



دو هفته نامه خبری، آموزشی - سال سیزدهم - شماره ۱۵۶ - دی ۱۳۹۶ - ۲۷۲ صفحه - ۱۵۰۰۰ تومان



**RATH  
GRAPHIC**  
www.rathgraphic.com



رث گرافیک تولید کننده  
سرزمینهای شمسی و میلادی  
تلفن (۰۶۰ خط): ۸۸۰۹۴۰۰۰  
info@rathgraphic.com




 @azadehco
   

 azadehco
   

 www.azadehco.com

کابل تلگرام :

ایستگرام :

وب سایت :

آدرس دفتر مرکزی: خیابان مطهری خیابان المیرستان، کوچه حسینی پادشاهی  
 فروشگاه شماره ۱۵ - منطقه ۲ - آدرس: ۸۸۸۰۳۹۲۴ - ۸۸۸۱۹۱۵۴ - ۸۸۸۰۳۹۲۶  
 فروشگاه شماره ۲ - شهرک المیرستان - آدرس: ۸۸۸۱۹۱۵۴ - ۸۸۸۰۳۹۲۶ - ۸۸۸۱۹۱۵۴





Printing Complex  
**Nami Naghsh**  
 مجتمع چاپ نامی نقش



توی کارهات حرفی برای گفتن داتنه باتس



شهران / خیابان جمهوری / بعد از چهارراه مختبرالدوله / ترسیده  
 به خیابان ملت / کوچه محمودی / کوچه سالار قانع / پلاک ۳ /  
 تلفن: ۳۳۶۳۱۱ (خط ویژه) فاکس: ۳۳۹۷۶۳۳۷



تجربه طعم شیرین رنگها با ماشین های جدید سری CD هایلدبرگ



۱ دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی **HEIDELBERG** ۵ رنگ - 102 CD  
 ۱ دستگاه ماشین چاپ چهار و نیم ورقی **HEIDELBERG** ۴ رنگ - 102 CD  
 ۳ دستگاه ماشین چاپ دو ورقی **HEIDELBERG** ۵ رنگ - 74 CD  
 ۱ دستگاه ماشین چاپ دو ورقی **HEIDELBERG** ۴ رنگ - 74 SM  
 ۲ دستگاه لیتوگراف **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

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



# مهبیار <sup>Mahyar</sup> 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](http://www.faktorprint.com)  
[info@faktorprint.com](mailto:info@faktorprint.com)



#### چاپخانه اختصاصی مجهز به:

- یک دستگاه افست GTO پنج رنگ هایدلبرگ (شماره زن)
- 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: ۳۳۹۸۰۱۰۴ - ۳۳۱۱۹۶۷۴ - ۳۳۱۱۹۴۰۱

۳۳۹۲۳۴۲۷ - ۳۳۹۲۳۴۱۸ - ۳۳۹۸۵۰۹۳

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

تخفیف ویژه  
همکاران

|    |                 |
|----|-----------------|
| ۷۶ | ۱/۰۰۰/۰۰۰ تومان |
| ۷۸ | ۲/۰۰۰/۰۰۰ تومان |
| ۷۹ | ۳/۰۰۰/۰۰۰ تومان |
| ۸۰ | ۵/۰۰۰/۰۰۰ تومان |



# 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  
قهوه ساز هاردسپون 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

۲ 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.

### مجهز به:

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



# چاپ تقویم رومیزی به صورت اختصاصی با بهترین قیمت و بالاترین کیفیت



1/390/000

تقویم رومیزی تیراژ ۵۰۰ عدد

1/990/000

تقویم رومیزی تیراژ ۱۰۰۰ عدد

## تراکت گلاس ۱۳۵ گرم

## فرم های ویزیت معمولی

## فرم های ویزیت فانتزی

| تیراژ | بهره | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|-------|------|-----------------------|------------------|
| ۱۰۰۰  | بهره | ۸۰/۰۰۰                | ۹۰۰/۰۰۰          |
| ۲۰۰۰  | بهره | ۱۰۰/۰۰۰               | ۱۱۰۰/۰۰۰         |
| ۳۰۰۰  | بهره | ۱۱۰/۰۰۰               | ۱۲۰۰/۰۰۰         |
| ۴۰۰۰  | بهره | ۱۲۰/۰۰۰               | ۱۳۰۰/۰۰۰         |
| ۵۰۰۰  | بهره | ۱۳۰/۰۰۰               | ۱۴۰۰/۰۰۰         |

| تیراژ | بهره | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|-------|------|-----------------------|------------------|
| ۱۰۰۰  | بهره | ۴۰/۰۰۰                | ۵۰۰/۰۰۰          |
| ۲۰۰۰  | بهره | ۵۰/۰۰۰                | ۶۰۰/۰۰۰          |
| ۳۰۰۰  | بهره | ۶۰/۰۰۰                | ۷۰۰/۰۰۰          |
| ۴۰۰۰  | بهره | ۷۰/۰۰۰                | ۸۰۰/۰۰۰          |
| ۵۰۰۰  | بهره | ۸۰/۰۰۰                | ۹۰۰/۰۰۰          |

| تیراژ | بهره | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|-------|------|-----------------------|------------------|
| ۱۰۰۰  | بهره | ۴۰/۰۰۰                | ۵۰۰/۰۰۰          |
| ۲۰۰۰  | بهره | ۵۰/۰۰۰                | ۶۰۰/۰۰۰          |
| ۳۰۰۰  | بهره | ۶۰/۰۰۰                | ۷۰۰/۰۰۰          |
| ۴۰۰۰  | بهره | ۷۰/۰۰۰                | ۸۰۰/۰۰۰          |
| ۵۰۰۰  | بهره | ۸۰/۰۰۰                | ۹۰۰/۰۰۰          |

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۹/۰۰۰                 | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۳/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۱/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۴/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۰/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۵/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۰/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۶/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۴/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۶/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۲/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۲/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۳/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۵/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۰۵/۰۰۰               | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۴۵/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۵۰/۰۰۰                | —                |

| عنوان کارت           | زمان تحویل (۱۰۰۰ عدد) | قیمت    |
|----------------------|-----------------------|---------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۴۰/۰۰۰               | ۱۳۰/۰۰۰ |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۳۰/۰۰۰               | ۲۷۰/۰۰۰ |

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۴۲/۰۰۰                | ۲۹/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۴۷/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۶۲/۰۰۰                | ۶۹/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۶۷/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۴۲/۰۰۰                | ۵۵/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۷/۰۰۰                | ۳۳/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۷/۰۰۰                | ۳۳/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۵۵/۰۰۰                | ۱۵/۰۰۰           |

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۳۵/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۵۵/۰۰۰                | —                |

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۳۵/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۳۵/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۳۲/۰۰۰                | —                |

| عنوان کارت           | زمان تحویل (۱۰۰۰ عدد) | قیمت    |
|----------------------|-----------------------|---------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۴۰/۰۰۰               | ۱۳۰/۰۰۰ |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۳۰/۰۰۰               | ۲۷۰/۰۰۰ |

## سریعترین و باکیفیت ترین مرکز چاپ و تولید کارت ویزیت در ایران

## فرم های پاکت (عمومی)

## تراکت تحریر ۸۰ گرم A5

## تراکت تحریر ۸۰ گرم A4

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۹۰/۰۰۰                | ۱۲۰/۰۰۰          |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۲۰/۰۰۰               | ۲۸۰/۰۰۰          |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۱۵/۰۰۰               | ۱۵۰/۰۰۰          |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۹۰/۰۰۰               | ۳۳۰/۰۰۰          |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۲۰/۰۰۰               | ۱۲۰/۰۰۰          |

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۳۱/۰۰۰                | ۴۰/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۲۴/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۵۸/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۸۰/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۹۵/۰۰۰                | —                |

| عنوان کارت           | چاپ معمولی (۱۰۰۰ عدد) | چاپ فوری (تعمیل) |
|----------------------|-----------------------|------------------|
| کارت به نام بدون رنگ | ۵۲/۰۰۰                | ۸۰/۰۰۰           |
| کارت به نام بدون رنگ | ۸۴/۰۰۰                | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۱۵/۰۰۰               | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۹۰/۰۰۰               | —                |
| کارت به نام بدون رنگ | ۱۹۰/۰۰۰               | —                |

## دفتر ثبت سفارش:

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

www.TARAHANPRINTING.com



گلبه امور های اقتصادی عمومی توکیت و گارت ویریت

تیس سقاریں کالائی

[illegible]

لیون کاغذی

| جنس                | قیمت خرید | تاریخ  | پیش‌فروش     |
|--------------------|-----------|--------|--------------|
| ایوان ۲۲۰ متری     | ۶۹۰       | ۱۰۰    | ۱۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان ۲۲۰ متری     | ۹۳        | ۱۰۰۰   | ۱۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان ۲۲۰ متری     | ۸۴        | ۵۰۰۰   | ۱۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان ۲۳۰ متری     | ۱۸۲       | ۱۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان ۲۳۰ متری     | ۱۷۰       | ۲۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان ۲۳۰ متری     | ۱۵۸       | ۶۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان شات (تخت)    | ۱۲۸       | ۱۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان شات (تخت)    | ۷۴        | ۵۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان شات (تخت)    | ۶۳        | ۱۰۰۰۰  | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان دو جداره ۲۲۰ | ۳۹۸       | ۱۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان دو جداره ۲۲۰ | ۳۸۳       | ۲۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان دو جداره ۲۲۰ | ۳۷۳       | ۶۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان دو جداره ۲۳۰ | ۴۱۳       | ۲۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان دو جداره ۲۳۰ | ۴۰۸       | ۳۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان دو جداره ۳۶۰ | ۳۹۸       | ۶۰۰۰   | ۲۰ ژوئن ۲۰۰۷ |
| ایوان پیکر دار     | ۹۸        | ۱۰۰۰   | ۱۵ ژوئن ۲۰۰۷ |
| درب ایوان          | ۱۰۴       | هر عدد | ۱۵ ژوئن ۲۰۰۷ |

▶ [www.tarahanazadiprinting.com](http://www.tarahanazadiprinting.com) ◀

Tarhanazadi@gmail.com

میدان بهارستان ، خیابان ظہیر الاسلام ، بن بست  
خاورمیانه ، ساختمان خاورمیانه ، بلاک ۴

11/20/2017

**Keywords:** social support; coping strategies; self-esteem

**10.10** [www.pearsoned.com](http://www.pearsoned.com)

ሥራ ፩ ፩ ፩ ፩ ሥራ ፩ ፩ ፩ ፩ ሥራ ፩ ፩ ፩ ፩

ገጽ ፩ ሀ 1 ፡ ፩ ገጽ ፩ ሀ 1 ፡ ፩

980

مدیریت: محمد خانی

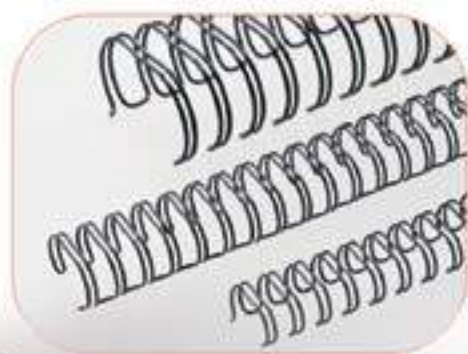
از تفاوت مستقیم با جایگاه

- |                    |                   |                         |                              |
|--------------------|-------------------|-------------------------|------------------------------|
| ● کارت ویزیت       | ● کلیه امور چاپی: | ● مجهز به دستگاه های:   | ● لمینیت سرد و گرم           |
| ● تراکت . ست اداری | ● اختصاصی         | ● دایکٹ = ۶×۹ - ۵×۷     | ● سفین کش دارای بهم اتوماتیک |
| ● و ...            | ● عمومی           | ● GTO بهار رنگ و تک رنگ | ● بووی موضعی تمام اتوماتیک   |
|                    |                   | ● دستگاه پوش            | ● لیتروس دو ورقه ای          |



# اسپیرال کو SPIRAL.CO

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



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



میرسائیان ۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳

۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰

۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰

۰۲۱-۳۳۶۰۹۷۰۰

۰۲۱-۳۳۶۰۹۸۰۰

بیکیری سفارشات

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







**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 ۱۶۰x۱۲۰

۴ دستگاه سلفون چسبی تمام اتوماتیک و دستی تا سایز ۱۶۰x۱۲۰ چسب سرد و گرم

دستگاه UV تمام اتوماتیک موضعی ۷۰x۱۰۰

دستگاه UV تمام اتوماتیک سیلندری ۷۰x۱۰۰

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





سفر به اقیانوس بی انتهای چاپ دیجیتال

# با کاپیتان راینو!



**SUPERWIDE**  
technics

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

تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۴۲۴۵۵ • ۰۲۱-۸۸۴۴۲۴۵۴ • تلفن مستقیم: ۰۹۱۲۱۱۴۸۳۱۴

[www.superwidetechnics.com](http://www.superwidetechnics.com)

supervidetechnics @superwide superwidepersia superwide\_







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 خاقتی ساختمان مناجی، پلاک ۴۹ تلفن: ۸۸۳۲۰۴۰۰-۵ فکس: ۸۸۳۲۰۶۰۰

ecobagsiran @chapesalahi salahiprint.com info@salahiprint.com



# بازرگانه طرح سبز

TARH E SABZ COMMERCIAL

وارد کننده سلفون حرارتی  
از مرغوبترین  
کارخانجات کشور چین

Lamination film



تهران، خیابان جشنواره، خیابان جعفر پناه، کوچه رحیمی، پلاک ۲۳

تلفن: ۰۲۱-۷۷۳۲۶۴۹۱ همراه: ۰۹۱۲-۷۲۳۶۸۹۹ ۰۹۱۲-۳۴۶۹۷۵۶





# طراحے چاپ نقش برتر

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

| تراکت تحریر ۸۰ گرم |      |             |        |            |
|--------------------|------|-------------|--------|------------|
| سایز               | تیرد | یکرو / دورو | قیمت   | تحويل      |
| A4 297x210         | ۱۰۰۰ | یکرو        | ۸۰۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|                    | ۲۰۰۰ | یکرو        | ۱۰۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
| A4 297x210         | ۲۰۰۰ | دورو        | ۱۳۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
|                    | ۵۰۰۰ | یکرو        | ۱۶۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
| A4 297x210         | ۵۰۰۰ | دورو        | ۱۹۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
|                    | ۱۰۰۰ | یکرو        | ۲۰۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8       | ۲۰۰۰ | یکرو        | ۵۰۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|                    | ۴۰۰۰ | دورو        | ۶۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8       | ۵۰۰۰ | یکرو        | ۸۰۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|                    | ۱۰۰۰ | دورو        | ۹۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8       | ۲۰۰۰ | یکرو        | ۲۲۵۰۰  | ۵ روز کاری |
|                    | ۴۰۰۰ | دورو        | ۲۲۵۰۰  | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8       | ۵۰۰۰ | یکرو        | ۳۰۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|                    | ۱۰۰۰ | دورو        | ۳۷۵۰۰  | ۵ روز کاری |

| گلاس ۱۲۰ گرم |      |             |        |            |
|--------------|------|-------------|--------|------------|
| سایز         | تیرد | یکرو / دورو | قیمت   | تحويل      |
| A4 297x210   | ۱۰۰۰ | یکرو        | ۷۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|              | ۱۰۰۰ | دورو        | ۹۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
| A4 297x210   | ۲۰۰۰ | یکرو        | ۱۱۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
|              | ۲۰۰۰ | دورو        | ۱۳۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
| A4 297x210   | ۵۰۰۰ | یکرو        | ۲۲۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
|              | ۵۰۰۰ | دورو        | ۲۵۵۰۰۰ | ۵ روز کاری |
| A4 297x210   | ۱۰۰۰ | یکرو        | ۳۷۵۰۰  | ۵ روز کاری |
|              | ۱۰۰۰ | دورو        | ۴۷۵۰۰  | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8 | ۲۰۰۰ | یکرو        | ۵۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|              | ۲۰۰۰ | دورو        | ۷۰۰۰۰  | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8 | ۵۰۰۰ | یکرو        | ۱۱۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
|              | ۵۰۰۰ | دورو        | ۱۳۰۰۰۰ | ۵ روز کاری |
| A5 210x147/8 | ۱۰۰۰ | یکرو        | ۱۹۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|              | ۱۰۰۰ | دورو        | ۲۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
| A6 145x90    | ۲۰۰۰ | یکرو        | ۲۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|              | ۲۰۰۰ | دورو        | ۳۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
| A6 145x90    | ۵۰۰۰ | یکرو        | ۵۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |
|              | ۵۰۰۰ | دورو        | ۶۵۰۰۰  | ۵ روز کاری |

| کارت ویزیت های جنیوس |                            |      |        |        |
|----------------------|----------------------------|------|--------|--------|
| سایز                 | تمام محصول                 | تیرد | قیمت   | تحويل  |
| ۹۰-۶۰ mm             | پس وی سی ۳۰۰ میکرون        | ۵۰۰  | ۹۰۰۰۰  | ۷ روز  |
|                      | پس وی سی ۵۰۰ میکرون        | ۵۰۰  | ۱۰۰۰۰۰ | ۵ روز  |
| ۹۰-۶۰ mm             | پس وی سی ۵۰۰ میکرون        | ۱۰۰۰ | ۱۶۰۰۰۰ | ۵ روز  |
|                      | پس وی سی ۲۶۰ میکرون        | ۲۵۰  | ۱۴۵۰۰۰ | ۵ روز  |
| ۹۰-۶۰ mm             | پس وی سی ۲۶۰ میکرون        | ۵۰۰  | ۲۴۰۰۰۰ | ۵ روز  |
|                      | پس وی سی ۲۶۰ میکرون        | ۱۰۰۰ | ۳۱۰۰۰۰ | ۵ روز  |
| ۹۰-۶۰ mm             | پس وی سی ۲۶۰ میکرون متالیک | ۵۰۰  | ۳۲۵۰۰۰ | ۱۵ روز |
|                      | پس وی سی برافکس            | ۵۰۰  | ۱۱۰۰۰۰ | ۱۰ روز |
| ۹۰-۶۰ mm             | لیبل متالایز               | ۱۰۰۰ | ۸۰۰۰۰  | ۱۵ روز |
|                      | لیبل شیشه ای               | ۱۰۰۰ | ۶۰۰۰۰  | ۱۰ روز |

| پاکت ملخی |      |              |        |            |
|-----------|------|--------------|--------|------------|
| پاکت ملخی | تیرد | جنس          | قیمت   | تحويل      |
| پاکت ملخی | ۱۰۰۰ | تحریر ۸۰ گرم | ۱۰۰۰۰۰ | ۷ روز کاری |
|           | ۲۰۰۰ | تحریر ۸۰ گرم | ۱۳۰۰۰۰ | ۷ روز کاری |
| پاکت ملخی | ۵۰۰۰ | تحریر ۸۰ گرم | ۲۵۰۰۰۰ | ۷ روز کاری |
|           | ۱۰۰۰ | گلاس ۱۲۰ گرم | ۱۲۰۰۰۰ | ۷ روز کاری |
| پاکت ملخی | ۲۰۰۰ | گلاس ۱۲۰ گرم | ۱۹۰۰۰۰ | ۷ روز کاری |
|           | ۲۰۰۰ | گلاس ۱۲۰ گرم | ۱۹۰۰۰۰ | ۷ روز کاری |

با خرید نقدی فرم های عمومی در یک ماه  
۵٪ تخفیف  
۲ میلیون تومان  
۱۰٪ تخفیف  
۴ میلیون تومان  
۱۵٪ تخفیف  
تخفیف بگیری

| کارت ویزیت های ساده |                 |             |       |       |
|---------------------|-----------------|-------------|-------|-------|
| سایز                | تمام محصول      | یکرو / دورو | قیمت  | تحويل |
| ۸۵-۴۸ mm            | سلفون براف      | یکرو        | ۱۲۰۰۰ | ۱ روز |
|                     | سلفون براف      | دورو        | ۱۶۰۰۰ | ۱ روز |
| ۸۵-۴۸ mm            | سلفون مات       | یکرو        | ۱۲۰۰۰ | ۲ روز |
|                     | سلفون مات       | دورو        | ۱۶۰۰۰ | ۲ روز |
| ۸۵-۴۸ mm            | کتان انشورتی    | یکرو        | ۱۵۰۰۰ | ۷ روز |
|                     | کتان انشورتی    | دورو        | ۱۷۰۰۰ | ۷ روز |
| ۸۵-۴۸ mm            | کتان آلمان      | یکرو        | ۲۵۰۰۰ | ۷ روز |
|                     | کتان آلمان      | دورو        | ۲۸۰۰۰ | ۷ روز |
| ۸۵-۴۸ mm            | لیبل            |             | ۱۳۰۰۰ | ۳ روز |
|                     | لیبل سلفون براف |             | ۱۴۵۰۰ | ۲ روز |

| کارت ویزیت های فانتزی |                        |        |        |  |
|-----------------------|------------------------|--------|--------|--|
| سایز                  | تمام محصول             | قیمت   | تحويل  |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت براف             | ۳۴۰۰۰  | ۷ روز  |  |
|                       | لمینت براف             | ۵۰۰۰۰  | ۲ روز  |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت مات              | ۶۴۰۰۰  | ۷ روز  |  |
|                       | لمینت مات              | ۷۰۰۰۰  | ۲ روز  |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت براف طرح موج     | ۴۷۵۰۰  | ۱۲ روز |  |
|                       | لمینت مات طرح موج      | ۶۸۵۰۰  | ۱۲ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت برجسته           | ۳۴۰۰۰  | ۷ روز  |  |
|                       | لمینت برجسته           | ۵۵۰۰۰  | ۳ روز  |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت برجسته طلاکوب    | ۸۳۵۰۰  | ۱۵ روز |  |
|                       | لمینت برجسته مخملی     | ۸۲۵۰۰  | ۱۵ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | طلا کارت لمینت براف    | ۱۰۵۰۰۰ | ۱۵ روز |  |
|                       | طلا کارت لمینت مات     | ۱۲۰۰۰۰ | ۱۵ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | سلفون براف دورگرد      | ۲۸۰۰۰  | ۵ روز  |  |
|                       | سلفون مات دورگرد       | ۲۸۰۰۰  | ۵ روز  |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | سلفون مات ۲ رو موشی    | ۳۴۵۰۰  | ۱۵ روز |  |
|                       | سلفون مات ۲ رو طلاکوب  | ۶۷۵۰۰  | ۱۵ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | سلفون مات مخملی طلاکوب | ۹۸۰۰۰  | ۱۵ روز |  |
|                       | سلفون مات مخملی دورگرد | ۶۳۰۰۰  | ۱۲ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | کتان دورگرد            | ۳۲۰۰۰  | ۷ روز  |  |
|                       | آهنربایی               | ۲۱۰۰۰۰ | ۱۵ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت براف ویزیتی      | ۳۸۰۰۰  | ۱۰ روز |  |
|                       | لمینت مات ویزیتی       | ۵۸۰۰۰  | ۱۰ روز |  |
| ۹۰-۶۰ mm              | لمینت برجسته ویزیتی    | ۳۵۰۰۰  | ۷ روز  |  |
|                       | لمینت برجسته مربع      | ۳۵۰۰۰  | ۷ روز  |  |

۱۵٪ تخفیف ویژه همکاری  
ارسال رایگان تا باری و ترمینال



# سالنامه آپادانا

تولید انواع: سالنامه، تقویم، ست مدیریتی، واردات هدایای تبلیغاتی



میدان بهارستان، خیابان  
صفیعلیشاه، پلاک ۳۴  
۳۳۹۵۵۵۰۷ | ۳۳۹۸۵۸۱۲  
۳۳۹۵۵۵۰۸ | ۳۳۹۸۴۵۱۷

 [www.apadana-calendar.com](http://www.apadana-calendar.com)  
 [apadanahormozi@gmail.com](mailto:apadanahormozi@gmail.com)  
 @apadanacalendar95



