه تجاری **Exhibition Marketing**: زیرمجموعه بازاریابی رخدادی، تبلیغ در نمایشگاه‌های تجاری

بازاریابی سنتی **Traditional Marketing**: متدها و کانال‌های بازاریابی قبل از بازاریابی اینترنتی

بازاریابی تحت پوشش **Undercover Marketing**: هنگامی که مشتری نداند که پنهانی نشان شده است

بازاریابی **User-Generated Marketing**: بازاریاب‌ها از طریق محتوای تولیدشده توسط مشتری **UGM**

بازاریابی عمودی **Vertical Marketing**: به کارگیری یک راه‌حل به شیوه‌های مختلف برای صنایع گوناگون

بازاریابی ویدئویی **Video Marketing**: استفاده از قدرت ویدیوها در بازاریابی اینترنتی، با استفاده از یوتیوب

بازاریابی ویروسی **Viral Marketing**: ورود به یک شبکه اجتماعی جدید برای پخش یک ایده بازاریابی

بازاریابی اینترنتی **Web Marketing**: خرید و فروش تحت وب. مترادف است با بازاریابی آنلاین

بازاریابی دهان‌به‌دهان **Word-Of-Mouth (WOM)**: هنگامی که مشتری راضی پیام بازاریابی شما را پخش کند.

کلیک روی تبلیغات موتورهای جستجو، تبلیغ شبکه‌ها و سایت‌های اجتماعی

بازاریابی محصولات **Product Marketing**: بازاریابی حول یک محصول خاص، در مقابل بازاریابی شرکت‌های بزرگ

بازاریابی ترویجی **Promotional Market**: انتشار گسترده پیام برند برای افزایش آگاهی از برند، تقریباً در هر نوعی از بازاریابی برای جذب مشتری انجام می‌شود.

بازاریابی مجاورتی **Proximity Marketing**: محلی نمودن بازاریابی، توزیع تبلیغات مرتبط با یک مکان جغرافیایی خاص

بازاریابی کشش **Pull Marketing**: هر نوع روش برای ایجاد تقاضا برای محصول. دریافت پیام از سوی مشتری‌ها مخصوصاً از شبکه‌های اجتماعی. مترادف با بازاریابی درون‌گرا

بازاریابی فشار **Push Marketing**: مشتری به دنبال دریافت پیام از سوی شماست. مترادف با برون‌گرا

بازاریابی بلادرنگ **Real-Time Marketing**: شتاب‌ده به فرایند بازاریابی در عصر سرعت

بازاریابی مراجعه **Referral Marketing**: تشویق و انگیزش مشتری‌های موجود برای مراجعه مشتریان جدید

بازاریابی رابطه / بازاریابی ارتباطی **Relation-ship Marketing**: تاکید بر ساخت روابط بلندمدت بین مشتری‌ها

تکرار بازاریابی **Re-marketing**: بازاریابی مجدد یک مخاطب بر اساس تبلیغات هوشمند و پس از شناخت رفتار وی - در حوزه تبلیغات آنلاین بکار گرفته می‌شود

بازاریابی پاسخ **Reply Marketing**: پاسخ دادن به مشتری یا پیام‌های شخصی‌سازی شده

بازاریابی علمی **Scientific Marketing**: به کارگیری برنامه‌های آنالیز و تحلیل آماری در بازاریابی

بازاریابی موتورهای جستجو **Search (En-gine) Marketing**: تبلیغات طبیعی و تبلیغات خریداری‌شده به وسیله موتورهای جستجوهای گوگل، بینگ و ...

بازاریابی خویشتن **Self-Marketing**: همان بازاریابی فردی یا بازاریابی شخصی **Personal Branding** است

بازاریابی خدماتی **Services Marketing**: بازاریابی برای فروختن خدمات به جای محصولات است

بازاریابی سایه‌ای **Shadow Marketing**: بازاریابی غیرمنتظره و خارج از کنترل بخش بازاریابی سازمان

بازاریابی خریدار **Shopper Marketing**: فهمیدن اینکه خریدار چگونه و از چه کانال و شیوه‌هایی خرید می‌کند

بتواند نیروی انسانی بکار گیرد، مثل طرح هر می

بازاریابی عصبی (نورومارکتینگ) **Neuro-Marketing**: تقاطع علم شناخت/ مغز و بازاریابی

بازاریابی رسانه نو **New Media Marketing**: مترادف است با بازاریابی آنلاین

بازاریابی روزنامه‌های **Newsletter Marketing**: رساندن خبرنامه به دست مخاطب هدف از طریق ایمیل یا برگه چاپ‌شده

بازاریابی نیش (بازاریابی گوشه / نیش مارکت / بازاریابی جاویزه) **Niche Marketing**: هدف قرار دادن مخاطب‌های بسیار خاص در بخش‌های خاص از بازار. (توضیح: کلمه **Niche** به تنهایی به صورت «نیچ» تلفظ می‌گردد، اما زمانی که با کلمه **Mar- ket** می‌آید، تلفظ آن «نیش مارکت» می‌گردد) ویدیو | تلفظ

بازاریابی غیرسنتی **Non-Traditional Marketing**: روش‌هایی خارج از حالت عادی برای مثال: بازاریابی پارتیزانی

بازاریابی آفلاین **Offline Marketing**: تمام بازاریابی‌هایی که آنلاین اتفاق نمی‌افتند یا همان بازاریابی سنتی

بازاریابی یک‌به‌یک **One-To-One Marketing**: بازاریابی برای یک نفر مصرف‌کننده خاص: شناختن، تمایز قائل شدن، تعامل مناسب و سفارشی‌سازی شامل دو نوع بازاریابی است **Personalization / Cus-tomization**

بازاریابی آنلاین **Online Marketing**: مترادف با بازاریابی اینترنتی یا بازاریابی تحت وب

بازاریابی دوردست **Outbound Marketing**: تماس با مشتری از طریق تبلیغات تماس‌های سرد و غیره. برعکس بازاریابی درون‌گرا

بازاریابی خارج از منزل **Outdoor Marketing**: برای مثال: تبلیغات روی ماشین، بیلبوردها و بادکنک‌ها

بازاریابی بیرون از خانه **Out-Of-Home Marketing**: بازاریابی مردم در مکان‌های عمومی و غیره.

بازاریابی اجرایی **Performance Marketing**: بازاریابی ناشی از معیارهای اجرایی

بازاریابی اجازه **Permission Marketing**: اثرگذاری بر مخاطبان برای گوش فرادادن بیشتر به پیام برند شما

بازاریابی ترغیب **Persuasion Marketing**: برگرفته از معماری ترغیب برای تأثیر بر بازاریابی تحت وب

بازاریابی نقطه فروش **Point-Of-Sale Marketing**: تبلیغ برای مشتری‌ها در نقطه فروش در مغازه

بازاریابی کلیک بر روی پست **Post-Click Marketing**: تجربه مشتری بعد از کلیک بر روی یک تبلیغ یا ایمیل

بازاریابی **PPC Marketing**: پرداخت با هر



سلفون کشی اتوماتیک دو کاره چسبی و حرارتی هوفرز



چاپ کارتس



چاپ کارتس IN LINE



لینیت اتوماتیک / سرعت 10000 برگ



لینیت اتوماتیک / سرعت 8000 برگ



سلفون کشی اتوماتیک حرارتی



انواع جعبه چسبیدار تک باقم، چهار نقطه و شش نقطه



کارتس چسبیدار اتوماتیک



دایکات اتوماتیک



دایکات اتوماتیک فلکسوپ



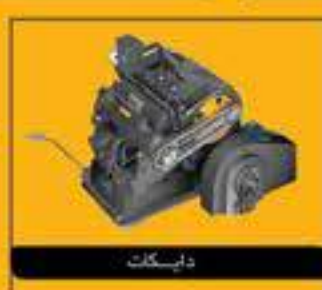
دایکات فلکسوپ



دایکات استاندارد آمریکا



دایکات روتاری



دایکات



سلفون کشی حرارتی نیمه اتوماتیک

TELEPHONE

+98 21 88 53 52 14
+98 21 55 27 00 33

MOBIL

+98 912 127 27 46
+98 912 812 58 34

WEB

www.hooverz.com
hooverzpack@gmail.com

@hooverzco



مایکل جردن بزرگ‌ترین بازیکن تاریخ بسکتبالدر تیم مدرسه پذیرفته شد

مایکل جردن بسکتبالیستی است که بسیاری او را بزرگ‌ترین بازیکن تاریخ این ورزش می‌دانند. ورزشکاری که در سراسر جهان الگوی تمامی بسکتبالیست‌ها محسوب می‌شود. ستاره‌ای که دو بار با دنیای بسکتبال حرفه‌ای خداحافظی کرد، اما دوباره بازگشت و درخشید. مایکل جردن (Michael Jordan) در تاریخ ۱۷ فوریه ۱۹۶۳ در ایالات متحده آمریکا در بروکلین نیویورک چشم به جهان گشود. او یکی از پنج فرزند پدرش جیمز و مادرش دلوریس بود. مایکل چند سال بیشتر نداشت که خانواده‌اش به ویلمینگتون در ایالت کارولینای شمالی نقل مکان کردند. پدر او به عنوان ناظر فنی در کارخانه جنرال الکتریک کار می‌کرد و مادرش هم کارمند بانک بود. پدر مایکل به او آموخت که در زندگی از تلاش و کوشش دست نکشد و به زندگی خیابانی آلوده نشود. او نتوانست وارد تیم مدرسه شود اما باز هم تلاش کرد تا اینکه...



۱۹۷۰ بسکتبال در ذهن هواداران و منتقدان زنده شود. پرش‌های بلند جردن و آویزان ماندن او از سید بسکتبال تماشاگران را به هیجان می‌آورد. وی در اولین سال حضورش در NBA به عنوان بهترین بازیکن تازه کار برگزیده شد و از آن مهم‌تر اینکه در تیم منتخب ستارگان لیگ هم قرار گرفت. جردن فصل ۱۹۸۵-۱۹۸۶ به دلیل شکستگی پا نتوانست در ۶۴ مسابقه به میدان برود، ولی در نخستین بازی پلی‌آف مقابل بوستون سلیتک آماده بازی شد و ۴۹ امتیاز کسب کرد. او در دومین بازی پلی‌آف هم موفق شد ۶۳ امتیاز برای تیمش به ارمغان بیاورد که در تاریخ بازی‌های پلی‌آف NBA یک رکورد محسوب می‌شود. جردن در فصل ۱۹۸۶-۱۹۸۷ یک موفقیت انفرادی دیگر به دست آورد و با یک میلیون و ۵۰۰ هزار رأی در تیم منتخب NBA قرار گرفت. جردن پس از ویلت چمبرلین، اولین بازیکنی بود که موفق شد در یک فصل سه هزار امتیاز کسب کند. در این زمان جردن افتخارات انفرادی را یکی پس از دیگری به خود اختصاص می‌داد، ولی شیکاگو بولز تا سال ۱۹۸۸ نتوانست از مرحله اول پلی‌آف بالاتر بیاید. جردن روی بهبود سایر جنبه‌های بازی خود تمرکز کرد و در سال ۱۹۸۸ به عنوان بهترین مدافع سال انتخاب شد. وی همچنین به عنوان باارزش‌ترین بازیکن NBA برگزیده شد و اولین بازیکنی بود که هم بیشترین امتیاز را کسب کرد و هم بیشترین توپ‌ریایی را داشت. وی در همین سال به عنوان باارزش‌ترین بازیکن تیم منتخب ستارگان NBA هم شناخته شد. با اضافه شدن بازیکنان بزرگی همچون اسکاتی پِپین، بیل کارترایت، هوریس گرانٹ و جان پاکسون به شیکاگو بولز، این تیم قدرت بیشتری پیدا کرد و در سال ۱۹۹۱ با شکست دادن لس آنجلس لیکرز به عنوان قهرمانی NBA دست پیدا کرد. سال بعد این تیم با شکست دادن پورتلند

■ **آغاز بسکتبال**
مایکل از بچگی عاشق ورزش بود، ولی وقتی وارد دبیرستان شد، نتوانست به عضویت تیم بسکتبال مدرسه‌اش درآید. این موضوع باعث نشد که او از کار و تلاش دست بکشد، بلکه بیشتر تمرین کرد و سال بعد موفق شد عضو تیم بسکتبال شود. مایکل پس از پایان دبیرستان، عضو تیم بسکتبال دانشگاه کارولینای شمالی شد و تحت نظر «دین اسمیت» به بازی پرداخت. جردن در اولین سال حضورش در تیم دانشگاه کارولینای شمالی به عنوان بهترین بازیکن تازه‌کار کنفرانس غرب برگزیده شد و در همان سال به همراه تیمش به مقام قهرمانی کنفرانس غرب دست یافت. جردن مقابل دانشگاه جورج تاون به برتری برسد و قهرمان رقابت‌های انجمن ملی ورزشکاران دانشگاهی شود. جردن در رقابت‌های کنفرانس غرب لیگ دانشگاهی عنوان امتیازآورترین بازیکن را به خود اختصاص داد و نشریه اسپورتینگ‌نیوز برای دو سال متوالی او را به عنوان بهترین بازیکن لیگ دانشگاهی انتخاب کرد. جردن پس از سه سال تیم دانشگاه کارولینای شمالی را ترک کرد و به شیکاگو بولز در لیگ NBA پیوست. وی پیش از حضور در شیکاگو بولز به عنوان یکی از اعضای تیم ملی بسکتبال آمریکا در المپیک ۱۹۸۴ لس‌آنجلس شرکت کرد و طلای المپیک را به کارنامه افتخارات خود افزود.

■ **سال‌های اولیه دوران حرفه‌ای**
وقتی جردن به شیکاگو بولز پیوست، این تیم روی دور باخت بود و در هر بازی خانگی این تیم فقط حدود شش هزار تماشاگر به ورزشگاه می‌رفت. جردن به سرعت اوضاع را تغییر داد. سبک خاص بازی او و روحیه جنگندگی‌اش باعث شد یاد و خاطره جولوس اروینگ، ستاره دهه





24th

Printing, Packing & Related Machinery EXHIBITION

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

چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات مرتبط با صنعت چاپ و بسته‌بندی



۲۲ لغایت ۲۵ آذر ماه ۱۳۹۶

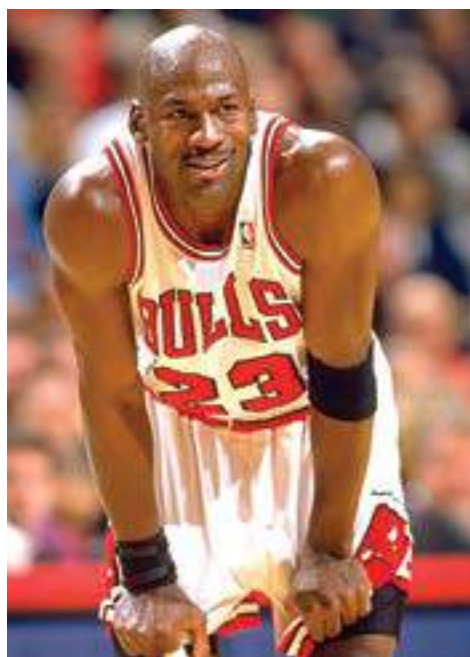
محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

مجری: شرکت نمایشگاهی آروین مهر تجربه همکاری اتحادیه‌های کلیشه و لیتوگراف چاپخانه‌ها، انجمن مطابع تهران، صادرکنندگان صنعت چاپ ایران و انجمن مدیران صنایع گرافیک و ورق

www.fanpackprint.ir
www.fanpackprint.com

تلفن ستاد برگزاری: ۷۷۶۵۶۵۶۰، ۷۷۶۲۵۲۲۷، ۷۷۶۱۴۷۶۸

فکس: ۷۷۶۱۴۷۱۲



■ بازنشستگی مجدد

جردن در سال ۱۹۹۹ یک بار دیگر اعلام بازنشستگی کرد. بسیاری از طرفداران بسکتبال او را بزرگ‌ترین بازیکن تاریخ این ورزش می‌دانند و بازنشستگی او پایان عصر طلایی بسکتبال لقب گرفت.

وی در سال ۲۰۰۰ سهامدار و رئیس باشگاه بسکتبال واشنگتن ویزاردز شد تا سومین سیاه پوستی باشد که مالک یک تیم NBA می‌شود. وی همچنین بخشی از سهام تیم هاکی واشنگتن کپیتالز را خریداری کرد.

در سپتامبر ۲۰۰۱، پس از ماه‌ها شایعه، جردن اعلام کرد که قصد دارد به سه سال بازنشستگی خود پایان دهد و در ۳۸ سالگی برای واشنگتن ویزاردز به میدان برود. وی در یک نشست خبری که به مناسبت بازگشت او ترتیب داده شده بود، گفت: «می‌دانم که از لحاظ جسمی مانند ۲۵ سالگی‌ام نیستم، ولی می‌توانم بسکتبال را در سطح بسیار بالایی بازی کنم.» واشنگتن ویزاردز که فصل قبل تنها ۱۹ بازی را با برتری پشت سر گذاشته بود، با اضافه شدن جردن خون تازه‌ای در رگ‌هایش تزریق شد. جردن پس از اینکه برای سیزدهمین بار در تیم منتخب ستارگان NBA قرار گرفت، همراه واشنگتن ویزاردز برای حضور در پلی‌آف تلاش کرد، ولی به دلیل آسیب‌دیدگی زانو نتوانست تیمش را در ادامه فصل همراهی کند.

جوانیتا، همسر مایکل جردن که در سال ۱۹۸۹ با او ازدواج کرده بود، در سال ۲۰۰۲ با وجود داشتن سه فرزند از او جدا شد.