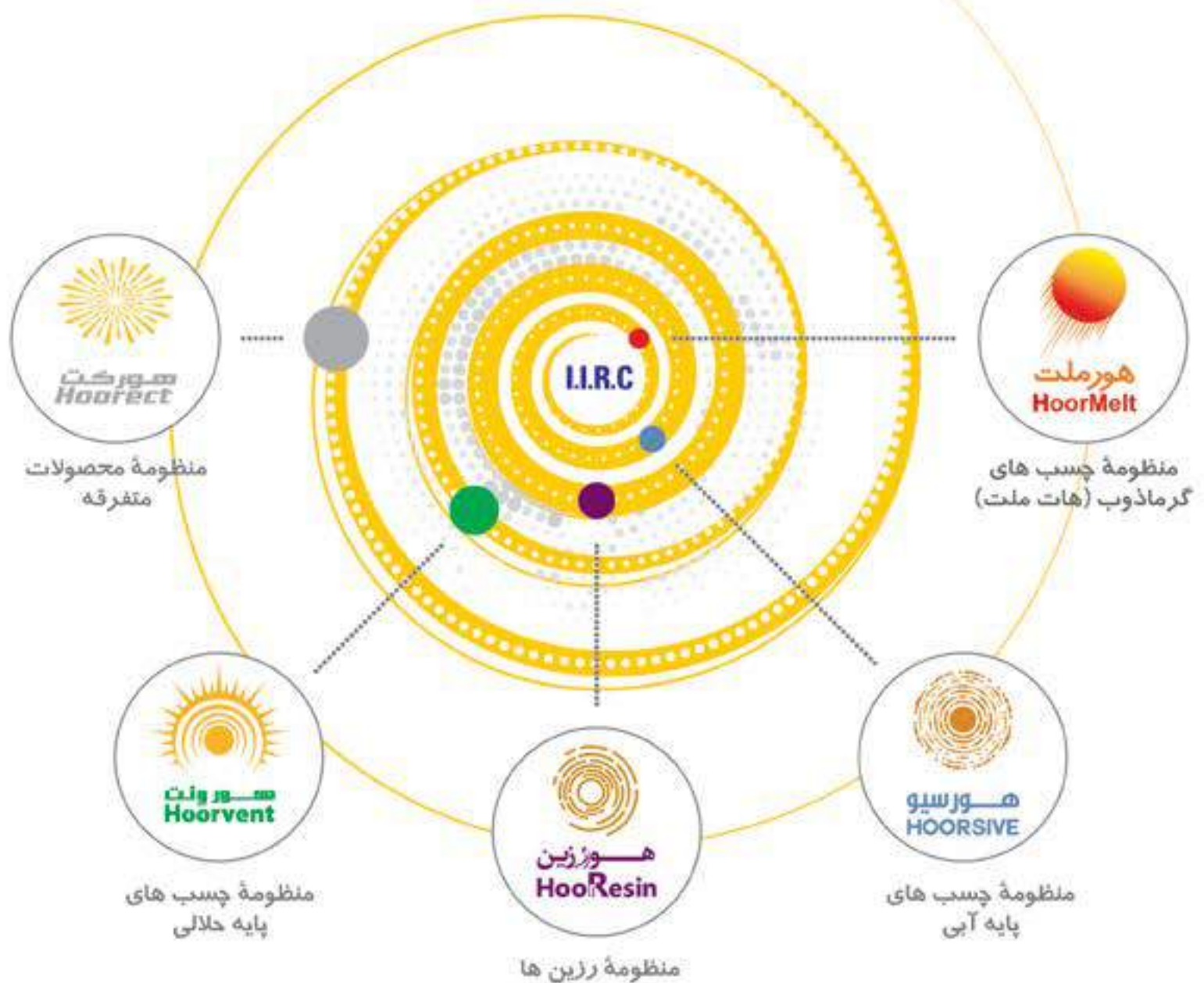


شرکت رزین‌های صنعتی ایران

- تاسیس ۱۳۵۴ -

کهکشان چسبنده

هور ۱۳/۵۴



**Innovation means victory !**



دفتر مرکزی: تهران، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه میرزا حسنی، پلاک ۲، طبقه اول  
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۷۱۳۰۴۵-۸۸۷۱۶۷۹۹-۸۸۷۲۳۱۱۳-۸۸۷۱۳۹۷۱-۸۸۱۰۰۴۲۹  
کارخانه: ساوه شهرک صنعتی گاوه، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۶  
hoormelt hoormelt email: info@iirc-co.com www.iirc-co.com





# مجموعه چاپ و صحافی دلتا



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



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

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

ماشین چاپ ۲ رنگ ۴/۵ ورقی

از صفر تا صد با شما هستیم



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



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



# PRINT



Hezareh Sepand

هزاره سپند

تحوالی در چاپ و تولید  
سر رسید در کوتاه ترین زمان  
روزانه حداقل ۱۰۰۰۰ جلد

5  
**HEIDELBERG**  
COLOR

- ماشین چاپ ۴/۵ ورقی ۵ رنگ پرفکت SM
- ماشین آلات اتوماتیک صحافی
- سیستم کامل ساخت جلد سخت
- ماشین ته دوخت هایدلبرگ تمام اتوماتیک
- برش وهلنبرگ تمام اتوماتیک ( سه طرف برش اتوماتیک )
- سیستم پانچ نیمه اتوماتیک
- تاکنی ۴/۵ ورقی مجهز به سیستم تا ۳۲ صفحه
- دستگاه چسب زن تمام اتوماتیک با قابلیت خشک شدن آبی

تولید جلد سر رسید دوختی ، تخته چسب یا ابری روزانه ۱۵۰۰۰ جلد

آدرس : تهران ، سه راه امین حضور ، نرسیده به سرچشمه  
خیابان جاویدی ، کوچه دامغانی ، بن بست رحیمی ، پلاک یک  
همراه : ۰۹۱۲۶۷۹۴۹۵۵    ۰۹۱۲۱۱۹۳۰۸۸  
تلفن : ۳۳۵۵۵۵۳۲    ۳۳۱۲۴۵۹۰ - ۰۲۱



2018  
2019

# سالنامه متفق

1397

(98 21) 88 10 10 19

[www.shafaghcalendar.com](http://www.shafaghcalendar.com)



Full color inks + Media

نماینده انحصاری بنر و  
جوهر های فول کالر

جوهر  
فول کالر



کلیه 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



دفتر ۱ : ۷۷۶۸۷۸۰۸ - ۷۷۶۸۷۸۸۳ - ۷۶۶۸۷۸۳۷

دفتر ۲ : ۸۸۸۳۴۸۷۲ - ۸۸۸۶۴۵۴۱ - ۸۸۳۲۹۸۱۳ - ۸۸۳۴۵۴۵۱

[www.fullcolorinks.com](http://www.fullcolorinks.com)

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





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



**www.naghshealmas.com**





## بخش‌های توانایی‌های مجتمع چاپ نقش آلماس

تولید کننده انواع کارت های ویزیت ساده و فانتزی

تولید کننده انواع اوراق اداری (سر برگ - 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: ۰۹۱۲۱۲۵۵۷۹۳ شاهوندی

همراه: ۰۹۱۲۶۵۴۴۴۶۵ اکبری

تلگرام: ۰۹۳۳۷۷۷۷۹۸۷



YOUR  
COMPANY  
NAME



# DEMOT CALENDAR

اولین تولید کننده سالنامه چرمی  
با قابلیت تغییر رنگ پس از لیزر

1 3 9 7

واحد سالنامه دموت

DEMOT CALENDAR

www.Demotco.com

021-88174522-88172254



# بازرگانه شالچیان

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





سالیانست ایام را به



با شما هستیم



NaghshAfarin  
**mahr** print  
چاپ آفرین  
نقش

تولید انواع سالنامه ۱۳۹۷

مجهز به دستگاه افست  
دو ورقی ۵ رنگ رولند  
و دستگاه افست دو ورقی  
۲ رنگ رولند

چاپخانه: میدان هفت تیر ابتدای خیابان بهار شیراز جنب گل فروشی شماره ۲۱۳  
تلفن: ۸۸۸۴۵۴۹۲-۹۳ \* ۸۸۳۶۸۴۵ فاکس: ۸۸۳۰۱۵۷۸

دفتر فروش: یوسف آباد کوچه ششم پلاک ۲۲ واحد ۱۰ تلفن: ۸۸۹۸۶۴۵۲-۴



# چاپ اردیبهشت نو



## نصب اولین دستگاه چاپ هایبرید در ایران

**HEIDELBERG**  
**CD XL 74-4-LX**

چاپ بر روی مطلق PVC متالایز و پشت چسبدار PVC  
سلفون کش حرارتی - طلاکوب سه ورقی - لترپرس  
یسووی شابلونی ساکورایی - یسووی سیلندری

خیابان انقلاب، پنج شمیران، روبروی خیابان  
شریعتی، خیابان نور محمدی، پلاک ۱۰۰  
تلفن: ۵۲ - ۷۷۵۲۶۰۵۱ - ۷۷۵۳۲۱۲۵  
✉ Ordibeheshtnewprint@yahoo.com



گسترده اول در چهاردهمین جشنواره  
صنعت چاپ کشور در خدمات پس از چاپ

- ۲ دستگاه ماشین سلفون کشی حرارتی اتوماتیک
- ماشین طلاکوب اتوماتیک ۳ ورقی هایبرید
- ماشین طلاکوب اتوماتیک ۲/۵ ورقی هایبرید
- ماشین یسووی موضعی اتوماتیک ساکورایی
- ماشین یسووی سیلندری اتوماتیک الماگ
- ماشین لترپرس دو نیم ورقی
- دستگاه پلیت ستر هایبرید
- ماشین امباس



# فروست و نیاز چاپخانه‌ها

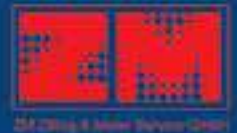


Ramin  
Digital Lithography

عضو رسمی انجمن واردکنندگان  
ماشین آلات صنعت چاپ و بسته بندی  
IPMA

نماینده انحصاری شرکت

ZM-SERVICE



پلیت ستر حرارتی

Kodak / creo

HEIDELBERG



مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی پلیت سترهای کرئو، هایدلبرگ و کداک

تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰ وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات

با کادر مهندسی دوره دیده و مجرب

خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان ژاندارمری، پلاک ۸۲ - تلفن: ۰۲۱ ۴۰۳۱۱۱ (خط ۵)

همراه: ۰۲۱ ۲۰۲۲۴۷۸ - ۰۲۱ ۱۲۵۷۴۴۴ - تلفن آلمان: ۰۰۴۹ ۱۵۷۸۴۰۵۸۵۶۰ - ۰۰۴۹ ۱۵۷۸۸۶۹۲۱۵۷

Email: [raminlitho@yahoo.com](mailto:raminlitho@yahoo.com) - [ramtinas@yahoo.com](mailto:ramtinas@yahoo.com)





مرکز چاپ و بسته بندی

# چاپ لیبل و لفاف های بسته بندی

## 2017 مدرن ترین ماشین چاپ اروپا NEW MODEL

وعده دیدار ما:

- چهارمین نمایشگاه صنعت چاپ و بسته بندی و بازاریابی  
قائم شهر (۱۹ الی ۲۲ دی ماه ۹۶)
- اولین نمایشگاه چاپ و تبلیغات  
یزد (۳۰ دی الی ۴ بهمن ماه ۹۶)
- چهارمین نمایشگاه تخصصی جمهوری اسلامی ایران  
بغداد (۲۴ الی ۲۷ بهمن ماه ۹۶)

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

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

با راه اندازی مدرن ترین 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  
تلفگرام: ۰۹۲۱-۰۸۰۹۳۱۳

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



## با بیش از ۶۵ سال سابقه بزرگترین تولیدکننده انواع ورنی واترپیس و یووی در اروپا

۱۸۰ نوع واترپیس برای بسته‌بندی‌های غذایی، دارویی، آرایشی، سیگار، لیبل، مقاوم در برابر حرارت ۲۴۰ درجه سانتی‌گراد، پلیستر، افسترول، کارتن (مقاوم در مقابل چسب) مخصوص PE و AIU، لاک داخل بسته‌بندی غذایی، Kalanderlacke، پرایمر، لاک مخصوص کاغذ فلزی، لاک Akzident دو رو و...

واترپیس ACTEGA Terra

عالی‌ترین مواد اولیه بدون Benzophenon، رعایت صد درصد سلامتی، براق، مات، قابلیت پانچ hot foil stamping

یووی ACTEGA Terra

تولیدکننده شش‌ماره یک ورنی IML در اروپا در ۷ نوع مختلف، پاستوریزه‌کننده، Uberlappen، مقاوم در مقابل آب، مات، براق، خیلی براق، Soft-Touch

ACTEGA Terra - IML

### قرارداد جدید همکاری با KBA طرف قرارداد با JTI (وینستون)، BAT (کنت) و MM اطریش

آدرس: تهران - میرداماد - میدان مادر - خیابان بهروز - کوچه یکم - ساختمان خادم - طبقه پنجم واحد ۱۷  
تلفکس: ۲۲۲۲۴۱۹۵ - ۲۲۹۲۱۳۵۷ - ۲۲۲۶۵۸۷۰ - هم‌راهِ: ۰۹۱۲۳۵۷۲۹۳۳ (عباس سپاهی)

E-mail: puyan@sepahi-co.com



صحافی و بسته بندی

# آرتیم

آماده همکاری با تولید کنندگان تقویم و سررسید و چاپخانه ها  
تخفیف ویژه همکاری جهت فروش تقویم و سررسید عمومی



- جلد سازی دور گرد و صاف، پایه تقویم و جعبه سررسید
- صحافی ته دوخت و پانچ و فنر تقویم و سررسید
- تولید تقویم، سررسید و دفتر تلفن عمومی و اختصاصی
- تولید دفتر یادداشت، ساک دستی مقوایی و جعبه فانتزی





آفاق  
سالنامه

33 0000 34 - 33 0000 94  
33 0001 51 - 33 0001 10  
[www.afagh-co.com](http://www.afagh-co.com)

سالنامه آفاق





TIJ Calendar®  
۸۸۶۰۱۷۴۸-۵۰  
www.tijco.com

سررسید تیج  
همیشه همراه



- سررسید اروپائی شمسی (روز شماره دو روز شمار، دستیار هفتگی و دستیار ماهانه)
- سررسید میلادی ۲۰۱۸
- planner تقویم اروپائی جیبی و پالتویی
- تقویم رومیزی، ست و نیم ست مدیریتی





تولید کننده انواع جلد با ماشین آلات تمام اتوماتیک

جاده خاوران، بعد از سه راه سیمان، خروجی زیرگذر به  
سمت تهران، جنب پمپ بنزین، مجتمع عقیق رضا، پلاک ۳۶

[www.irantopcover.com](http://www.irantopcover.com)

[irantopcover@gmail.com](mailto:irantopcover@gmail.com)

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

021 - 366 419 22

021 - 366 419 01

+98 912 346 72 77

+98 921 246 72 77



# اسپیرال کو SPIRAL.CO



فروش دستگاه اتوماتیک صحافی ماریج موجود  
پانچ اتوماتیک

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



نازلترین قیمت

نقدی - چکی

فروش فنر ماریج سفید، مشکی و نقره‌ای



۰۹۱۲۵۰۰۸۶۳۳ ۰۲۱-۳۳۶۰۹۶۰۰ ۰۲۱-۳۳۶۰۹۵۰۰



سالنامه گلدن

WWW.GOLDENCALENDAR.CO



2018-2019

1397

TEL: 77686193 - 77686170





## 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



FUJIFILM Tilburg Netherlands



## پرینتر های Wide Format فوجی فیلم ساخت ژاپن



- 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



Fujifilm.Iran



www.Fujifilmco.ir

تلفن: ۰۲۱-۲۲۲۵۴۸۱۰ فاکس: ۰۲۱-۲۲۲۲۱۰۰۲

تهران، بلوار میرداماد، شماره ۱/۲۲۹، ساختمان فوجی فیلم





■ 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.exir.co.com](http://www.exir.co.com) ■   [exircalendar](https://t.me/exircalendar) ■





تنها نمایندگی رسمی

**CRON** Europe

در ایران



## فروش و خدمات تخصصی پس از فروش

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

- تهیه و تعمیرات تخصصی تمامی قطعات دستگاه‌های پلیت‌ستر و پرسور
- تعمیرات تخصصی لیزر هدهای کدک و کرنو
- 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: ۰۹۱۲ ۵۰۰ ۲۱۶۳ (سید مرتضی عربشاهی)



[www.faratec-ind.com](http://www.faratec-ind.com)  
[info@faratec-ind.com](mailto:info@faratec-ind.com)

برای اطلاع از آخرین دستگاه‌های موجود،  
اخبار و سفارش قطعات با ما در تماس باشید.



[www.elitepressgmbh.com](http://www.elitepressgmbh.com)  
lange Str.5 D- 42119 , Wuppertal , Germany  
T: +49(0)202 5156166 F: +49(0)202 5156167

خرید سفارشی ماشین آلات لیتوگرافی و چاپ  
از خارج کشور با امکان حضور و بازدید خریدار  
توسط شرکت **Elite Press** در آلمان



# فروشگاه فجر

( وابسته به بازرگانی احسان )



▶ پارچه نورد  
 ▶ چسب صحافی و چسب پایه  
 ▶ سلفون حرارتی  
 ▶ دیگر ملزومات چاپ

▶ مرکب خارجی (Pastel و Platinum)  
 ▶ مرکب ایرانی (ایران شرکاء و ایران)  
 ▶ لاستیک سیلندر Sunrise  
 ▶ الکل ایزوپروپیل

**وارد کننده و توزیع کننده ملزومات چاپ، صحافی و لیتوگرافی**

**با مدیریت : احسان خردجو**

نشانی دفتر: خیابان ۱۵ خرداد شرقی، بن بست نمازی، پلاک ۱، واحد ۸  
 نشانی انبار: خیابان ۱۵ خرداد شرقی، کوچه قائم مقامی، کوچه آل آقا، پلاک ۷۲

همراه: ۰۹۱۲۲۷۲۳۸۴۳ تلفکس: ۰۲۱۳۳۵۲۳۳۵۹ تلفن: ۰۲۱ ۳۳۵۵۸۹۹۱ - ۳۳۵۶۱۸۱۳

E-mail: e.kheradjoo7@gmail.com



# بازرگانی احسان



♦ وارد کننده ملزومات چاپ



نماینده انحصاری شرکت **JINAN CROWN INK** در ایران  
ارائه دهنده مرکب های پاستل و پلاتینیوم

[@ehsan\\_trade\\_co](https://www.instagram.com/ehsan_trade_co)

۷۷۶۸۶۶۲۵ - ۷۷۶۱۳۴۶۲ (۰۲۱)

gmail: majidkheradjoo@gmail.com

دفتر بازرگانی: خیابان سعدی شمالی، خیابان قائدی، خیابان نادری، پلاک ۳۳



# Tandis BARTAR

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

پاکت نامه  
Envelope

تحويل ۷ روز کاری

| پیکرو             | تعداد    | مغلف    | A4      |
|-------------------|----------|---------|---------|
| پاکت تحریر ۸۰ گرم | ۱۰۰۰ عدد | ۹۰/۰۰۰  | ۲۰۰/۰۰۰ |
| پاکت تحریر ۸۰ گرم | ۲۰۰۰ عدد | ۱۴۰/۰۰۰ | ۳۰۰/۰۰۰ |
| پاکت تحریر ۸۰ گرم | ۵۰۰۰ عدد | ۲۵۰/۰۰۰ | —       |
| پاکت گلاس ۱۳۵ گرم | ۱۰۰۰ عدد | ۱۴۰/۰۰۰ | ۲۵۰/۰۰۰ |
| پاکت گلاس ۱۳۵ گرم | ۲۰۰۰ عدد | ۲۰۰/۰۰۰ | ۴۰۰/۰۰۰ |

با خرید نقدی  
از فرم های عمومی

۱ میلیون تومان  
۵٪

۲ میلیون تومان  
۱۰٪

۴ میلیون تومان  
۱۵٪

تخفیف بگیرید

تحریر ۸۰ گرم

|         |       |           |           |
|---------|-------|-----------|-----------|
| ۶۵/۰۰۰  | پیکرو | ۱۰۰۰ عددی | A4        |
| ۹۰/۰۰۰  | پیکرو | ۲۰۰۰ عددی | 297 - 210 |
| ۱۴۰/۰۰۰ | پیکرو | ۵۰۰۰ عددی | 297 - 210 |

|        |       |           |             |
|--------|-------|-----------|-------------|
| ۳۲/۵۰۰ | پیکرو | ۱۰۰۰ عددی | A5          |
| ۴۵/۰۰۰ | پیکرو | ۲۰۰۰ عددی | 210 - 147.5 |
| ۷۰/۰۰۰ | پیکرو | ۵۰۰۰ عددی | 210 - 147.5 |

|        |       |           |             |
|--------|-------|-----------|-------------|
| ۲۲/۵۰۰ | پیکرو | ۱۰۰۰ عددی | A6          |
| ۳۵/۰۰۰ | پیکرو | ۲۰۰۰ عددی | 145 - 90 mm |
| ۴۵/۰۰۰ | پیکرو | ۵۰۰۰ عددی | 145 - 90 mm |

|         |       |           |              |
|---------|-------|-----------|--------------|
| ۷۰/۰۰۰  | پیکرو | ۱۰۰۰ عددی | A4           |
| ۹۰/۰۰۰  | پیکرو | ۲۰۰۰ عددی | 290 - 200 mm |
| ۱۲۰/۰۰۰ | پیکرو | ۵۰۰۰ عددی | 290 - 200 mm |

|        |       |           |              |
|--------|-------|-----------|--------------|
| ۳۵/۰۰۰ | پیکرو | ۱۰۰۰ عددی | A5           |
| ۵۰/۰۰۰ | پیکرو | ۲۰۰۰ عددی | 200 - 145 mm |
| ۶۰/۰۰۰ | پیکرو | ۵۰۰۰ عددی | 200 - 145 mm |

|        |       |           |             |
|--------|-------|-----------|-------------|
| ۱۷/۵۰۰ | پیکرو | ۱۰۰۰ عددی | A6          |
| ۲۵/۰۰۰ | پیکرو | ۲۰۰۰ عددی | 145 - 90 mm |
| ۳۰/۰۰۰ | پیکرو | ۵۰۰۰ عددی | 145 - 90 mm |

گلاس ۱۲۰ گرم

دریافت سفارش آنلاین  
www.tandisprint.ir

ویزیت های ساده

| نام محصول       | پیکرو | قیمت   | تحويل  |
|-----------------|-------|--------|--------|
| سلفون براق      | پیکرو | ۱۰/۰۰۰ | ۱ روزه |
| سلفون مات       | پیکرو | ۱۰/۰۰۰ | ۱ روزه |
| کتان اندونزی    | پیکرو | ۱۴/۰۰۰ | ۵ روزه |
| کتان آلمان      | پیکرو | ۲۰/۰۰۰ | ۵ روزه |
| سوسماری         | پیکرو | ۱۵/۰۰۰ | ۵ روزه |
| کتان دورگرد     | پیکرو | ۲۸/۰۰۰ | ۵ روزه |
| لیبل            | پیکرو | ۱۱/۰۰۰ | ۲ روزه |
| لیبل سلفون براق | پیکرو | ۱۲/۰۰۰ | ۲ روزه |

ویزیت های فانتزی

| نام محصول              | چاپ معمولی | چاپ فوری |
|------------------------|------------|----------|
| لغیت براق              | ۴۰/۰۰۰     | ۲۶/۰۰۰   |
| لغیت مات               | ۶۰/۰۰۰     | ۶۵/۰۰۰   |
| لغیت براق طرح موج      | ۴۵/۰۰۰     | ۱۲ روزه  |
| لغیت مات طرح موج       | ۶۵/۰۰۰     | ۱۲ روزه  |
| لغیت برجسته            | ۴۰/۰۰۰     | ۲۰ روزه  |
| لغیت برجسته مغلفی      | ۷۵/۰۰۰     | ۱۵ روزه  |
| لغیت برجسته فلکوب      | ۷۲/۰۰۰     | ۱۵ روزه  |
| لغیت برجسته مربع       | ۳۳/۰۰۰     | ۲۰ روزه  |
| فلک کارت لغیت براق     | ۸۰/۰۰۰     | ۱۵ روزه  |
| فلک کارت لغیت مات      | ۱۰۰/۰۰۰    | ۱۵ روزه  |
| سلفون مات ۲ رو موضعی   | ۳۶/۰۰۰     | ۱۲ روزه  |
| سلفون مات ۲ رو فلکوب   | ۵۵/۰۰۰     | ۱۲ روزه  |
| سلفون مات مغلفی موضعی  | ۶۷/۰۰۰     | ۱۵ روزه  |
| سلفون مات مغلفی فلکوب  | ۸۵/۰۰۰     | ۱۵ روزه  |
| سلفون مات مغلفی دورگرد | ۵۷/۰۰۰     | ۱۲ روزه  |
| سلفون مات دورگرد       | ۲۶/۰۰۰     | ۵ روزه   |
| سلفون براق دورگرد      | ۲۶/۰۰۰     | ۵ روزه   |
| آهنربایی               | ۱۸۵/۰۰۰    | ۳۰ روزه  |
| لغیت براق ویزیتی       | ۳۰/۰۰۰     | ۱۰ روزه  |
| لغیت مات ویزیتی        | ۵۰/۰۰۰     | ۱۰ روزه  |

۰۴۰۶۶۶۶۳۳ (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



# 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 ایزو پروپیل 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: ۷۷۶۲۳۵۸۰-۴ - ۷۷۶۱۸۴۸۶  
۸۸۳۱۴۹۷۳-۸۸۸۲۰۴۶۱  
وبسایت: [www.sepka.org](http://www.sepka.org)





[www.kimiajavid.com](http://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 ...)





شرکت تصویر مدار

نمایندگی میماکی ژاپن در ایران

**Mimaki**



UV LED  
UJF - 6042 MKII

UJF - 7151



UV LED



UJF - 3042 MKII EX

UV LED



UJF - 3042 MKII

UV LED



UV LED

UJF - 3042FX



CFL - 605

CF22-1225



CF2-1218



UV LED  
SIJ - 320  
**110m<sup>2</sup>/h**



UV LED  
UJV55 - 320

**110m<sup>2</sup>/h**

HYBRID



UJV - 160



UV LED  
JFX200 - 2531

UV LED

JFX200 - 2513



Tx300 - 1800P

جهت کسب اطلاعات بیشتر در صورت تمایل از نمایشگاه دائمی  
شرکت تصویر مدار با هماهنگی قبلی دیدن فرمایید

تهران خیابان سه‌رودی جنوبی خیابان برادران نوینت شماره: آدرس: ۲۷

تلفن : ۸۸۳۰۹۹۳۸ - ۸۸۳۰۹۹۳۸ فکس : ۸۸۳۰۹۹۳۸

[www.tasvirmadar.co.ir](http://www.tasvirmadar.co.ir)

[info@tasvirmadar.co.ir](mailto:info@tasvirmadar.co.ir)

@tasvirmadarco

tasvirmadar



# 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 : ۸۴ ۶۷ ۳۱ ۳۳ - ۶۴۹۳ ۲۲۱ ۰۹۱۲





مجمع  
چاپ

فراهماند

فرا

FARAHMAND PRINT COMPLEX

دستگاه ساکورایی (بووی موضعی)  
(ششی، برجسته، اکلیل، شریک و...)

دستگاه سلفون کشی حرارتی  
دستگاه لتر پرس

دستگاه بووی سیلندری  
(با قابلیت خالی کردن جای چسب و...)

دستگاه جعبه چسبانی  
تاعرض ۴۵ سانتی متر





KONICA MINOLTA

## AccurioPrint-Press

C2060L/60/70 - C6085 - C6100

COLOR DIGITAL PRODUCTION PRESS / COPIER / SCANNER

### نسلی جدید از کونیکا مینولتا

با کیفیت و امکانات متفاوت با آنچه تا بحال دیده اید.....!!!

**قابلیت چاپ روی انواع پاکت**

**عرضه ایی متفاوت از ایده آل**

عضو رسمی اتحادیه فن آوران و ماشینهای اداری تهران

مشاوره ، معرفی و برنامه ریزی نصب انواع ماشینهای دیجیتال  
واردات سفارشات خاص انواع ماشین آلات و تجهیزات  
گارانتی و خدمات پس از فروش مطابق استاندارد کمپانی سازنده  
انبوه مواد مصرفی و قطعات یدکی فابریک  
استفاده از تسهیلات فایناس مدت دار بدون بهره  
مشارکت و پشتیبانی فنی و مالی از ایده آل آلمان  
شرایط واگذاری آسان!!!

کانال تلگرام @ideashop

شما هم به خانواده ایده آل پیوندید.

**ایده آل**

**متعدد-متفاوت!!!**

**انتخاب حرفه ای ها**

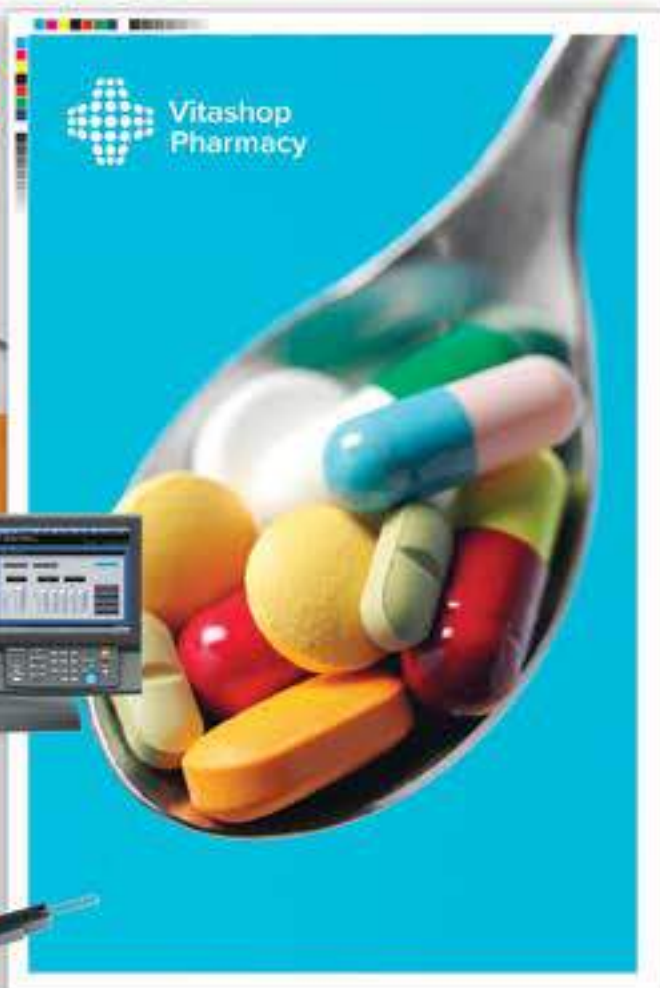
مشاور فعال و موفق بیش از ۲ دهه در صنعت چاپ دیجیتال ایران

[www.idealshop.ir](http://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



مرکز ماشینهای اداری ایده آل

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

شماره ۵۹ تلفن ۸۸۹۶۳۰۳۰۰ تلفن همراه ۰۹۱۲۱۱۷۳۰۷۴



# IDEAL

## Cutting machines Paper shredders



### MADE IN GERMANY

ماشین برش و کاغذ خرد کن اتوماتیک ایده آل

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

ساخت آلمان

بهترین انتخاب

تعداد محدود با شرایط خاص



مرکز ماشینهای اداری ایده آل

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

تلفن همراه ۰۹۱۲۱۱۷۳۰۷۴

شماره ۵۹ تلفن: ۸۸۹۶۳۰۳۰



به زودی...

شرایط ویژه  
برای تسهیل در خرید  
قطعات اورجینال

برای  
حمایت از  
صنعت چاپ

⚠️ آسیب به ماشین آلات خود را متوقف کنید!



تهران، سهروردی شمالی، دکتر  
قلندی، سیبویه شمالی، نبش  
کوچه دوازدهم، پلاک ۲، ساختمان  
هایدلبرگ تلفن : ۸۷۷۸ ۱۱۰۲

تسهیلات ویژه برای قطعات اورجینال هایدلبرگ  
شرکت ایران روتاتیو در راستای ترویج استفاده از قطعات اورجینال هایدلبرگ  
برای امنیت در تولید و افزایش بهره‌وری چاپخانه‌ها و با هدف حمایت از  
مشتریان خود تسهیلات ویژه برای مشتریان واحد شرایط فراهم آورده است.  
قطعات یدکی اصلی در کنار تولید روان و بی‌نقص، موجب حفظ ماشین آلات به  
عنوان کالای سرمایه‌ای می‌شوند.

iranrotative.com



# مجتمع چاپ و بسته بندی کسری یزد



KASRA  
PRINTING

## مجهزترین چاپخانه جنوب شرق کشور

مجتمع چاپ و بسته بندی کسری ارائه دهنده خدمات چاپ انواع فرمها و اوراق اداری (کاتالوگ، بروشور، پوستر، کتاب، مجله، اوراق بانکی و بیمارستانی، چاپهای صنعتی و انواع جعبه و کارتن) با مجهزترین ماشین آلات چاپ و بسته بندی

# با ما آنلاین باشید...

[www.kasraprinting.com](http://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 (۶۰۰۰۰۰) رنگ همزمان هایدلبرگ
- چاپ افست دو ورقی (۵۰۰۰۰۰) رنگ همزمان هایدلبرگ
- چاپ افست تک ورقی (۴۰۰۰۰۰) رنگ همزمان هایدلبرگ
- چاپ افست دو ورقی (۳۰۰۰۰۰) تک رنگ هایدلبرگ
- چاپ افست تک ورقی (۲۰۰۰۰۰) تک رنگ هایدلبرگ
- دستگاه لیتوپرس دو ورقی هایدلبرگ
- برش پلار برنامه دار
- ترتیب کن ۱۲ خانه Duplo
- دستگاه تاکن اشتال
- ریسو گراف A3
- دستگاه سلفون کش حرارتی
- دستگاه تمام اتوماتیک محافی مفتول و چسب گرم
- جعبه چسبان ونزوتیوان مدل ۱۵/۲۰ / دو طرف چسب

با سلام و احترام

منتظر دیدار و حضور گرم شما در غرفه مجتمع چاپ و بسته بندی کسری یزد در اولین نمایشگاه چاپ و تبلیغات هستیم.

پیشاپیش مقدمات را به غرفه این شرکت گرامی می داریم.

مکان: یزد - محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان یزد

زمان: ۳ الی ۶ بهمن ۱۳۹۶

دفتر مرکزی: یزد، میدان باهنر، جنب بانک مهر اقتصاد  
تلفن: ۰۳۵-۳۷۲۵۰۳۶۸ - ۰۳۵-۳۷۲۵۰۳۳۴۰  
همراه: ۰۹۱۳۴۶۰۷۰۳۰ - ۰۹۱۳۴۶۰۷۰۳۱  
واحد چاپ: یزد، بلوار آزادگان، بن بست ۵۹  
تلفن: ۰۳۵-۳۷۲۰۷۴۹۰ - ۰۳۵-۳۷۲۰۷۴۹۰





karinoprinting





این مجله در **کاری نو** صحافی شده است

**مجتمع چاپ و صحافی کاری نو**

جاده قدیم قم، بعد از کهریزک، جاده واوان، نرسیده به اتوبان قم، پلاک ۱۱۴ : تلفن : ۵۶۵۳۷۴۱۶ - ۵۶۵۳۷۴۲۰ فکس : ۵۶۵۳۷۴۱۱  
**صحافی جلد سخت** : میدان محمدیه، خیام شمالی، کوچه مهدویان احدی، پلاک ۲۴ : تلفن : ۵۵۸۱۷۹۹۷





 partoprint  
 partoprint

031-36633395 - 36637531  
32243554 - 0913 114 8828  
[www.partoprint.com](http://www.partoprint.com)

مجموع تخصصی چاپ و تبلیغات

النامہ پرتو



”

با ۲۷ مدل بالاترین تنوع تقویم رومیزی در ایران

سالنامه پرتو



بیش از ۱۵۰ مدل سررسید ، تقویم و هدایا

[www.partoprint.com](http://www.partoprint.com)

031-36633395 - 09126887680



کیفیت را  
بزرگ سیستم  
تجربه کنید



چاپ UV عرض ۲ متر



کاتر پلاتر استپ و سروو ساگا



سلفون کش صنعتی، ۲ رو



کتر برقی عرض ۲.۵ متر رویال ساورین



لمیناتور سرد و گرم رویال ساورین







www.thermodat.com

# چرم ترمو

نماینده انحصاری کمپانی by ripido ترکیه



قابلیت دوخت



چسب صنعتی و صنعتی



داتی و ملاکوب

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



اولین مجتمع چاپ عریض روی سنگ در ایران

قاب نفیس دیواری



لوح تقدیر

لوح رومیزی



پایه مخملی





www.poyanaghsh.com

پویان

poyanaghsh@yahoo.com

## 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







August

• Mordad  
• Dhu al-Qa'da

08

Monday  
Lundi  
Lunes  
Montag

09

Tuesday  
Mardi  
Martes  
Dienstag

10

Wednesday  
Mercredi  
Miércoles  
Mittwoch

11

Thursday  
Jeudi  
Jueves  
Donnerstag

12

Friday  
Vendredi  
Viernes  
Freitag

13



RATH CALENDAR

تولید کنندہ سالنامہ شمسی و میلادی [www.rathgraphic.com](http://www.rathgraphic.com)



# تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی



تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی  
نام طرح: افرا



تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی  
نام طرح: آپادانا



تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی  
نام طرح: پارسه



تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی  
نام طرح: آریا



تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی  
نام طرح: آنالید



تقویم های رومیزی لوکس سیب آبی  
نام طرح: صبا

## چاپ و طرح سیب آبی

### هدایای تبلیغاتی

فلش، پاوربانک، تقویم، سررسید...

### سازه های نمایشگاهی

رول آپ، پاپ آپ، لایت باکس...

### چاپ دیجیتال

پلات، امینت، کاتالوگ، صحافی...



جهت سفارش اختصاصی و سفارش های بالا تماس بگیرید



T.me/Seebabi | 02188325332



@Seebabi | 02188329936



www.SeebAbi.ir





هر روز خودتو ابراز کن 😊



تلفن: ۰۴۰-۲۳۵۵-۲۳۱۳۶۸۴۵-۹۷۵-۲۳۵۵  
 @doberaco    dobera co

تهران، خیابان ۱۵ خرداد شرقی، کوی صادقی پور، کوی مجیدالعباس، پلاک ۴، واحد ۱  
 جهت دریافت لیست قیمت عدد ۱ را به سامانه ۰۴۱۳۳۵۵-۹۷۵ ارسال نمایید.

**Big-Mug®**  
 www.big-mug.com





OffsetGraphic اُفسترگرافیک

## 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، ۴ GTO رنگ
- دو ورقی ۲ رنگ، ۲ GTO 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 ۱۰۰×۷۰
- UV موضعی (معمولی، افکت، برجسته، اکیلی) تا سایز ۵۰×۷۰
- صحافی چسب گرم، مفتول لوپ، معمولی و صحافی فنر دویل
- جعبه چسبانی

## چاپ دیجیتال

### خدمات چاپ دیجیتال رنگی:

- چاپ پوستر، بروشور، کاتالوگ، تراکت، لیبل، ست اداری
- کارت ویزیت و کارت دعوت (با اطلاعات متغیر و تیراژ دلخواه)
- خدمات چاپ دیجیتال سیاه و سفید:
- چاپ و تولید کتاب، گزارش عملکرد، فصلنامه و ... در تیراژ درخواستی
- درسایز رقی، وزیری و رحلی
- خدمات سلفون و صحافی:
- سلفون و لمینیت مات و براق، صحافی چسب گرم، منگنه و فنر دویل
- 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  
۸۸۸۵۲۶۳۱ - ۸۸۸۵۲۶۳۴ - ۸۸۸۵۲۶۸۲  
۸۸۸۵۲۶۷۹ - ۸۸۸۵۲۸۶۴

همه‌نگی جهت چاپ مقوای گرم بالا  
تلفن: ۶۶۲۸۳۸۰۳ - ۶۶۲۸۳۸۰۵

### نشانی لیتوگرافی:

خیابان انقلاب، بین خیابان حافظ و استاد نجات‌آلهی  
خیابان شهید بورموسی، ساختمان شماره ۵،  
طبقه چهارم، واحد ۳۴  
۸۸۸۹۰۱۷۲ - ۸۸۸۰۵۹۳۷ - ۸۸۹۲۹۰۶۱



- صاحب امتیاز و مدیر مسئول: 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، محمود سمیعی، بهار شایگان، مهلا فراز مند، مهربان روشن، فایزه رهنی، فرحناز یار محمدی، رحمت الله توکلی، صدیف قزلباش، انسیه بغدادی، مسعود رضایی، سید مجتبی موسوی، مرضیه خطیب زاده، الهام پاکزاد، ناصرالدین احدی نیا
- سایت: انسیه بغدادی
- ترجمه: محمود سمیعی
- سازمان آگهی ها و بازرگانی: حمید جارچی، صبا دالمن، هانیه خوشرو
- امور مشترکان: فهیمه جاوید، فاطمه شاهسون
- 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: ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰

■ نشانی اینترنتی: [www.chaponashr.com](http://www.chaponashr.com)

■ پست الکترونیک: [chaaponashr@yahoo.com](mailto:chaaponashr@yahoo.com)

■ تلگرام: @chap\_o\_nashr

■ تلفن بازرگانی: ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰ ■ فاکس: ۷۷۴۵۶۷۳۱

■ تلفن تحریریه: ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰ ■ 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

## فهرست مطالب

- ۶۸ ..... زراعت نیامدرعیت بسوخت
- ۷۰ ..... نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران متأثر از وضعیت اقتصادی
- ۹۶ ..... شبکه های مجازی در نمایشگاه ۲۰ گرفت
- ۹۷ ..... ارتباطات، خدمات خوب نمایشگاهی و رضایت غرفه گذاران
- ۹۸ ..... سهم اروپایی ها در نمایشگاه امسال ۳۰ درصد افزایش یافت
- ۱۰۰ ..... تلفیق وجدان با هنر و تکنولوژی
- ۱۰۴ ..... رث، دنیای ایده های ناب
- ۱۰۶ ..... عدم حمایت صنعتی از چاپ، یک چالش بزرگ است
- ۱۲۰ ..... دوستان شیمی
- ۱۲۴ ..... قدرت، هدف، دقت
- ۱۲۸ ..... خانه دوست اینجاست
- ۱۳۲ ..... چاپ به قدمت علوی افتخار می کند
- ۱۳۸ ..... آموزش و تبادل اطلاعات، از مشخصه های سینوکاروگیت
- ۱۴۰ ..... تعصب در تولید، تعهد در فروش
- ۱۴۲ ..... درخشش خورشید شیمی در صنعت چاپ ایران
- ۱۴۶ ..... رکوردی که هرگز نمی شکند
- ۱۵۴ ..... جای خالی زنان در صنعت چاپ
- ۱۵۶ ..... معرفی محصولات فرهنگی
- گشت و گذار در چهاردهمین نمایشگاه تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته
- ۱۵۸ ..... چاپ انتقالی در صنعت نساجی
- ۱۷۰ ..... تقدیم نمایشگاه های جهان
- ۱۷۶ ..... انسان های موفق قبل از صبحانه چه می کنند
- ۱۸۰ ..... کارهایی که افراد موفق هرگز انجام نمی دهند
- ۱۸۲ ..... معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی
- ۱۸۴ ..... سیستم های بازرسی برای چاپ بدون نقص
- ۱۹۲ ..... نخستین گام در کیفیت و بهره وری
- ۱۹۶ ..... اصول بهره وری و رابطه آن با کیفیت
- ۲۰۲ ..... افزایش بهره وری در کارمندان
- ۲۰۴ ..... پرسش و پاسخ های حقوقی
- ۲۰۷ ..... راهکارهای افزایش بهره وری
- ۲۰۸ ..... افزایش بهره وری در بخش خدمات
- ۲۱۶ ..... مدیریت ریسک چیست
- ۲۲۰ ..... مدیریت استراتژیک چیست و به کارگیری آنچه ضرورت دارد
- ۲۲۲

طرح روی جلد

رث گرافیک

تلفن: ۸۸۵۴۴۰۵۰





|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| سررسید رث.....                           | روی جلد    |
| سررسید آزاده.....                        | صفحه ۲ جلد |
| مجمع چاپ نامی نقش.....                   | ۳          |
| مجمع چاپ نقش الماس.....                  | ۴          |
| چاپ مهیار.....                           | ۵          |
| مجموعه چاپ طراحان.....                   | ۷ و ۶      |
| چاپ طراحان آزادی.....                    | ۸          |
| شرکت اسپیرال کو.....                     | ۹          |
| شرکت پوشش سلفون.....                     | ۱۰         |
| شرکت سوپرواید پرشیا.....                 | ۱۱         |
| چاپ صلاحی.....                           | ۱۲         |
| انتشارات ایران فردا.....                 | ۱۳         |
| چاپ نقش برتر.....                        | ۱۴         |
| سالنامه آپادانا.....                     | ۱۵         |
| شرکت رزینهای صنعتی ایران.....            | ۱۶         |
| مجمع چاپ و صحافی دلتا.....               | ۱۷         |
| چاپ هزاره سپند.....                      | ۱۸         |
| سالنامه شفقت.....                        | ۱۹         |
| بازرگانی رایا شقایق آسیا.....            | ۲۰         |
| شرکت الوان سازان آسیا.....               | ۲۱         |
| مجمع چاپ نقش الماس.....                  | ۲۲ و ۲۳    |
| جعبه سازی هیراد.....                     | ۲۴         |
| شرکت دموث.....                           | ۲۵         |
| بازرگانی شالچیان.....                    | ۲۶         |
| چاپ نقش آفرین مهر.....                   | ۲۷         |
| چاپ اریب هشت نو.....                     | ۲۸         |
| لیتوگرافی ایده.....                      | ۲۹         |
| مرکز چاپ و بسته بندی همدان.....          | ۳۰         |
| دادوستد پویان.....                       | ۳۱         |
| صحافی و بسته بندی آرتیم.....             | ۳۲         |
| سالنامه آفاق.....                        | ۳۳         |
| سررسید تیج.....                          | ۳۴         |
| جلدسازی ایران تاپ.....                   | ۳۵         |
| شرکت اسپیرال کو.....                     | ۳۶         |
| سالنامه گلدن.....                        | ۳۷         |
| شرکت تهران فوکا (فوجی فیلم) ۳۸ و ۳۹..... |            |
| سالنامه اکسیر.....                       | ۴۰         |
| شرکت فراتک.....                          | ۴۱         |
| فروشگاه فجر.....                         | ۴۲         |
| بازرگانی احسان.....                      | ۴۳         |
| مجمع چاپ تندیس برتر.....                 | ۴۴         |
| گروه بازرگانی سپکا.....                  | ۴۵         |
| شرکت کیمیا جاوید.....                    | ۴۶         |
| شرکت تصویرمدار.....                      | ۴۷         |
| گروه تولیدی آرین.....                    | ۴۸         |
| مجمع چاپ فرهمند.....                     | ۴۹         |
| مرکز ماشینهای اداری ایده آل.....         | ۵۰ و ۵۱    |
| شرکت ایران روتاتیو.....                  | ۵۲         |
| مجمع چاپ و بسته بندی کسری یزد.....       | ۵۳         |
| صحافی کاری نو.....                       | ۵۴ و ۵۵    |
| سالنامه پرتو.....                        | ۵۶ و ۵۷    |
| شرکت ارگ سیستم.....                      | ۵۸         |
| شرکت دوبرا.....                          | ۶۳         |
| شرکت سیب آبی.....                        | ۶۴         |
| مجمع چاپ افست گرافیک.....                | ۶۵         |
| تبلیغات ایده.....                        | ۶۹         |
| شرکت روکا.....                           | ۷۱         |
| بازرگانی دنیای تجارت ارم.....            | ۷۳         |

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| صحافی عرفان ۲۰۰.....               | ۷۵         |
| سالنامه انوش.....                  | ۷۷         |
| شرکت آریا ایساتیس آرتا.....        | ۷۹         |
| بازرگانی اسکویی.....               | ۸۱         |
| شرکت پیشگامان تصویر برتر.....      | ۸۳         |
| چاپ سهند.....                      | ۸۵         |
| شرکت رها گستران.....               | ۸۷         |
| فروشگاه تهران.....                 | ۸۹         |
| صحافی مکت.....                     | ۹۱         |
| چاپ آرشام.....                     | ۹۳         |
| صنایع بسته بندی کارتن بامداد.....  | ۹۵         |
| خدمات پس از چاپ نفیس.....          | ۹۷         |
| شرکت ساتا (سمند اندیشه تابان)..... | ۹۹         |
| شرکت باراد.....                    | ۱۰۲ و ۱۰۳  |
| شرکت دات.....                      | ۱۰۷        |
| فروشگاه سلفون بهاری.....           | ۱۰۹        |
| صنایع چاپ مادرول.....              | ۱۱۰        |
| مجمع چاپ هودیس پارس.....           | ۱۱۱        |
| شرکت گلدن واید.....                | ۱۱۲ تا ۱۱۵ |
| تبلیغات کیانی.....                 | ۱۱۶ و ۱۱۷  |
| انتشارات رایانه شهر.....           | ۱۱۸ و ۱۱۹  |
| بازرگانی دوستان شیمی.....          | ۱۲۳        |
| تبلیغات پاسارگاد.....              | ۱۲۹        |
| گروه فنی مهندسی پرینت پک.....      | ۱۳۱        |
| گروه تولیدی هدیه سازان کتیبه.....  | ۱۳۳        |
| مجمع چاپ کریمی.....                | ۱۳۵        |
| ملزومات صحافی دلشاد.....           | ۱۳۷        |
| شرکت نیرو واصل.....                | ۱۳۸ تا ۱۴۰ |
| شرکت فرارنگ.....                   | ۱۴۱        |
| چاپ پویا نقش.....                  | ۱۵۲ و ۱۵۳  |
| شرکت تارشید بافکو.....             | ۱۵۵        |
| شرکت نگارین راد هخامنش.....        | ۱۵۷        |
| کاغذ و مقوای دلال زاده.....        | ۱۷۱        |
| مؤسسه قالب سازی کیهان.....         | ۱۷۱        |
| بازرگانی شالچیان.....              | ۱۷۳        |
| شرکت بنیان ماتریکس.....            | ۱۷۳        |
| کاغذ و مقوای رستمی.....            | ۱۷۵        |
| شرکت ایران آفیس (اعتمادیان).....   | ۱۷۷        |
| شرکت سیما آذر سهند.....            | ۱۷۷        |
| شرکت هوورز.....                    | ۱۷۹        |
| مؤسسه برادران آل طه.....           | ۱۸۱        |
| صنایع بسته بندی کارتن بامداد.....  | ۱۸۳        |
| شرکت میکا.....                     | ۱۸۵        |
| چاپ و تبلیغات نقش آرمان.....       | ۱۸۷        |
| چاپ و صحافی مؤمن.....              | ۱۸۹        |
| چاپ میر تک.....                    | ۱۹۰ و ۱۹۱  |
| شرکت شیمای پرینت.....              | ۱۹۳        |
| بازرگانی ۱۱۰.....                  | ۱۹۵        |
| بازرگانی اصغرپور.....              | ۱۹۷        |
| چاپ نقش رنگ خجستگان.....           | ۱۹۹        |
| صنایع بسته بندی والا.....          | ۲۰۱        |
| گروه صنعتی مهندسی جهانیان.....     | ۲۰۳        |
| انتشارات آسیا.....                 | ۲۰۵        |
| شرکت ترنج.....                     | ۲۰۹        |
| شرکت ایران زمان.....               | ۲۱۱        |
| بازرگانی فتوبهم.....               | ۲۱۳        |
| بازرگانی جلیلی.....                | ۲۱۵        |
| بازرگانی کالای چاپ.....            | ۲۱۷        |

|                                |            |
|--------------------------------|------------|
| صحافی آرش.....                 | ۲۲۳        |
| آشنا برچسب.....                | ۲۲۴        |
| جرتقیل احمد.....               | ۲۲۴        |
| تکنوگرافیک.....                | ۲۲۴        |
| چاپ مهر.....                   | ۲۲۴        |
| شرکت یووی سان.....             | ۲۲۵        |
| شرکت رنگین پلاست ایران.....    | ۲۲۶        |
| پارس پلیکان.....               | ۲۲۶        |
| چاپ آریایی.....                | ۲۲۶        |
| جعبه چسبانی میعاد.....         | ۲۲۷        |
| صحافی حسن پور.....             | ۲۲۷        |
| مجمع چاپ و صحافی دلتا.....     | ۲۲۷        |
| چاپ و بسته بندی هوشمند نو..... | ۲۲۸        |
| صحافی سیمی سازه.....           | ۲۲۹        |
| صحافی مهتاب خواه.....          | ۲۲۳        |
| لیتوگرافی پاسارگاد.....        | ۲۳۶        |
| مؤسسه قالب سازی فجر.....       | ۲۳۷        |
| چاپ و صحافی محمد.....          | ۲۳۸        |
| صحافی نیک اندیش.....           | ۲۳۸        |
| جعبه چسبانی حکمت.....          | ۲۳۸        |
| صحافی حرم.....                 | ۲۳۹        |
| ریمایک.....                    | ۲۴۰        |
| چاپ پیشتان.....                | ۲۴۱        |
| شرکت ایران پک پلاست.....       | ۲۴۲        |
| شرکت ماشین سازی کیامرثی.....   | ۲۴۳        |
| شرکت TMC.....                  | ۲۴۴        |
| شرکت اریکه تجارت پایتخت.....   | ۲۴۵        |
| چاپ هادی.....                  | ۲۴۶        |
| بازرگانی هفت نقش.....          | صفحه ۳ جلد |
| سالنامه نقشینه.....            | پشت جلد    |



## زراعت نیامد رعیت بسوخت



■ بهروز فزلباش

abrooha@gmail.com

گویا عهد بوبکر سعد در شیراز اوضاع بسیار بر وفق مراد بوده است. شهر شعر و گل و بلبل، آسودگی خیال، عیش و عشرت به معنای زندگی شادمان مهیا و سلامتی برقرار و امنیت استوار بوده است که سعدی از آن چنین یاد کرده است. در دیگر عهد های حکومتگران گویا نه تنها چنین وضعیتی بر کشور حاکم نبوده است بلکه اوضاع چنان بهم ریخته و از شکل افتاده بوده است که حتی آب و باران هم از ملت دریغ شده است چنانکه سعدی در گزارش چنین وضعیتی آورده است: «زراعت نیامد، رعیت بسوخت». کلمه امنیت ریشه در واژه «امن» از زبان عربی دارد و به معنی در امان و آسایش بودن، مصونیت از خطر، ترس و تأمین آرامش خاطر است. امنیت حالت فراغت نسبی از تهدید یا حمله یا آمادگی برای رویارویی با هر تهدید و حمله را گویند. امنیت از ضروریترین نیازهای یک جامعه است. امنیت در گفتمان سلبی بر نبود خطر و تهدیدات استوار است؛ ولی امنیت در گفتمان ایجابی به تأمین و تضمین آسایش و آسودگی نظر دارد.