شیکاگو بولز در این فصل با غلبه بر تیم سیاتل سوپرسونیکس به چهارمین عنوان قهرمانی خود در NBA رسید. افرادی که شاهد رقابت این دو تیم در فینال بودند، هیچ‌گاه درخشش خیره‌کننده مایکل جردن را از یاد نخواهند برد. این مسابقه در روز پدر و در سومین سال درگذشت پدر او برگزار شد.

تیم جردن در فصل ۱۹۹۶-۱۹۹۷ شرایط سخت‌تری داشت، ولی طبق انتظار توانست به مرحله پلی‌آف راه پیدا کند. بیماری و آسیب‌دیدگی تعدادی از بازیکنان شیکاگو بولز برای این تیم دردسرساز شده بود. در رقابت نهایی جردن به ویروس معده مبتلا شد، ولی با این حال بازی کرد و همراه تیمش برای پنجمین بار قهرمان NBA شد. در فصل ۱۹۹۷-۱۹۹۸ شیکاگو بولز یک بار دیگر به پلی‌آف رسید و یک بار دیگر با رقبای سرسختی مواجه شد. با این حال، همچون سال‌های قبل قهرمان شد و جردن هم برای ششمین بار به عنوان باارزش‌ترین بازیکن دیدار فینال NBA معرفی شد.

در این زمان مایکل جردن ثروت زیادی جمع کرده بود. او علاوه بر درآمدی که از راه بازی بسکتبال داشت، در تبلیغات تجاری هم شرکت می‌کرد و درآمد هنگفتی از این راه داشت. علاوه بر این جردن مالک یک باشگاه گلف بود و ادکلن‌هایی نیز با نام او به بازار عرضه می‌شد که در دو ماه اول حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار عدد به فروش رسید. در سال ۱۹۹۷ او با باشگاهش یک قرارداد ۳۰ میلیون دلاری امضا کرد که باعث شد تبدیل به پردرآمدترین ورزشکار جهان شود. وی سالانه حدود ۴۰ میلیون دلار هم از سایر راه‌ها درآمد داشت.

تریل بلیزرز در دیدار نهایی یک بار دیگر قهرمان لیگ حرفه‌ای بسکتبال آمریکا شد. علاوه بر این جردن در المپیک ۱۹۹۲ بارسلونا عضو «تیم رؤیایی» آمریکا بود. در آن سال کمیته المپیک تصمیم گرفته بود که ممنوعیت حضور بسکتبالیست‌های حرفه‌ای در رقابت‌های المپیک را لغو کند. تیم آمریکا در آن بازی‌ها به راحتی قهرمان شد و جردن دومین طلای المپیک خود را کسب کرد.

■ بازنشستگی غیرمنتظره

در سال ۱۹۹۳، شیکاگو بولز پس از شکست دادن نیویورک نیکس در چند بازی پلی‌آف سنگین، به دیدار نهایی راه یافت و مقابل فینیکس سانز قرار گرفت. تیم جردن برای سومین سال پیاپی قهرمان NBA شد و خود او نیز یک بار دیگر به عنوان باارزش‌ترین بازیکن این لیگ برگزیده شد. تابستان آن سال، جیمز جردن پدر مایکل به دست دو سارق به قتل رسید. جردن به دلیل این ضایعه در غم و اندوه فرو رفت. مرگ پدرش در کنار گزارش‌هایی که در رسانه‌ها درباره شرط‌بندی او مطرح شده بود، باعث شد که در اکتبر ۱۹۹۳ بازنشستگی خود را از بسکتبال حرفه‌ای اعلام کند.

جردن در این مدت سه سال پیاپی قهرمان NBA شده بود، سه بار به عنوان باارزش‌ترین بازیکن فصل و سه بار به عنوان باارزش‌ترین بازیکن پلی‌آف برگزیده شده بود، هفت بار پیاپی امتیازآورترین بازیکن بود و در تمام سال‌های حضورش در لیگ در تیم منتخب ستارگان حضور داشت. وی در نه فصل حضورش در شیکاگو بولز تبدیل به امتیازآورترین بازیکن تاریخ این تیم شد.

■ بازگشت به افتخار

وقتی جردن یک بار دیگر در فصل ۱۹۹۴-۱۹۹۵ به شیکاگو بولز بازگشت، مردم از خود می‌پرسیدند، «می‌تواند مثل قبل باشد؟» جردن خیلی خوب بازی می‌کرد، ولی کند و سنگین بود. شیکاگو بولز در آن سال در بازی پلی‌آف مغلوب اورلاندو میجیک شد. جردن سال بعد مصمم بود که با قدرت بیشتری بازگردد و ثابت کند که هنوز می‌تواند به خوبی قبل بازی کند و در سطح اول بسکتبال آمریکا ظاهر شود. شیکاگو بولز در سال ۱۹۹۵-۱۹۹۶ با ۷۲ برد و ۱۰ باخت به رکورد بیشترین تعداد برد در یک فصل NBA دست پیدا کرد. جردن نیز در این فصل با برگشتن به شرایط ایده‌آل خود برای هشتمین بار به عنوان امتیازآورترین بازیکن انتخاب شد. وی همچنین تبدیل به دهمین بازیکن NBA شد که در دوران حرفه‌ای‌اش ۲۵ هزار امتیاز کسب کرده است.



ماشین سازی کیامرثی



بخشی از تولیدات :



خدماتی 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 ۰۹۱۲۱۲۶۱۱۵۲

EMAIL: KIAMARSICO@YAHOO.COM



معرفی استانداردهای جهانی بسته‌بندی

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

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

■ کیسه‌های کاغذی آغشته به مواد مقاوم پرچرب

کیسه‌ها بایستی از کاغذهای ضد روغن، مطابق با استانداردهای جهانی ساخته شوند و چسب آنها باید ضد آب و مناسب با کاغذ باشد.

در این استاندارد ضمن بیان ویژگی‌ها و مشخصات فنی کیسه‌های مقاوم به مواد مخرب و مرطوب به قابلیت‌ها و کاربرد آنها نیز اشاره شده است.

ابعاد این کیسه‌ها طبق اشکال و جداول با تolerانس ± 2 میلی‌متر باشد. چسباندن کیسه‌ها باید چنان انجام گیرد تا اتصالات کیسه محکم بوده و در عین حال، جای کافی برای هر گونه قرار گرفتن روی هم را داشته باشد. درزهای عمودی و زیرین پاکت باید توسط یک باند چسبی محکم شود.

اطلاعات روی کیسه‌ها باید توسط خریدارها مشخص شود که عبارتند از: خریدار باید در سفارش خود به طور واضح، ابعاد پاکت مورد نیاز خود را مشخص نماید و در صورت نیاز شماره کالاهای خود را ارائه دهد و بر اساس کیسه‌هایی که در جدول تولید داده شده، آورده شود. همچنین کیسه‌ها بایستی دارای بسته‌بندی سالم، تمیز، خشک و متناسب با کالا بوده مگر اینکه چیز دیگری در قرارداد یا سفارش آمده باشد. استفاده از بسته‌بندی‌های آلوده و کثیف ممکن است موجب برگرداندن کل محموله گردد.

هر کدام از این بسته‌ها بایستی دارای علامت خوانا و واضح مطابق با الزامات قانونی بوده و حداقل اطلاعات زیر را در بر داشته باشد:

- مشخصات مربوط به طراحی همانند مشخصات پاکت، کاغذ و مشخصات ضد روغن بودن آن
- شماره استاندارد دفاعی مربوطه
- ابعاد شامل ارتفاع و عرض
- شماره کالا (در صورت نیاز)
- شماره محموله کالا
- تعداد موجود در هر بسته
- تاریخ ساخت
- نام سازنده و علامت تجاری آن شرکت
- هرگونه علامت‌گذاری دیگر که در قرارداد یا دستورالعمل سفارش آمده است.

■ بسته‌بندی محصولات اپتیکی

در این استاندارد به بخش‌های زیر پرداخته شده است: ذرات گرد و غبار باید از سطح اجزاء اپتیکی توسط یک بورس از جنس موی شتر تمیز گردد. سطح این وسایل باید با یک حرکت دورانی با استفاده از پارچه کتان و یا کاغذ ویژه (تمیزکاری لنز) و یا پارچه مملم تازه که آغشته به الکل است، تمیز گردد. وسیله نظافت مورد استفاده باید از یک تکه الیاف مخصوص (تمیزکاری لنز) درست شده باشد. یک یا دو قطره الکل باید برای تمیزکاری چوب گردگیری الیاف مخصوص (تمیزکاری لنز) درست شده باشد. یک یا دو قطره الکل باید برای تمیزکاری چوب گردگیری اضافه شود. کار تمیزکاری باید از مرکز و وسط قطعه پولیشکاری شده شروع شود و در هنگام تمیزکاری باید به دسته فرجه یک فشار عمودی رو به پایین آورده و در حالتی که با حرکات دایره‌ای قطعه تمیزکاری می‌شود که قطر دایره فوق را گسترش دهیم تا تمام قطعه کار تمیز شود.

هر وسیله اپتیکی باید طبق روشی که در استاندارد بیان می‌گردد، بسته‌بندی شود. هر قطعه اپتیکی بلافاصله پس از تمیزکاری باید با الیافی به ضخامت سه یا چند برابر ضخامت کاغذ لنز که است، لفاف پیچی شوند.

هر یک از قطعاتی که با الیاف فوق بسته‌بندی شده و الیاف پیچی گردیده باید این کار با مواد نرم بالشتکی سلولزی چنان صورت پذیرد که بالشتک مورد استفاده فشرده نشود تا خاصیت بالشتکی مواد استفاده شده از بین نرود.

هر یک از بلور و شیشه‌های قرار گرفته شده در پاکت که وزن آنها بین سه الی نه انس باشد باید در جعبه‌های مقوایی قرار داده شوند. این جعبه‌های مقوایی باید به روشی که در پیوسته‌های مشخصات قابل استفاده جعبه‌ها آورده شده است، بسته شوند.

هر یک از لنزها، آینه‌ها و شبکه دوربین یا منشور و بلور شیشه‌ای که در داخل پاکت قرار گرفته‌اند و وزن آنها بین نه الی ۱۶ انس می‌باشند می‌بایستی در جعبه‌هایی با ورقه فیبری قرار داده شوند.

ابعاد جعبه‌های میانی باید چنان باشد که هر یک از اقلام اپتیکی بسته‌بندی شده به طور راحت و بدون اعمال فشار بر روی کالا در جعبه قرار گیرند. نه تنها اقلام اپتیکی که دارای شماره کالای یکسانی هستند باید در یک جعبه میانی واحدی بسته‌بندی شوند مگر آنکه چیز دیگری در قرارداد آمده باشد.

■ بسته‌بندی تجاری

بسته‌بندی تجاری روشی است که توسط سازندگان کالا مورد استفاده قرار می‌گیرد تا جابه‌جایی آن کالا را آسان‌تر نموده و تحویل آن به مصرف‌کننده بدون صدمه دیدن صورت پذیرد و ارائه خدمات به گیرنده کالا که نام آن در قرارداد و یا سفارش آمده است را آسان‌تر نماید.



بازرگانی شالچیان

تنها وارد کننده انحصاری محصولات

Perfect

فنرهای دوبل

دستگاههای صحافی

دستگاههای لمینت

۱۱-۰۱۱۴۱۸۵۵ (۰۲۱)

۸۸۵۱۴۳۱۲۹

m e g h d a d 1 3 4 @ y a h o o . c o m

w w w . d a t i s - c o . c o m

بنیان ماتریکس

تعمیر تولید کننده ژور سازی خطوط جعبه و کارتن در ایران

تضمین کننده کیفیت و سرعت

همراه با قیمتی مناسب

آیا میدانید که استفاده از ماتریکس

علاوه بر بالا بردن سرعت تعداد باطله شما را

در هنگام جعبه چسبانی به حداقل ممکن می رساند

۳۳ ۹۵ ۷۲ ۳۳ - ۳۳ ۹۵ ۶۶ ۴۰

ابعاد ماتریکس	مورد استفاده پیشنهادی
1 × 0.3	مقوا کمتر از ۲۲۰ گرم
1.2 × 0.3	مقوا ۲۲۰ تا ۲۸۰ گرم
1.4 × 0.4	مقوا ۲۸۰ تا ۳۵۰ گرم
1.5 × 0.5	مقوا ۳۵۰ تا ۴۰۰ گرم
1.6 × 0.5	مقوا ۴۰۰ تا ۴۵۰ گرم
0.7 × 2.4	کارتن ای فلوت و بی فلوت به همراه لمینت





برگه‌های مخصوص بسته‌بندی و اطلاعات موجود که در اینجا به آنها اشاره خواهد شد، بسته‌بندی گردند. روش‌ها و مواد مورد استفاده برای تمیزکاری، محافظت و بسته‌بندی اقلام بایستی مطابق با مشخصات مواد، استانداردهای بسته‌بندی، برگه‌های اطلاعاتی بسته‌بندی و استاندارد P-Mil-۱۱۶ که در اینجا به آنها اشاره شده است، باشند. در صورت توافق تیم تدارکاتی، روش‌های فوق را با روش‌های محافظتی معادل و یا روش‌هایی با سطح بالاتر عوض کنید به شرطی اینکه هیچگونه هزینه اضافی را به دنبال نداشته باشند.

مواد استفاده شده در بسته‌بندی همانند کیسه‌ها، کاغذهای لافه‌پیچی، مواد بالشتکی، ضربه‌گیرها، بست‌ها و کانتینرها را می‌توان مجدداً مورد استفاده قرار داد به شرط این که اقلام شرایط و الزامات ذکر شده در استاندارد P-Mil-۱۱۶ و تمامی آزمون‌های اشاره شده را داشته باشند.

بر طبق استانداردهای بسته‌بندی، برگه‌های اطلاعات بسته‌بندی و الزامات اشاره شده در این استاندارد، اقلام می‌بایست تمیزکاری شده و خشک گردند. در مواردی که یک فرآیند تمیزکاری برای سطوح ذکر نشده باشد، اقلام باید مطابق با فرآیند ذکر شده برای سطوح A تمیزکاری شوند. بلافاصله پس از تمیزکاری و خشک‌کاری باید یک روکش حفاظتی بر روی سطوح فلزی رنگ نشده طبق آنچه که در استاندارد P-Mil-۱۱۶ آورده شده است و سطوح فلزی آهنی که قسمتی از آن رنگ شده است می‌توان از مواد محافظی که در استانداردهای بسته‌بندی و یا در دستورالعمل‌های بسته‌بندی آمده است استفاده کرد، مگر آنکه مطالب دیگری در قرارداد آمده باشد. اقلامی که به اعمال محافظت درونی نیاز دارند باید آنها را با روغن محافظتی ویژه‌ای که مشخصات آن ارائه شده است به صورت اسپری غوطه‌وری و یا مالیدن محافظت کرد.

یک سامانه تبادل اطلاعات پروژه‌های نظامی همراه با قابلیت ارزیابی استفاده می‌شود. این سامانه ما را از تبادل اطلاعات و وجود اطلاعات در پروژه‌های بسته‌بندی در حال انجام و پیشنهادی مطمئن می‌سازد. نیاز به بسته‌بندی، مقرون به صرفه بودن آنها و سطح حفاظتی اعمال شده به طور مشروح باید در قرارداد ذکر گردد. هر یک از رده‌های نظامی رویه‌هایی را ارائه خواهند داد تا منافع و صرفه‌جویی‌های حاصله از بسته‌بندی را اندازه‌گیری کرده و آنها را مستند سازند. در مواردی لازم است کالا پس از تولید، مستقیماً مورد بسته‌بندی قرار گیرد و در چنین مواردی بسته‌بندی دقیقاً پس از تولید صورت می‌پذیرد. لازم بودن حفاظت از کالا با چنین شرایطی، صرفاً توسط پیمانکار اولیه و ثانویه سازنده کالا و یا پیمانکار بسته‌بندی مشخص می‌شود. در این خصوص از تجهیزات و امکانات کارفرما در موارد ذیل استفاده می‌شود:

- پس از نقطه یا محل کنترل موجودی و تأیید مسئول تجهیزات
- در مواردی که استفاده از چنین روشی مقرون به صرفه بوده و صرفه‌جویی در پی داشته باشد.
- در مواقعی که منابع تجاری موجود نتوانند در محدوده زمانی مشخصی، خدمات مورد نیاز بسته‌بندی را مهیا نمایند.
- در صورت شکستگی بودن اقلام، اطلاعات مربوط به بسته‌بندی باید مورد بازنگری قرار گیرد تا سازگار بودن آن با تجهیزات و الزامات جدید برآورده شود.
- تجهیزات و اقلامی که بسته‌بندی آن‌ها از سطح مورد نیاز کمتر بوده باشد و متناسب با نوع ذخیره‌سازی و جابه‌جایی آن‌ها نباشند، می‌بایستی مجدداً بسته‌بندی شوند و سطح بسته‌بندی آن‌ها تا حد مناسب ارتقاء داده شود و هزینه آن توسط مالک تجهیزات و یا اقلام پرداخت گردد و سایر موارد مهم دیگر که در این استاندارد به آن پرداخته شده است.

■ مشخصات و روش‌های بسته‌بندی نظامی قطعات، لوازم و تجهیزات فلزی

اقلام عمومی می‌بایست به منظور ارسال و ذخیره‌سازی مطابق با مستندات ارائه شده در مورد دستورالعمل‌های بسته‌بندی، استانداردها و سایر

مشخصات بسته‌بندی تجاری و یا سایر مشخصات خاص ممکن است به طور مشروح در قرارداد قید شود. بسته‌بندی تجاری هم می‌تواند برای بسته‌بندی اقلام خرده و هم اقلام فله و یا بسته‌بندی جهت صادرات انجام گیرد که توضیح هر کدام به شرح ذیل می‌باشد:

بسته‌بندی خرده: این نوع بسته‌بندی معمولاً توسط شرکت‌های تولیدی برای تحویل تجاری کالا در داخل کشور انگلستان استفاده می‌شود.