واژه «امن» یعنی بیگزند و بیآسیب و دارای آرامش. امنیت هم یعنی بیگزندی و بیآسیبی یا حالتی که در آن گزند و خطر و آسیب راه ندارد و آرامش در آن برقرار است. در مفاهیم فردی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و بینالمللی یکی از کلید واژههای حساس است.

امنیت در مفهوم اقتصادی یعنی حاکمیت شرايطی که سرمایه در آن آسوده و بیگزند باشد. سرمایه ترسو است. به محض خدشه به امنیت، دچار اضطراب و ترس میشود و اغلب فرار میکند. اگر نتوانست فرار کند مخفی میشود. لازمه هر گونه فعالیت اقتصادی پایدار است. بدون امنیت، هیچ بازاری رونق پایدار ندارد. همه دست روی دست میگذارند و آینده را رصد میکنند، ببینند چه پیشامدهایی رخ خواهد داد. آیا امنیت برقرار و استوار خواهد بود یا در حال از دست رفتن است.

بیشک، نه دولتها و نه بخش خصوصی با ریسک صد در صد سرمایهگذاری نمیکند. امنیت که حاکم باشد آنوقت قواعد بازار حرف اول را خواهد زد. تازه میشود کار کرد.

سعدی در باب اول بوستان در باره عدل و تدبیر و رای داستانی دارد، مبتنی بر نابرابری ظلم و عدل و شرایط استقرار هر کدام از آن دو که قابل تأمل است. داستان این گونه آغاز میشود: «شنیدم که در مرزی از باختر / برادر دو بودند از یک پدر / سپهدار و گردن کش و پیلتن / نکو روی و دانا و شمشیرزن ...» پدر به هر کدام سرزمینی میدهد تا اداره اش کنند و مبادا که بر یکدیگر سرکشند. پدر که دار فانی را بدرود گفت، پسران، حاکم مطلق سرزمین شدند. تا این که «...گرفتند هر یک، یکی راه پیش / یکی عدل تا نام نیکو برد / یکی ظلم تا مال گرد آورد ...» اما «یکی عاطفت سیرت خویش کرد / درم داد و تیمار درویش خورد / بنا کرد و نان داد و لشکر نواخت / شب از بهر درویش، شبخانه ساخت / خزاین تهی کرد و پر

کرد جیش / چنان کز خلاق به هنگام عیش» اوضاع سرزمین چنان به شادی و خوشی و عیش گذشت که «برآمد همی بانگ شادی چو رعد / چو شیراز در عهد بوبکر سعد...»

اما برادر نخست مسیر دیگری پیمود: «...دگر خواست کافزون کند تخت و تاج / بیفزود بر مرد دهقان خراج / طمع کرد در مال بازارگان / بلا ریخت بر جان بیچارگان / به امید بیشی نداد و نخورد / خردمند داند که ناخوب کرد / که تا جمع کرد آن زر از گر بزی / پراکنده شد لشکر از عاجزی / شنیدند بازارگانان خبر / که ظلم است در بوم آن بیهنر / بریدند از آن جا خرید و فروخت / زراعت نیامد، رعیت بسوخت... وفا در که جوید چو پیمان گسیخت؟ خراج از که خواهد چو دهقان گریخت؟» تا این که معلوم شد، «گمانش خطا بود و تدبیر سست، که در عدل بود آنچه در ظلم جست». سعدی در ادامه داستانش اینگونه قضاوت می کند که: «یکی بر سر شاخ، بن میرید / خداوند بستان نگه کرد و دید / بگفتا گر این مرد بد میکند / نه با من که با نفس خود میکند»

امنیت به معنی حراست از یک فرد، جامعه، ملت و یک کشور در برابر تهدیدهای خارجی است و نقطه مقابل «تهدید» به شمار میرود، هر کشوری که بتواند تهدیدهای بالقوه و بالفعل را از میان بردارد، به آسایش و امنیت رسیده است. وقتی که امنیت به دست عوامل داخلی جای خود را به خطر بدهد در واقع جامعه قادر به حفظ ارزشهای اساسی خود نبوده است. «یکی بر سر شاخ، بن میرید... بگفتا گر این مرد بد میکند / نه با من که با نفس خود میکند»

«والتر لیپمن» محقق و نویسنده آمریکایی، نخستین کسی است که مفهوم امنیت ملی را به روشنی تعریف کرده است او میگوید: «ملت وقتی دارای امنیت است که در صورت اجتناب از جنگ بتواند ارزشهای اساسی خود را حفظ کند و در صورت اقدام به جنگ، بتواند آن را به پیش ببرد». میزان سرمایهگذاری در هر کشور، تابع مجموعه های متغیرهای وابسته به امنیت است و «امنیت سرمایه گذاری» در زمره های مهم ترین آنها به شمار می آید.

وقتی امنیت جامعه تهدید میشود، به دلیل ضعف نهادهای امنیته ساز یا رویکردی ذهنی به مقوله امنیت، فرق چندانی ندارد؛ عوامل امنیت زدا و میزان تاثیر هریک از آن عوامل بر نا امنی محیط کسبوکار، از متقاضیان واقعی امنیت، یعنی سرمایه گذاران - بالفعل یا بالقوه - استعلام میشود. منطق رویکرد حاضر این است که برای اقدام به سرمایه گذاری در یک کشور یا صنعت خاص، «احساس امنیت» از جانب افرادی که متقاضی سرمایه گذاری هستند، موضوعیت دارد.



IRANDAR  
PSA LABEL INDUSTRY  
ایراندار

# پستی چاپ

با ضمانت فنی

کیفیت چاپ ، چسبندگی و مقاوم در برابر تنش های محیطی

تکنولوژی تولید اروپا با دستگاه های تمام اتومات

دیکسی

DIXIE  
Tape Industry

ستیو

CETIC  
PSA Label Industry

۰۱۷-۳۲۲۵۱۶۱۳

۰۹۱۲۰۶۸۲۲۱۸ - ۰۹۱۲۵۲۲۷۸۹۱

s.alinasiri@gmail.com





## نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران متأثر از وضعیت اقتصادی



■ هانیه صراف‌زادگان

بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی و صنایع وابسته تهران در تاریخ ۲۲ آذر ماه با حضور محسن جواد (معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی)، مهرزاد دانش (مدیرکل دفتر امور چاپ)، علی فاضلی (رئیس اتاق اصناف ایران) و جمعی از مقامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، همچنین برخی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی و فعالان چاپ و بسته‌بندی کشور در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران گشایش یافت و تا ۲۵ آذر ماه پذیرای علاقمندان صنایع چاپ و بسته‌بندی بود. این نمایشگاه که در ۱۸ سالن برگزار شد، اهدافی چون ارائه جدیدترین خدمات، مواد اولیه و محصولات چاپی در جهت حمایت از تولید داخل، صنایع داخلی و انتقال دانش و تکنولوژی را دربرداشت. در این نمایشگاه که یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای نمایشگاهی صنعت چاپ در خاورمیانه به حساب می‌آید، بیش از ۶۵۰ شرکت کننده داخلی و خارجی که از این میان ۴۵۰ شرکت داخلی و ۲۰۰ شرکت خارجی بودند. ۱۲ کشور حاضر در نمایشگاه نیز چون کشورهای ایتالیا، سوئد، انگلیس، سوئیس، اسپانیا، آلمان، چین، ترکیه، کره جنوبی، هند، اتریش و ژاپن نیز در کنار شرکت‌های ایرانی جدیدترین و به روزترین فناوری‌های خود را به فعالان این حوزه ارائه کردند. علاوه بر ارائه محصولات، ماشین‌آلات و تکنولوژی صنعت چاپ و بسته‌بندی همزمان با بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی چهار کارگاه آموزشی با موضوعات تخصصی کاغذ، چاپ و مدیریت رنگ، با عناوین «فرآیند تولید ورق و شناخت کیفی آن»، «تأثیر مدیریت رنگ بر بهره‌وری چاپخانه‌ها»، «کاغذشناسی در چاپ افست»، «دنیای بازار مارکتینگ و فروش زیاد» توسط اساتید مجرب این حوزه برگزار شد. نشریه چاپ و نشر در گزارشی از کم و کیف این نمایشگاه ضمن گشت و گذاری در آن با برخی از شرکت کنندگان این نمایشگاه به گفت‌وگو نشست است و نظرات آنها را درباره این نمایشگاه جویا شده است که در ادامه می‌خوانید.



- مرکز پخش دستگاه های برش شبرنگ Graphtec, Eagle-1, Cameo 3 Cutter Plotter
- دستگاه های پرس حرارتی Heat Press Machine
- انواع تیغ کاتر پلاتر چینی، ژاپنی، انگلیسی Eagle-1, Copam, Mimaki, Jaguar, Roland, Graphtec
- رول های پی وی سی حرارتی مخصوص لباس PVC Heat Transfer Film
- رنگ تایوانی مخصوص هد اپسون Special Ink for EPSON (DX4, DX5, DX7)
- انواع ریبون رزین - وکس / رزین Resin Ribbon - Wax / Resin
- انواع برچسب گارانتی - آبی - نقره ای - سفید Void Film - Blue - Silver - White



CE 6000 Plus series



FC 8600 series

## GRAPHTEC



Eagle 1



CAMEO 3





## اتحاد؛ سرمناشاء پشرفت و كاهش دغدغه

اسماعیل ایوبی مدیر عامل شرکت بازرگانی ایوبی در خلال بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران، هدف از حضور در نمایشگاه را جلب بیشتر مشتری دانسته و می‌گوید: هدف از شرکت در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی این است که مشتریان مرتبط با



کارمان را پیدا کنیم تا رونقی به کسب و کارمان دهیم. وی می‌افزاید: با حضور در نمایشگاه‌ها مشتریان آشنایی بیشتری نسبت به ما پیدا می‌کنند و به خصوص چاپخانه‌داران با سرویس‌دهی‌های ما آشنا می‌شوند. عمده‌ی کار ما خرید و فروش و واردات ماشین‌آلات چاپ است و تنها برند ثبت شده این حوزه در ایران هستیم. سایت ما نه تنها در ایران بلکه در کل جهان شناخته شده است و تا کنون در نمایشگاه‌های خارجی بسیاری شرکت داشته‌ایم.

ایوبی تبلیغات را نقطه قوت نمایشگاه امسال دانسته و در ادامه بیان می‌کند: امسال یکی از مسائلی که نسبت به دوره‌های قبل در نمایشگاه بهتر بر روی آن بیشتر کار شده بود، افزایش تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی بود. یکی از کارهای مثبت دیگر مسئولان برگزاری نمایشگاه، قراردادن روزهای پنجشنبه و جمعه در بازه زمانی نمایشگاه بود، وسط هفته افراد کمتری به نمایشگاه مراجعه می‌کنند، در سال‌های گذشته به این نکته توجه کمتری می‌شد در صورتی که کارگران و مدیران چاپخانه‌ها باید از نمایشگاه بازدید کنند تا با تکنولوژی روز دنیا در حوزه چاپ آشنا شوند. این حرکت برای ارتقاء صنعت چاپ مفید بوده است.

مدیر عامل شرکت بازرگانی ایوبی تصریح می‌کند: امسال که مجوز برگزاری نمایشگاه به نام اتحادیه‌های صنعت چاپ صادر شده است باعث بهبود عملکرد نمایشگاه شده، سال‌های قبل اختلافات بین اتحادیه‌ها تأثیری بر روند کار ما می‌گذاشت ولی از سال گذشته که اتحاد بین سه اتحادیه شکل گرفت و این پیمان در هتل استقلال بسته شد دغدغه‌ها کاهش پیدا کرده و اتحادیه‌ها هم نظر شدند و حرفشان یکی شده است. مطمئناً برای صنعت چاپ نیز این مسأله مفید خواهد بود.

## ترکیه رقیب خدمات چاپی ایران نیست

سعید علی اکبری مدیرعامل شرکت پردازش تصویر رایان در گفت‌وگو با چاپ و نشر صنعت چاپ را یک صنعت فوق‌العاده رقابتی دانسته و در ادامه می‌گوید: خوشبختانه و یا متأسفانه ظرفیت و پتانسیل موجود در صنعت چاپ بسیار متنوع است، از کارگاه‌های خیلی کوچک



که تنها یک ماشین دارند و بخش کوچکی از عملیات چاپ را پوشش می‌دهند گرفته تا کارخانجات خیلی پیشرفته و مدرن در این صنعت بسیار فعال هستند. هدف ما از شرکت در نمایشگاه‌ها معمولاً این است که بتوانیم در این بازار پر رقابت هم سهم بیشتری از بازار را داشته باشیم، هم مشتری‌ها را آگاه سازیم که شرکت‌هایی چون مجموعه‌ی ما برای ارائه‌ی خدمات با کیفیت چاپ در ایران وجود دارند.

وی با اظهار تأسف از این که بعضی از مشتری‌ها به دلیل عدم شناخت از کارخانه‌های چاپ و یا دلایل دیگر بخش از خدمات چاپی خود را از کشورهای همسایه خصوصاً کشور ترکیه تأمین می‌کنند، تأکید می‌کند: حضور ما در این نمایشگاه به این معنی است که سعی کنیم بتوانیم به مشتریان اطلاع‌رسانی کرده که این خدمات را می‌توانند بهتر و ارزانتر در داخل کشور خودمان انجام دهند.

وی در ادامه به بحث داغ تلاطم ایجاد شده در قیمت کاغذ اشاره کرد و گفت: متأسفانه افزایش قیمت کاغذ همه صنف را تحت شعاع قرار داده است، امیدواریم هم مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت، هم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بقیه مراجع مربوط تدبیری بیاندیشند تا بازار کاغذ به ثبات برسد.

## نیاز به تبلیغات هدفمند

حسین صادقیان مدیرعامل مجتمع چاپ و صحافی نقشینه در گفت‌وگو با چاپ و نشر در حاشیه بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران می‌گوید: متأسفانه امسال با وجود اینکه نمایشگاه زیر نظر سه اتحادیه صنعت چاپ قرار گرفته است، افت زیادی داشته و



تعداد بازدیدکنندگان کاهش پیدا کرده است. وی می‌افزاید: در افتتاحیه این نمایشگاه حتی یکی از وزرای صنعت، معدن و تجارت و یا وزیر ارشاد حضور پیدا نکردند این





# COLORGRAF

مرکب های چهار رنگ افست ساخت ایتالیا

مرکب چهار رنگ یووی • مرکب طلایی • مرکب نقره ای

مرکب فلکسو یووی HI-TECH • مرکب یووی DELTA SYNT

(جهت چاپ بر روی ظروف لبنی و دارویی و انواع ظروف یکبار مصرف)



Design by AMMA Studio (111)

[www.colorgraf.ir](http://www.colorgraf.ir)

@Tejarateram(colorgraf) Tejarateram

همراه: ۰۹۱۲۱۱۰۴۷۲۸

تلفن فروش: ۰۲۱ ۷۷۶۲۵۹۵۰-۵۵

شرکت بازرگانی دنیای تجارت ارم  
نماینده انحصاری مرکب کالرگراف ایتالیا







خود یکی از مشکلات این صنعت را نشان می‌دهد که هنوز متولی مشخصی ندارد که به داد این صنف برسد. وی با اشاره به مبلغی که ستاد برگزاری نمایشگاه از غرفه‌داران بابت هزینه تبلیغات گرفته بود، می‌گوید: تبلیغات قابل قبولی برای این نمایشگاه ارائه نشده بود. لیست تیزرهای تبلیغاتی را دیده‌ام ولی متأسفانه زمان و شبکه‌ای مناسبی را برای تبلیغ انتخاب نکرده بودند. بیشتر تبلیغات نمایشگاه، در شبکه خبر و شبکه ۵ (که چند سالی افت داشته) انجام شده بود. در صورتی که مخاطب این نمایشگاه مدیران هستند، نه خانم‌های خانه‌دار. بهتر بود تبلیغات در شبکه یک، قبل از اخبار سراسری انجام می‌گرفت.

صادقیان تأکید می‌کند: این نمایشگاه، نمایشگاه صنعت پر قدمت چاپ بود ولی از این نمایشگاه شاهد حتی یک خبر هم در اخبار رادیو و تلویزیون نبودم، در صورتی که بارها در رادیو اخبار نمایشگاه فناوری و فن بازار که همزمان با نمایشگاه چاپ برگزار شد را شنیدم.

صادقیان در انتها می‌گوید: ستاد برگزاری نمایشگاه زحمات بسیاری را برای برپایی نمایشگاه کشیده‌اند ولی این صنعت نیازمند تدابیر بیشتر است و باید آگاهانه با آن برخورد شود.

#### ارائه دستگاه‌هایی با قیمت مناسب و با کیفیت

منوچهر داودی، مدیر کارگاه ماشین‌سازی حرفه‌وفن در گفت‌وگو با چاپ و نشر بیان می‌کند: در نمایشگاه امسال برای اولین بار ماشین لمینت فول اتومات ساخت ماشین‌سازی حرفه و فن را عرضه کردیم.



وی با اشاره به این مساله که از سال ۱۳۵۶ در حوزه ساخت ماشین آلات چاپ فعالیت دارد می‌گوید: تاکنون ۱۰ نوع ماشین در این حوزه در ایران تولید کرده‌ایم و مزیت دستگاه‌های ما با همتای خارجی آن برخورداری از قیمت مناسب، کیفیت و خدمات پشتیبانی بهتر است. قیمت ماشین‌های تولید ما در حدود ۱۰ درصد کمتر از ماشین‌آلات مشابه خارجی آن است. تنها تولیدکننده‌ای که با ما رقابت می‌کنند تولیدکنندگان کشور چین هستند، ولی دستگاه‌های ما از کیفیت بالاتری برخوردار است.

وی در انتها اشاره می‌کند: تاکنون به کشورهای عراق، ارمنستان و آذربایجان نیز ماشین‌آلات صادر کرده‌ایم ولی صادرات مشکلات خاص خود را دارد و به دلیل همین مشکلات از برخی کشورها برای صادرات فاکتور گرفته‌ایم، زیرا مشتریان برای حضور در ایران و گرفتن ویزا با وزارت خارجه مشکل دارند. این موضوع را به اتحادیه‌مان اطلاع داده‌ایم ولی هنوز نتیجه آن مشخص نیست. انتظار ما از نمایشگاه هماهنگی خوب و بازدید چشمگیر است.

#### آنها در نمایشگاه الماس را محک می‌زنند

در گشت و گذار نمایشگاهی به غرفه شیک مجتمع چاپ نقش الماس واقع در سالن ۳۸ برخوردیم. نقش الماس از آن دست برندهای معروف صنعت چاپ است که در هر دوره نسبت به دوره‌ی قبل پر انرژی‌تر و پررنگ‌تر ظاهر شده است.



گپ‌وگفتی با مصطفی حاجیلو از مدیران این شرکت بزرگ داشتیم، او در مورد حضور پر رنگ نقش الماس در نمایشگاه چاپ بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران، می‌گوید: وقتی یک شرکت از حدی معمول فراتر رفته و بنام و بزرگ می‌شود، این تغییر نباید روی برخورد آن با مشتریانش تأثیر بگذارد، اتفاقاً باید مشتری مداری را در رأس کارهای خود قرار دهد. نقش الماس به نمایشگاه می‌آید تا دیدار با مشتریانش را تازه کند، عموماً مشتریان رابطه‌ی مستقیمی با مدیریت کسب و کارهای بزرگ ندارند و این نمایشگاه چاپ است که این امکان را فراهم می‌نماید.

حاجیلو در ادامه می‌افزاید: ما به دو علت عمده در نمایشگاه شرکت می‌کنیم، ابتدا می‌آییم تا حضورمان را اعلام کنیم و از تغییرات و پیشرفت‌های مان در طی یکسال پرده‌برداری کرده و پیشرفت‌های مجتمع نقش الماس را به اطلاع مشتریان و همکاران برسانیم. در وهله دوم هم برای دیدار با مشتریان و شنیدن پیشنهادات و انتقادات آنها و کاربست این سخنان در روند توسعه‌ی نقش الماس است. ما در این گفت و گوها نقش الماس را در یک سالی که گذشت محک می‌زنیم.

وی از حال و هوای نمایشگاه امسال می‌گوید: نمایشگاه امسال پر فروغ‌تر بود؛ با اینکه گفته می‌شد شرکت‌کنندگان شهرستانی در آخر هفته به نمایشگاه می‌آیند اما از روز اول نمایشگاه ما



صحافی

# erfan 2000

## تجهيزات موجود در کارگاه

|       |                                |
|-------|--------------------------------|
| عدد ۲ | ورق تاکنی ۲,۵ و ۳,۵ ورقی اشتال |
| عدد ۳ | دوخت زنجیری پلی گراف           |
| عدد ۱ | فتر جمع کن اتومات              |
| عدد ۲ | پانچ نیمه اتومات               |
| عدد ۲ | گردکن کتاب                     |
| عدد ۲ | گردکن جلد                      |
| عدد ۱ | جلدسازی اتومات                 |
| عدد ۱ | سیریشم زنی                     |
| عدد ۲ | لب برگردان                     |
| عدد ۱ | چسب گرم پنج خونه               |
| عدد ۱ | برش سه طرف بر                  |
| عدد ۱ | برش شنايدر دهنه ۱۳۵            |

سررسيد تخصص ماست



با پرسنلی مجرب

### توليدات روزانه

|       |               |
|-------|---------------|
| ۱۰۰۰۰ | سررسيد دوختی  |
| ۱۰۰۰۰ | سررسيد فتری   |
| ۲۰۰۰۰ | سررسيد ته چسب |

با مدیریت: عرفان و محمدرضا اژدری

آدرس کارگاه: جاده خاوران خ خاورشهر- به طرف محمودآباد جنب درمانگاه شهید عراقی پلاک ۱۰۰

۰۹۱۲-۶۳۴۹۰۶۶

۰۲۱-۳۳۸۵۳۷۳۰







بسیاری از مشتریان شهرستانی مجموعه را ملاقات کردیم و با استقبال بی نظیری در غرفه روبه رو بودیم. حاجیلو درباره مشکلات این صنف بیان می‌کند: ما همواره به دنبال انجام کارهای جدید و عرضه نوآوری‌های بیشتر هستیم. برای توسعه و پیشرفت باید هزینه کرد و سرمایه‌گذاری انجام داد اما متأسفانه ما یک صنف بی‌پشتیبان هستیم و از هیچ‌جا به ما کمکی نمی‌شود و تسهیلاتی در اختیارمان قرار نمی‌گیرد. ما به دنبال چاپ کارهایی با کیفیت بالا و مقاوم و به اصطلاح کارتهایی با جنس عابر بانک بودیم که در آن موفق شدیم و حرکت بعدی ما گام گذاشتن در وادی دیجیتال است که احتیاج به سرمایه‌گذاری بالایی دارد و همانطور که گفتیم عدم حمایت سدی در مقابل ما تشکیل داده که حرکت رو به جلوی ما را کند کرده است.

وی می‌افزاید: صنعت چاپ آنقدر وسیع است و شاخص‌های متفاوتی را در بر می‌گیرد که هرچقدر در آن سرمایه‌گذاری کنیم باز هم دیده نمی‌شود. من قبول دارم که خلف وعده‌ها در برخی شاخه‌های صنعتی، بانک‌ها و دیگر مراجع مربوط به تسهیلات‌دهی را بدبین کرده اما مجتمع و کارخانه‌های زیادی وجود دارند که در طی سال‌ها فعالیت صداقت را نشان داده‌اند و در صورت کمک‌های جزئی اما به موقع می‌توانند به شکوفایی هرچه بیشتر و بهتر برسند که امیدواریم این اتفاق رقم بخورد تا صنعت و تولید ما دگرگون شده و پیشرفت را تجربه کند.

وی در ادامه اضافه می‌کند: یکی دیگر از مشکلات، وضعیت نابسامان و متغیر بازار مواد اولیه چون کاغذ است. در سال‌های پیش ما زبان‌های زیادی از این تغییرات نصیبمان شد. ما تعرفه‌های قیمت خود را در اختیار افرادی که با نقش الماس کار می‌کنند قرار داده‌ایم، آنها هم بر اساس همین قیمت سفارش‌گیری کرده‌اند و قرارداد بسته شده است اما به یکباره با افزایش قیمت روبه‌رو شده‌ایم و در نهایت ضرر این افزایش قیمت متوجه ما بوده است.

ما از این مدیر موفق رمز توقف نقش الماس را پرسیدیم، وی می‌گوید: وضعیت مناسب و دلخواه نیست اما هر کس بتواند در این بازار با حداقل سود کار حرفه‌ای بیشتری را تحویل دهد و دائم نوآوری داشته باشد می‌تواند به خوبی خود را مطرح کرده و مشتری را مطمئن کند.

#### شرکت پررنگ در نمایشگاه توجیه اقتصادی ندارد

حمید شارع‌پور مدیرعامل شرکت فرزاتگان دلایل غیبت خود در نمایشگاه بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را اینگونه بیان می‌کند: فرزاتگان بیشتر از ده دوره به صورت متواتر در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران حضور داشت اما در این دوره شرکت نکرد. به نظر من بالا رفتن نرخ ارز و عدم ثبات بازار، عدم بازخورد مثبت طی این دوره‌ها و هزینه‌های بالای شرکت در نمایشگاه باعث شده شرکت‌های زیادی از خیر حضور در نمایشگاه بگذرند و با شرکت در آن را به هر چند دوره یکبار ماکول کنند، البته برخی از شرکت‌کننده‌ها به خاطر دید بازار و مشتری و رقیبان در نمایشگاه، به حضوری کم‌رنگ بسنده کردند.

وی در ادامه تصریح می‌کند: غرفه‌هایی که فرزاتگان در این سال‌ها در اختیار می‌گرفت، غرفه‌های ارزی بود که هزینه‌های زیادی را متوجه ما می‌کرد. نمایش ماشین‌ها در غرفه هم هزینه‌های زیادی در برداشت که علاوه می‌شد. از طرفی هم می‌دیدیم که بازار و مشتریان خود را داریم و حضور یا عدم حضور ما در نمایشگاه تأثیر چندانی در جلب آنها ندارد از این رو تصمیم گرفتیم فعلاً برای این دوره در نمایشگاه شرکت نداشته باشیم شاید با تثبیت بازار و تغییر وضعیت، فرزاتگان هم حضور خود را برای دوره‌های بعد از سر بگیرد.

وی می‌افزاید: این نکات را در مورد غرفه‌های ارزی و حضور تمام عیار گفتیم تا شما بزرگ بودن یک غرفه را به پای حضور پررنگ افراد نگذارید. قیمت یک غرفه ارزی چشمگیر، هزینه‌های زیادی دارد و نمایشگاه فعلی توجیه اقتصادی برای شرکت و کسب و کارهایی چون کسب و کار ما ندارد.

#### تنها مذاکره کفایت نمی‌کند

مجتبی محمودیان رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران قم در بازدید از بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی می‌گوید: چند واحد فعال از استان قم در این نمایشگاه شرکت کرده‌اند. یکی از این شرکت‌ها در حوزه ماشین‌آلات





سالنامه انوش  
۱۳۹۷

ANOOSH 2018-2019  
calendar

Tel: 031 3450 2777  
Fax: 031 3452 6728  
WWW.Samapack.ir



آدرس: خیابان کاوه، سه راه ملک شهر  
خیابان گنستان، کوی کوثر، کارگاه پنجم  
Email: Samaprint65@Gmail.com



SAMA Printing & Packaging







سلفون کشی مدرن فعالیت دارد و با مشارکت یک شرکت ایتالیایی در نمایشگاه امسال حضور دارد. وی با اشاره به این نکته که استان قم یکی از پایتخت‌های فرهنگی در حوزه چاپ و نشر است درباره رونق این حوزه تصریح می‌کند: در ۲۰ روز اخیر شاهد تغییراتی در بازار نشر بودیم ولی متأسفانه نوسانات شدیدی که اخیراً در قیمت کاغذ رخ داده، بازار را مجدداً به رکود کشانده است. افزایش قیمت کاغذ باعث شد تقریباً تمام واحدها دست نگه دارند. امیدواریم قیمت کاغذ به تعادل برسد تا باز اشتیاق به تولید زیاد شود.

محمودیان با اظهار تأسف از این که در حال حاضر شاهد وضعیت خوبی در این حوزه نیستیم؛ گفت: امیدوارم امسال شاهد نمایشگاهی متفاوت باشیم. در نمایشگاه باید ماشین‌آلات و تکنولوژی به روز دیده شود. وجود تنها غرفه‌ای برای مذاکره برای صنعت چاپ کارگشا نیست. این صنعت نیازمند اتفاقات جدید است.

### چاپ ایران صد سال عقب تر از جهان

فرزاد رضایور کارشناس ارشد فروش شرکت صفری در گفت و گو با چاپ و نشر می‌گوید: چاپ ایران صد سال از جهان پیشرو عقب تر است.



رضا پور درباره ضرورت تحول در صنعت چاپ ایران با تأکید بر اینکه نمایشگاه‌های خارجی و مخصوصاً اروپایی چاپ نشان می‌دهد که صنعت چاپ در جهان تا چه اندازه پیشرفته است بیان می‌کند: مسئولان صنعت ایران از نمایشگاه‌های چاپ جهان بازدید می‌کنند و معتقدند که صنعت چاپ و نشر ایران باید تا سطح اول جهان رشد کند اما هیچ اتفاق تازه‌ای در صنعت ایران رخ نمی‌دهد.

رضا پور می‌افزاید: سرعت پیشرفت در جهان چنان است که برای ایجاد تحول نیازمند صبوری سالانه نیست، نه تنها در هر فصل، این صنعت با تازه‌های تکنولوژیک روبه رو است بلکه می‌توان گفت دوره تغییر جهان چاپ از یکسال و یک فصل به یک ماه رسیده است.

رضا پور تصریح می‌کند: با این روندی که جهان پیش گرفته شده است، صنعت چاپ ایران تا همیشه باید مقلد بماند. وی با تشکر از کسانی که در تولید دستگاه‌های چاپ فعال هستند و این مقدار تلاش را باید قدردانی کرد، می‌گوید: تولید دستگاه‌های چاپ در ایران در بهترین حالت، نوعی کپی کاری است و مسأله «قیمت تمام شده» دستگاه مطرح است، هر جا که مسأله قیمت مطرح باشد، صد البته کیفیت قربانی می‌شود.

کارشناس ارشد فروش شرکت صفری با بیان اینکه نمایشگاه چاپ فرصتی برای آشنایی مشتریان و متقاضیان چاپ با تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات است بیان می‌کند: هر سال نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی به صورتی برگزار می‌شود که انگار قرار نیست خلایقی در آن باشد. ما هر سال، سال‌های دیگر خود را تکرار می‌کنیم. هر چند ممکن است آشنایی امروز مشتریان با شرکت‌کنندگان در نمایشگاه، همین امسال منجر به عقد قرارداد نشود، اما حضور در بازار یک اصل است و ما باید در بازار حضور داشته باشیم. نمایشگاه سال ۹۴ نمایشگاه بهتری نسبت به نمایشگاه سال ۹۵ بود و امسال هم امیدواریم اتفاقات تازه‌ای در این نمایشگاه رخ دهد.

### تبلیغات مطلوب، استقبال نامناسب

صبا گلشن، مدیر روابط عمومی و تبلیغات سالنامه برگ می‌گوید: با توجه به اینکه اکثر شرکت‌های تولیدکننده سررسید در بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران حضور داشتند ارزیابی خوبی را نسبت به این نمایشگاه دارم.



وی تبلیغات و اطلاع‌رسانی بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران را نسبت به سال‌های گذشته مطلوب‌تر دانسته و اضافه می‌کند: امسال تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه قوی‌تری را نسبت به سال‌های گذشته در صدا و سیما شاهد بودیم.

گلشن درباره استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه می‌افزاید: استقبال انجام شده از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال کمتر از پیش‌بینی ما بود و برای ارزیابی از دستاوردهای نمایشگاه نیاز است یک ماه از برگزاری نمایشگاه بگذرد تا نتیجه را مورد بررسی قرار دهیم.





# آریا ایساتیس آرتا

## ARYA ISATISS ARTA

تولیدکننده انواع حوله

قیمت  
مناسب

ماندگاری  
تبلیغات

کیفیت  
بالا



ویژگیهای بارز محصول

رنگ های متنوع  
قابلیت بافت طرح و لوگو  
امکان تولید در هر سایز و اندازه  
موثر در تبلیغات

[www.aryaarta.com](http://www.aryaarta.com)







# بازرگانی اسکویی

OSKOEI Trading Co.

وارد کننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی



مرکب فیلینت گورپ



مرکب یور پرینت اروپا



الکل ال جی اورجینال



Email :oskuei.f@yahoo.com



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

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

۸۸۱۴۱۶۴۶

<https://t.me/oskueiiii>





دیلمی درباره‌ی دلیل حضور پر رنگ و میزان بازخورد نمایشگاه می‌گوید: ما هزینه زیادی کردیم و بزرگترین غرفه را در نمایشگاه داشتیم تا بتوانیم تکنولوژی روز جهان را به صنعتگران کشورمان عرضه کنیم. ما نسبت به سال‌های گذشته استقبال خوبی داشتیم و می‌توانم بگویم غرفه ما مرجعی شد تا دوستان تشریف بیاورند و اتفاقات روز جهان در حوزه‌ی صنعت چاپ را رصد کنند.

#### اطلاع‌رسانی جانمایی‌ها به واسطه فضای مجازی

مسعود مولایی مدیر عامل شرکت آریا ایساتیس آرتا با برند آریا آرتا و ایساتیس بگ که در تولید ساک‌های تبلیغاتی با قابلیت تجزیه‌پذیری در طبیعت فعالیت دارد می‌گوید: تولید حوله و منسوجات با لوگوی مشتریان جزو تولیدات و محصولات جدید کاری شرکت ما است.



وی می‌افزاید: چهارمین سال است که در نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران شرکت کردیم و به نظر می‌رسد بازدیدکنندگان امسال نسبت به سال‌های قبل کمتر شدند، شاید شرایط اقتصادی جامعه باعث این افت شده است. غالباً بازدیدکننده‌ها متخصص بودند.

مولایی اشاره می‌کند: به اعتقاد بنده مجری برگزاری نمایشگاه امسال تبلیغات کمتری را انجام داده بود و به بیلبردهای داخل مترو بسنده کرده بودند. سال‌های قبل بیلبردهای خیابانی و محیطی نمایشگاه بیشتر بود و اطلاع‌رسانی بیشتری انجام شده بود.

وی برای هر چه بهتر برگزاری این نمایشگاه بیان می‌کند: امسال کانال تلگرام و اپلیکیشن نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را راه‌اندازی کرده بودند ولی ظاهراً این موارد برای تمام مردم گویا نبود، برای برگزاری بهتر نمایشگاه نیاز به اطلاع‌رسانی جامع‌تر است و نباید تبلیغات محیطی را دست کم گرفت، زیرا بیلبردها خیابانی کارایی بهتری نسبت به تلگرام و اپلیکیشن‌ها دارد. بهتر است از هر دو نوع تبلیغ در کنار هم استفاده شود.

مدیر عامل شرکت آریا ایساتیس می‌گوید: امسال برای اطلاع‌رسانی از جانمایی چندین بار مکرراً با مسئولان تماس گرفتیم ولی متأسفانه جواب درستی به ما ندادند و در نهایت در روز آخر تماس گرفتند و اطلاع دادند که برای جانمایی اقدام کنیم در صورتی که می‌توانستند توسط فضای مجازی اطلاع‌رسانی بهتری صورت دهند تا اینکه تلفنی اطلاع بدهند. وی در انتها اشاره می‌کند: به نظر بنده شرکت‌هایی که واقعاً تخصص دارند و تولیدات دارند و واسطه نیستند بیشتر باید در نمایشگاه‌ها شرکت کنند. دیده می‌شود برخی از همکاران ما در بدو تولید دستگاه خریداری کردند و تولیداتشان را با قیمت‌های پایین و ارزان ارائه می‌کنند و این مسأله باعث رکود و شکست کار در بلند مدت می‌شود و به چرخه اقتصادی و گردش کار فکر می‌کنند و در بلند مدت باعث ورشکستگی آنها می‌شود.

#### شرایط ملتهب اقتصادی، کاهش بازدیدکننده

بهنام بهروش مدیر مجموعه رث گرافیک درباره نمایشگاه امسال می‌گوید: نمایشگاه امسال با سال‌های گذشته متفاوت بود، بیشتر مخاطبانی که به غرفه ما مراجعه می‌کنند مرتبط با صنایع بسته‌بندی و چاپ هستند و کمتر به دنبال بحث‌های تکمیلی چاپ هستند. به صورت جدی به دنبال سررسید و مسائل مرتبط با آن نیستند، بازدیدکننده‌ها بیشتر برای بازدید از دستگاه‌های چاپ مراجعه کرده بودند.



وی هدف خود را از شرکت در نمایشگاه فروش بیشتر بیان کرده و تأکید می‌کند: طبیعتاً ما نیز مانند بقیه همکاران امسال تنوع بیشتری به کارها و تولیداتمان داده‌ایم، اتفاق خوبی که در این بازار و صنف افتاده است این است که همکاران خیلی خوب پیشرفت کرده‌اند و برای بقا در این بازار باید سرعت پیشرفت بیشتر از پیش باشد، چون همه‌ی همکاران در این حوزه فعالیت خوبی داشته‌اند و غیر از آن مشتریان نیز با سلیقه و تنوع‌طلب‌تر شده‌اند در نتیجه برای باقی ماندن در این بازار تلاش بیشتری را می‌طلبید.

وی می‌افزاید: با وجود اینکه امسال مجوز نمایشگاه به نام اتحادیه چاپ، لیتوگرافی و صحاف شده بود، تفاوت چندانی در برپایی نمایشگاه احساس نکردم. تغییر و تحول در نمایشگاه الزاماً به برگزارکننده نمایشگاه بر نمی‌گردد. من شخصاً تبلیغات زیادی را از نمایشگاه چاپ دیدم ولی مخاطبان هدف ما به غرفه‌ی ما مراجعه نکردند شاید نمایشگاه چاپ مخاطبان جدی ما را در بر نمی‌گیرد. نمی‌توان همه کارها را از کمبود عملکرد اتحادیه‌ها و یا برگزارکنندگان نمایشگاه دانست، شاید کم شدن



# پیشرو در صنعت چاپ روی سطوح صاف در ایران



Print P.T.B  
پیشگامان  
تصویر  
برتر



مرکز خدمات چاپ دیجیتال فلت بد روی کلیه سطوح بصورت مستقیم و کاملاً تخصصی تا ابعاد  $(255\text{ cm} \times 125\text{ cm})$

چاپ روی تمامی سطوح :

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

تا ضخامت  $10\text{ cm}$  در ابعاد  $(255\text{ cm} \times 125\text{ cm})$  چاپ هشت رنگ با وضوح  $2880\text{ DPI}$  واقعی ، بدون نیاز به عملیات قبل و بعد از چاپ با ماندگاری قابل قبول UV بدون محدودیت رنگ ، سایز و متریا

انجام کلیه سفارشات چاپی و تبلیغاتی روی اجسام مختلف جهت :

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

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

[www.tasvirprint.com](http://www.tasvirprint.com)





مراجعه کنندگان به نمایشگاه به شرایط اقتصادی در حال حاضر و شرایط ملتهبی که حاکم شده است، مربوط باشد. این التهاب می تواند حتی بر تعداد بازدیدکنندگان یک نمایشگاه نیز تاثیرگذار باشد، این بی انصافی است که همه موارد را از نحوه عملکرد ستاد برگزاری نمایشگاه بدانیم، من معتقدم مجموعه عوامل مختلف باعث این رکود شده است.

بهروش با تقسیم بندی مخاطبان به دو قشر تصریح می کند: اولین قشر مخاطب ما شرکت های تبلیغاتی و همکاران هستند و قشر دوم شرکت ها و خریداران نهایی هستند که متأسفانه نمایشگاه چاپ و بسته بندی به خصوص برای قشر دوم که خریداران نهایی هستند، جا نیافتاده است با اینکه ما خودمون اطلاع رسانی کرده بودیم و از اطلاع رسانی همکارانمان نیز اطلاع داریم ولی نتیجه خوبی نگرفتیم. بخش دیگر نیز به خاطر عدم ثبات اقتصادی باعث شده است که برخی از مخاطبان ما نتوانند به جمع بندی برای تهیه سالنامه و از این قبیل داشته باشند که بخش عمده ی کمرنگ بودن بازدیدکننده های نمایشگاه به این مبحث مربوط است.

### حضور در نمایشگاه به منزله برندسازی

داوود جوان مدیر بازرگانی گروه صنایع پوشش کاغذ البرز درباره نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران می گوید: سومین بار است که در نمایشگاه شرکت کردیم به نظر من شرکت کنندگان در نمایشگاه سمت و سوی تخصصی تری را به خود گرفته اند ولی متأسفانه بازدیدکننده ها هنوز غیر متخصص هستند.



وی می افزاید: سال گذشته در سالن شش و امسال ۳۸ غرفه داشتیم به نظرم امسال این سالن خلوت تر از دیگر سالن ها بود. حضور در نمایشگاه برای ما جنبه تجاری زیادی ندارد و بیشتر برای اعلام حضور در نمایشگاه شرکت کردیم و به دنبال سود تجاری نیز نبودیم و بیشتر نیت ما از حضور در نمایشگاه برندسازی است.

مدیر بازرگانی گروه صنایع پوشش کاغذ البرز درباره ی تبلیغات نمایشگاه بیان می کند: متأسفانه تبلیغات زیادی از نمایشگاه ندیدم. بازدیدکننده در نمایشگاه حضور داشت ولی تخصصی نبودند و از همه قشر حضور پیدا کرده بودند. به غرفه ی ما در حدود ۳۰۰ بازدیدکننده ی مرتبط با صنف مراجعه کردند.

وی می افزاید: بازار کاغذ آشفته است هیچکس از آینده خبر ندارد که چه می شود، حتی نمی توانیم پیش بینی داشته باشیم. همه ی اخبار بد است، اگر خبر خوبی می رسد، سریعاً تکذیب می شود. کارخانه های کاغذ چین به دلیل معضلاتی که برای آلودگی هوا پیش آورده اند رو به تعطیلی هستند و این مورد باعث بالا رفتن قیمت جهانی کاغذ شده است، از طرفی کارخانه چوب و کاغذ مازندران که از تامین کنندگان کاغذ بود هم اکنون نمی توانند نیاز بازار را رفع و به تعهداتشان عمل کند و مزید بر علت شده است.

### وضعیت ثبت نام بهتر از قبل

هادی خواجوی مدیر موسسه خواجوی درباره ی بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران می گوید: امسال چون روزهای پایانی هفته را در زمان برگزاری نمایشگاه در نظر گرفته بودند به همین سبب بازدیدکننده بیشتری توانست از



نمایشگاه بازدید کند. وی می افزاید: امسال بخش زیادی از شرکت کنندگان نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی در نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت کرده بودند و بر تعداد غرفه گذاران افزوده شده بود، چون این نمایشگاه برند قوی تر است.

به گفته خواجوی اطلاع رسانی امسال بهتر از قبل بود، هم تیزرهای تلویزیونی هم تبلیغات سمیعی و بستری بیشتری را در نظر گرفته بودند و باعث رونق نمایشگاه شد. امیدواریم بازدیدکننده ها بعد از نمایشگاه به واحدها مراجعه کنند و کسب و کار صنعت چاپ هر روز رونق بیشتری پیدا کند.

مدیر موسسه خواجوی تأکید می کند: امسال که مجوز برگزاری نمایشگاه به نام سه اتحادیه شده بود فضای ثبت نام بهتر از قبل بود، زیرا اتحادیه ها قدیمی های صنف را می شناسند و با کارها و کاربرد محصولاتشان بیشتر آشنایی دارند و در اولویت قرار می دهند. این یک اتفاق خوب است



در یک چاپ خوب  
طعم‌ها  
حس می‌شوند...



لیتوگرافی | چاپ | سلفون حرارتی | صحافی

خ سعیدی شمالی، خ برادران قلادی، نبشست زرافشان، پلاک ۱۶  
۷۷۵۲ ۸۳۴۶ ☎ ۰۲۱-۷۷۵۲ ۰۳۵۴ - ۷۷۵۲ ۰۳۵۵  
📧 Sahandprintco@gmail.com ☎ 0990 397 3093

• ۲ ورقی چهار رنگ اسپید مستر پشت و رو زن ۲۰۱۱  
• ۲ ورقی چهار رنگ اسپید مستر پشت و رو زن ۱۹۹۹  
• برش پلار ۱۱۵ دیجیتالی • و سال‌ها تجربه...





که بعد از چندین سال برگزاری نمایشگاه که به عهده‌ی مجمع امور صنفی بود مجدد به ۳ اتحادیه واگذار شد. خواجوی اشاره می‌کند: من از سال ۸۳ افتخار حضور در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را داشته‌ام و دغدغه همیشگی ما زمان نمایشگاه است، بعضی سال‌ها آخر هفته را در آن گنجانده می‌شود البته ستاد برگزاری نمایشگاه زیاد نمی‌تواند در این مورد مداخله کند ولی ترجیح خانواده صنعت چاپ برگزاری نمایشگاه در ۶ ماه اول سال و یا مهر ماه است. وی در انتها از نشریه چاپ و نشر که اخبار حوزه چاپ را پوشش می‌دهد تشکر کرده و می‌گوید: از دست‌اندرکاران نمایشگاه که حداقل امسال عملکرد خوبی داشتند نیز سپاس‌گزارم.

#### ایجاد تغییر در صنعت چاپ با تعامل و همکاری بیشتر

محمود دمیرچی مدیر عامل شرکت سخت افزار سارا یکی از غرفه‌گذاران بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران می‌گوید: مجموعه ما سازنده‌ی آیدی پرینترها (پرینترهای چاپ شناسنامه و گذرنامه) است و از سال ۸۴ فعالیت خود را شروع کردیم و از سال ۸۹ دستگاه‌های چاپ شناسنامه را به صورت پایلوت تولید کردیم و برای چاپ پاسپورت نیز با وزارت امور خارجه همکاری داریم.



وی می‌افزاید: در بخش تحقیق و توسعه شرکت تصمیم گرفته شد بعد از سه سال امسال مجدداً در نمایشگاه چاپ شرکت داشته باشیم. متأسفانه هر سال وضعیت نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نسبت به دوره‌های گذشته ضعیف‌تر می‌شود. همکارانمان نیز بر این باور بودند که هم مشارکت شرکت‌کنندگان در نمایشگاه و هم تعداد بازدیدکنندگان دچار ضعف شده بود.

دمیرچی شرایط اقتصادی را بزرگترین عامل در ضعف نمایشگاه چاپ دانسته و تأکید می‌کند: برای خروج از این بحران مسئولان کشور باید تدبیری بیاندیشند. ما در سیاست‌گذاری‌ها دخیل نیستیم ولی اگر تعامل بین همکاران وجود داشته باشد و نسبت به هم بدون جبهه‌گیری همکاری بیشتری صورت دهیم، می‌توانیم در این صنعت تغییر ایجاد کنیم.

#### نمایشگاهی برای واسطه‌ها و دلان

ابوالفضل ساکت مدیرعامل شرکت رمزینه نگار سپهر تولیدکننده انواع لیبل‌های پشت چسب‌دار و چاپ لیبل‌های پشت چسب‌دار درباره نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال می‌گوید: نمایشگاه امسال خوب بود ولی بیشتر بازدیدکنندگان همکار بودند و مصرف‌کننده نهایی کمتر در این نمایشگاه حضور داشتند. بازار بیشتر سمت و سوی دلالی و واسطه‌گری را به خود گرفته است.



وی می‌افزاید: دومین سال است که در این نمایشگاه شرکت کردم ارزیابی من نسبت به سال گذشته این است که امسال از نظر مشارکت مردم بهتر بود و تا حدودی از حضور در نمایشگاه رضایت دارم و تقریباً به اهدافم رسیده‌ام. ساکت درباره انتظارات از مسئولان ستاد برگزاری نمایشگاه بیان کرد: تا امروز انتظاراتمان را تا حدودی برآورده کرده‌اند. یکی از مسائلی که جا دارد بیان کنم این است که اکثر همکاران ما در یک سالن غرفه داشتند و چند شرکت مانند ما تک افتاده بودند که فکر می‌کنم این دسته‌بندی‌ها متناسب با تعداد دفعات شرکت در نمایشگاه بوده باشد ولی در کل نمایشگاه خوب بود.

به گفته مدیرعامل شرکت رمزینه نگار سپهر، نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در فصل مناسبی برگزار نمی‌شود و هوا سرد است و سرما باعث می‌شود از تعداد بازدیدکنندگان کاسته شود، اگر مسئولان بتوانند این نمایشگاه را با نمایشگاهی که از تعداد بازدیدکننده‌ی کمتری برخوردار است جابه‌جا کنند بر میزان بازدیدکنندگان این نمایشگاه می‌افزایند زیرا بیشتر مراجعه‌کنندگان این نمایشگاه از شهرستان‌ها هستند سرما و شرایط جوی این فصل گاهی مراجعه‌کنندگان را از حضور در این نمایشگاه منصرف می‌کند. اگر فصل برگزاری نمایشگاه تغییر کنند شرایط برای حضور بازدیدکننده‌ها نیز مناسب‌تر می‌شود.