بسته‌بندی فله‌ای: این نوع بسته‌بندی معمولاً توسط شرکت‌های تولیدی برای تحویل تجاری کالا در داخل کشور انگلستان برای تعداد و مقداری از کالاهای مناسب با تحویل فله آن‌ها استفاده می‌شود.

بسته‌بندی برای صادرات: این نوع بسته‌بندی معمولاً توسط شرکت‌های تولیدی برای تحویل تجاری کالا برای مقاصد خارج از کشور استفاده می‌شود.

توجه: بسته‌بندی تجاری ممکن است حالات مختلفی داشته باشد که این وضعیت‌های مختلف بسته‌بندی می‌تواند متناسب با بسته‌های طراحی شده برای سطوح مختلف بسته‌بندی نظامی و یا متناسب با سایر شرایط بسته‌بندی باشد.

■ پیشنهادات بسته‌بندی

اقلام و تجهیزات را باید به منظور ممانعت از صدمه دیدن، خراب شدن و آماده‌سازی آن‌ها جهت جابه‌جایی بسته‌بندی نمود. قبل از ارائه طرح بسته‌بندی نظامی، استفاده از بسته‌بندی تجاری باید مد نظر قرار گرفته باشد. هنگامی که چنین بسته‌بندی‌هایی مقرون به صرفه باشد باید از بسته‌بندی تجاری استفاده کرد. این نوع بسته‌بندی کردن اقلام می‌تواند نشانگر آن باشد که چنین اقلامی به سامانه توزیع نظامی وارد نمی‌شوند. متصدیان بسته‌بندی به هنگام خرید اقلام این گونه تصمیمات را اتخاذ می‌نمایند. الزامات بسته‌بندی باید بر روی تمامی اقلام تحت پوشش ویژگی‌های نظامی اعمال گردد تا شرایط شرح داده شده در دستورالعمل ابلاغی برآورده شود.

الزامات بسته‌بندی همگی به صورت یکنواخت و همسان تحت نظارت برنامه استانداردسازی نهاد نظامی انجام می‌گیرد تا مقرون به صرفه باشد، مطالب آن تکراری و بیهوده نباشد. رده‌های نظامی منابع مورد نیاز را به خدمت خواهند گرفت تا استانداردسازی به موقع انجام شود.

بسته‌بندی نظامی باید چنان طراحی شده باشد که حجم و وزن هر بسته، حداقل لازمه بوده تا بتواند کالای بسته‌بندی شده را به خوبی حفاظت نماید. مشخصات وزنی و حجمی هر یک از بسته‌ها در اطلاعات مربوط به بسته‌بندی اقلام وارد خواهد شد. در میان فعالیت‌های بسته‌بندی که در خصوص تحقیق، طراحی، توسعه، آزمون و ارزیابی مواد بسته‌بندی صورت می‌پذیرد از



اِتود

طراحی چاپ دکوراسیون

لاپت باکس کریستال



ضخامت ۱۰ میلی متر
پلکسی گلس با نور LED
قابل سفارش در سایزهای مختلف



تلفن: ۳-۱-۸۸۱۴۱۴۰
www.etodgroup.com
etod.group@yahoo.com

معیار تندیس نگاران

بزرگترین مرکز تخصصی ساخت تندیس، لوح تقدیر، مدالیون، بیج سینه و تابلوهای راهنما



Trophy & Award Maker

مدرسه و دفتر مرکزی

تهران، خیابان انقلاب، بیج شصران، بین شریعتی و بهار، ساختمان آریان، طبقه دوم شرقی، واحد ۳
تلفن: ۰۲۱-۷۷۶۰۷۰۵۰

کارخانه

تهران، جاده خاوران، شهرک صنعتی خاوران، فاز آهن کاران، خیابان پنجم شرقی، پلاک ۴۷۰۳

Web Site: www.moein-ad.com

 [tandis.moein](https://www.instagram.com/tandis.moein)

 info@moein-ad.com

 [Lme/moeinco](https://wa.me/989377607050)

E-mail: info@moein-ad.com

تهران، جاده خاوران، شهرک صنعتی خاوران، فاز آهن کاران، خیابان پنجم شرقی، پلاک ۴۷۰۳

معیار تندیس نگاران

انواع جعبه و لوح تقدیر نفیس وارداتی (سفارش مستقیم تندیس نگاران معین)



Code: L 100



Code: L 201 / 202



Code: L 206



Code: L 204



Trophy & Award Maker

موسسه تخصصی تندیس نگاری

تهران، خیابان انقلاب، پوچ شمیران، بین شریعتی و بهار، ساختمان آریان، طبقه دوم شرقی، واحد ۳
تلفن: ۰۲۱-۷۷۶۰۷۰۵۰

کد پستی:

۴۷۰۳۰۳

تهران، جاده خاوران، شهرک صنعتی خاوران، فاز آهن کاران، خیابان پنجم شرقی، پلاک ۳۰۳

Web Site: www.moain-ad.com

E-mail: info@moain-ad.com

[tandis.moain](https://www.instagram.com/tandis.moain)

[lmeimoainco](https://www.facebook.com/lmeimoainco)

[lmeimoainco](https://www.linkedin.com/company/lmeimoainco)

کیفیت را با ما تجربه کنید

- تخصصی ترین مرکز ارتقاء دستگاه های قدیمی به جدیدترین تکنولوژی های چاپ بنر
- ارائه خدمات سرویس و نگهداری انواع دستگاه های چاپ بنر
- خرید و فروش انواع دستگاه های چاپ بنر
- تنظیم سیستم مدیریت رنگ (Profiling)
- تامین قطعات یدکی
- عرضه کننده مرکب چاپ اصلی



جدید



Colorcroma
Solvent Ink

مخصوص انواع هدهای:
کونیکا ، سیکو ، زار ، اسپکترا (استارفایرو...)
ایسون (اکوسالونت)

EPSON



SII

SPECTRA

XAAR

گروه آفتاب پارسه شرکت مهندسی مهان

تهران ، خیابان فاطمی ، خیابان پروین اعتماسی ، خیابان شهید فکوری مین اعتماسی و معیری ، پلاک ۹۲ ، واحد ۱

تلفکس : ۰۲۱ - ۸۸۹۷۵۸۸۱ - ۲



@SadeghZamarian
@Mahan_Rasooli



یو پی اس . استابلایزر

UPS . Stabilizer

عرضه کننده انواع یو پی اس
متناسب ماشین آلات چاپ دیجیتال
و لیتوگرافی

ارائه دهنده انواع استابلایزر های
رله ای و سروو موتور



EAST

گروه آفتاب پارسه شرکت مهندسی مهان

تهران ، خیابان فاطمی ، خیابان پروین اعتصامی ، خیابان شهید فکوری بین اعتصامی و معیری، پلاک ۹۲ ، واحد ۱

تلفکس : ۰۲۱ - ۸۸۹۷۵۸۸۱ - ۲



@SadeghZamarian

@Mahan_Rasooli

مرکز تولید و پخش متنوع ترین قاب های نفیس سنگی، چوبی، مسی و...



☎ ۰۹۱۲ - ۲۷ ۹۹ ۵۵۶ 📷 poyanaghsh 📍 pooyanaghsh

دفتر مرکزی: تهران ۰۲۱-۷۷۰۳۰۲۳۰

- شعبه ۱: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ابوریحان و فلسطین، شماره ۱۱۱۶ ۰۲۱-۷۷۶۱۷۶۱۸
- شعبه ۲: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ابوریحان و فلسطین، شماره ۱۱۲۰ ۰۲۱-۷۷۶۱۷۶۱۷
- شعبه ۳: تهران، خیابان طالقانی، بعد از خیابان ولیعصر، نبش کوچه بندرانزلی، شماره ۳۵۹ ۰۲۱-۷۷۶۸۶۳۴۱



اولین مجتمع چاپ عریض روی سنگ در ایران

قاب نفیس دیواری



لوح تقدیر

لوح رومیزی



پایه مخملی



گشایش نمایشگاه‌های صنعت ساختمان و چاپ و بسته‌بندی در مشهد



بیست و یکمین نمایشگاه صنعت ساختمان و ششمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی از چهارشنبه یکم آذرماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهد آغاز به کار می‌کنند.

هفتمین نمایشگاه صنعتی‌سازی و فناوری‌های نوین صنعت ساختمان، بیستمین نمایشگاه کاشی، سرامیک، چینی و شیرآلات بهداشتی و هشتمین نمایشگاه تخصصی درب و پنجره، ماشین‌آلات و صنایع وابسته همزمان با نمایشگاه صنعت ساختمان در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهد برپا می‌شود.

در این نمایشگاه، ۸۳ شرکت در قالب ۲۷۶ غرفه در فضای سه هزار و ۳۲۶ متر مربع، محصولات و دستاوردهای خود را در زمینه‌های کاشی، سرامیک، چینی بهداشتی، شیرآلات، کابینت، درب و پنجره، یراق‌آلات و لوازم ساختمانی و تأسیسات به نمایش می‌گذارند.

نمایندگی از کشورهای ترکیه، ایتالیا، چین و آلمان نیز در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان حضور می‌یابند.

ششمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نیز به صورت همزمان با نمایشگاه صنعت ساختمان در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی مشهد برپا می‌شود.

در این نمایشگاه ۷۵ شرکت در فضایی به مساحت چهار هزار متر مربع، محصولات خود را در زمینه‌های چاپ صنعتی، چاپ دیجیتال، ماشین‌های اداری، بسته‌بندی و ماشین‌آلات آن، لفاف‌های بسته‌بندی و صنعت کارتن‌سازی در معرض دید عموم قرار می‌دهند. همچنین در حاشیه ششمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی، کارگاه‌های آموزشی با موضوعات جاذبه‌های بسته‌بندی، الفبای چاپ، آشنایی با ماشین‌آلات چاپ، خلاقیت در گرافیک، ساختارهای بسته‌بندی، انواع بسته‌بندی در صنایع غذایی، خلاقیت در بسته‌بندی و جشنواره طراحی بسته‌بندی زعفران برگزار می‌شود. گفتنی است بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان و ششمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی از یکم تا چهارم آذرماه و از ساعت ۱۶ تا ۲۲ برای بازدید متخصصان، علاقه‌مندان و عموم مردم دایر است.



IRAN-OFFICE
ایران - آفیس

به کانال ما در تلگرام پیوندید
[telegram.me/iran_office](https://t.me/iran_office)

پخش انواع:
پانچ
کاغذبر
طلق صمافی
فیلم لمینت
فنر گرد فلزی
فنر پلاستیکی
فنردوبل فلزی
سوزن صمافی
فنرزن صمافی
دستگاه لمینت و ...

تلفن : ۵۵۸۹۸۳۳۵
نمابر : ۵۵۱۵۰۷۷۲
www.iran-office.com
E-mail: Shop@iran-office.com

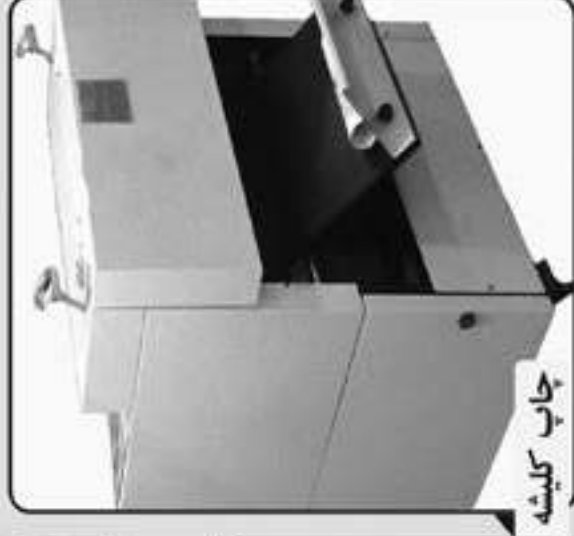
تامین قطعات
قیمتهای رقابتی
خدمات پس از فروش

مواد مصرفی
انواع فنر صمافی
ماشین آلات صمافی



مازند سیستم

مجری: کاظم باباپور



چاپ کلیشه



خشک کن پشت افست



خشک کن پشت ساکورایی



خشک کن سیلک



خط کامل سیلندری



امباس

- سازنده دستگاه خشک کن UV، سیلندر UV، امباس و چاپ
- کارشناس نصب خشک کن UV بر روی انواع ماشین آلات چاپ افست و سیلک ساکورایی

• تلفن دفتر: ۰۲۱-۵۵۸۵۱۶۶۰

• همراه: ۰۹۹۰۴۸۴۷۶۴۱ - ۰۹۱۲۱۷۱۶۸۳۲ - ۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱

• @mazand_system

آدرس: پاسگاه نعمت آباد، مجتمع تجاری یاس، طبقه سوم، واحد ۲۴

تلفن کارخانه: ۰۲۱-۵۵۸۵۲۶۹

• وعده دیدار ما در ۲۴ نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی و ماشین آلات وابسته سالن ۴۱ غرفه ۳

design by:matobaragh

دستگاه فوق دارای گارانتی یکساله موتور گیربکس ۲ ساله لامپ ۳۰۰۰ ساعت و ۵ ساله ترانس می باشد همچنین کلیه محصولات دارای خدمات ۱۰ ساله می باشد



جعبه چسبانی میعاد

- تیغ و چسب انواع جعبه های داروئی / آرایشی بهداشتی
- مجهز به دودستگاه لترپرس ۷۷
- دودستگاه ماشین جعبه چسبانه دیانا

**با هجده سال سابقه درخشان
سرعت و کیفیت را با ما تجربه کنید**

با مدیریت محمد رضایی

۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳ ۰۹۳۹۲۲۶۹۰۵۳

۳۳۳۸۲۱۸۷: فکس ۳۳۳۹۸۱۰۸

آدرس جدید: خیابان فداییان اسلام، بعد از چهارراه فروشگاه هایپر سان، کوچه سرزغیم، کوچه دوم، کوچه وهاب، اولین در، پلاک ۱



Mehr . UV

چاپ مهر

Mehr print

UV سیلندری

سلفون حرارتی (مات، براق، مخملی)

کیفیت، دقت، سرعت

تا ۴/۵ ورقی

نشانی: خیابان انقلاب، ابتدای سعدی شمالی،

کوچه حمیدالدوله، پلاک ۱۲

تلفن: ۰۱ ۷۷۵۳۳۶۰۱ تلفکس: ۷۷۶۲۳۵۰۳

همراه: ۰۹۱۲-۲۹۵۸۵۳۶ مهر داد

چاپ و صحافی دلتا آماده پذیرش نمایندگی در تمامی استان ها، جهت بخش محصولات خود می باشد. محصولات تولیدی این مجموعه شامل: سالنامه، دفاتر فانتزی، دفاتر یادداشت و غیره می باشد.



چاپ دیجیتال جهت کتاب و مجلات در تیراژهای کمتر از ۱۰۰۰ عدد



مجتمع چاپ و صحافی دلتا

لپست ماشین آلات صحافی

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

خدمات صحافی

- ساخت انواع جلدهای چرمی
- و گالینگور و لبه گرد
- صحافی جلد سخت
- صحافی پانچ و فنر
- صحافی چسب گرم

ابتهای جاده ابعلی، روبروی خیابان اتحاد پلاک ۲۰۰
۸۰ - ۷۹ ۹۵ ۷۷ - ۷۷ ۳۵ ۶۲ ۸۴ - ۷۷ ۳۵ ۶۴ ۳۹
Deltacalendar.co@gmail.com ۰۹۰۲ ۵۹۲ ۳۰ ۱۱



واردکننده و تامین کننده لامپ یووی در ایران
بیش از ۱۵ سال تجربه در خدمات UV



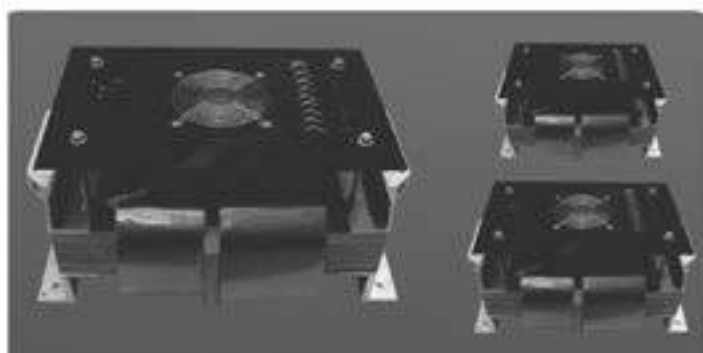
یووی سان
UV.SUN



واردکننده انواع ورنی UV تایوانی در ایران

وعده دیدار ما در ۲۴ نمایشگاه بین المللی چاپ و
بسته بندی و ماشین آلات وابسته سالن ۴۱ غرفه ۲

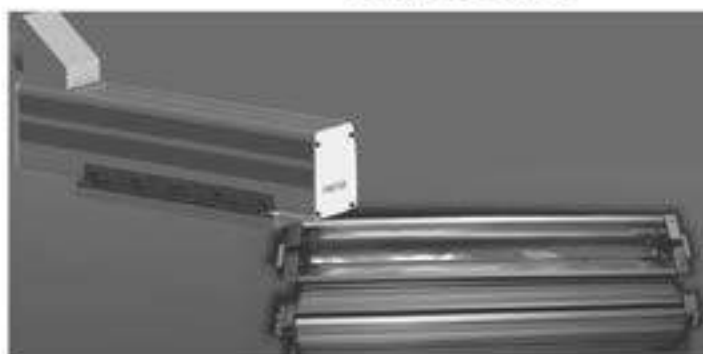
نصب و راه اندازی سیستم های یووی
تعمیرات انواع درایر و سیستم های یووی