# FLORA®

## Digital Printing System



### PPA3220UV

چاپگر یووی فلت بد برای اولین بار در ایران  
با هد ۱۶ هد Konica 1024i و قابلیت Ricoh Gen5, Kyocera  
دقت چاپ ۶ پیکو لیتر و حداکثر سرعت ۲۰۰ متر در ساعت



### XTRA2000HUV

چاپگر هایبرید یووی  
مناسب برای کارهای سطح تخت و رول تورول با امکانات منحصر بفرد



### XTRA320SG

چاپگر توانمند سالونت بیس با هد استار فایر  
بالاترین دقت ۱۰ پیکو لیتر و حداکثر سرعت ۷۶۰ متر مربع در ساعت  
با جدیدترین هد اسپکترال آمریکایی Starfire



### XTRA320UV

چاپگر رول تورول یووی  
با هد های Ricoh Gen5, Konica 1024i, Kyocera

## نمایندگی انحصاری فلورا در ایران

- قدرتمندترین چاپگر های سالونت بیس و یووی برگرفته از بالاترین استانداردهای کیفیت و به روزترین تکنولوژی هد های مطرح Konica 1024i, Ricoh Gen5, Kyocera
- گارانتی واقعی تعویض قطعات و تعویض چاپگر به مدت یکسال و ارائه خدمات پشتیبانی به همراه سرویس دوره ای توسط تکنسین فلورا به مدت پنج سال
- مجهز به جدیدترین سیستم سه نسخه ای I1PRO2 به منظور ارتقا کیفیت خدمات به مشتریان تخصصی راهگستران، ساخت پرو فایل های تخصصی،



تنظیم رنگ چاپگر و مانیتور با فایل خروجی بسته به نوع کاربرد

# RAHA

## GOSTARAN

### شرکت راهگستران

عرضه کننده چاپگرهای عریض  
دستگاههای حرارتی و مواد مصرفی

www.RahaGostaran.com

تهران، خیابان مطهری - میرزای شیرازی شمالی - کوچه آزادگان - پلاک ۲۷ - واحد ۹

تلفکس: ۸۸۴۸۲۲۱۶ - ۸۸۱۰۷۶۵۰ - ۲۱ @rahagostaranprint



## تایید سلامت کار پر اهمیت تر است

سید حامد مدنی مدیرعامل مجتمع چاپ سبزنگار درباره نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی می‌گوید: اولین دوره است که در نمایشگاه بین‌المللی چاپ شرکت کردم و از حضور در نمایشگاه رضایت کامل دارم. مشتریان متعددی به غرفه‌ی ما مراجعه کردند و این خود تایید سلامت کار ما است و نشان می‌دهد در کارهایمان بیش از پیش موفقیت کسب کرده‌ایم و این حضور چشمگیر تایید این نکته است. رسیدن به این مهم برای ما بسیار پر اهمیت‌تر از این است که به واسطه نمایشگاه سفارش کار بیشتری از مشتریان بگیریم.

وی می‌افزاید: روزانه ۲۰۰ تا ۲۵۰ بازدیدکننده داشتیم، این نمایشگاه خوب بود اما کاش مسئولان از کارها و رده‌بندی‌ها تعریف بهتری داشتند و برندها را بهتر تفکیک می‌کردند این مسئله می‌توانست به نمایشگاه شخصیت و وجهه‌ی بهتری دهد. فی‌المجموع نمایشگاه خوب بود.



## تفکیک بیشتر، بازخورد بهتر

امیر رضا صالحی مدیرعامل ریما پک درباره حضور در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران می‌گوید: امسال اولین سال است که با برنده ریما در نمایشگاه شرکت کردیم و نمایشگاه نسبت به گذشته خیلی خوب بود، تعداد شرکت‌کنندگان بسیار عالی بودند و میزان بازدیدکننده نیز مطلوب بود.



صالحی هدف از حضور در نمایشگاه را معرفی و شناساندن برند جدید ریما دانسته و در ادامه اشاره می‌کند: ما دو برند چاپ و بسته‌بندی مبارکه و ریما را داریم، چاپ و بسته‌بندی مبارکه دارای ۲۰ سال سابقه است ولی برند ریما خیلی شناخته شده نبود و عمده هدف ما شناساندن برند ریما به بازار و همکاران بود. در چند روز برگزاری نمایشگاه توانستیم خیل عظیمی از همکاران را ملاقات کنیم و مشتریان قدیمی‌مان را دیدیم و توانستیم همه را متوجه کنیم که برند ریما متولد شده است.

وی در انتها به مسئولان برگزاری نمایشگاه پیشنهاد می‌دهد: در سال‌های آینده رشته‌ها را کاملاً از هم متمایز کنند و تمرکز را در سالن‌ها بیشتر کنند تا بازدیدکنندگان بدون سردرگمی، بتوانند راحت‌تر به اهداف خود برسند. مثلاً مجموعه‌های مرتبط با چاپ افسست، کاغذ و ... هر کدام در یک سالن مجزا باشند، همانطور که امسال در سالن‌های ۶ و ۷ شرکت‌های تبلیغاتی تقریباً متمرکز بودند. امسال مقداری گسستگی وجود داشت اگر نمایشگاه بیشتر تفکیک شود، بازخورد بهتری خواهد داشت.

## بیلورد موثرتر از تیزرها و تبلیغ در مترو است

فریدون فدایی مدیر مسئول سالنامه سپیدان در مورد بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران می‌گوید: با این که روز اول نمایشگاه چهارشنبه، یک روز اداری بود، توقع داشتیم از شرکت‌ها و اداره‌ها به صورت ماموریتی در نمایشگاه حضور داشته باشند ولی متأسفانه حضورشان بسیار ضعیف بود. روز دوم تعداد بازدیدکنندگان بهتر بود زیرا اکثر بازدیدکنندگان شهرستانی در زمان تعطیلات آخر هفته وقت می‌گذراند تا از نمایشگاه بازدید داشته باشند. در مجموع برگزاری نمایشگاه بد نبود.



وی در ادامه درباره تبلیغات نمایشگاه بیان می‌کند: مکان تبلیغات و اطلاع‌رسانی مقداری ضعیف بود، تبلیغات محیطی در شهر تهران درباره نمایشگاه ندیدم. به نظر من تبلیغات در ایستگاه‌های مترو اشتباه بود زیرا معمولاً کسانی که در این کار و یا بازار هدف نمایشگاه هستند جزو مترو سواران نیستند، حتی اهل تماشای تلویزیون هم نیستند که تیزرهای تلویزیونی توحه آنها را جلب کند. بهترین تبلیغ و اطلاع‌رسانی توسط بیلبردهای سطح شهر است که در مسیر رفت و آمد به محل کار وجود دارد و می‌تواند تأثیر بیشتری داشته باشد.

به گفته فدایی مدیریت نمایشگاه قابل قبول بود و در زمان جانمایی ثبت نام همه جوهره خوب بودند. هدف از حضور در نمایشگاه پیدا کردن بازار جدید برای محصولات مناسب و با کیفیت بهتر و ارائه‌ی آن به مشتریان است.





# فروشگاه تهران

واردات و عرضه کلیه ملزومات چاپ ، صحافی و لیتوگرافی



PHOENIX

**Xtra**  
BLANKETS



**sasol**  
reaching new frontiers



CONTAINS  
SOY OIL

**VISKOVITA**  
Germany

**CoMax**

**BRANCHER**

**Flint** Group

**tesa**

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

Tehranco2002@yahoo.com



## حضور متفاوت تر، با فکر و ایده های بهتر

محسن زارع مدیر سالنامه کاوا درباره نمایشگاه امسال می گوید: در نمایشگاه امسال از نظر تعداد بازدیدکننده افت زیادی مشهود است و مخاطبان کمتری به نمایشگاه مراجعه کردند که بخشی از این افت را تغییر تاریخ نمایشگاه ناشی می شود زیرا بسیاری از مشتریان عادت به ۵ دی ماه داشتند و هنوز از این تغییر تاریخ مطلع نشدند.

وی هدف همیشگی حضور در نمایشگاه را مشخصا سعی در ارائه کارهای متفاوت تر و به روز تر با فکر و ایده های بهتر عنوان کرده و در ادامه تصریح می کند: امسال هم خدا را شکر کارهای متفاوت و خوبی را تولید کرده و در نمایشگاه ارائه دادیم. به گفته زارع امسال همدلی بسیار زیاد بین اتحادیه ها مشهود است و اثراتش هم به وضوح قابل مشاهده است.

مدیر سالنامه کاوا یکی از مشکلات تولید سالنامه و سررسید را در تدوین تاریخ مناسب ها دانسته و می گوید: ما هر ساله با این چالش رو به رو هستیم که تقویم و مناسب ها به جای اینکه زودتر به دست تولیدکنندگان برسد هر سال دیرتر می رسد و باعث می شود هزینه های تمام شده تولیدکننده ها بالاتر برود. از دوستان سیاست گذار و دست اندکاران می خواهم تا تقویم مناسبات زودتر به دست تولیدکنندگان برسد.

وی در انتها تاکید می کند: نکته دیگری که روی آن تاکید دارم این است که متأسفانه هر سال تبلیغات سوئی نسبت به تولیدات سررسید انجام می شود و متأسفانه این تبلیغات از سوی متولیان که باید کمک تولیدکنندگان سررسید باشند انجام می شود مثلاً گاهی دیده می شود که می گویند به جای تولید سررسید به تولید کتاب پردازید منکر این قضیه نمی شوم که سرانه تولید کتاب در کشورمان خیلی کم است اما چرا باید ظرفیت سررسید در جای دیگری هزینه شود؟ در همه جای دنیا هنوز سررسید برای نظم دادن و برنامه ریزی کردن مورد استفاده قرار می گیرد ولی متأسفانه ادبیات غیرکارشناسانه باعث می شود تولیدکنندگان این رشته از این مسئله لطمه بخورند.

## تولید نیازمند حمایت خاص است

محمد کیامرثی مدیر شرکت ماشین سازی کیامرثی می گوید: ۱۳ سال است که در نمایشگاه شرکت نکرده بودیم و در این مدت لازم ندیدم که در نمایشگاه شرکت کنیم، برای این که زیاد از یادها نرویم امسال تصمیم گرفتیم در نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت کنیم. در دوره های قبل که در نمایشگاه های مختلف شرکت می کردیم، لوح تقدیرهای بسیاری نیز کسب کردیم.

وی می افزاید: نمایشگاه خیلی خوب بود و با استقبال خیلی خوبی مواجه شدیم و به اهدافمان رسیدیم و حضور در این نمایشگاه برایمان راضی کننده بود و ماشین آلات نیز فروختیم.

کیامرثی اشاره کرد: ما در مجموعه مان اقدام به طراحی و ساخت دستگاه طلاکوب روی لترپرس  $70 \times 100$  را در نمایشگاه عرضه کردیم که با استقبال خوبی مواجه شد، همچنین دستگاه برش و پانچ ویزیت اتوماتیک را نیز به سفارش چاپ نقش الماس ارائه کردیم که برای اولین بار در ایران تولید شده است و بسیار مورد استقبال واقع گردید.

مدیر شرکت ماشین سازی کیامرثی عنوان می کند: از مسئولان هیچ انتظاری ندارم زیرا در مدت زمانی که در این حرفه عمر گذراندم متوجه شدم که با تکنولوژی و توسعه صنایع، بیگانه هستند و تنها به واسطه گری بها می دهند. از نشریه چاپ و نشر انتظار دارم بیشتر در رابطه با تولیدات داخلی و دردهایی که یک تولیدکنندگان متحمل می شود را در نشریه درج کند زیرا چه خواهیم چه نخواهیم واردات انجام می شود و نیاز به حمایت ندارد ولی تولید داخل از خودگذشتگی می خواهد و نیازمند حمایت خاص است. در نمایشگاه ها می بینیم که علاوه بر کشور چین که همه ی دنیا را گرفته است و با پایه قوی کار می کنند، کشور همسایه، ترکیه نیز در صنعت چاپ دنیای جایی برای خود باز کرده است و متأسفانه ایران هیچ تدبیری برای این مسئله ندارد.





# 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:

جلد سازی ( 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 کلاتری،

خیابان طالقانی، جنب مدرسه شهدای کاووسیہ ، پلاک ۱۵۸

تلفن: ۴۶۸۶۴۹۵۷ - ۴۶۸۲۵۸۰۰ فکس: ۴۶۸۷۶۸۰۰ همراه: ۰۹۱۲۲۹۴۹۹۴۹



## نمایشگاه اصلی سر رسید و سالنامه

کیوان کیانی مدیرعامل مجتمع چاپ و تبلیغات کیانیکو درباره نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی می‌گوید: از روز اول مثل هر سال نمی‌توان انتظار قوی بودن و تعداد زیاد بازدیدکننده را داشت اما روز دوم نمایشگاه خدا را شکر خیلی خوب بود.



وی انتظار مراجعه‌کنندگان از حضور در نمایشگاه را یکی از اهداف اصلی خود دانسته و در ادامه می‌گوید: اگر در نمایشگاه حضور نداشته باشیم در هدف‌هایی که دنبال می‌کنیم خلائی پیش می‌آید و بازدیدکنندگان دائما با مجموعه‌ی ما تماس می‌گیرند که امسال هم در نمایشگاه حضور دارید یا خیر؟ به همین دلیل ما نیز بر خود واجب می‌دانیم که در نمایشگاه حضور مداوم داشته باشیم.

کیانی می‌افزاید: سالان گذشته در نمایشگاه تبلیغات حضور پررنگ‌تری داشتیم ولی امسال ترجیح دادیم در نمایشگاه چاپ پر قدرت‌تر از همیشه شرکت کنیم زیرا صنف ما وابسته به چاپ است و نمایشگاه اصلی ما نیز هست.

مدیرعامل مجتمع چاپ و تبلیغات کیانیکو با اشاره به این که بازدیدکنندگان نمایشگاه امسال بسیار تخصصی‌تر و افرادی با انگیزه‌های بیشتری برای تبلیغات در سالنامه بودند، بیان کرد: از حضور در این نمایشگاه رضایت کامل دارم، امسال نسبت به سال قبل تبلیغات گسترده‌تری انجام گرفته بود و حضورهای تخصصی‌تر شده بود، علاوه بر آن رضایتمندی مشتریان نیز از نمایشگاه نیز بیشتر بود چون همزمان با نمایشگاه چاپ، نمایشگاه سالنامه نیز به صورت متمرکزتر از گذشته برگزار شد. وی در انتها خاطر نشان می‌کند: در کل عملکرد ستاد برگزاری نمایشگاه، امسال قوی‌تر از سال گذشته بود و جا دارد در اینجا از آقایان ابوالحسنی و غفاری رهبر تشکر کنم که از هیچ کمکی دریغ نوزیدند. امیدواریم همه شرکت‌کنندگان و همکاران از حضور در نمایشگاه نتیجه خوبی بگیرند.

## مزیت امسال، تفکیک بخش بسته‌بندی

واراند گاوآفیان مدیر تولید و کنترل کیفیت شرکت دوستان شیمی که در زمینه تولید مواد جانبی چاپ، تولید مرکب‌های خاص و ملزومات چاپ افسست فعالیت دارد، درباره هدف از شرکت در بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی بیان می‌کند: برای بازاریابی و جذب مشتری و دیدار با مشتریانی که وقت کم مجال دیدار را نمی‌دهد، نمایشگاه فرصت مناسبی است تا دیدارها تازه شود. اخذ پیشنهادات و انتقادات به صورت مستقیم از سوی مشتریان و مصرف‌کنندگان نیز از دیگر اهداف حضور در نمایشگاه است.



وی ارزیابی خود را درباره نمایشگاه می‌گوید: امسال نمایشگاه خوب و شلوغ بود با مشتریان جدید هم وارد مذاکره شدیم. حضور در این نمایشگاه را مفید می‌دانم. در کل امسال تمام شرایط از جمله جانمایی‌ها بهتر از سال‌های قبل بود و از غرقه‌ای که در اختیارمان قرار دادند رضایت کامل داشتیم.

گاوآفیان درباره تبلیغات نمایشگاه تصریح می‌گوید: چند روز از تلویزیون شاهد تبلیغات و تیزرهای تبلیغاتی نمایشگاه بودم، از طریق کانال‌های تلگرام نیز تبلیغات گسترده‌تری انجام گرفته بود ولی به عقیده‌ی من نشریات تخصصی و بیلبوردهای تبلیغاتی در اتوبان‌ها و سطح شهر مفیدتر هستند، چون در زمان تردد در اتوبان‌ها خواه ناخواه بیلبوردهای تبلیغاتی به چشم می‌آیند.

مدیر تولید و کنترل کیفیت شرکت دوستان شیمی مزیت امسال نمایشگاه را در تفکیک سالن‌های بسته‌بندی و صنایع مرتبط با بسته‌بندی دانسته و در ادامه بیان می‌کند: تفکیک بخش‌های مختلف چاپ و بسته‌بندی کمک می‌کند تا وقت بازدیدکنندگان هدر نرود. با این وجود باز هم جای دارد که در سال‌های آینده تفکیک بیشتری صورت گیرد.

وی در انتها می‌گوید: برگزاری نمایشگاه چاپ در شش ماه اول سال و قبل از شهریور ماه مفیدتر خواهد بود و تعداد بازدیدکننده نیز افزایش می‌یابد زیرا کارهای چاپی در شش ماه دوم سال رونق بیشتری دارد.

## نمایشگاه شلوغ ولی ضعیف

کاظم باباپور مدیرعامل شرکت مازندسیستم می‌گوید: مشکل بزرگی که با آن مواجه هستیم مشکلات اقتصادی است متأسفانه پیشرفت باید و شاید در این صنعت رخ نداده است. تورم و قیمت دلار روزبه‌روز بالا می‌رود و این وضعیت واقعا





# چاپ آرشام

با بیش از یک دهه تجربه



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

 تفاوت در کیفیت را با ما احساس کنید 

- چاپ انواع استیکر (وینیل، مش، شبیما، 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، نبش 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





برای ما مشکل ساز شده است. در گذشته قیمت دستگاه‌ها برایمان ۵۰ درصد سود داشت ولی الان این مقدار سود به ۲۰ درصد رسیده است و ما مجبور هستیم با بالا رفتن قیمت دلار، قیمت دستگاه‌ها را نیز بالا ببریم.

وی می‌افزاید: معمولاً مشتریان تمایل به خرید دستگاه دارند ولی متأسفانه قدرت خرید لازم را ندارند. حتی گاهی پیش آمده که در زمان قرارداد مشتری ۵۰ درصد از هزینه دستگاه را پرداخت کرده است و ۵۰ درصد بقیه را نتوانسته پرداخت کند و مجبور به عودت دستگاه شده‌ایم. از دولت می‌خواهیم که از تولید حمایت کند و چوب لای چرخ ما نگذارد، در غیر این صورت امیدی به کار وجود ندارد.

باباپور در ادامه بیان می‌کند: تعداد بازدیدکننده‌ها که در نمایشگاه امسال به ما مراجعه کردند بد نبود ولی در حدود ۵۰ درصد بازدیدکنندگان برای گرفتن کیفیت و یا دید و بازدید در نمایشگاه حاضر شده بودند و تنها ۱۰ درصد از آنها قدرت خرید داشتند.

مدیر عامل شرکت مازندسیستم در انتها خاطر نشان می‌کند: نمایشگاه شلوغ ولی ضعیف بود در گذشته زمان برگزاری نمایشگاه در دی و بهمن ماه بود و امسال نیز در آذرماه برگزار شد ولی ترجیح ما این است که نمایشگاه در شهریور ماه برگزار شود چون بهترین فصل و زمان برای صنایع چاپ است و صنعت چاپ در شش ماه دوم رونق بیشتری دارد.

### دیدار با مشتریان

مهدی سلیمی مدیر فروش شرکت تولیدی فرکوش رنگ پارس درباره بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران می‌گوید: امسال نسبت به سال گذشته از تعداد بازدیدکننده‌ی خوبی برخوردار بودیم. خدمات نمایشگاهی و بحث غرفه‌سازی نیز نسبت به سال قبل بهتر بود. وی می‌افزاید: به نسبت تبلیغات گسترده‌ی امسال، تعداد بازدیدکنندگان نیز افزایش یافته بود. نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی، صنعتی است و مخاطب عمومی ندارد و بیشتر کاربران آن در صنایع هستند و نشریات تخصصی چاپ جای مناسبی برای تبلیغ آن است. از نظر عمومی هم بیلبوردهای سطح شهر موثرترین تبلیغ هستند.



سلیمی هدف اصلی حضور در نمایشگاه را دیدار با مشتریان عنوان کرده و بیان می‌کند: معرفی محصولات به تولیدکنندگان در سطح ایران از دیگر اهداف مجموعه‌ی ما است تا برای تامین مواد اولیه با مشکل مواجه نباشند. ما بیشتر برای جذب مشتریان جدید از تهران و شهرستان‌ها و تجدید دیدار با مشتریان سابق در نمایشگاه حاضر می‌شویم.

مدیر فروش شرکت تولیدی فرکوش رنگ پارس در انتها می‌گوید: از برگزارکنندگان نمایشگاه تشکر می‌کنم و امیدوارم در سال آینده سعی در پر بار کردن نمایشگاه داشته باشند و سالن‌های بیشتری را در اختیار شرکت کنندگان قرار دهند و جانمایی غرفه‌ها را زودتر انجام دهند تا شرکت کنندگان برنامه‌ریزی بهتری را برای غرفه‌سازی داشته باشند و با آمادگی بیشتری در نمایشگاه شرکت کنند.

### حمایت از تولید و شرکت‌های نوپا

محمد مهدی نارنجی‌نژاد مدیرعامل شرکت بووی‌سان درباره نمایشگاه چاپ می‌گوید: در حدود هفت دوره در این نمایشگاه شرکت کرده‌ام وضعیت نمایشگاه خوب بوده است. به نظر من امسال نسبت به سال‌های قبل بهتر بود و تعداد بازدیدکننده خوب و قابل قبول بود.



وی می‌افزاید: شرایط ثبت‌نام و جانمایی امسال نسبت به دو یا سه دوره گذشته خیلی بهتر شده بود و هماهنگی بیشتری به چشم می‌خورد و کارهای زودتر پیش رفت و در غرفه‌آرایی تأثیرگذار بود.

نارنجی‌نژاد اشاره می‌کند: انتظار دارم مسئولان از تولیدکنندگان حمایت کنند و کسانی که تازه شروع به کار کرده‌اند را پشتیبانی کنند تا بتوانند راحت‌تر کار کنند، چون هزینه‌های نمایشگاه واقعاً زیاد است، امسال هزینه‌ها بیشتر از هر سال بود برای تهیه‌ی غرفه در نمایشگاه چاپ امسال در حدود ۴ میلیون تومان هزینه کرده‌ام. در صورتی که نمایشگاه‌های کشور چین به شرکت‌های کوچک و نوپا به صورت رایگان غرفه‌ای تخصیص می‌دهند تا زودتر رشد کنند.



ساخت انواع جعبه های لمینتی

روی فلوتینگ های کارتن C,B,E و پنج لا

و ساخت انواع جعبه های

هارد باکس با اولین دستگاه فول اتومات



تلفن : ۳۳۱۱۴۴۱۱

۳۳۹۰۶۵۴۲

۳۳۹۷۲۲۳۰

فکس : ۳۳۹۷۲۲۳۱

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

نشانی : تهران - خیابان مصطفی خمینی - مقابل پمپ بنزین - نزدیک به ایستگاه

پلاک ۵۶۴ کد پستی : ۱۱۷۶۱۴۵۱۱

#### شبکه های اجتماعی همیشه مفید نیستند

شهاب عباس پور مدیر نمایرچم درباره نمایشگاه چاپ و بسته بندی می گوید: چندین دوره است که در نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت کرده ام با وجود اینکه امسال پنجشنبه و جمعه را در مدت زمان نمایشگاه گنجانده بودند ولی خلوت تر از هر سال بود. سالن ۷ که غرفه ما در آن بود خلوت تر از بقیه سالن ها به نظر می رسید.



وی یکی از علل افت تعداد بازدیدکنندگان نمایشگاه را شبکه های اجتماعی دانسته و در ادامه تاکید می کند: به نظر من فضای مجازی و تلگرام باعث شده که مشتریان کمتری به نمایشگاه مراجعه کنند، آنها ترجیح می دهند توسط اینستاگرام و تلگرام کارهایشان را انجام دهند چون تمام نمونه ها در صفحه های اینستاگرام موجود است و به راحتی می توانند کارهایشان را سفارش دهند. دلیل دیگر این افت را می توان در این دانست که همکاران همگی با هم آشنایی دارند و در دو یا سه سال اخیر افراد جدیدی وارد این حوزه نشدند.

عباس پور تصریح می کند: اگر تیزرهای تلویزیونی نمایشگاه در خلال برنامه های پر بازدید چون دورهمی و یا برنامه پر مخاطب نود پخش می شد، بسیار تاثیر گذارتر می بود. تبلیغات در مترو زیاد کارساز نبود. برای پر شور کردن نمایشگاه می توانستند از بال های تبلیغاتی در داخل نمایشگاه استفاده کنند.

وی در انتها اشاره می کند: از مسئولان نمایشگاه می خواهم تا که به هر شرکتی اجازه ورود به نمایشگاه را ندهند و تنها به شرکت ها و برندهایی که اعتبار و کد اقتصادی دارند غرفه دهند.

#### جذب بازدیدکننده ی تخصصی

عباس علیپور مدیر چاپ کسری یزد درباره بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران می گوید: امسال سال اولی است که در نمایشگاه حضور پیدا کردیم و از این حضور راضی هستیم و امیدواریم که به نتیجه ی مطلوبی هم برسیم.

وی بازار هدف مجموعه چاپ کسری را منطقه جنوب شرق کشور دانسته و در ادامه تاکید می کند: برای اینکه در آن منطقه مطرح خودمان را بشناسانیم و بازار منطقه را به دست بگیریم.

علیپور در ادامه می گوید: نسبت به پک های تبلیغاتی که تهیه کرده بودیم بازدیدکننده بسیار خوبی به غرفه ی ما مراجعه کردند و به جرأت می توانم بگویم در حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد بازدیدکننده ها تخصصی و بازار هدف ما بودند.

مدیر چاپ کسری یزد در انتها بیان می کند: در زمان ثبت نام و تحویل غرفه با هیچ مشکلی رو به رو نبودیم، تنها مبحثی که کمی مشکل ساز بود حمل بار و اثاث بود که حتما باید توسط چرخ حمل می شد و از این بابت هزینه های زیادی را متحمل شدیم، باقی موارد نمایشگاه خوب بود.



#### تعطیلات آخر هفته موثر در تعداد بازدیدکننده

پویان مهرآبادی مدیر بازرگانی شرکت رزین های صنعتی ایران درباره نمایشگاه چاپ و بسته بندی می گوید: استقبال امسال نمایشگاه را بیشتر از گذشته دیدم و دلیل آن را هم قرار دادن روزهای آخر هفته در زمان بندی نمایشگاه می دانم.

وی می افزاید: من به شخصه تبلیغات زیادی را به جزو در کانال نمایشگاه ندیدم ولی به نظرم بیلبردهای نمایشگاه سال گذشته بیشتر از امسال و در جاهای مناسب تری انجام گرفته بود. همیشه

در مسیر رفت و آمد به محل کار در بیلبردهای اصلی در اتوبان ها تبلیغ نمایشگاه ها را می دیدم ولی برای این نمایشگاه متأسفانه بیلبردی را شاهد نبودم.

مهرآبادی تاکید می کند: مهمترین نمایشگاه های ایران در تهران برگزار می شود و نمایشگاه های شهرستان ها بیشتر محلی و بومی هستند و از استقبال کمتر برخوردارند. امسال به واسطه ی تعطیلی آخر هفته بسیاری از شهرستانی ها توانستند به این نمایشگاه مراجعه کنند

مدیر بازرگانی شرکت رزین های صنعتی ایران بیان می کند: بیشتر برای اینکه به مشتریان بگوییم هنوز هستیم در نمایشگاه شرکت می کنیم خیلی از مشتریان ما توقع دارند در نمایشگاه حضور داشته باشیم و اگر نباشیم هزار فکر منفی به سرشان می زند. وی در انتها با اشاره به مسئله ای که در نمایشگاه امسال برای غرفه ی شرکت رزین های صنعتی ایران باعث ناراحتی شده بود بیان می کند: متأسفانه برخورد پرسنل نمایشگاه از نظافتچی گرفته تا مسئولان حراست مناسب نبود، زمانی که ما برای غرفه هزینه ای را متحمل می شویم توقع احترام نیز دارم.

وی می افزاید: پوشش همکاران خانم مجموعه ی ما روسری بود و کاملاً حجاب را رعایت کرده بودند، متأسفانه روز اول از حراست آمدند و بدون هیچ اطلاعی اعلام کردند که خانم ها باید بروند و گرنه غرفه را پلمپ می کنند، من نیز مجبور شدم از تجریش برای پوشش خانم ها مجدداً هزینه و مقنعه تهیه کنم، جالب اینجاست که می گفتند پوشش باید حتما مقنعه باشد ولی دیگر مهم نیست که موی سر آنها بیرون باشد یا نباشد. من از این برخوردها گله مندم زیرا متأسفانه رفتار مناسبی در نمایشگاه وجود ندارد و این باعث ایجاد تنش می شود و در مواجهه با بازدیدکنندگان نیز تاثیر گذار است.





جلیل غفاری رهبر:

## شبکه‌های مجازی در نمایشگاه ۲۰ گرفتند

با جلیل غفاری رهبر رییس اتحادیه صحافان و یکی از برگزارکنندگان بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران به گفت‌وگو نشستیم. پاسخ‌های صریح به پرسش‌های صریح، ماحصل این گفت‌وگوست که پیش روی شماست.



### ■ نمایشگاه امسال نسبت به نمایشگاه‌های سال‌های پیش چه تفاوت‌هایی داشت؟

از نظر مترژ و توانایی‌های شرکت‌کنندگان و غرفه‌گذاران پیشرفت‌هایی حاصل شده بود. این‌ها شامل کالا و ماشین‌آلات جدیدی می‌شد که امسال در نمایشگاه ارایه شده و به نمایش در آمده بود. همچنین شرکت‌کنندگان اروپایی امسال بیشتر از هر سال در نمایشگاه شرکت کرده بودند.

### ■ مساحت نمایشگاه امسال چه مقدار نسبت به سال قبل افزایش داشت؟

حدود ده درصد از نظر مترژ نسبت به سال گذشته افزایش داشتیم و از نظر تعداد هم در حدود ۶۵۰ شرکت‌کننده و غرفه‌گذار خارجی و ایرانی در نمایشگاه شرکت کرده بودند.

### ■ از این مقدار سهم غرفه‌گذاران ایرانی چقدر بود؟

۴۵۰ غرفه‌گذار داخلی در نمایشگاه حضور داشتند که از سراسر کشور آمده بودند به علاوه حدود ۲۰۰ غرفه‌گذار خارجی بودند.

### ■ نمایشگاه امسال از نظر پوشش رسانه‌ای نسبت به پارسال چه تفاوتی داشت؟

از فروردین ماه امسال توسط ۱۵ مجله تخصصی فعال در حوزه چاپ و نشر برای فراخوان، ثبت‌نام و بازدید فعالیت تبلیغاتی را شروع کردیم. این نشریات مثل مجله چاپ و نشر به دست همه صنوف مرتبط با چاپ می‌رسد، علاوه بر آن امسال تیزرهای تلویزیونی را هم داشتیم، تبلیغات در ایستگاه‌های مترو و دیگر تبلیغات محیطی را نیز انجام شد. شبکه‌ها و گروه‌های مجازی مثل کانال تلگرام چاپ و نشر هم در این راستا بسیار کمک کردند. در کل می‌توانم بگویم از نظر حضور رسانه در نمایشگاه، نمایشگاه امسال خیلی عالی بود. در واقع نمره بیست گرفتند.

### ■ امسال چه بخش‌هایی به نمایشگاه افزوده شده بود؟

در بخش جنبی سمینارهای علمی و پژوهشی که به صورت کلاسی برگزار شد خیلی خوب بود و خیلی مورد استقبال قرار گرفت.

### ■ درباره پايون‌های اختصاصی که وجود داشت توضیح بفرمایید که چه پايون‌هایی بودند و چگونه برگزار شد؟

پایون ترکیه و چین در نمایشگاه حضور داشتند که به صورت گروهی در نمایشگاه شرکت کرده بودند و نتایج خوبی گرفتند و خیلی راضی بودند.

### ■ بازدیدکننده‌های تخصصی نسبت به سال‌های گذشته چطور بود؟

آمار دقیقی هنوز به ما اعلام نشده است. خود نمایشگاه موظف است این آمارگیری را انجام دهد و در اختیار ما بگذارد که هنوز این کار انجام نشده است. ولی فکر می‌کنم به زودی این گزارش آماده شود و در اختیار ما قرار گیرد که در آینده نزدیک ما هم آن را در اختیار مطبوعات قرار خواهیم داد. به نظر می‌رسد امسال بازدیدکنندگان بیشتر متخصص بودند. این حرف نتیجه گفت‌وگو با بیش از صد غرفه‌گذار است.

### ■ آیا امسال بخش لبیل و چاپ بسته‌بندی بیشتر از دیگر رشته‌ها در نمایشگاه بود؟

به نظر اینطور می‌رسد اما آمار تفکیکی آن وقتی نهایی شد بیشتر قابل قضاوت خواهد بود. اما علی‌الجمال نسبت به سال‌های گذشته و نسبت به میزان مشارکت افست، لبیل بیشتر بود. حتی ماشین‌آلات چاپ لبیل هم امسال بیشتر شد ولی افست این طور نبود چون رویکرد به لبیل در بازار چاپ بیشتر شده است.

### ■ در بحث قطعات و مرکب چطور بود؟

هم شرکت‌های داخلی و هم شرکت‌های خارجی در نمایشگاه حضور داشتند. در بین شرکت‌کنندگان داخلی، مرکب‌هایی که در داخل تولید می‌شد، رشد کرده بودند. در بخش چسب چهار یا پنج شرکت، از داخل و خارج کشور در نمایشگاه حضور داشتند. مثلاً در بخش یووی چند شرکت داشتیم که هم در بخش داخلی و هم خارجی بودند. در مورد کارخانه ورق ما یک سری ۱۵۰ متر تا ۲۰۰ متر کارخانه ورق از کشور آلمان را داشتیم که شرکت کرده بودند.

### ■ در مورد مرکب چطور؟

در مرکب هم همینطور، در بخش خارجی از اسپانیا، ایتالیا، آلمان و... بودند.

### ■ آیا شرکت‌های آمریکایی هم شرکت کرده بودند؟ یکی دو شرکت بودند که در لوای شرکت‌های دیگر که اسمشان را به یاد ندارم، یعنی بطور غیرمستقیم شرکت کرده بودند.

### ■ با چند شرکت‌کنندگان که صحبت می‌کردم در مورد نحوه‌ی ارائه خدمات نمایشگاه گله داشتند مثلاً می‌گفتند تا ۲۴ ساعت قبل از برگزاری نمایشگاه، ما نتوانستیم بفهمیم که در نمایشگاه اینترنت داریم یا نه؟ یا جرثقیل‌های سنگین در اختیار ما می‌گذارند یا نه؟ یا اگر هست با چه قیمتی؟ آنها با برنامه‌ریزی‌ها گله داشتند. نظرتان در این مورد چیست؟ چه فکری در این مورد شده؟

چیزهایی هست که دست من و شما نیست. مسئول خود شرکت نمایشگاهی است. مسئول این دو مورد هم که گفتید خود نمایشگاه است ولی در مورد اینترنت اصلاً بحث نداریم مثل هر سال وجود داشت. که شرکت‌کنندگان می‌بایست کار اداری‌اش را انجام می‌دادند و می‌گرفتند. در مورد جرثقیل، کار نمایشگاه را به چند شرکت جرثقیل خصوصی اجاره داده‌اند و آنها هم چون پول هنگفتی برای اجاره جرثقیل‌هایشان داده‌اند اجازه نمی‌دهند که جرثقیل‌های دیگر وارد شوند و حتماً باید از جرثقیل‌های آنان استفاده کنند. بعضی از دوستان می‌خواهند که ماشین‌هایشان را با جرثقیل‌های مخصوص خود بیاورند چون هر جرثقیلی نمی‌تواند این کار را انجام دهد و این تخصص را ندارد که ماشین‌آلات آنها را جایجا کند. ممکن است که به ماشین صدمه بزنند. ما تا آنجا که توانستیم کمک کردیم که مشکلی پیش نیاید از نظر قیمتی و پولی که از غرفه‌گذاران می‌گیرند کلاً از دست ما خارج است.

### ■ درباره قیمت‌ها هم همینطور. بعضی از شرکت‌کنندگان هم که مترژهایی از نمایشگاه گرفته بودند هم از قیمت‌ها گلایه داشتند.

خوب این ارز دولتی است که می‌گوید برای حمایت داخلی می‌شود ۱۸۵ تومان که دو برابر آن تقریباً می‌شود ۳۰۰ تومان. ولی به قول شما برای شرکت‌کنندگان ارزی گرانتر است. تقریباً یک میلیون و پانصد هزار تومان می‌شود.

### ■ این تفاوت فاحشی دارد. چرا ۱۵۰ تا ۳۰۰ تومان؟

ما بارها با مسئولان نمایشگاه صحبت کردیم. آنها می‌گویند که دولت مصوب کرده است. برای حمایت از تولیدکننده داخلی، بخاطر همین ۴۰ یا ۵۰ یا ۳۰۰ تومان را می‌دهد بقیه را می‌گوید ارزی حساب شود که خود ما هم اذیت می‌شویم. شرکت‌کننده‌ای که باید در بخش ارزی شرکت می‌کرد، در زمان ثبت‌نام می‌گوید ریالی است و بعد از اینکه نمایشگاه متوجه این موضوع می‌شود، جریمه‌اش می‌کنند و ما را هم با مشکل روبرو می‌کند و فکر می‌کنند که ما با آنها تباخی کرده‌ایم. یک سری از مشکلات کلی است که مرتبط به خود نمایشگاه است.

یکسان‌سازی قیمت مد نظر ماست. برای خارجی‌ها قیمت‌ها یا با دلار است یا یورو که امسال قرار است بیشتر هم بشود و بالاتر برود. یعنی برای نمایشگاه بعدی، متأسفانه به رغم رکودی که در بازار کار است، از برج ۴ قیمت‌ها تغییر می‌کند و افزایش می‌یابد. باز بحث واردات که می‌شود می‌گویند که وارد می‌کنند و باید این قیمت را بدهند، من هم نظرم این بود که قیمت‌ها مناسب بود.

### ■ شرکت‌کنندگان چینی که هر سال حضورشان در نمایشگاه پر رنگ بودند، امسال چطور بودند؟

امسال هم مثل گذشته بودند. نه افزایشی داشتیم، نه کاهش. مثل ۴ سال گذشته فقط اروپایی‌ها بیشتر شدند.

### ■ آیا از بخش اروپایی استقبال هم شده بود؟

صد در صد. من با چند غرفه‌گذار گفت‌وگو داشتم. مثلاً بعضی غرفه ۱۵ یا ۱۶ متری داشتند و می‌خواستند در سال آینده مترژ ۴۰ تا ۵۰ متری داشته باشند و در واقع می‌خواستند مترژ را افزایش دهند.

### ■ در آخر اگر نکته دیگری دارید بفرمایید.

سعی ما همیشه این بوده که یک نمایشگاه خوب و آبرومندانه‌ای داشته باشیم که شرکت‌کنندگان بتوانند بهره خوبی از آن ببرند و اتحادیه‌های مختلفی که دستی در آتش دارند در این کار باید به ما کمک کنند. امیدوارم نمایشگاه برای همه کسانی که در آن حضور یافتند، مفید بوده باشد. به هر صورت نمایشگاه یک فرصت بازارساز است و آرزوی ما داشتن بازار فعال و پر رونق برای همکاران در صنعت چاپ و نشر است. سپاسگزارم از این که وقتتان که در اختیار ما قرار دادید.



خدمات پس از چاپ

# تفلیس

یووی تمام اتومات تا ابعاد ۵۰×۷۰

● موضعی ● برجسته ● اکلیلی ● شنی

سلفون حرارتی تمام اتومات

تا ابعاد ۱۰۰×۷۰

لتپرس دهنه ۷۷

۳۳ ۱۱ ۵۵ ۰۲

۳۳ ۱۱ ۵۶ ۲۸

ظهرالاسلام

کوچه آزادبخواه

کوچه کاویانی، پلاک ۲۶



Gloss  
Matt

Silver  
Gold  
Metallize



High Quality



LeterPress

Derfilm UV  
Soft Touch



مهندس پورداد، دبیر سندیکای کاغذ و مقوا مطرح کرد:

## ارتباطات، خدمات خوب نمایشگاهی و رضایت غرغه گذاران

حدیثه حیدری

درباره بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته، گفت‌وگوی کوتاهی با مهندس پورداد، دبیر سندیکای کاغذ و مقوا انجام دادیم و از کم و کیف نمایشگاه پرسیدیم.

وی کیفیت برگزاری نمایشگاه را خوب ارزیابی کرد و گفت: «اعضای شرکت‌کننده از نمایشگاه راضی بودند» این گفت‌وگو در ادامه از نظر گرامی شما می‌گذرد.

■ ارزیابی‌تان را از چگونگی برگزاری بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته در مقایسه با سال گذشته بفرمایید؟

سندیکا امسال در نمایشگاه یک غرفه مستقل داشت و در کنار اعضای سندیکا بودیم. همکاران ما کمتر از سنوات گذشته در نمایشگاه شرکت کرده بودند. تعدادی از کاغذسازی‌های بزرگ در نمایشگاه امسال هم مثل هرسال شرکت داشتند. شرکت‌های نیمه دولتی در نمایشگاه شرکت کرده بودند اما به هر حال از دیدگاه من بخش خصوصی، اعضای سندیکا مثل سال‌های گذشته خیلی پر رنگ حاضر نشده بود. در یک ارزیابی کلی اعضای شرکت‌کننده ارتباطات خوبی با مشتریان برقرار کرده بودند و از نمایشگاه در مجموع راضی بودند.

■ چند واحد از اعضای سندیکا در نمایشگاه شرکت کرده بودند؟

هشت عضو از سندیکا در نمایشگاه امسال حضور داشتند.

■ اعضای سندیکای کاغذ و مقوا در بخش ویژه نمایشگاه شرکت کرده بودند؟

بله. کاغذ و مقوا بخشی از صنعت بسته‌بندی کشور هستند و کاغذهای بسته‌بندی بزرگترین رکن سندیکا است و کاغذهای چاپ و نشر معمولاً در ایران خیلی گسترده عمل نمی‌کنند. اما در بخش کاغذهای بسته‌بندی به خودکفایی رسیده‌ایم و صادرات هم داریم. حضورشان بسیار خوب بود. واحدهای صادرکننده کاغذ و مقوای بسته‌بندی امسال در نمایشگاه حضور داشتند.

■ واحدهایی که از سندیکا در نمایشگاه شرکت کرده بودند از نظر بازاریابی

موفق عمل کردند و بازاریابی خوبی داشتند؟

بیشتر یک تجدید دیدار با مشتریان قدیم‌شان بود. به هر حال نوعی تبلیغات و بازاریابی هم بود، مخصوصاً برای شرکت‌های جدیدی که قصد ورود جدی به این بازار را دارند.

■ با توجه به این که بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته، یک نمایشگاه بین‌المللی بود، اعضای سندیکا موفق به تماس، یا قرار داد با مشتریان خارجی در این نمایشگاه شدند؟

بله. آنها از قبل بازاریاب‌شان را شناسایی کرده بودند. قطعاً همینطور است. هرچند جزییات این موضوع را هنوز به ما منعکس نکرده‌اند ولی چیزی که من می‌دانم این است که شرکت‌های تولید و صادرکننده صنعت بسته‌بندی کاغذ و مقوا که در نمایشگاه حضور داشتند و ارتباطات موثری با مشتریان و متقاضیان برقرار کردند. علاوه بر آن در واردات مواد اولیه و واردات محصول در سنوات گذشته کمتر کار شده بود. امسال شاهد بودیم که کمی در این زمینه هم کار شده بود.

هرچند من خیلی حضور شرکت‌های خارجی را پر رنگ ندیدم. شاید من مشغله زیادی داشتم و سرم شلوغ بوده و وقت نکردم که مفصل از نمایشگاه بازدید کنم اما این طور به نظر رسید که شرکت‌های خارجی فعال در صنعت کاغذ و مقوا در نمایشگاه خیلی نبودند.

■ به عنوان دبیر سندیکا و یک شرکت‌کننده از نمایشگاه راضی بودید؟

در مجموع خوب بود. این نمایشگاه هم آن دستاوردی که هر نمایشگاهی باید داشته باشد برای ما داشت. انتظار از نمایشگاه بازدیدهای تخصصی است، تجدید دیدار با اعضای جدید و قدیم هست و... که بود. در مجموع نمایشگاه را خیلی خوب ارزیابی می‌کنیم.

■ آرایه خدمات در نمایشگاه به شرکت‌کنندگان چطور بود؟

خوب بود. ما مشکلی نداشتیم. آرایه خدمات نمایشگاه را خوب ارزیابی می‌کنیم.





احمد ابوالحسنی:

## سهم اروپایی‌ها در نمایشگاه امسال ۳۰ درصد افزایش یافت

احمد ابوالحسنی، رئیس اتحادیه لیتوگراف در گفت‌وگو با چاپ و نشر درباره بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته گفت: امسال شرکت‌کنندگان خارجی نمایشگاه ۳۰ درصد افزایش داشت و این در حالی است که از سهم چینی‌ها کم شده بود. وی بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته را نمایشگاهی موفق ارزیابی کرد و از برنامه‌ریزی برای نمایشگاه سال بعد خبر داد و گفت: هر سال برنامه‌ریزی برای نمایشگاه سال بعد از پایان نمایشگاه دایر آغاز می‌شود و امسال هم برگزارکنندگان این کار را آغاز کرده‌اند. در ادامه ماحصل این گفت‌وگوی کوتاه از نظر تان می‌گذرد.

### ■ بفرمایید نمایشگاه بیست و چهارم را چگونه دیدید و ارزیابی‌تان از این نمایشگاه چیست؟

این نمایشگاه نیز مانند نمایشگاه‌های قبلی بود. نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی یک برند است و همیشه مطرح بوده و از نظر مخاطب و اهمیت جزو یکی از نمایشگاه‌های برتر و خاص است. کشورهای مطرح در بخش واردات بیشتر اروپایی هستند و خوشبختانه امسال موفق شدیم آنها را جذب نمایشگاه کنیم. حضور شرکت‌های اروپایی در این نمایشگاه بیش از ۳۰ درصد رشد داشت.

### ■ از نظر مساحت نمایشگاه هم تغییراتی نسبت به سال گذشته داشتید؟

در بخش ارزی، تغییری در مساحت نداشتیم تنها غرفه‌گذاران تغییر کردند و اروپایی‌ها جانشین چینی‌ها شدند. بازدیدکنندگان هم به شرکت‌های اروپایی تمایل بیشتری نشان دادند، چون اروپایی‌ها به چاپ بیشتر اهمیت می‌دهند، بخش اروپایی به همین دلیل ۳۰ درصد بیشتر از سال گذشته در نمایشگاه حضور یافتند. این تغییر کاملاً محسوس بود و من به عنوان برگزارکننده این موضوع را یک سند افتخار برای خود می‌دانم.

### ■ از نظر تبلیغات نمایشگاه چگونه بود؟

نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اولین نمایشگاهی بود که علاوه بر تبلیغات معمول در گروه‌های مجازی بیش از ۴۰۰ گروه آن را پوشش دادند. شبکه ایران کالا هم بیش از سه ساعت برنامه زنده‌ی این نمایشگاه را پوشش داد. این موضوع نشان دهنده خوب بودن نمایشگاه است.

### ■ از نظر بازدید تخصصی چگونه بود؟

اکثر مشتریان تخصصی و خوب بودند. نمایشگاه توانسته است محل عرضه ماشین‌آلات به روز دنیا باشد. بر روی اکثر ماشین‌آلات نوشته شده بود «فروخته شد» این موضوع برای برگزارکنندگان افتخار بود که توانسته‌اند نمایشگاه خوب و پربازدهی برگزار کنند. نمایشگاه سود چند جانبه و فرصتی بود تا اینکه فعالان و دست‌اندرکاران حاضر در نمایشگاه کالاهای مورد نظرشان را انتخاب و معامله کنند.

مهم‌تر از همه وحدت و همدلی بین برگزارکنندگان نمایشگاه واقعاً ملموس بود و خیلی نمود داشت و باعث برقراری آرامش برقرار شده بود و رسانه‌ها و رسانه‌های چاپ هم با نمایشگاه همراه بودند و با ما همکاری لازم را کردند به همین سبب امسال بازدیدکننده نسبت به سال‌های قبل خیلی بهتر بود.

### ■ آمار دقیقی از بازدیدکنندگان در اختیار دارید؟ این که چه تعداد بودند و چه تعداد بازدیدکننده متخصص بودند. سطح تحصیلات و یا رشته فعالیتشان چه بوده؟

هنوز آمار را به ما ابلاغ نکرده‌اند. ولی مهم این بود که غرفه‌گذاران راضی بودند. این که نمایشگاه در روزهای پنجشنبه و جمعه هم دایر بود خیلی فرصت مناسبی برای نمایشگاه بود و علاقمندان با فراغ‌بال از نمایشگاه بازدید کردند. هرچند دیده می‌شد که بعضی با خانواده‌هایشان به نمایشگاه آمده بودند ولی باز هم تخصصی برخورد می‌کردند. اغلب آنها علاقمند بودند که در سال بعد هم در این نمایشگاه تخصصی شرکت داشته باشند.

### ■ غرفه‌گذاران راضی بودند؟

اگر راضی نبودند و نتیجه نگرفته بودند در نمایشگاه ابراز علاقمندی نمی‌کردند که داشتند و همین الان برای سال بعد می‌خواهیم ثبت‌نام کنیم و هزینه‌اش را هم همین الان داریم بپردازیم، به این معنی است که نمایشگاه برایشان سودمند بوده و راضی بودند.

### ■ در بخش‌های جانبی چگونه بود؟

در بخش سررسید و تبلیغات قبلاً تنها شش غرفه‌گذار حضور داشتند اما امسال سه سالن را به این رشته اختصاص داده بودیم، در سالن شش دوازده غرفه به صورت جزیره‌ای حضور داشتند این نشانگر این است که مخاطبان راضی بودند و نمایشگاه کشش لازم را دارد به همین دلیل این مقدار متراژ در اختیار گرفتند. با این توضیحات بخش نظرسنجی بهترین‌ها هستند که می‌توانند در مورد آن نظر دهند.

### ■ چه بخش‌هایی در نمایشگاه امسال بود؟

چند برند با دست پر آمده بودند در بخش کاغذ و کارتن بخش تازه‌ای مثل کاغذ سنگی هم چند شرکت به نمایشگاه آمده بودند. خیلی هم راضی بودند. از این نظر که کیفیت حضورشان در نمایشگاه چگونه بود؟ باید گفت که حضور پر رنگی داشتند. در بخش کارتن و مقوا و لیبل در سالن ۳۸ بسیار فعال بودند. ماشین‌های لیبل را هم مستقر کرده بودند و عرضه می‌شد. امسال چاپخانه‌های بیشتری در نمایشگاه شرکت کرده بودند. از نظر تعداد شرکت‌کننده‌ها در بخش قطعات، رنگ و مرکب خیلی پر رنگ بودند. نماینده یک شرکت آمریکایی که در ترکیه مستقر است هم در نمایشگاه امسال شرکت کرده بود. این برند بودن نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران را نشان می‌دهد. همفکری برگزارکنندگان عالی بود و من از نمایشگاه امسال راضی هستم. با این همه نظرات شرکت‌کنندگان و غرفه‌گذاران درباره نمایشگاه برای ما بسیار مهم است.

### ■ آیا آمار دقیقی از تعداد شرکت‌کنندگان دارید؟

نه هنوز آماری که نمایشگاه تهیه کرده در اختیار ما قرار داده نشده است.

### ■ برنامه‌ریزی برای سال بعد از کی انجام می‌شود؟

همیشه در پایان نمایشگاه برنامه‌ریزی برای نمایشگاه بعد شروع می‌شود. در این نمایشگاه هم همینطور بود با کل مجموعه صنعت چاپ در حال برنامه‌ریزی هستیم که بتوانیم نمایشگاه‌آتی را با کیفیت و دقت بیشتری برگزار کنیم.

### ■ وزارت ارشاد یا وزارت صنعت، معدن و تجارت با شما همکاری داشتند؟

دوست داشتیم که به نمایشگاه می‌آمدند و از نزدیک با صنعت و مشکلاتش آشنا می‌شدند و به درد دل‌های همکاران گوش می‌کردند.