فروش انواع ترانس یووی در ولتاژ و کیلووات مختلف
با ضمانت نامه ۵ ساله



فروش انواع لامپ های یووی و لامپ قیدکی
با ۳ هزار ساعت گارانتی کارکرد



فروش انواع رفلکتور مخصوص لامپ های یووی
مجهز به روکش استیل نسوز آلمانی با ۳۰٪ افزایش نور



ساخت انواع تورپهای فلزی و ابریشمی
مخصوص درایرهای یووی



ساخت دستگاه قید کی شابلون چاپ سیلک
نور ماورابنفش - نور از پایین - دارای وکیوم - تایمر دیجیتال



سازنده دستگاه خشک کن شابلون مخصوص چاپ سیلک
حرارت ۴۵ درجه - دونوع ایستاده و خوابیده - ظرفیت ۵ عدد شابلون به بالا

آدرس: تهران خیابان زمزم، کوچه ۱۵، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۲۱-۵۵۶۰۶۰۹۸ فکس: ۰۲۱-۵۵۸۸۱۲۰۰
همراه: ۰۹۱۲-۱۳۳۱۵۴۴ ۰۹۱۰-۱۳۳۱۵۴۴

uv_sun@yahoo.com

uv_lamp@yahoo.com

جرثقیل احمد



متخصص در حمل و جابجایی دستگاه‌های چاپ، صحافی، لیتوگرافی و لارج فرمت

۷۷۶۲۵۶۶۶
۰۹۱۲-۴۲۱ ۵۰ ۵۳



آشنا برچسب

تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسبدار (تا هفت رنگ) به صورت رول و شیت با پوشال برداری
تولید انواع لیبل پشت چسبدار کاغذی، حرارتی، متالایز، شبرنگ و پی‌وی‌سی
تولید انواع فرم‌های A۴ در سایزهای مختلف
تولید انواع لیبل‌های تخصصی با پرفراز، پانچ و تیغ از پشت
اجرای نیم‌تیغ بر روی انواع محصولات پشت چسبدار و چاپ شده
تامین انواع ریبون برای چاپگرهای رول

۵۵۲۷۷۱۲۱-۴
۵۵۲۵۷۲۹۲

فکس ۵۵۲۵۷۲۹۱
۵۵۲۶۲۲۸۰-۸۱

www.Ashenalabel.com

Email: info@ashenalabel.com

صحافی فنر دوبل حسن پور

با بیش از ۱۵ سال تجربه

مجهر به دستگاه‌های 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

فروشی

واردکننده دماغه هوهند و مولر از آلمان

هایدلبرگ دو ورقی دو رنگ

SM72 zp 1991 با CPC

هایدلبرگ دو ورقی دو رنگ SORMZ

۱۹۷۹ پارچه نورد آب

هایدلبرگ GTO 46 مدل 1979

برش 115 پلار EMC با جک بغل

برش 115 وهلنبرگ

تهدوز مولرمارتینی با آپارات هدآپ سرعت بالا
مدل 1989

تهدوز اسمایلز با هدآپ سایز سلطانی

تاکنی اشتال آبی ۵/۴ ورقی ۳۲ صفحه

مفتول دو دماغه بورگ آمریکایی 1992

سلفون‌کش قدیمی ۳ ورقی انگلیسی با آپارات

زینک‌سوز آلمانی، زینک‌سوز ایرانی

تیغ‌تیزکنی ایرانی

۰۹۱۲۱۸۸۹۷۶۸

شجاعی



صنایع بسته‌بندی پایتخت

در عرصه رقابت و تجارت مدعی هستیم ، بهترینیم

صنایع بسته بندی پایتخت نماینده انحصاری و بزرگترین توزیع کننده دستگاه های تسمه کش روز دنیا در ایران به صورت عمده و جزئی در این عرصه اقدام به عرضه ماشین آلات بسته بندی از جمله کارخانه های پیشرو در این صنعت از قبیل کمپانی های **Transpak** تایوان، **Xpress** چین ، **Joinpack** چین، **Xutian** چین و... اقدام به فروش محصولات خود نموده است .

دارای سیستم تنظیم زمان خنک کننده
جوش حرارتی (Cooling Time)



تولید تسمه های بسته بندی (پلی پروپلین) P.P :

در سایز های استاندارد ۸ - ۱۰ - ۱۲ - ۱۶ میلیمتر .

این شرکت با کادری مجرب در زمینه تعمیرات تخصصی دستگاه های تسمه کش برقی نیمه و تمام اتوماتیک با قطعات فابریکی اعلام آمادگی می نماید .



www.paytakhtpack.com

تلفن فروش و خدمات پس از فروش

۰۲۱-۷۷۲۶۱۴۰۴ - ۷۷۸۱۷۷۰۹

مشاوره تعمیرات ۰۹۱۰۶۶۲۴۰۶۰ - ۰۹۱۲۶۲۱۹۸۸۴

Made in Taiwan



شرکت رنگین پلاست ایران



پخش عمده انواع حلالهای چاپ
(ایزو پروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول)

از شرکتهای معتبر دنیا

یونی کم

ساسول

پتروکم

خیابان خالد اسلامبولی (وزرا سابق) کوچه چهار

کوچه نادر پلاک ۱۰ واحد ۱۶

۸۸۷۱۵۸۳۸

تلفن: ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴ ۸۸۷۱۲۰۶۴ ۸۸۷۱۲۰۳۶

فکس: ۸۸۷۱۰۷۵۰ موبایل: ۰۹۱۲۱۹۰۵۹۰۶ ۰۹۱۲۱۸۶۵۶۳۰

پارس پلکان

چسب سلفون:

برای دستگاه چینی - هندی - ایرانی

چسب لب چسب:

برای کارهای یووی خورده، سلفون کشیده شده

چسب صحافی:

اعم از زودخشک یا دیرخشک با فیلم نرم

یووی آماده وارداتی:

مخصوص سیلک و سیلندر

آموزش راه اندازی تولید چسب سلفون
در کارگاههای سلفون کشی

تلفن: ۷۷۵۲۳۶۹۶ - ۷۷۵۳۲۵۰۱

تلفکس: ۷۷۵۱۰۳۹۰

همراه: ۰۹۱۲۳۳۰۵۷۵۳



تیغ زنی، نیم تیغ، پرفراژ، خط تا و برجسته
شماره زنی در تیراژهای بسیار بالا، فارسی و لاتین
با لتر پرس ۲/۵ ورقی، صحافی اوراق اداری
افست یک ورقی دو رنگ

طراحی، لیتوگرافی، چاپ

خیابان حافظ، خیابان رودسر، نبش خیابان به آفرین، پلاک ۱
تلفن: ۸۸۹۳۷۵۶۱ تلفکس: ۸۸۹۴۴۷۰۵ همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۹۱۵۰

ارزان، سریع، مطمئن

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 براق	سلفون مات مخملی	سلفون مات حرارتی	سلفون براق حرارتی	UV بر جسته EMBOSS	UV گلیلی gelittering	UV شنی effect	UV تپلات موضعی	UV براق شابلونی یا فیلم	size ابعاد
40	333	43	43	105	110	110	75	44	25X35
44	513	66	66	130	130	120	85	49	30X45
50	665	86	86	140	150	135	95	54	35X50
55	878	113	113	155	160	145	105	59	33X70
60	1026	132	132	165	170	165	125	64	45X60
70	1330	172	172	180	180	175	135	69	50X70
-	2052	265	265	-	-	-	-	-	60X90
-	2660	343	343	-	-	-	-	-	70X100

خیابان فردوسی بالاتر از منوچهری کوچه زمانی پلاک 15

تلفن: ۶۶۳۴۰۳۵۹ – ۶۶۳۴۰۳۱۶ تلفکس: ۶۶۳۴۰۱۴۹

Email: honarparsi1336@gmail.com



هوشمند نو
چاپ و بسته‌بندی



مجهزترین دستگاه تمام اتوماتیک

که به طور سیلندری و موضعی با سرعت ۶۶۰۰ برگ در ساعت U.V می زند

NEW

• دستگاه ساکورایی دو ورقی سیلک اسکرین

دستگاه سلفون کشی حرارتی - چسبی ۱۲۰ X ۱۰۰
مجهز به پودر گیر و سیلندر طرح دار - متالایز - صدفی

• دستگاه سلفون حرارتی دو ورقی

• دستگاه دو ورقی ESC سیلک اسکرین

• مجهز به دستگاه جعبه چسبانی

• لتر پرس

• یووی شنی - برجسته - اکلیلی

هر قسمتی که شما بخواهید یووی سیلندری می‌زنیم

آدرس: کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج -
جنب نفست پارس - زیر گذر سرخه
حصار خیابان کیمیا پژوهان - کوچه
پمپ گاز - پ ۶



فکس: ۴۶۸۶۱۵۵۰



تلفن: ۴۶۸۸۰۴۱۹-۲۰ ۴۶۸۶۲۶۰۰



سلفون مات و
براق حرارتی،
سانتی ۴۳ ریال



انجام کلیه خدمات صحافی شامل: چسب گرم، مفتول ساده و لوپ، تا، سیمی تقویم دیواری و رومیزی با بهترین کیفیت و بالاترین سرعت

مجهزتر از همیشه

- ◀ یک دستگاه چسب گرم ۵ خانه مولر مارتینی
- ◀ چند دستگاه سیمی اتوماتیک و پانچ اتوماتیک
- ◀ خط کامل مفتول (منگنه) خروجی روزانه ۵۰,۰۰۰ جلد
- ◀ یک دستگاه ترتیب‌کن ۱۸ خانه اتوماتیک
- ◀ ۳ دستگاه برش پلار EMC برنامه‌دار
- ◀ ۳ دستگاه مفتول زن ریلی اتوماتیک ساده و لوپ
- ◀ ۴ دستگاه ورق‌تاکنی ۶ شانه اشغال ۲ و ۳ ورقی
- ◀ گوشه‌گردکن کتاب، جلدسازی و طلاکوب
- ◀ بسته‌بندی و شرینگ‌پک
- ◀ جدیدترین دستگاه سلفون‌کشی حرارتی تا حداکثر سایز ۱۰۰ × ۷۰

تلفن ۹۱۶ ۵۷۰ ۳۳

۴۸۴-۵ ۵۷۰ ۳۳

فکس ۳۳۵۷۲۵۸۸

داورزن ۷۲۸۰ ۳۰۸ ۹۱۲

صمدزاده ۹۵۵۶ ۳۱۱ ۹۱۲

ما به کمتر از عالی رضایت نمی‌دهیم!

خدمات پیش از چاپ

زینک سوزی فتاحی
سوزاندن زینک در ابعاد مختلف
در اسرع وقت کیفیت خوب و
نازلترین قیمت
۰۹۱۲۳۲۱۷۹۹۶-۶۶۷۵۰۸۴۹

لیتوگرافی ویرا
۴۰ رنگ ۴/۵ ورقی در ساعت
۶۰ رنگ ۲ ورقی در ساعت
پلتستر ۴/۵ ورقی Creo ۶ مد آتلان سورستر
تلفن: ۲۶۶۱۶۸۲۰ - ۲۶۶۱۶۸۲۰
هماهنگی در تعطیلات: ۲۷۱۸ - ۰۹۱۲۳۲۱۷۹۹۶
vieiract@gmail.com
vieiract@yahoo.com

چاپ سبا
افست چهار و نیم ورقی پنج
رنگ اسپیدمستر
افست دو ورقی چهار رنگ
اسپیدمستر

۹۵۱۱۹۶۴۱-۲

چاپ نباتی

کاتالوگ، بروشور، کتابچه در
تیراژ بالاتر از ۱۵۰ عدد
افست با قیمتی پایین تر از
دیجیتال
چاپ کاغذ پلاست تا ۵۰۰
میکرون و مقوا تا ۵۰۰ گرم
۳۳۹۴۱۸۲۱
۳۳۹۰۴۹۹۱

شرکت نقش رنگ خجستانگان
چاپ بیووی ۴/۵ ورقی ۸ رنگ
سایز ۱۰۰×۷۰
با امکان خشک کن در تمام برجها
و تحویل چاپ روی PVC، متالایز
و سلفون چسبدار
هایدلبرگ ۴/۵ ورقی ۸ رنگ
پشت و رو زن با CP۲۰۰۰
سایز ۱۲۰×۸۰
(ده خط) ۶۶۳۹۷۶۹۶
Email: info@khojastegan.com

چاپ مهیار
دستگاه افست GTO ۴
رنگ هایدلبرگ
دستگاه افست GTO ۲
رنگ هایدلبرگ
دستگاه افست GTO تک
رنگ هایدلبرگ
۳۳۱۱۹۶۷۴
۳۳۱۱۹۴۰۱
www.faktorprint.com
info@faktor.print.com

چاپ آریایی

طراحی لیتوگرافی / چاپ /
تیغ زنی / نیم تیغ / پرفراژ / خط
تا و برجسته / شماره زنی در
تیراژهای بسیار بالا فارسی و
لاتین با لتری پرس ۲/۵ ورقی /
صحافی اوراق اداری افست
یک ورقی دو رنگ

۸۸۹۳۷۵۶۱

مجتمع چاپ انعکاس
سیو و طراحی، زینک، چاپ
پیشرو در صنعت چاپ
دستگاه چاپ ۴ رنگ دو ورقی
دستگاه چاپ دو رنگ دو ورقی
دستگاه لیتوگرافی پلیتستر
دو ورقی
۷۷۶۲۰۸۶۳-۷۷۶۸۱۴۴۰۴
Email: SAVE@
ENEKASPRINTING.
COM

مجتمع چاپ و صحافی هدف نوین
(لیتوگرافی، چاپ و صحافی)
دستگاه پلیتستر ۴/۵ ورقی
۱ دستگاه ۸ رنگ ۲ ورقی
هایدلبرگ پشت و رو زن
همزمان (اسپیدمستر)
۲ دستگاه ۴ رنگ ۴ ورقی
هایدلبرگ (اسپیدمستر)
۴۴۹۹۷۲۰۱ - فکس:
۴۴۹۹۷۲۰۲
www.hadafnovinco@
gmail.com

پیشگامان تصویر برتر
دستگاه فلت بد ۴۳ در ۱۱۰
سانتیمتر با ۲۸۸۰.Dpi
دستگاه فلت بد ۶۱ در ۱۵۰
سانتیمتر با ۲۸۸۰.Dpi
دستگاه فلت بد ۱۳۰ در ۲۵۰
سانتیمتر با ۱۴۴۰.Dpi

۷۷۵۱۷۱۳۰
۸۸۹۳۹۶۰۰

به کانال مادر تلگرام پیوندید

@chap_o_nashr

چاپ و نشر برای معرفی

توانمندیهای شماست

لیتوگرافی دیجیتال ایده

- امکان تهیه زینک از سایز GTO
تا ۴/۵ ورقی با بالاترین کیفیت
- تهیه فیلم وزینک با دستگاه
ایمیجستر با بهترین کیفیت و
بالاترین تیراژ
۳۳۹۴۵۷۵۵ -
idehgraphic@gmail.com
www.idehgraphic.ir

مرکز چاپ و بسته بندی
همدان
چاپ لیبل و لفافهای
بسته بندی
مدرن ترین ماشین چاپ اروپا
بدون نیاز به کلیشه و سیلندر
تیراژ دلخواه
تحویل فوری

۰۸۱-۳۴۵۸۶۷۳۱-۳

مجتمع چاپ نقش الماس

دو دستگاه دو ورقی دو رنگ و تک رنگ
چاپ سیلک ساکورایی UV شابلونی
بیووی دیجیتال برجسته ۹۰-۶۰
لتری پرس طلاکوب دو ورقی
ماشین پانچ دورگرد کارت ویزیت
۳۳۵۲۳۲۷۲ (خط ۱۰)
info@naghshealmas.com
www.naghshealmas.com

چاپ سورنا گرافیک
مرکز تخصصی چاپ انواع کارت
ویزیت
چاپ انواع فرمهای تجاری و
اداری در ۴ ساعت (بصورت عمومی و
اختصاصی)
۰۳۱-۳۲۶۶۰۴۰۸
۰۳۱-۳۲۶۶۰۸۸۱
www.sorenaprint.com
sorenaprint@yahoo.com

گروه ساروبن
چاپ دیجیتال لیبل بارنگ سفید و
UV امکان چاپ تمام رنگی، انواع
پلاک و لیبل دیجیتال
۲۲۲۶۰۷۰۰
۸۸۰۷۵۱۶۰
www.sarobon.ir
www.sarocard.com

شرکت کلیشه سازی نقش
گوهر هنر
انجام امور طراحی،
کلیشه سازی و مونتاژ

۰۹۱۰۱۱۸۳۹۷۷
۸۸۴۶۱۷۲۴
tarahan.nemooneh.
co@gmail.com

سازمان چاپ پر
طراح، لیتوگرافی، چاپ
سلفون، صحافی

۵۵۴۸۱۷۳۰-۱
۰۹۳۸۳۶۹۷۵۳۷ تلگرام

مجتمع چاپ سرمدی
همه چیز را گرد هم آوردیم
۱- طراحی ۲- لیتوگرافی
۳- چاپ ۴- خدمات پس از
چاپ ۵- صحافی
۷۷۵۰۳۸۶۵
۷۷۵۰۲۷۹۸
۷۷۵۳۸۳۰۹
www.sarmadiprint.com

صنایع چاپ مادرول
ماشین چاپ هشت رنگ
فلکسو، دستگاه دایکات،
برش و طلاکوب
قابلیت چاپ بر روی انواع
کاغذ پشت چسبدار و...

۴۴۹۹۲۶۹۵-۹۷
۴۴۹۸۰۲۵۹ فکس:

چاپ افرنگ
مرکز تخصصی چاپ کارت
رمزدار و لیبلهای قرعه کشی
تلفن: ۳۳۹۸۹۵۸۶
www.afrangco.com
info@afangco.com

لیتوگرافی رنگین

خروجی ۴۰ زینک در یک
ساعت - مجهز به دستگاه پلیت
ستر creokodak ۴/۵ ورقی
online مدل ۲۰۱۰ با استیکر و
پروسور Raptor و...
۷۷۶۹۹۸۲۱-۳
litorangin@yahoo.com
litorangin@gmail.com

چاپ پرسه
مجهز به افست دو ورقی
چهار رنگ

۳۳۹۷۶۴۳۳
۳۳۹۷۲۸۱۶
۰۹۳۳۳۸۱۲۹۶ تلگرام

چاپ یزدان از طراحی تا
چاپ
خ رجایی جنوب، بعد
آزادگان، نبش رحمتی

۰۲۱-۵۵۰۱۶۶۱
www.printyazdan.ir

چاپ طراحان آزادی
کلیه امور چاپی
(اختصاصی - عمومی)
کارت ویزیت، تراکت، ست
اداری و...
مدیریت محمدخانی
ارتباط مستقیم با چاپخانهها
۳۳۹۵۲۵۸۵
۳۳۹۵۲۱۰۶
۳۳۹۴۳۷۹۷

کاری نو

مجتمع چاپ و صحافی

۵۶۵۳۷۴۲۰
۵۶۵۳۷۴۱۶
۵۵۸۱۷۹۹۷

دریافت آخرین اخبار و رویدادهای چاپی در سایت

www.chaponashr.com

خدمات چاپ

چاپ و نشر هودیس پارس
 - چاپ افست دو ورقی چهار رنگ
 - چاپ افست چهار و نیم ورقی
 - آتلیه طراحی / خدمات لیتوگرافی
 - سلفون کشی، دایکات، بسته بندی
 - جعبه سازی دهنه ۷۰cm
 - لترپرس ابعاد (۸۲×۵۶)
 تلفن ۴۴۱۸۴۹۳۶
 فکس ۴۴۱۹۴۰۰۶

نقش آوران تندیس مهر
 چاپ پلات و لمینیت چاپ دیجیتال
 در فرمهای استاندارد / استندهای
 نمایشگاهی ثابت و متغیر میز کانترا،
 پاپ آپ، رول آپ طراحی آتلیه گرافیک
 تلفن ۸۸۲۰۲۴۴۷
 فکس ۸۸۲۰۲۴۴۹

مجتمع چاپ تندیس
 انجام کلیه خدمات پیش از
 چاپ، چاپ، پس از چاپ، برش
 و بسته بندی
 ۰۳۱-۳۲۲۰۳۷۲۸
 ۰۳۱-۳۲۲۰۳۷۱۴
 ۰۹۱۳۹۰۰۴۹۲۰
 www.tandis-printing.com
 tandisprinting15@gmail.com

خدمات پس از چاپ
 صحافی هشت
 جلد، جعبه، لوح، پانچ و فنر،
 نه چسب، دوخت، مفتول
 https://t.me/sahafi8
 ۰۹۱۲۳۰۸۷۹۳۳

صحافی فنر دوبل حسن پور
 انجام کلیه مربوط به صحافی فنر
 دوبل شامل:
 تقویم رومی، دیواری، فانتزی
 سررسید، سالنامه، دفتر تلفن
 دفتر یادداشت و دفاتر مختلف
 کاتالوگ، بروشور و...
 ۸۸۹۰۰۲۹۸
 حسن پور

مجتمع چاپ نامی نقش
 لیتوگرافی - چاپ - سلفون
 حرارتی - صحافی
 تلفن ۳۳۱۱۴۳۶۳
 فکس ۳۳۹۷۶۳۳۷
 www.naminaghshprint.com

چاپ هادی
 ماشین چاپ افست کوموری ۲ ورقی
 ۵ رنگ ۲۰۱۰
 ماشین چاپ هایدلبرگ ۲ ورقی ۴
 رنگ پرینت مستر
 تک رنگ هایدلبرگ و پلیت ستر ۲
 ورقی حرارتی اسکرین
 تلفن ۳۳۹۰۳۱۳۹
 تلفن ۳۳۱۱۲۵۸۶

هنر نوین
 خدمات تخصصی و منحصر
 به فرد
 چاپ مستقیم روی اجسام
 امکان چاپ دیجیتال مستقیم
 روی اجسام مختلف
 مانند پلکسی، شیشه، چوب،
 ام دی اف، استیل، سنگ،
 سرامیک، کاشی کامپوزیت،
 پارچه، فلز و غیره
 خدمات چاپ عریض
 ۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۶
 ۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۷

خدمات پس از چاپ امین
 سلفون حرارتی و چسب
 سرد و چسب گرم فول اتومات
 تا ابعاد ۱۶۰×۱۲۰ با حمل
 رایگان از چاپخانه جهت
 کارهای تیراژدار در خدمت
 همکاران گرامی می باشد
 ۰۹۱۱۳۱۲۴۹۳۳
 ۰۹۱۹۸۰۳۰۰۷۵

کارگاه و فروشگاه غفاری
 سلفون واترپیس متالایز و شفاف
 طرح دار
 سلفون حرارتی مات و براق
 سلفون واترپیس مات و براق ۱۲
 و ۱۵ و ۲۰ میکرون
 سلفون متالایز نقره‌ای و رنگی
 چسب سلفون کشی
 طلق PVC
 ۳۳۹۴۹۲۵۰-۳۳۹۰۷۲۶۹
 ۰۹۱۲۱۹۸۲۷۷۸

چاپ و صحافی کریمی
 چاپ دو رنگ ۲ ورقی ZP
 چاپ دو رنگ ۴/۵ ورقی ZP
 مجهز به ۲۰۰۲ cpc
 صحافی ماشینی اتومات چسب گرم
 مفتول، گالینگور، جلد سخت، پانچ و فنر
 تلفن ۷۷۳۵۷۵۷۴

آشنابرچسب
 تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسب دار
 به صورت رول و شیت با پوشال برداری،
 تولید انواع لیبل پشت چسب دار کاغذی،
 حرارتی، متالایز، شبرنگ و پی وی سی
 تلفن ۵۵۲۷۷۱۲۱
 فکس ۵۵۲۵۷۲۹۱
 www.Ashenlabel.com
 info@ashenlabel.com

چاپ و صحافی معراج
 چاپ و صحافی معراج
 ارائه دهنده کلیه خدمات چاپ
 و صحافی
 ۳۳۹۳۱۶۳۰
 ۳۳۱۱۲۳۳۹

خدمات پس از چاپ نفیس
 بیوی تمام اتومات تا ابعاد
 ۵۰×۷۰
 موضعی، برجسته، اکلیلی،
 شنی
 سلفون حرارتی تمام اتومات
 تا ابعاد ۱۰۰×۷۰
 لترپرس دهنه ۷۷
 ۳۳۱۱۵۵۰۲
 ۳۳۱۱۵۶۲۸

هر کادر پایه
 فقط ۲۰ هزار تومان
 ۷۷۲۴۰۶۹۰

چاپ آوازه
 انجام کلیه پروژه های چاپی
 پلیت ستر حرارتی ۴/۵
 ورقی با گردش کار دیجیتال
 ماشین چاپ دو ورقی چهار
 رنگ اسپید مستر SMV۴-۴H
 ماشین دایکات ۴/۵ ورقی
 Bobst
 - برش دیجیتال پلار ۱۱۵E
 ۴۴۹۰۲۰۰۰
 ۴۴۹۰۱۰۰۰
 info@avazehprint.com

چاپ و صحافی محمد
 تاکن سه ورقی و دو ورقی MBO اشتال
 چسب گرم پنج خانه مولر مارتینی با
 قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب
 در روز
 خط کامل مفتول و...
 تلفن ۷۷۴۵۲۲۲۴

شرکت خانه چاپ چکاوک
 عضو انجمن بین المللی
 تولیدکنندگان هولوگرام،
 صادرات هولوگرام به اروپا و
 کشورهای آمریکای جنوبی،
 پیشرفته ترین و بالاترین ضریب
 امنیتی هولوگرام تولید داخل
 ۶۶۹۷۱۴۰۲-۴
 ۶۶۹۷۱۴۰۵

پوشش چاپ نگین آرا
 با ما متفاوت شوید
 سلفون حرارتی، سلفون واترپیس
 (مات، براق، متالایز، نقره، طلا و
 طرح دار)
 بیوی الکل، شنی، برجسته
 چاپ سیلک اسکرین
 بیوی سیلندری آجزن طرح چرم
 ۵۵۰۲۰۰۲۰-۵۵۰۲۰۰۱۰
 neginara@yahoo.com

صحافی مهتاب خواه
 ارائه کلیه خدمات صحافی (پانچ
 و فنر، جلد سخت، شومیز و...)
 ۳ دستگاه برش ۱۱۵ و ۹۲
 دستگاه چسب گرم پنج خانه
 ۲ دستگاه پانچ تمام اتوماتیک
 ۲ دستگاه طلاکوب هیدرولیک
 دستگاه دوخت کتاب و...
 ۳۳۴۶۴۹۶۰-۳۳۴۷۰۷۵۲
 ۰۹۱۲۱۹۴۷۱۱۸

نقش پردازان آسیا
 چاپ برجسب اموال چاپ
 برجسب های صنعتی، PVC، کاغذ
 متالایز، شبرنگ و روز رنگ
 چاپ وینیل، مش، شبرنگ
 outdoor-indoor
 ۶۶۹۴۸۲۲۳
 www.npaprint.com
 ighani.label@yahoo.com

مجتمع چاپ ایرانی
 مرکز تخصصی چاپ کارت
 ویزیت و فرم عمومی
 ۳۶۰۵۷۰۶۴
 ۳۶۰۵۷۰۵۳
 www.iraniprint.com
 print.irani64@gmail.com
 com

شرکت رنگین طیف پرشین
 تولیدکننده برجسب های
 لیزری (هولوگرام)
 ضد کپی، ضد تقلب، غیر قابل
 انتقال
 ۶۶۷۸۴۹۳۸
 ۸۹۷۷۰۸۱۹

مرکز تخصصی پس از چاپ کوثر
 سلفون حرارتی ۱۱۰×۹۰ مات و
 براق
 ۶۶۶۵۴۵۰۴

چاپ هنر پاریسی
 UV - سلفون
 سیلک تمام اتوماتیک دو
 ورقی (UV)
 سلفون حرارتی تمام اتوماتیک
 UV سیلندری
 ۶۶۳۴۰۳۵۹
 ۶۶۳۴۰۳۱۶

مجتمع چاپ رنگین نقش
 اولین دستگاه های چاپ افست
 و UV مدل ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳،
 چاپ از ۲۰ گرم تا ۵۵۰ گرم، با
 سرعت ۱۵۰۰۰ برگ در ساعت
 ۷۷۲۶۷۹۰۱-۳
 ranginnaghsh@yhaoo.com
 ranginnaghsh@gmail.com
 info@ranginnaghsh.com

چاپ گلبرگ ساز
 مجموعه کامل جهت چاپ
 و صحافی انواع فرم ها و
 بسته بندی
 چاپ ۴/۵ ورقی ۵ رنگ
 اسپید مستر SM ۱۰۲-۵-۲۰۰۵
 چاپ ۴/۵ ورقی ۱ رنگ
 دایکات ۶ ورقی
 ۷۷۹۶۵۳۹۵
 ۷۷۹۶۵۳۶۸
 www.golbargsazprint.com

چاپ اردیبهشت نو
 دستگاه ماشین سلفون کشی
 حرارتی اتوباند
 ماشین طلاکوب اتوماتیک ۳
 ورقی هایدلبرگ
 ماشین طلاکوب اتوماتیک
 ۲/۵ ورقی هایدلبرگ
 ماشین بیوی موضعی
 اتوماتیک ساکورایی
 و...
 ماشین المباس
 ۷۷۵۲۶۰۵۱-۷۷۵۳۲۱۲۵

صحافی سیمی ساز
 ما به کمتر از عالی رضایت
 نمی دهیم!
 انجام کلیه خدمات صحافی
 شامل: چسب گرم، مفتول ساده
 و لوپ تا، سیمی تقویم دیواری
 و رومیزی با بهترین کیفیت و
 بالاترین سرعت
 ۳۳۵۷۰۴۸۴-۵-۳۳۵۷۰۹۱۶
 داورزن ۰۹۱۲۳۰۸۷۲۸۰
 صمدزاده ۰۹۱۲۳۱۱۹۵۵۶

صنایع بسته بندی والا
 دستگاه تیغ زنی در ابعاد مختلف/
 لامینیت نیمه اتوماتیک
 ۵۵۸۹۶۷۸۴
 ۵۵۵۷۶۳۸۲-۳
 فکس: ۵۵۵۷۰۶۶۲
 چاپ و نشر
 @chap_o_nashr

خدمات پس از چاپ پویا
مجهز به دستگاه سلفون کشی
حرارتی
دستگاه سلفون کشی واترپیس
دستگاه U.V تمام اتومات
قبول انواع کلاسورهای
تبلیغاتی و زونکن
پخش انواع لوازم صحافی و
چسب مقوا، روکش، زونکن و...
۳۳۰۳۰۰۳۰
۳۳۶۸۲۳۷۰

چاپ اعتماد
طلاکوب، یووی، برجسته
طلاکوب سه بعدی برای
اولین بار
۳۳۱۱۹۴۰۰
۳۳۹۲۳۸۳۶
www.etemadprint.com

**برای اشتراک
نشریه
چاپ و نشر
تماس بگیرید
۷۷۲۴۰۶۹۰**

هنر سبزه نوین
صحافی مجهز به ماشین آلات:
جلدسازی، چسب گرم، ماشین
دوخت، دو دستگاه پانچ، دو دستگاه
مفتول، دو دستگاه تاکنی، دو دستگاه
برش اتوماتیک، سلفون کشی
حرارتی
۷۷۶۴۷۷۱۳

پوشش سلفون
پوششی متفاوت
رونمایی از جدیدترین تکنولوژی
سلفون کشی
با امواج در مجموعه خدمات پس
از چاپ پوشش
مجهز به ۴ دستگاه سلفون کشی
حرارتی و واترپیس
ظرفیت روزانه ۱۵۰ هزار برگ
۷۰×۱۰۰
۴۴۱۹۰۲۲۶-۷

چاپ هوشمند
متالایز سلفون حرارتی و چسبی
۴۶۸۸۰۴۱۹
۴۶۸۸۰۴۲۰
۴۶۸۶۲۶۰۰

قالبسازی، تیغ و برش

قالب سازی بیس
طراحی قالب های خود را به
ما بسپارید
بهترین کیفیت و نازل ترین
قیمت را از ما بخواهید
مجهز به دستگاه برش لیزر،
خم کن اتوماتیک
ساخت انواع قالب های لیبیل،
کارتن، جعبه های آرایشی و
بهداشتی و...
۳۶۶۱۶۲۸۸-۳۶۰۵۷۹۴

**هر کادر پایه
فقط ۲۰ هزار تومان
۷۷۲۴۰۶۹۰**

قالب سازی ملت
ساخت انواع قالب برش
جعبه، کارتن، لیبیل و پلکسی
مجهز به برش لیزر و خم کن
اتوماتیک
di.mellat@gmail.com
تلفن: ۳۶۶۱۱۷۶۶
۳۶۶۱۲۸۰۴
۰۹۱۹۴۸۰۸۸۴۱
خ ملت، برج بهارستان، بلوک
A، طبقه دوم، واحد ۳۰۳

موسسه قالب سازی کیهان
مجهز به سیستم برش لیزری
و خم کن اتوماتیک
سازنده انواع قالب های برش
لیزری
جعبه، کارتن، اتیک واشر
۶۶۷۲۶۴۸۸-۶۶۷۱۶۶۹۵
۶۶۷۵۷۸۲۰
فکس: ۶۶۷۵۰۷۳۷
ghalehsazi_keyhan@
yahoo.com

موسسه قالب سازی فجر
مجهز به سیستم برش لیزر و
خم کن تمام اتوماتیک
سازنده انواع قالب های:
جعبه، اتیکت، کارتن، قالب
تیغ (۸ میلی متر، ۱۲ میلی متر)
و...
۳۳۹۲۲۲۷۹
۳۶۶۱۶۰۷۴
fajr1389@yahoo.com

قالب سازی اطلس
سازنده انواع قالب های برش،
جعبه، کارتن، اتیکت، واشر و
کارهای سراجی و ملامین و مجهز
به دستگاه برش لیزر و خم کن
اتوماتیک
تلفن ۵۵۶۹۰۱۵۷
تلفکس ۵۵۶۹۰۷۶۸

جعبه، کارتن پاکت

جعبه چسبانی الماس
چسباندن انواع جعبه های:
دارویی، آرایشی، بهداشتی،
خوراکی، صنعتی، پوشاک و...
۲۲ دستگاه تمام اتوماتیک آلمانی
چسباندن جعبه CD، زعفران، کارت
هدیه و...
نصب چسب دو طرفه با دستگاه
خ ۱۷ شهرو جنوبی، بعد از خ
منصور، کوچه ایرانشاهی، پ ۶
۰۹۳۶۵۹۹۴۰۲۵-۵۵۳۳۸۹۲۹
مشکاتی

چاپ و نشر
@chap_o_nashr

جعبه سازی میعاد
تیغ و چسب انواع جعبه
های دارویی، آرایشی و
بهداشتی
مجهز به دو دستگاه
لتر پرس ۷۷
دو دستگاه ماشین جعبه
چسبانی دیانا
۳۳۷۷۲۵۶۱
۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳

جعبه سازی هیراد
تولیدکننده انواع جعبه های
فانتزی با مقوای سخت با
استفاده از ماشین آلات
شاهوندی ۰۹۱۲۱۲۵۵۷۹۳
اکبری ۰۹۱۲۶۵۴۴۴۶۵
www.hiradbox.com
info@hiradbox.com

لمینت و کارتن مبارکه
ساخت انواع جعبه و
کارتن های صادراتی
لمینتی، مقوایی، E فلوت،
سه لایه، پنج لایه
۴۴۹۰۵۰۵۰
۴۴۹۰۱۲۹۱
۰۹۱۲۱۰۸۴۴۵۵
www.mobarake.com
Email: info@mobarake.
com

کارتن سازی حسینی
تولید انواع کارتن با بیش از
۳۰ سال سابقه
ساخت انواع کارتن دفاتر
۵۰ برگ، ۱۰۰ برگ، ۲۰۰ برگ،
ته دوخت و فنردار
ارسال رایگان ۲۰۰۰ عدد
کارگاه: ۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۲۰-۲۱
دفتر: ۰۲-۵۵۰۸۱۷۵۱-۲
۰۹۱۲۱۸۶۸۸۴۶

کاغذ و مقوا

کاغذ و مقوا ملک
جزئی و کلی با ارسال به
تمام نقاط
۳۳۹۹۹۷۷۴-۵
۰۹۱۲۱۷۷۰۹۵۲

کاغذ و مقوای شاهین
پخش انواع کاغذهای A۵، A۴،
A۳ و نمایندگی فتوگلاسه، کتد،
AGFA، HART wll، A۴
و A۳ و رول کالر کپی تحریر،
گلاسه، چسبدار
۳۳۹۷۳۴۹۵-۳۳۹۱۳۳۲۴

فروشگاه کاغذ و مقوا
رضا (حجت الاسلامی)
بورس انواع پشت چسبدار،
گلاسه، تحریر، پشت طوسی،
ایندربرد، NCR

همراه ۰۹۱۲۳۰۵۸۰۱۱
۳۳۹۱۸۸۸۹
۳۳۹۱۸۴۲۰
۳۳۹۴۹۲۳۱
تلفکس ۳۳۹۴۹۲۳۲
خ ظهیرالاسلام، پاساژ
ظهیرالاسلام، طبقه همکف،
پ ۲۸

کاغذ و مقوای رستمی
خرید و فروش انواع کاغذ و مقوا
عرضه کننده مستقیم انواع
مقوای پشت طوسی کره و چینی
(گلاسه، تحریر، چسبدار،
کارتن)
۳۶۶۱۱۱۳۲
۳۳۱۱۴۳۴۸
۳۳۹۳۵۹۸۰
۰۹۱۲۵۹۰۵۹۹۲
۰۹۱۲۵۰۰۴۹۵۴

کاغذ و مقوای دلال زاده
کلی جزئی
(درب مغازه)
مقوای پشت طوسی و گلاسه
در سایزها و گرماژ مختلف
تهران - خ ظهیرالاسلام - جنب
صندوق جاوید - پلاک ۴۱
تلفن ۳۳۹۴۴۳۱۳-۳۳۹۰۴۵۳۹
۳۳۹۴۰۲۲۵

خرید کاغذ، پوشال و زینک باطله

خریدار انواع پوشال چاپخانه و
صحافی، فرم باطله، کتاب باطله و
زینک باطله
۰۹۱۲۲۹۸۲۸۶۲-۰۹۱۲۶۱۰۳۶۵۶
بابایی

خرید پوشال صحافی و
چاپخانه با بالاترین قیمت
۰۹۱۲۴۷۱۸۹۴۰
چوپانی

انبار کاغذ سینا
گروه جمع آوری و انتقال
مستقیم به کارخانجات
تولیدکننده تیشو و مقوا
در سراسر ایران، آماده
همکاری و عقد قرارداد
جهت خرید بی واسطه پوشال
کاغذ، کتاب و... با چاپخانه ها،
صحافی، جعبه چسبانی،
ناشرین، بانکها و ادارات
دولتی و خصوصی می باشد
۰۹۱۲۱۴۹۹۷۰۱
با ما تماس بگیرید

کانون تبلیغات و دفاتر فنی

سیب آبی
مشاوره و مجری ایده های خلاق
تبلیغاتی
استودیو طراحی گرافیک (لوگو،
پوستر، اوراق اداری و...)
چاپ دیجیتال
خدمات نمایشگاهی
استندهای تبلیغاتی
۸۸۳۲۹۹۳۶-۸۸۳۲۵۳۳۲
www.seebabi.ir
Email: seebabi@yahoo.com

**هر کادر پایه
فقط ۲۰ هزار تومان**

۷۷۲۴۰۶۹۰

سرسید و هدایای تبلیغاتی

صنعت شیرازه کتاب
قابل توجه تولیدکنندگان محترم
دفاتر تحریر مدارس و دانشگاه در
سراسر ایران
مجهزترین کارگاه تولید
فهرهای صحافی تک لوپ و
دو لوپ نقره ای (استیل و ایر)
روکش دار در طول، گام، ضخامت
و رنگ های سفارشی
www.starline.ir
۸۸۷۲۶۵۷۲-۸۸۷۱۵۲۳۸
۰۹۱۲۱۵۴۸۳۴۶

سالنامه ایران فردا

کلکسیون جدید روکش‌های
ترمو ساخت کشور ایتالیا و
پارچه‌های ساخت کشور آلمان
مناسب برای تولید سالنامه،
کتاب و هدایای تبلیغاتی

۷۷۶۴۳۱۳۲-۶

چاپ بادکنک تبلیغاتی سپهر
امروزه بادکنک فقط یک
سرگرمی کودکانه نیست، یک
کالای تبلیغاتی اثرگذار است
چاپ چهار رنگ روی بادکنک
چاپ تک‌رنگ روی بادکنک
۰۲۱-۶۶۹۰۶۲۶۹
۶۶۹۴۶۲۰۴

www.samanspehrco.ir

چاپ نقش آفرین مهر
تولیدکننده سالنامه، دفتر تلفن
نقیس
۸۸۸۳۶۸۴۵
۸۸۸۴۵۴۹۲-۳
www.naghshafarinmehr.
com
info@naghshafarinmehr.
com

**تکنسین فنی و
نصاب دستگاه های
چاپ وبسته بندی**

برای اشتراک

نشریه

چاپ و نشر

تماس بگیریید

۷۷۲۴۰۶۹۰

احمد یادگانه

متخصص در نصب و
راه‌اندازی ماشین‌های چاپ
افست رولند

۰۹۱۲۳۷۸۷۲۷۴

سرویس، تعمیر و ارتقاء
دستگاه های چاپ بنر، اکو
سالونت و فلت بد
۰۹۱۲۸۴۷۱۲۴۷
حسینی

**ماشین آلات و
ملزومات پیش
از چاپ**

آگهی مزایده شرکت
مرکب البرز ایران
فروش دستگاه‌های سه
غلطکی دست دوم مناسب
برای صنایع مرکب، رنگ و
شکلات و تعدادی دستگاه
دیگر
تلفن دریافت اوراق مزایده:
۰۹۱۹۲۱۴۶۳۶۱ - ۷۷۱۴۴۰۱۲
(واعظی)

**ماشین آلات و
ملزومات چاپ**

فروشی
ماشین دو ورقی ۲ رنگ سرم
مدل ۲۰۰۰ به فروش می‌رسد
۰۹۱۲۱۱۹۶۸۸۱

**دریافت آخرین
اخبار و رویدادهای
چاپی در سایت
chaponashr.com**

فروشی

فروش دستگاه چاپ
رولند ۲۰۲ مدل ۸۸
کاملاً سالم در حال کار
جعبه چسبانی والی

۰۹۱۲۲۸۵۷۱۶۲

فروشی

ماشین لتری پرس دهانه
۷۲ بسیار تمیز و در
حال کار به فروش
می‌رسد

بازدید = خرید

۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

گرافیت پارسه
تولیدکننده انواع تیغه‌های
گرافیتی پمپ و کیوم و انواع
ذغال‌های صنعتی با ۳۵ سال
تجربه ساخت

۰۹۱۲۹۳۳۵۷۳۷
۰۲۱۳۳۹۱۹۱۳۵
www.parsehgraphite.ir

چاپ تک‌رنگ دو ورقی
هایدلبرگ ۱۹۹۴

چاپ دو رنگ دو ورقی
رولند ۲۰۰ - ۱۹۹۴

دستگاه آسترچسبان با
لایه کن هانکلر

دستگاه ته‌دوزی مولر

دستگاه برش سه طرف
پرفکتنا

۰۹۱۲۱۱۲۴۶۱۱

۰۹۱۹۳۴۰۸۷۳۲

فروشی دو ورقی دو رنگ
رولند ۲۰۰ مدل ۸۴ آب الکل
با جواز چاپخانه
۰۹۱۲۱۰۶۸۵۹۷

فروشی

ماشین طلاکوب سایز
۷۷×۵۷ مدل ۲۰۰۶ (steuer)
آلمان به فروش می‌رسد
۰۹۱۲۱۱۹۶۸۸۱

فروش فوری

ماشین دو ورقی ۲ رنگ sm۷۴
پشت و روزن مدل ۲۰۰۰ در حال کار
۰۹۲۱۳۷۰۵۷۳۹-۷۷۳۲۶۹۴۴
تلگرام

فروشی

G.T.O دو رنگ مدل
۱۹۹۹ و G.T.O تک‌رنگ مدل
۲۰۰۰ D.D.S به فروش می‌رسد
فوق‌العاده تمیز و سالم و در
حال کار
تلفن تماس: ۰۹۱۲-۱۹۹۶۸۲۰
رحیم نادری - چاپ ۲۲ بهمن
نشانی: تهران، خ شهید
نجات‌الهی (وبلا سابق)، بالاتر از
خ طالقانی، خ سپند غربی، پ ۶۶

دریافت آخرین

اخبار و رویدادهای

چاپی در سایت

chaponashr.com

**ماشین آلات و
ملزومات پس
از چاپ**

فروشی

یک دستگاه لاین مفتول
چهارخانه در حال کار به فروش
می‌رسد
رضایی ۰۹۱۲۶۸۷۶۳۲۲

فروشی

خشک‌کن UV آلمانی مارک
feket دو لامپ با IR
(زاویه‌دار مناسب افست)
۶۶۳۴۰۳۱۶

**فروش دستگاه UV
با تمام متعلقات
در حال کار، درصد صفر
فروش توافقی مطابق
به خواسته خریدار**

۰۹۱۰۵۰۰۰۸۱۷

دستگاه UV سیلندری در
حال کار به فروش می‌رسد

۶۶۳۴۰۳۱۶

دو عدد دستگاه CD
چسبان اورحال شده و یک
دستگاه لاک‌باتم دهنه ۷۰ نو،
در حال کار به فروش می‌رسد.

آدرس: م شهدا، خ
مجاهدین

۷۷۵۰۰۱۴۷ - ۷۷۵۳۵۳۰۰

۰۹۳۶۱۷۷۵۷۸۳ -

**بازرگانی ماشین
آلات و ملزومات
چاپ و بسته بندی**

۸۸۹۰۶۸۵۱

۸۸۹۲۲۸۲۱

فروشگاه آزاد

ارائه‌دهنده کلیه ملزومات
چاپ و لیتوگرافی واردکننده
سلفون حرارتی مات و براق
(picco)

۰۹۱۲۶۸۴۷۵۰۱

۰۹۱۲۵۷۷۶۴۴۷

۷۷۶۱۴۴۷۹ - ۷۷۶۱۴۷۰۴

محمد صادق

موسسه نگارین طیف‌آوران
تهیه و توزیع ملزومات چاپ
و لیتوگرافی، چاپ افست
و فلکسو، انواع ژلاتین،
فیلم‌های خطی و ایمپجستر

۷۷۶۰۶۲۰۴

۷۷۵۲۴۴۷۰

شرکت سیما آذر سهند
نماینده رسمی لاستیک
سیلندرهای Kinyo ژاپن
در ایران
وارد و توزیع‌کننده ملزومات
چاپ

چاپ و نشر

@chap_o_nashr

فروش

1- برش پلار EMC 115، پلار CE 92، پلار

E 92، وهلنبرگ 92 مانیتور

2- تاکنی اشتال 5/2، 5/4، 3 ورقی برقی،

مکانیکی

3- دستگاه پانچ اتومات کوگلر آلمان

عرض 50 سانت و 36 سانت، قالب گرد، مربع و...

4- دستگاه فنرانداز اتوماتیک رنز آلمان

مدل RSB 360

سال ساخت 2000 و 2004 بسیار تمیز به همراه

10 قالب

5- دستگاه ترتیب‌کن 24 خانه

6- دستگاه طلاکوبی هیدرولیک، برقی، دستی

و...

7- چسب گرم 5 خانه مولر مارتینی

۸۸۵۰۲۱۲۴

۰۹۱۲۱۹۴۷۸۱۸

<p>شرکت میر تک بهترین انتخاب شما برای ملزومات چاپ دیجیتال تنها مرکز تخصصی برای ملزومات چاپ حرارتی پرس گرم، جوهر و کاغذ سابلمیشن تلفن: ۰۱۷-۸۸۳۶۲۵۱۰ فکس: ۸۸۳۶۲۵۱۸ www.mirtecdigital.com</p>	<p>تولیدی مهندس گاوافیان تولیدکننده و واردکننده انواع ملزومات مرکب و مواد مصرفی چاپ افست ۰۲۱-۷۷۳۲۹۲۶۴ فکس: ۰۲۱-۷۷۹۶۴۸۱۱</p>	<p>شرکت صنعتگران ظهور عرضه کننده ماشین آلات چاپ و پس از چاپ دستگاه جعبه چسبان در انواع مختلف ۲ نقطه، ۴ نقطه، بالاک باتوم فلکسو چاپ کارت با دایکات روتاری ۲ رنگ، ۴ رنگ سلفون کش حرارتی و واتریس اتومات و نیمه اتومات ۸۸۸۳۵۰۶۳ ۸۸۸۶۳۹۵۳</p>	<p>تسهیل ماشین صنعت تولیدکننده لیفتراک و تجهیزات انبارداری استکر تمام برقی لیفتراک دیزلی، بنزینی گازی، برقی - پالت تراک دستی - استکر نیمه برقی ۸۸۵۱۴۳۵۴-۶ ۸۸۷۵۵۸۴۱-۳</p>	<p>فروشگاه سلفون بهاری عرضه کننده سلفون واتریس و حرارتی مات و براق تلفن ۰۶۶۴۷۳۳۵۰ فکس ۰۳۳۹۱۱۲۴۵</p>
<p>فرارنگ جوهرهای های لایت مخصوص تمامی دستگاههای چاپ بنر و فلکس ۰۵۰ (خط) ۶۶۵۶۵۰۵۰ www.fararang.com www.witcolor.ir</p>	<p>هدایای خاص کاویا انواع فلش مموری پلاستیکی، فلزی، استیل و... فلش کارت و فلش مموری های hp ۵۵۵۷۶۴۴۹ kaviapen@yahoo.com com.www.kavia۵</p>	<p>سیمای شهر بزرگترین مجتمع طراحی و مونتاژ دستگاههای چاپ فلکس و بنر بزرگترین مجتمع تولید دستگاههای برش لیزر و سی ان سی و... ۰۳۱-۳۵۳۱۷۰۵۰ ۰۳۱-۳۵۳۱۷۰۶۰ www.simayeshahr.com info@simayeshahr.com</p>	<p>ایران یک پلاست ارائه کننده دستگاههای تسمه کش نیمه اتوماتیک - پرتابل و دستی ساخت تایوان ۳۳۹۵۶۲۵۵ ۳۳۹۵۶۲۹۴ iranpack@gmail.com</p>	<p>فروشگاه راستگو تنها نماینده رسمی فروش مرکب مارتینز اسپانیا، مرکب کریک کره، مرکبهای افست هواخشک جهت سطوح غیر جذبی، مرکبهای پایه گیاهی جهت موارد و خوراکی و دارویی ۷۷۶۸۶۴۱۴ ۷۷۶۱۸۸۹۴</p>
<p>شرکت TMS با ما مطمئن به هدف بزنید مشاوره خرید، فروش و تعمیرات دستگاههای چاپ بنر و فلکس ۰۲۱-۶۶۱۲۰۷۴۳ ۰۹۱۲۸۱۲۸۷۱۷ ۰۹۱۲۸۱۲۸۷۱۸</p>	<p>ایران ریسو مرکز تخصصی واردات و خدمات ریسوگرافهای دیجیتال تمام رنگی HC ۵۵۰۰ ۶۶۹۱۷۸۵۶ ۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰ اینستاگرام viso-comcolor</p>	<p>اسپیرال کو تولید و فروش فنرهای ماریچ و دوبل روکش دار خارجی و آویز تقویم دیواری ۵۵۴۰۹۹۰۴</p>	<p>بازرگانی شالچیان تنها واردکننده انحصاری محصولات perfect فنرهای دوبل دستگاههای صحافی دستگاههای لمینت ۵۵۸۱۶۱۱۰-۱۱ meghdad134@yahoo.com www.datis-co.com</p>	<p>شرکت تهران فوکا زینک حرارتی LH-PTE ساخت هلند داروی ظهور زینک حرارتی ساخت بلژیک ۲۲۲۵۴۸۱۰-۱۹</p>
<p>بازرگانی راد واردکننده محصولات تکمیلی چاپ و ملزومات اداری از اروپا و آسیا ۸۸۹۱۶۹۸۰-۱ ۵۵۵۷۶۱۸۴ ۵۵۸۰۰۵۸۰ فکس: ۵۵۸۰۹۷۱۱ www.rad-office.com</p>	<p>شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم نماینده انحصاری مرکب کالرگراف ایتالیا مرکبهای چهار رنگ افست ساخت ایتالیا مرکب طلایی / مرکب نقره‌ای / مرکب چهار رنگ یووی ۷۷۲۷۶۳۴۶-۷ ۰۹۱۲-۱۲۶۸۷۶۴ www.colorgraf.ir</p>	<p>لیتوگرافی بهروز نماینده رسمی فروش و سرویس پروسسورهای گلنز ۰۱۱-۳۲۲۸۴۰۴۰ www.bazarchap.com</p>	<p>بازرگانی رایا شقایق آسیا نماینده انحصاری فروش جوهرهای فول کالر در ایران انواع جوهر مخصوص هددهای: زار ۱۲۶، ۱۲۸، ۳۸۲، ۳۶۰ سیکو ۵۱۰ و PI۳۵ اسپکترا ۲۵۶ و پلاریس PI۱۵ و ۳۵ ۰۲۱-۲۲۶۵۰۰۷۹-۰۲۱-۲۶۲۱۵۲۹۱ www.fullcolorinks.com</p>	<p>دوستان شیمی تولیدکننده و واردکننده انواع ملزومات مرکب و مواد جانبی چاپ ۷۷۹۶۴۸۱۱ ۷۷۳۲۹۲۶۴</p>
<p>سوپروایدپرشیا چاپگرهای فلت بد فیتون با هداپسون با قابلیت چاپ سفید جوهر UV با ماندگاری بالا و رنگهای شفاف ساخت ژاپن قابلیت نصب کامپیوتر و مانیتور بر روی دستگاه ۸۸۷۵۷۰۷۷-۸ فکس ۸۸۷۵۲۴۲۶</p>	<p>داد و ستد پویان انواع واتریسهای براق، خیلی براق، مات دو رو، طلایی، نقره‌ای و متالایز و پرایمر انواع UV بدون بو انواع LML انواع مرکب چاپ فلکسو جهت چاپ کارت ۲۲۹۲۱۳۵۷-۲۲۲۲۴۱۹۵ (عباس سپاهی) ۰۹۱۲۳۵۷۴۹۳۳ E-mail: pouyan@ sepahi-co.com</p>	<p>شرکت ساتا (سمنداندیشه تابان) ارائه کننده دستگاههای تکمیلی چاپ ساخت اروپا ۸۸۰۷۵۱۶۰ ۸۸۳۶۴۶۶۴ www.satagroup.ir</p>	<p>ارگ سیستم نمایندگی انحصاری - لمینتور طولی سرد و گرم RSM - لمینتورهای پیشرفته جهت انواع لمینت سرد و شاسی کشی - دستگاههای حرارتی هشت کاره و تک کاره ۸۸۱۷۳۷۴۱ ۳۳۹۹۷۴۱۵-۱۷</p>	<p>رنگین پلاست ایران پخش عمده انواع حلالهای چاپ (ایزوپروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول) از شرکت‌های معتبر دنیا ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴</p>
<p>شرکت فرز انگان واردکننده ماشینهای سلفون کش حرارتی، یووی، دایکات، چسب گرم، برش، تاکن، شماره زن، کپی پرینتر، فروش فیلمهای سلفون حرارتی مات و براق با بهترین کیفیت و مناسبترین قیمت ۲۲۷۸۴۵۹۲ ۶۶۱۲۵۷۶۶</p>	<p>شرکت رکورد نماینده انحصاری فروش و خدمات پس از فروش dilli در ایران www.recordsd.com ۰۲۱-۴۴۲۰۸۹۸۹ (خط ۱۰) ۰۹۱۲۸۳۳۷۹۲۲ ۰۹۱۲۱۹۵۲۸۴۶</p>	<p>تکنوگرافیک فروشنده دستگاههای چاپ و صحافی مرکب پایه گیاهی مارتینز اسپانیا OMEGA تلفن دفتر ۰۶۶۲۶۷۳۵۰ Email: beygi_mohamad@ yahoo.com</p>	<p>بازرگانی اصغرپور نماینده انحصاری شرکت zm-service پلیت سترهای حرارتی مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی و تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰ وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات و... ۰۳۱۱۱ (خط) ۶۶۴۰۳۱۱۱ raminlitho@yahoo.com ramtinas@yahoo.com</p>	<p>دوگل واردکننده عمده انواع: فنر دوبل فلزی (رول و شیت) کلیس، آویز تقویم دیواری، قفل های ۲ و ۴ و ۶ و ۲۶ حلقه با بهترین کیفیت و گارانتی تلفن ۰۳-۵۵۵۸۴۳۶۱ info@dogolco.com</p>

شرکت پیروزان
تنها تولیدکننده رولآپ در ایران
تولید انواع استند، سه پایه بوم،
جا پرشوری، اسپیس، میز
کاتر، پاپ آپ، لوله و گوشه قاب
فتری، رول ماکت، ماکت های دو
بعدی چسب و پانچ
۷۷۳۱۳۶۱۷
۰۹۱۲-۵۵۴۵۶۳۸

ترنج
تولیدکننده انواع پلاک های
فلزی
با قالب های مختلف و
اختصاصی
با قابلیت حک لیزری
جهت استفاده بر روی
سررسید، هدایا و غیره
۰۹۳۷۶۵۱۱۱۵۱

**برای اشتراک
نشریه
چاپ و نشر
تماس بگیرید
۷۷۲۴۰۶۹۰**

شرکت رها گستران
عرضه کننده چاپگرهای عریض
دستگاه های حرارتی و مواد مصرفی
دستگاه حرارتی سابلمیشن
چاپگر فلت بد
کلیه ملزومات و مواد مصرفی
چاپگرهای عریض با بالاترین کیفیت
۰۲۱-۸۸۹۲۶۶۷۱-۲
rahagostaran.rg@gmail.com
www.rahagostaran.com

بازرگانی ۱۱۰
واردات و فروش ویژه دستگاه های
لمینیت
انواع کاغذ خردکن AX و صحافی
پولشمار طلق پرس و...
۸۸۳۲۷۹۶۴-۵
۸۸۸۳۳۳۱۱
info@110ax.com
www.110AX.com

اتود
طراحی، چاپ، دکوراسیون
تولید لایت باکس کریستال،
استندهای نمایشگاهی
چاپ دیجیتال و افست
چاپ لارج فرمت، طراحی
گرافیک
۸۸۱۴۱۴۰۱-۳
etod.group@yahoo.com
www.etodgroup.com

گروه مهندس جهانیان
تولید و واردات ماشین آلات
خدمات پس از چاپ، دستگاه های
سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی
چسب سرد، شیت کن سلفون کشی،
UV، لمینت کارتن
۴۴۰۶۴۲۱۵
www.jhni.com

پارس پلیکان
چسب سلفون - چسب لب چسب
چسب صحافی - یووی آماده
وارداتی
۷۷۵۳۲۵۰۱
۷۷۵۲۳۶۹۶

شرکت نازین
واردکننده انواع کاغذ جوهرافشان
(پرینتر و پلاتر، رول و شیت)
طلق لمینیت سرد و گرم فوم برد،
جوهر، هد پلاتر
فروش ماشین آلات چاپ دیجیتال
پرینتر، پلاتر، برش، طلاکوب
لمینیتور، برش لیزری، CNC
۸۸۴۹۱۶۹۹
۸۸۴۹۱۰۶۳
www.zkncom.ir

**گرایش تازه کیش
GSS**
لمینیتورهای حرفه ای گرم و سرد
دستگاه های سلفون کشی حرارتی
اتوماتیک
۸۸۵۰۱۰۱۵
۴۲۸۲۵۰۰۰
www.gssint.com
info@gssint.com

کیمیا جاوید
بزرگ ترین تولیدکننده
چسب های گرمادوب
صنایع چاپ و نشر (صحافی
کتاب، مجله، گلاسه و...)
صنایع بسته بندی (بسته بندی
انواع کارتن، جعبه، لیبل و...)
صنایع چوب (چسب ویژه نوارهای
کاغذی لبه زنی، نوارهای PVC و...)
۰۳۱-۳۶۹۳۷۷ و ۳۶۲۸۲۰۰۱
۰۲۱-۸۸۶۵۳۷۰۰

صنایع ماشین سازی حرفه وفن
سازنده انواع ماشین آلات چاپ،
بسته بندی و صحافی
سلفون فول اتومات (واتر بیس)
شیت کن - دستگاه یووی سیلندری فول
دستگاه دایکات فکی (در سایزهای مختلف)
۳۳۹۹۳۲۵۷
۳۳۹۷۴۰۵۴
WWW.HERFOFAN.COM
INFO@HERFOFAN.COM

شرکت تهران ماشین ابزار
(TMC)
واردکننده دستگاه پس از
چاپ (سلفون کشی - یووی)
ماشین آلات لیبل، ملزومات
چاپ و مواد مصرفی
۰۲۱-۸۸۲۴۱۵۰۳-۷
۰۲۱-۸۶۱۱۰۶۷۷
telegram.me/tmc74
www.tmcmachine.com

گروه آفتاب پارسه
فروش و تبدیل کلیه دستگاه های
قدیمی
ارائه جوهر، قطعات یدکی اصل
انواع چاپگر فضای باز
۸۸۷۳۳۸۷۶
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۹۷۵۸۸۱-۲
Email: info@psg-net.com

بازرگانی اسکویی
واردکننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی
۸۸۳۴۵۱۳۸ و ۴۰
۸۸۳۴۸۲۰۳

گروه تولیدی بازرگانی بهتاپارس
انواع مدیا بنر ۶ و ۸ و ۹ و ۱۰
و ۱۳ انس
انواع مدیا برک های و چینی فلکسی
انواع مدیا استیکر، مش، وینیل
انواع مدیا کوتر، لمینت
PVC و PP انواع مرکب چاپ
لارج فرمت (فضای داخلی و
خارجی) تولیدکننده انواع
رول آپ، پاپ آپ، کاتر و...
۳۳۲۸۸۱۱۵-۳۳۲۸۸۱۰۱

مازند سیستم
طراح و سازنده ماشین آلات
چاپ UV و امباس
کارشناس نصب خشک کن
UV بر روی انواع ماشین آلات
چاپ افست و سیلک ساکورایی،
چاپ کلیشه . خشک کن پشت
ساکورایی . خشک کن سیلک .
خط کامل سیلندری . خشک کن
پشت افست . امباس
دستگاه های فوق یک سال،
موتور گیربکس دو سال، لامپ
۳۰۰۰ ساعت، ترانس ۵ سال
دارای گارانتی می باشد و ۱۰ سال
خدمات پس از فروش
کلیه لوازم جانبی و یدکی
دستگاه های فوق (ترانس، لامپ،
توری، سیلندر لاستیکی و فلزی،
تیغه دکتربیلد، رفلکتور) موجود
می باشد
۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱-۵۵۸۵۱۶۶۰

تعدادی رول کاغذ
سیلیکون دو رو ۸۰ گرمی
زرد رنگ به فروش می رسد
۰۹۱۲۳۴۹۳۳۸۱
**هر کادر پایه
فقط ۲۰ هزار تومان
۷۷۲۴۰۶۹۰**

هوورز
واردکننده انواع ماشین آلات
چاپ، جعبه سازی و کارتن سازی
۸۸۵۳۵۲۱۴-۶
۰۹۱۲۷۶۴۰۳۲۶
۰۹۱۲۱۲۷۲۷۴۶
www.hooverzpack.com

اریکه تجارت پایتخت -
واردکننده انواع دستگاه های
چاپ حرارتی
دستگاه های چاپ سه بعدی -
سابلمیشن نسل جدید دستگاه های
چاپ حرارتی - دستگاه چاپ همه
کاره هشت قابله
۲۲۸۵۴۲۵۰
۲۲۸۵۵۰۹۱
info@ariketejarat.com

شرکت رزینهای صنعتی ایران
اولین و بزرگترین تولیدکننده چسب
ورزین در ایران
تلفن: ۸۸۷۱۳۰۴۵
email: info@iirc-co.com
www.iirc-co.com

**تولید کنندگان
ماشین آلات
چاپ و بسته بندی**
تولیدکننده دستگاه
مخمل پاش سپهر (چاپ فلوک)
makhmalpash.ir
۷۷۸۴۴۳۹۹

تولید کنندگان
ماشین آلات
چاپ و بسته بندی
تولیدکننده دستگاه
مخمل پاش سپهر (چاپ فلوک)
makhmalpash.ir
۷۷۸۴۴۳۹۹

توتالیا
صحافی مجله DBMI
دستگاه صحافی مجله مدل
DBMI
سیستم حرفه ای و اتوماتیک
شامل ترتیب کن، خط تای جلد
ناکن، مفتول زن و برش
۸۸۷۳۱۰۴۲
۸۸۷۴۲۳۱۰
www.totaliaco.com

صنایع بسته بندی والا
دستگاه تیغ زنی (دایکات)
در ابعاد مختلف
لامینیت نیمه اتوماتیک
۵۵۸۹۶۷۸۴
۵۵۵۷۶۳۸۲-۳
۵۵۱۶۷۴۴۰-۱
info@Hi-pack.ir

مجتمع صنعتی کیهان سپهر
شمال
تولیدکننده ورق و کارتن های
چاپی و لمینیتی
تلفن: ۰۱۱-۴۴۲۰۴۰۱۱-۱۴
www.keyhansepehr.com

گروه طراحان فروار آرا
تولیدکننده سازه های تبلیغاتی
و نمایشگاهی
اسپیس فریم، پاپ آپ، استند
تنظیمی
استند رومیزی، استند فلکه ای
و...
تلفکس: ۰۴۱۱-۴۲۱۱۳۱۹
تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۸۴۶۵۶
همراه: ۰۹۱۲۳۲۴۰۶۹۹
Email: farvarara.sazeh@gmail.com

شرکت آویژه
اولین تولیدکننده سریال
و اسکرچ در سایز ویزیت با
بروزترین تجهیزات و نازلترین
قیمت تحویل در حداقل زمان
۳۳۹۱۵۸۰۱

بازرگانی هفت نقش
واردکننده نوارهای طلاکوب و
نقره کوب
در رنگ ها، طرح ها و سایزهای
مختلف
مرکب فلکسو آبشور مخصوص
کارتن
۴۴۱۹۷۰۰۳-۴
۰۹۱۲۱۸۷۰۷۱۵

چسب البرز
تهیه و توزیع انواع چسب های
صنعت چاپ
سلفون حرارتی مات و براق در تمام
ابعاد
۴۴۵۹۴۳۹۲
۴۴۵۰۰۰۹۶

فروش ، اجاره جواز و مکان چاپ

سرقفلی و جواز یکی از قدیمی ترین چاپخانه ها به مساحت ۱۰۰ متر واقع در خیابان سعدی شمالی به فروش می رسد
۰۹۱۲۰۴۹۹۸۵-۰۹۱۲۲۰۴۹۹۸۵
بروجردی

چاپخانه فروشی با ۲۵ سال سابقه در مرکز شهر با جا و بدون جا، ملخی پروانه قدیمی
۰۹۱۲۷۰۱۱۴۷۹-۶۶۴۰۹۱۹۹
دباغی

فروش چاپخانه در حال کار (با شراکت جهت توسعه) ۵۰ متر ملکیت با مشاعات زیاد ملخی، برش، جواز، GTO بابایی
۰۹۱۲۳۹۰۵۱۵

استفاده

استخدام ماشینچی ماهر جهت ماشین رولند ۲۰۰ چهار رنگ اتوپلیت شماره تماس: ۶۶۷۱۶۵۰۰
۰۹۲۱۳۷۶۰۶۲۹

به یک نفر صحاف وارد و یک اپراتور GTO جهت کار در کرج نیازمندیم
۰۹۱۲۳۶۰۰۳۳۲

به یک اپراتور ماهر جهت کار در لیتوگرافی نیازمندیم
۶۶۵۶۳۴۰۱

چاپخانه ای در شمال شرق تهران نیاز به تخصص های زیر جهت استخدام دارد:
۱- اپراتور و کارگر چاپ ۴/۵ ورقی ۲ رنگ و ۴ رنگ
۲- اپراتور و کارگر ماشین آلات صحافی: دوخت، ورق تاکنی، لاین شومیزی، جلدساز، جلدگذار
۳- مکانیک مسلط به ماشین آلات صحافی

فکس: ۷۷۳۳۳۰۸۹
ذاکر: ۶-۷۷۱۴۵۰۶۳
۰۹۱۲۳۹۰۶۸۶۳

علاقتمندان از طریق تلگرام و یا فکس رزومه خود را می توانند ارسال نمایند

به یک اپراتور دستگاه ۲ رنگ رولند ۲۰۰، اپراتور لترپرس، اپراتور دستگاه افست خوابیده جهت کار در یک چاپخانه معتبر واقع در شهر زنجان نیازمند هستیم
۰۲۴-۳۲۳۸۵۰۷۸-۹
۰۹۱۲۱۴۱۱۶۹۴

همکار خانم با شناخت نسبی طراحی جهت کار در لیتوگرافی سپید نیازمندیم
۷۷۶۸۳۸۷۰ الی ۲
۰۹۹۰۰۱۱۴۳۱۴
پل چوبی، میدان ابن سینا، خ مازندران، بنگاه اطمینان، پ ۳۲۲، سالن ۶

به تعدادی کارگر ماهر یا نیمه ماهر صحافی (حقوقی یا کنتراتی) نیازمندیم محدوده تهرانپارس نادری
۷۷۳۲۶۹۴۴

به یک کارگر ماهر ماشین یووی (چاپ سیلک) مسلط به عکاسی و شابلون گیری نیازمندیم
ضلع شمال شرقی میدان امام خمینی، پ ۱۳
تلفن ۳۳۹۴۴۸۰۴ -
۳۳۹۴۵۳۸۷
پوشش چاپ مرکزی

به تعدادی کارگر آقا ماهر حقوقی و کنتراتی محدوده شهر قدس نیازمندیم
۰۹۱۲۱۴۴۶۶۵۳

به یک ماشینچی و یک برشکار ویزیت بر جهت همکاری نیازمندیم (با حقوق و مزایای مکفی)
۳۶۶۱۹۳۹۵-۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

به یک نفر طراح و فرم بند جهت کار در لیتوگرافی نیازمندیم
۷۷۸۱۳۰۲۸
۷۷۸۴۱۶۲۵-۶

به یک نفر اپراتور افست دو رنگ رولند ۲۰۰ برای شهر زنجان نیازمندیم
۰۹۱۲۱۴۱۱۶۹۴
۰۲۴۳۲۳۸۵۰۷۸-۹

به تعدادی ماشینچی و کمکی وارد و مبتدی رولند ۳۰۰ و ۲۰۰ جهت کار در محدوده جاده قدیم شیر پاسنوریزه نیازمندیم
۰۲۱-۶۶۷۸۳۹۰۰
۰۹۱۰۱۵۳۵۴۴۶

به یک نفر مدیر داخلی مسلط به کلیه ماشین آلات صحافی (ورق تاکنی، مفتول، دوخت، جلدسازی، جلدگذار) و امور مرتبط با سابقه کار نیازمندیم
۰۹۱۲۱۴۴۶۶۵۳

آماده به کار

پرسچی با سابقه آماده همکاری می باشم
۰۹۳۳۵۲۵۱۴۴۹
سرلک

ماشینچی مسطح بازنشسته با ۲۹ سال سابقه کار آماده همکاری می باشم
۰۹۱۹۴۵۰۸۱۳۹

جوان ۲۸ ساله دیپلم با شش سال سابقه کار در صحافی آماده به کار در چاپخانه، صحافی و شرکت های تبلیغاتی پارسا
۰۹۱۹۹۵۳۱۵۴۶

ماشینچی ماهر رولند ۲۰۰ چهار رنگ یا دو رنگ با بیست سال سابقه آماده همکاری می باشم
۰۹۱۹۱۷۵۸۶۳۴

اپراتور مجرب لیتوگرافی آماده به کار جهت فرم بندی و خروجی فایل با ۱۵ سال سابقه کاری شیفت بعدازظهر ۱۷/۳۰ الی ۲۰/۳۰
۰۹۳۶۹۷۰۸۲۲۱

اینجانب مبتدی وارد هایدلبرگ آماده همکاری می باشم
شماره تماس: ۰۹۳۵۴۶۶۷۱۱۵

اپراتور ماهر ماشین های دو ورقی و چهار و نیم ورقی هایدلبرگ اس.ام و ماشین های آجری، سابقه مفید در چاپ متالایز و لیبیل با ماشین های افست یووی به طور حرفه ای با پانزده سال سابقه کار آماده همکاری می باشم
۰۹۳۳۵۳۱۸۱۲۷

اپراتور جعبه چسبان هشتم آماده به کار مسلط به لاک باتم و چهار نقطه و انواع جعبه ها در صورت نیاز تماس بگیرید
۰۹۱۹۱۳۸۰۵۴۱

افست چی دو ورقی با سابقه ۲۲ سال مسلط به کارهای فانتزی و رنگی هایدلبرگ (سرم زد) (دو رنگ - تکرنگ)
۰۹۱۹۱۹۲۰۷۸۱-۰۹۱۹۲۹۳۳۲۲۱

ماشینچی ماهر رولند ۲۰۰ چهار رنگ یا دو رنگ، با بیست سال سابقه آماده همکاری می باشم
۰۹۱۹۱۷۵۸۶۳۴

لیتوگرافی

تهیه زینک پلیت

بهترین کیفیت در کمترین زمان ممکن
با زینک سوزی

GTO SM-GTO
۲ ورقی- ۲ ورقی TOREY
۴/۵ ورقی

با یکبار مراجعه مشتری همیشه خواهید شد

فقط با برند هاگوانگ HUAGUANG

۰۹۱۲ ۱۰۹۰ ۷۵۸
تخفیف ویژه

آگهی کاریابی رایگان در بخش نیازمندیها
جهت صنف چاپ را دارد

Email: chaaponashr@yahoo.com

چاپ و نشر
۷۷۲۴۰۶۹۰

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

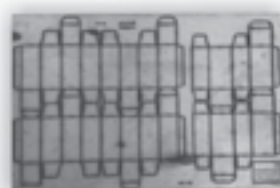
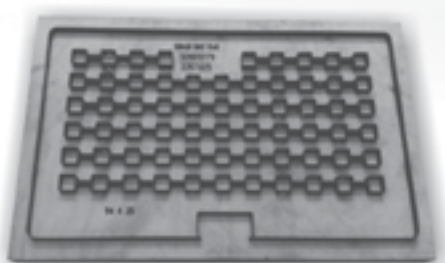
جعبه

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

۰۹۰۳۹۲۸۰۰۹۳



چاپ و صحافی محمد

بهترین کیفیت در کمترین زمان

انجام کلیه امور چاپی در ۲۴ ساعت

ما مفتخریم که با کلیه ناشران محترم

جهت انجام کلیه امور چاپ کتاب از ابتدا تا صحافی

همکاری نماییم

لیتوگرافی: مجهز به پلیت Trendseter Creo چهارونیم ورقی

امکانات چاپ: دستگاه ۴ رنگ هایدلبرگ ۲۰۰۵

دستگاه کومرپی پشت و رو وزن ZP

دستگاه سلفون کشی با دهنه‌ی ۹۲

صحافی محمد با بیست سال سابقه کار (با دوشیفت کاری)

با امکانات ذیل، افتخار همکاری با کلیه ناشران و دفاتر تبلیغاتی را دارد.

۳ عدد تاکن اشتال (۶ شانه)

چسب گرم پنج خانه مولر مار تینی با قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب در روز

لاین مفتول ۶ خانه مولر

ترتیبکن اتومات ۲۴ خانه شرینگ

برش پولار ۱۱۵ برنامهدار

نشانی: میدان رسالت، خیابان نیروی دریایی، کوچه حقیقی، زیرزمین مسجد معراج، صحافی محمد

همراه: ۰۹۱۲۱۵۷۳۱۸۵

تلفن (خط ویژه): ۷۷۴۵۲۲۲۴

فوریت امور لترپرس و سلفون

لترپرس دو ورقی

سلفون حرارتی

ملخی

تیغ نیم تیغ

شماره ملخی

انجام کلیه امور پس از چاپ در اسرع وقت حتی روزهای تعطیل

آدرس: خیابان شریعتی، بالاتر از چهارراه حقوقی (سمیه)، پلاک ۱۳۲، چاپ حمید

تلفن: ۷۷۵۰۵۵۵۸

۷۷۵۱۰۰۵۳

همراه: ۰۹۱۰۶۶۵۰۵۳۱ تره‌کار

۰۹۱۲۵۳۰۸۷۶۹ غفاری

چاپ و نشر

www.chaponashr.com

به کانال چاپ و نشر خوش آمدید

■ اطلاع رسانی در حوزه های تخصصی و عمومی چاپ، نشر، بسته بندی، کاغذ،

کارتن، ورق و ماشین آلات وابسته هدف کانال چاپ و نشر است.

■ این کانال به مجله چاپ و نشر تعلق دارد.

■ چاپ و نشر، ماهنامه خبری، تحلیلی و آموزشی خانواده چاپ کشور است.

● فعالیت کانال از ساعت ۸ صبح هر روز الی ساعت ۲۳ همان روز است.



@chap_o_nashr

● به کانال ما بپیوندید





صحافی حرم

دارای خطوط کامل صحافی

۲ دستگاه مفتول ریلی ساده و لوپ | دستگاه های تمام اتوماتیک جلدسازی
دستگاه چسب گرم ۹ خانه Muller Martini | دستگاه تاکنی ۲ ورقی و ۲ ورقی
تمام اتوماتیک سیمی | دستگاه اتوماتیک شیرینگ | دستگاه برش دیجیتال Polar



تهران ، مسعودیه ، خیابان شیرازی ، پلاک ۱۲۷ | تلفن : ۰۲۱-۳۳۴۵۲۰۱۶ - ۳۳۴۵۱۹۹۸ | دورنگار : ۳۳۸۶۵۷۷۲

haramsahafi@yahoo.com

مصطفی صمدزاده : ۰۹۱۲ ۵۵۷ ۴۵۰۰

ارائه کننده دستگاه های تسمه کش
نیمه اتوماتیک ، تمام اتوماتیک و پرتابل
همراه با گارانتی و خدمات پس از فروش

ساخت تایوان



ایران پک پلاست

TRANSPAK

Transpak Equipment Corp.

www.iranpack.co

info@iranpack.co



TP-201CE



TP-202CE



TP-202L



TP-501CE



TP-202MHB



TP-202MV



TP-6000 CE



TP-601A



TP-601B



TP-601BP



TP-601D



TP-601Y



TP-601YPT



TP-702



TP-702B



TP-702C



H-21



H-45L



تسمه کش بادی



تولید و عرضه انواع تسمه های بسته بندی
از سایز ۱۶ الی ۱۹ میلی متر

تلفکس : ۳۳۹۵۶۲۹۴

سهیلی

تلفن : ۳۳۹۵۶۲۵۵

همراه : ۰۹۱۲۲۴۶۱۹۴۳

آدرس : تهران ، خیابان ظهیرالاسلام

پاساژ ظهیرالاسلام ، طبقه دوم ، پلاک ۲۲۷

وعده دیدار مادر ۲۴ نمایشگاه بین المللی
چاپ و بسته بندی و ماشین آلات وابسته

تفویلا روزه



عضو انجمن بین المللی تولید کنندگان هولوگرام
صادرات هولوگرام به اروپا و کشورهای آمریکای جنوبی
پیشرفته ترین و بالاترین ضریب امنیتی
هولوگرام تولید داخل

تهران: میدان فلسطین، خیابان فلسطین جنوبی، خیابان بزرگمهر غربی، نبش کوچه حکمت، پلاک ۱، طبقه ۶
تلگرام: ۰۹۳۶۲۶۲۲۸۷۵
تلفن: ۰۲-۶۶۹۷۱۴۰۲
فکس: ۰۵-۶۶۹۷۱۴۰۵



استندهای نمایشگاهی



چهاردهمین
نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی
۱۲ الی ۱۵ دی ماه ۱۳۹۶
سالن 40A
ساعت بازدید: ۹ الی ۱۷

چهاردهمین
نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی

۱۲ الی ۱۵ دی ماه ۱۳۹۶

سالن 40A

ساعت بازدید: ۹ الی ۱۷



40x180



100x70



120x180

تولید کننده لایت باکس کریستال



60x120

ساخته شده از پنکسی گلس به ضخامت ۱۰ میلی متر
تور LED با عمر مفید ۵۰۰۰۰ ساعت
سایز های مختلف و مدل های متنوع
قابلیت نصب سریع و آسان



100x180



60x100

۰۲۱-۸۶۰ ۲۲۴۰۹۹

۰۲۱-۸۶۰ ۲۲۴۱۸

barad.idea@

بازرگانی هفت نقش

وارد کننده نوار های طلا کوب و نقره کوب
در رنگها ، طرح ها وسایزهای مختلف و
مرکب فلکسو آبشور مخصوص کارتن



**DIAMOND
FOILS**

W.P.O.

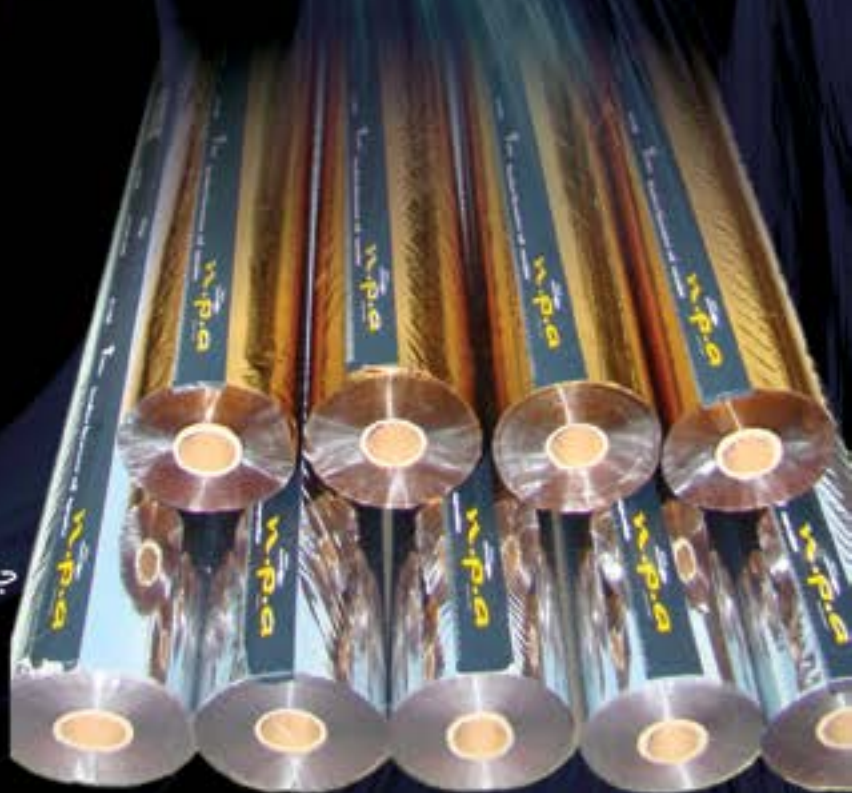


**COMPACK
INKS**

جاده مخصوص ، چهارراه ایرانخودرو ، خیابان چیتگر جنوبی
جنب میدان دکتر حساب ، جنب خیابان گلها ، پلاک ۳۴

۴۴ ۱۹۷ ۰۰ ۳ ۰۹۱۲ - ۱۸۷۰ ۷۱۵

۴۴ ۱۹۷ ۰۰ ۴ حامد نصرالله پور



پذیرش سفارشات چاپ و صحافی جلد سخت

در کوتاه ترین زمان

چاپ و صحافی حمید

۴۴ ۱۹۵ ۳۹۵ - ۴۴ ۱۸۰ ۱۰۵

سلفون مات و براق حرارتی

۴۰ ریال

هر سانت

تیغ لترپرس

۵۰ هزار تومان

هر فرم

انتهای اتوبان حکیم غرب . کیلومتر ۱۷ فتح شرق . پلاک ۸۵۴

تلفن: ۲۲ ۳۳ ۲۸ ۶۶ . موبایل: ۶۴۳ ۶۴۰۰ ۹۱۲ ۰

دستگاه چاپ سیلک تمام سیلندر

JINBAO

MITSUBISHI ELECTRIC

Schneider electric

BECKER

OMRON



موجود در اندازه
(۵۰×۷۰)
(۱۰۰×۷۰)

از محصولات ما در سایت رسمی JINBAO دیدن فرمایید www.cn-jinbao.com



منتظر دیدار شما در نمایشگاه چاپ وبسته بندی و ماشین آلات وابسته تهران - سالن ۳۸ (۲۲ الی ۲۵ آذرماه) هستیم



اریکه تجارت پایتخت



وارد کننده ملزومات چاپ سابلیمیشن

دستگاه چاپ سه بعدی پنوماتیک
آخرین تکنولوژی چاپ سه بعدی سابلیمیشن
Penomatic 3D sublimation machine



دستگاه چاپ سه بعدی استاندارد • دستگاه چاپ روی سطوح صاف • دستگاه چاپ حرارتی همه کاره



جوهر سابلیمیشن A.T.P • لیوان و بشقاب سابلیمیشن • قاب موبایل سه بعدی سابلیمیشن

تلفن: ۰۲۱۲۲۸۵۴۲۵۰ - ۲۲۸۵۵۰۹۱
همراهی: ۰۹۰۴۸۳۸۹۴۴۴
E-mail: info@ariketejarat.com
www.ariketejarat.com



از دیروز تا امروز



چاپ بیش از ۶۰ عنوان کتاب نفیس ایرانشناسی
از سال ۱۳۸۰ تا کنون



- ماشین چاپ افست کمپوزی ۲ ورقی ۵ رنگ 2010
- ماشین چاپ هاییدلبرگ ۲ ورقی ۴ رنگ پرینت مستر
- تک رنگ هاییدلبرگ و پلیت ستر ۲ ورقی حرارتی اسکرین
- سایت لیتوگرافی مجهز به دستگاه پلیت ستر اسکرین دو ورقی
- آخرین تکنولوژی روز صنعت چاپ دنیا
- حداکثر سرعت ۱۶۰۰۰ در ساعت
- سیستم رنگ پش - رجیستر و سیستمی اتوماتیک
- مجهز به میز کنترل مرکزی
- شروع سریع از زمان بستن رنگ تا نمونه گیری
- رسیدن به نمونه دلخواه با کمترین زمان
- مجهز به گشک کن
- ارتباط مستقیم فایل لیتوگرافی به ماشین چاپ از طریق CIP4
- تحویل شگرف در کیفیت کارهای چاپی

«سررسیدهای اختصاصی مطابق سلیقه شما»



EXIR
سالنامه
اکسیر



■ خیابان جمهوری - نرسیده به ظهیر الاسلام - کوچه مراغه ای ■

ساختمان خلیج فارس - طبقه دوم - واحد ۲۰۵

■ ۳۳ ۹۲ ۳۰ ۳۰ • ۳۳ ۹۱ ۱۷ ۱۷ • ۳۳ ۵۳ ۱۶ ۹۹ ■

■ www.exirstar.ir •  exircalendar ■

Serving to expand your business
With nearly 20 years of advertising experience

ایران زمین

تولید و عرضه سوغات و هدایای تبلیغاتی

GEPARDO
Advertising Gifts

تلفن: ۰۲۱-۸۵۵۶۹۳۳۱-۳۳۹۹۵۵۶۲
تلفن: ۰۲۱-۳۳۳۶۸۳۳۲-۳۳۳۷۳۳۳۲

شعبه تهران: خیابان جمهوری - نبش خیابان طهرانیان
شعبه اصفهان: چهارراه رایسون - چهارراه تختی

وعدده‌پرداز بیست و چهارم، نعلبند، اعمار جاب، پست‌بندی ۳۲، آذرماه ۹۶ سال ۷، غرب ایران زمین

Photo & Design by: SazirGraphic Pk