### ■ فرمودید در بخش تبلیغات و بازاریابی،

سررسیدی‌ها زیاد بودند اقدامات تبلیغاتی نمایشگاه چگونه بود؟

بله. خیلی بیشتر از سال‌های گذشته بودند در سه سالن حضور داشتند و امسال خیلی فعال‌تر و پر رنگ‌تر حاضر شده بودند.



## ساخت اروپا

- عرض کار ..... ۴۵۶-۱۱۵ میلیمتر
- حداکثر تعداد خطوط روی صفحه ..... ۱۵ عدد
- سرعت بر ساعت ..... ۴۳۰۰ برگ
- گرمای کاغذ برای خط تا ..... ۸۰-۴۰۰ g/m<sup>2</sup>
- گرمای کاغذ برای پرفراژ ..... ۸۰-۲۵۰ g/m<sup>2</sup>
- حداقل و حداکثر فاصله خط تا ..... ۱-۹۹۹ میلیمتر
- ابعاد دستگاه ..... ۱۳۲۰ X ۷۶۰ X ۴۶۰ میلیمتر
- 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

ویژگی ها

### خط تا و پرفراژ اتومات A2

جدید







## تلفیق وجدان با هنر و تکنولوژی

گفت و گو با  
جمال زمانی مقدم  
مدیر عامل مجموعه  
جلدسازی ایران تاپ

درست است که ایران به عنوان یک کشور پیشرفته شناخته نمی شود و در موارد بسیاری بیش از آنکه صادر کننده باشد وارد کننده و مصرف کننده است اما در صحبت با بسیاری از تولید کنندگان متوجه می شویم که جمیع آنها به پتانسیل خوب ما برای رشد و تعالی، نیروی کار زنده و جوانان با انگیزه و خلاق اذعان دارند. تولید سرسید یکی از کارهای ظریف و خاص است و کسی که وارد بازار این کار می شود باید علاوه بر تولید خوب و با کیفیت به دنبال خلایق هم باشد. یک تولید کننده سرسید باید هر سال کارهای خاص و متنوعی را عرضه کند تا از بازار رقابتی عقب نیفتد و در این میان یکی از بخش های مهمی که با آن رو به رو است تولید جلد برای تولیداتش است. جالب است بدانید که عمده ی جلد هایی که بر روی سالنامه های مختلف می بینید در کشور ما تولید نمی شوند و به علت به صرفه بودن و یا مباحث کیفی در خارج از کشور و بیشتر در چین به تولید می رسند و این در حالی است که صحافی و جلد سازی یکی از کارهایی است که از دیر باز جزوی از هنر ایرانیان محسوب می شده است. باور این نکته سخت است که ما در جلد سازی هم نتوانسته ایم به خود کفایی برسیم. یکی از علت های اصلی بعد از مباحث قیمت تمام شده و متریال های خاص ناموجود، نبود دستگاه های جلد سازی مدرن برای تیراژهای بالا است. جلد سازی امروز باید متناسب با نیاز مشتری صورت بگیرد و بتواند از لحاظ میزان تیراژ و زمان تحویل، مشتری خود را پوشش داده و راضی نگه دارد. باید گفت که خوشبختانه به علت تحریم ها، وضعیت اقتصادی، میزان رکود بازار و بیکاری رو به ازدیاد، اهالی صنعت چاپ هم چون بسیاری دیگر از صنایع به دنبال راه گشایش و پیدا کردن بازار بکر و ادامه ی بقا و ارتقا هستند. جلد سازی یکی از هنر هایی است که در پی رفع خلل و کمبود برآمده و در حال رشد و بازاریابی است تا حداقل در این بخش از بحث واردات و خروج ارز کاسته و به اشتغال زایی و تولید داخلی بپردازد.

چاپ و نشر این بار به سراغ یک بخش موثر اما گم شده در غوغای صنعت چاپ رفته است. ما بارها از دیدن و لمس کردن جلد های کتاب ها و سالنامه ها به وجد آمده ایم اما شاید هرگز به نحوه ی چگونگی تولید آن فکر نکرده ایم و این رکن مهم جذابیت یک کار چاپی را از قلم انداخته ایم. در این شماره جمال زمانی مقدم، مدیر عامل مجموعه جلد سازی ایران تاپ طرف گفت و گوی ما قرار گرفت و ما را با مراحل مختلف و متنوع کار جلد سازی آشنا کرد.

هم برای مصرف کننده کار تولید می کنیم و الان که من با شما صحبت می کنم ایران تاپ به تیراژ حدود هفت هزار جلد در روز رسیده است. در کنار مشتریان اصلی ما که عمدتاً تولید کنندگان بزرگ و نامدار سرسید، سالنامه و هدایای تبلیغاتی هستند، شرکت های مختلفی برای کارهایشان به ما مراجعه می کنند و همینطور چاپخانه های زیادی هستند که ایران تاپ را برای تکمیل خط تولید خود انتخاب کرده اند. عمده چاپخانه های مذکور بخش چاپ و صحافی را به انجام می رسانند اما بخش جلد سازی ندارند و یا کار خاصی را می خواهند که از توان تولیداتشان خارج است و از این رو بهتر می بینند که کار را به متخصص بسپارند. به طور مثال اکثر تولید کنندگان نمی توانند کارهای لب گرد و مخصوصاً چرم را تمیز دربیاورند و یا تمامی سایزها را پوشش دهند اما ما با تمهیداتی که اندیشیده ایم و به مدد تجربه ی سالیان جلد سازی دستی توانسته ایم تمامی این نقصان ها را برطرف کرده و به تولید متنوع و با کیفیت دست بیابیم.

ایران تاپ در حال حاضر علاوه بر تولید انواع جلد های سرسید و سالنامه به تولید مدل های متنوعی از جعبه، لوح تقدیر، زونکن، جلد سخت نفیس، پایه تقویم رومیزی و اقلامی اینچنینی در طرح های متفاوت با لبه های گرد و یا صاف، مشغول است. همچنین همانطور که پیشتر هم اشاره کردم برخی از جلد سازی ها در زمان مواجه شدن با جنس خاص و متفاوت دچار مشکل شده و از تولید عاجز می شوند اما ایران تاپ به گونه ای خود را تقویت

بنده جمال زمانی مقدم هستیم، مدیر عامل جلد سازی ایران تاپ. ما فعالیتمان در این بخش را از چند سال پیش آغاز کرده ایم و با یکسری از بهترین و معتبرترین برندهای تولید سرسید و هدایای تبلیغاتی همکاری داشته و داریم. این همکاری دیرین و شناخت بازار و نیاز سنجی مشتری ما را به گسترش فعالیت ترغیب کرد و ایران تاپ را بر آن داشت تا برای بالا بردن هر چه بیشتر کیفیت و تنوع و میزان تولید دست به سرمایه گذاری و به کار گیری دستگاه های نوین و مدرن بزند. ما در سال جاری یک دستگاه جلد سازی تمام اتوماتیک را به مجموعه اضافه کردیم تا بتوانیم پاسخگوی نیاز مشتریان بوده و خواسته های آنان را به نحو احسن برآورده کنیم.

ایران تاپ قبل از این به صورت دستی سفارشات خود را به انجام می رساند اما رفته رفته نواقص و کمبودها را احساس کرد و به دنبال راه چاره گشت. از طرفی نکته ی اساسی که در این مورد مطرح بود تیراژهای بالا در برخی فصل های کاری، علی الخصوص ماه های پایانی سال و ضرب العجل تولید کنندگانی بود که با ما همکاری داشتند. مجموع این اتفاقات ما را بر آن داشت تا با سرمایه گذاری و توسعه کار در پی مرتفع کردن نیازها برآئیم. ما امروز به مدد تکنولوژی جدیدی که به کار بسته ایم انواع جلد های مورد استفاده را از یک تا هفت تکه و از سایز ۸×۱۲ الی ۴۸×۶۸ که کوچکترین تا بزرگترین قطع های معمول محسوب می شوند را پوشش می دهیم. ما امروز هم برای تولید کننده و





کرده که انواع متریال اعم از گالینگور، پارچه، چرم، ترمو، سلفون و هر جنس دیگری که به عنوان جلد مورد استفاده قرار می گیرد را پوشش داده و به تولید می رساند. به طور کلی قسمت تولیدی جلدسازی ایران تاپ را بر اساس روند تولید می توان به سه بخش عمده تقسیم کرد که بخش اول آن برشکاری است. ما در این بخش با بهره گیری از قالب های صنعتی و دستگاه های مدرن و به روز دنیا به برش اولیه و فرم دهی، بنا به خواسته مشتری و نوع کار می پردازیم. قالب های مورد نظر انتخاب شده و روی دستگاه های نیمه اتومات بسته می شوند و متخصصین این بخش این قالب را روی گالینگور، پارچه، چرم، کاغذ و یا متریال های معمول دیگر جلدسازی پیاده می کنند. در این بین گاهی کارهای خاص و به اصطلاح فانتزی هم به ما سفارش داده می شود که ما برای شکل دهی آنها در این بخش از دستگاه لیزر استفاده می کنیم. گفتنی است که دستگاه مورد استفاده ما در این بخش تمام اتوماتیک بوده و ضمن کیفیت و ظرافت بالا، توانایی بازکردن رول پارچه، ترمو و یا چرم را به صورت اتوماتیک دارا است. بعد از قسمت برشکاری که قالب سازی کار و فرم دهی

همه ی تولیدات ما نمی شود اما بسته به نوع سفارشات می تواند به عنوان بخش پایانی محسوب شود. بعد از برشکاری و تولید جلد ما بخشی هم تحت عنوان کار تکمیلی داریم که در آن دوخت، داغ کوب و در نهایت بسته بندی و انبار داری صورت می گیرد. ما در این بخش جلدهایی که به دوخت و یا داغ کوب نیاز دارند را به چرخ های خیاطی صنعتی و یا دستگاه های داغ کوب می سپاریم تا نقطه ای بر کار حرفه ای و تخصصی ایران تاپ بگذارند.

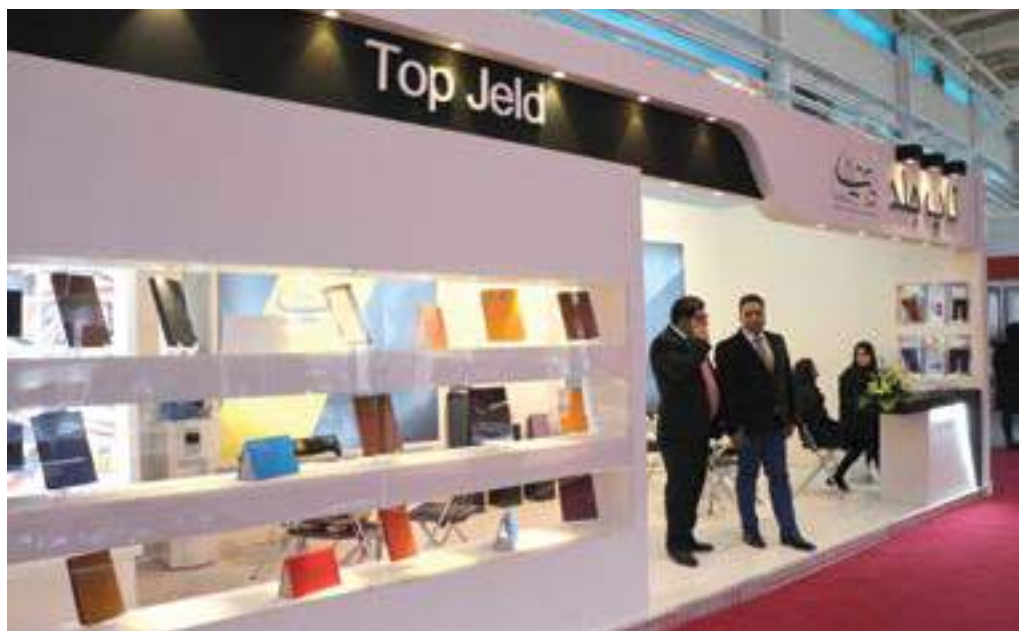
ایران تاپ به عنوان یک مجموعه کوچک تولیدی همواره سعی کرده که به نوبه ی خود در اشتغال زایی موثر باشد و بتواند تولید ایرانی را از تعاریف بدش دور کرده و با برون داد باکیفیت این باورهای غلط را تصحیح کند. حدود ۲۰ نفر در مجموعه ما به کار مشغول هستند که این تعداد در فصل هایی از بازار افزایش می یابد تا به ما در پاسخگویی به موقع به مشتریان یاری رسان باشد. ما نیز چون هر مجموعه ی دیگر تولیدی به دنبال گسترش بازار و توسعه کار و رونق بخشی هستیم اما در این راه به عنوان یک تولید کننده وطنی سعی داریم هوای دیگر تولید کنندگان داخلی را هم داشته باشیم. متأسفانه برخی دوستان بدون تحقیق و بررسی و



کنند اما با این حال تعجب می کنم که این ریسک را می پذیرند. من به این دوستان پیشنهاد می کنم که برای بالندگی کشور خود تلاش کرده و اولویت را به تولیدات داخلی کشورشان بدهند. این وظیفه ی ما است که با سفارش دهی و در عین حال مطالبه گری ضمن به ارمغان آوردن رونق اقتصادی در بالا رفتن کیفیت تولیدات هم مثمر باشیم. ما در مجموعه ایران تاپ همواره به دنبال بالا بردن کیفیت و جلب توجه مشتری تا برآورده شدن صد درصدی خواسته های او هستیم. یکی از مهمترین بخش هایی که جلدسازی را به یک هنر تبدیل کرده بحث ظرافت کار نهایی است که ما همیشه آن را مد نظر قرار داده ایم. به طور مثال زمانی که کارهای ما نیاز به دوخت دارند می شود برای صرفه جویی در وقت کارها را با گام ها و کوک های بزرگتری به انجام رساند و دوستان می دانند که برخی اوقات بحث زمان چقدر مهم و حیاتی است اما ما هرگز کیفیت کار خود را فدا نمی کنیم. ایران جلد به ظرافت و تمیزی کارهای خود می بالد و هرگز سر اعتبار خود ریسک نمی کند. بارها کارهایی به ما پیشنهاد شده که ما از انجام آن سر باز زده ایم چرا که نخواسته ایم کیفیت کار و اعتبارمان زیر سوال برود. امیدوارم تولید ملی به بالندگی رسیده و هر روز پررونق تر شود و بیکاری از کشور عزیزمان رخت بربندد. جوانی ورطه ای خاص از زندگی است که موفقیت در آن می تواند در فرد تاثیرات مثبت دیرپایی بگذارد؛ امیدوارم جوانان کشور بتوانند در میهن خودشان با افتخار و عزت نفس به موفقیت برسند تا ثمره های کشور نصیب بیگانه نشود.

محاسبه به جای مصرف تولید داخلی بهترین و مطمئن ترین راه را واردات می دانند. ما حتی سعی می کنیم از مقوای تولید داخل در کارها استفاده کنیم و مشتریانمان را به مصرف آنها تشویق و ترغیب نماییم. تولید کننده ما امروز می رود و چه بسا مقوایی برابر و یا حتی با کیفیت پایین تر را از خارج وارد می کند و تازه حق گمرک و حمل و نقل بالایی هم پرداخت می کند در حالی که مشابه همان جنس امروز در تهران، اصفهان و دیگر مراکز صنعتی ما در حال تولید شدن است. این تکیه به واردات در کار خود ما هم نمود پر رنگی دارد. همکاران ما در بخش تولید سر رسید از ترس

اولیه در آن به انجام می رسد، بخش تولید جلد ایران تاپ قرار دارد و همانطور که در ابتدای عرایض اشاره کردم با دستگاه مدرن و جدید مجموعه به صورت کاملاً اتوماتیک به انجام می رسد. در این بخش از مجموعه پوشش هایی که در بخش برشکاری توسط قالب زن و لیزر آماده شده اند، در دستگاه تمام اتوماتیک قرار داده می شوند و جلدها بر اساس فرم و مدل مشخص شده و توسط دستگاه با سرعت بالا و کیفیتی مثال زدنی به صورت یکدست و تمیز به تولید می رسند و آماده بسته بندی و تحویل می شوند. ما در ایران جلد یک بخش سوم هم داریم که مشمول







### تولید کننده لایت باکس کریستال



ساخته شده از پلیکسی گلس به ضخامت ۱۰ میلی متر  
نور LED با عمر مفید ۵۰۰۰۰ ساعت  
سایز های مختلف و مدل های متنوع  
قابلیت نصب سریع و آسان





استندهای نمایشگاهی







# دنیای ایده‌های ناب

گفت و گو با مدیر عاملان شرکت رث گرافیک



هر چند که امروز دیگر نگاه سنتی به تبلیغات تا حدود زیادی تغییر کرده است اما چیزی که واقعیت دارد این است که هنوز این بخش در نگاه مدیران اولین مبحثی است که در صورت افت بازار و فشار مالی به مجموعه‌ها، از برنامه‌های اجرایی آنان کنار گذاشته می‌شود. با این وضع و وقتی نگاه به تبلیغات به شکل یک بخش اضافی و نالازم، هنوز مطرح است چه بسا که تبلیغاتی که بی‌فایده به نظر برسد این وضعیت را بغرنج‌تر هم بکند و به طور کلی مدیران و صاحبان کالا و خدمات را از تبلیغات دلسرد کند. به هر حال بهتر است از همان ابتدا مباحث تبلیغاتی‌مان را به کاردان بسپاریم.

■ شما را سایر همکاران می‌شناسند اما به رسم معهود خود را معرفی کرده و پیشینه‌ای از رث بگویید.

مجموعه رث گرافیک از سال ۱۳۸۰ در قالب یک شرکت تبلیغاتی با رویکرد غالب ایجاد هویت سازمانی و برندینگ شروع به کار کرد و به فراخور درخواست مشتریان به حوزه‌های چاپ و هدایای تبلیغاتی وارد شد. در این زمان با توجه به اینکه خدمات ارائه شده توسط تولیدکنندگان آن زمان به اندازه کافی با درخواستهای مشتریان منطبق نبود، نیاز به ایجاد واحدی یگانه و یکدست، رفته رفته بزرگ و بزرگتر شد تا جایی که تبدیل به اصلی‌ترین واحد شرکت و نقطه تمرکز کل مجموعه گردید.

در حال حاضر مجموعه رث با بهره‌گیری از کادر مجرب و سایت مجهز در زمینه‌های طراحی، جلدسازی و صحافی درون مجموعه به طراحی و تولید محصولات متنوع مشغول است و در مواردی نیز از خدمات مجموعه‌های برگزیده دیگری که در بازار کشور فعالند برخوردار می‌شود. رث در همه فعالیت‌ها از طراحی گرفته تا تولید و فروش سعی در رعایت استانداردهای کیفی دارد به نحوی که در پایان همیشه به رضایت مشتری دست می‌یابد.

■ شما در اکثر نمایشگاه‌ها شرکت می‌کنید، علت این حضور مستمر چیست؟

تبلیغات رث گرافیک بیشتر به واسطه خود محصولات رث صورت می‌گیرد. شرکت در نمایشگاه‌های سالانه صرفاً جهت اعلام حضور رث و تجدید دیدار با مشتریان همیشگی صورت می‌گیرد و البته به واسطه‌ای این حضورها هر ساله تعدادی مشتریان جدید هم افتخار شروع همکاری را به ما می‌دهند.

■ به نظرتان کارکرد اصلی حضور در نمایشگاه‌ها چیست؟

نمایشگاه‌های ما بیشتر فقط عنوان بین‌المللی را یدک می‌کشند، اکثریت قریب به اتفاق شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان از هموطنان ایرانی هستند. بازار فروش تولیدکنندگان به بازار محدود داخلی منحصر شده است و ورود رقبای جدید، اعم از محصولات وارداتی و تولیدکنندگانی که تازه وارد میدان می‌شوند، باعث رقابتی شدن هر چه بیشتر عرصه تولید و خدمات شده که در بعضی از موارد منجر به رقابت‌های ناسالم نیز می‌گردد. نمایشگاه‌هایی که به عنوان بین‌المللی در دنیا برگزار می‌شوند بیشتر چشم به ایجاد بازارهای صادراتی برای محصولات داخلی دارند و به نظر من این معرفی و بازاریابی کارکرد اصلی نمایشگاه‌ها است که متأسفانه این جنبه در نمایشگاه‌های وطنی مغفول مانده است.

■ شما کمبودهای نمایشگاه بین‌المللی تهران را چه می‌دانید؟







کپی صورت نگیرد. اصولا دیدن یک طرح جذاب در هر جای دنیا فقط جرقه‌ای را میزند و سپس این جرقه به قدری تکامل می‌یابد که دیگر قابل قیاس با طرح اولیه نیست. طرح اولیه به شکلی تنها حکم یک الهام رسان را بازی می‌کند لذا به جرات می‌توانیم بگوییم که ما کپی رایت را حتی در مفهوم خارجی آن رعایت می‌کنیم و محصولات رث تماما حاصل خلاقیت و نوآوری همکاران ارزشمندمان است لذا مورد سوال شما لااقل در مورد مجموعه رث گرافیک موضوعیت ندارد.

#### ■ شما مهمترین فاکتور ماندگاری کسب و کار در بازار امروز را چه می‌دانید؟

به اعتقاد بنده امروزه یکی از مهمترین فاکتورهای ماندگاری کسب و کار تعهد نسبت به خواسته‌های مشتریان و اجرای اصل مشتری‌مداری است. فاکتور اساسی دیگری که می‌توان در کار خود ما به آن اشاره کرد، نگاه به جلو و آینده‌نگری در طراحی محصول و چگونگی عملکرد است.

#### ■ از مشکلات کار خود بگویید؟

فضای کلی کسب و کار در ایران روز به روز دشوارتر و رقابتی‌تر می‌شود و در فضای کمبود نقدینگی و فشار اقتصادی عموما اولین بخشی که در شرکت‌ها بودجه‌اش خذف می‌شود تبلیغات است، لذا مارکت ما با کاهش حجم تقاضا روبرو می‌شود. از طرفی سهم صادرات هم در کسب کار ما تقریبا هیچ است و با هزینه‌هایی که روز به روز افزایش می‌یابند مواجه هستیم. با این اوضاع مارکت تبلیغات تحت فشار روز افزونی قرار گرفته است که باید راه‌کارهای مناسبی جهت خروج از این اتمسفر پیدا کند.

خودبندی شود بر پای لنگان این کسب و کار و کار به جایی بکشد که نه تنها دردی را دوا نکند بلکه خود مشکلات و معضلات دیگری را نیز ایجاد کند. در کشورهای دیگر چون از اساس قوانین کپی رایت رعایت می‌شوند داستان به طور کلی متفاوت است اما در کشور ما و به صورت موردی کمی کار سخت و ناشدنی به نظر می‌رسد.

#### ■ سوال دیگری که می‌تواند در ادامه سوال قبلی مطرح شود این است که شما الگوی کارهای نوین خود را از کجا اخذ می‌کنید، از سررسیدها و طرح‌های خارجی؟ آیا با این وضع اصلا قانون کپی رایت معنی خاصی دارد؟ همکار شما هم می‌تواند منکر تقلید از شما شود و بگوید که از روی نمونه اصلی کپی برداری کرده است.

در رث سعی بر این بوده که حتی از کارهای خارجی هم

به اعتقاد من مشکل اصلی در مورد نمایشگاه بین‌المللی تهران نوع نگرش برگزارکنندگان آن است به نحوی که برای رونق دادن به نمایشگاه تلاش کافی صورت نمی‌گیرد. برگزار کردن نمایشگاه هم مانند سایر کسب‌وکارها نیاز به سرمایه‌گذاری برای تبلیغات شهری و رسانه‌ای دارد تا روز به روز بر رونق آن افزوده شود.

#### ■ رث به عنوان یک مجموعه پیشرو در صنف خود مطرح می‌شود؛ از افتخارات، مشتریان خاص و کارهای منحصر به فرد خود بگویید.

مجموعه رث گرافیک در سال‌های اخیر تمرکز فعالیت‌هایش را بر ایجاد رضایت مشتری و در نتیجه ایجاد شبکه مشتریان وفادار قرار داده است. در این سال‌ها افتخار ما حفظ کیفیت محصول همراه با رعایت قول و قرارهای زمانی بوده است. رث گرافیک حتی در سفارش‌های بزرگ که بعضا به چند صد هزار نسخه سررسید بالغ گشته‌اند هم جانب مشتری را نگه داشته و هیچگاه افت کیفی و یا تاخیر در تحول سفارشات نداشته است.

طیف مشتریان رث از شرکت‌های تبلیغاتی تا فروشندگان لوازم التحریر و همچنین شرکت‌هایی که مستقیما سفارش می‌دهند در بر می‌گیرد. در این میان ما بارها با شرکت‌های بزرگ و بانک‌های مطرح همکاری موفق داشته‌ایم. ما همیشه سعی بر ارائه محصولات جدید و نوآوری در طراحی تولیدات داشته‌ایم به گونه‌ای که نوآوری یکی از صفاتی است که دیگران مجموعه رث را با آن می‌شناسند.

#### ■ یکی از مسائلی که همواره در شغل شما مطرح می‌شود مسأله عدم رعایت قانون کپی رایت است. طرح نوین شما نهایتا برای یکسال بکر و منحصر به فرد می‌ماند و سال بعد توسط دیگران تقلید می‌شود. برای حل این معضل چه راهی را پیشنهاد می‌کنید؟

برای این مشکل می‌توان راه‌کارهایی از جمله ثبت طرح و در یکی از مراجع ذی صلاح را در نظر گرفت که البته بیم این وجود دارد که به آسانی دور زده شود و از سویی یک







حامد خسروی  
در گفت‌وگو با چاپ و نشر:

## عدم حمایت صنعتی از چاپ یک چالش بزرگ است

در بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌های وابسته فرصتی کوتاه به دست داد تا در گفت‌وگویی کوتاه با حامد خسروی مدیر چاپ اوج نیلی درباره شرایط اقتصادی کشور و صنعت چاپ را بررسی کنیم. حامد خسروی، در این گفت‌وگو اظهار داشت: صنعت چاپ ایران هنوز از حمایت‌های صنعتی کشور برخوردار نیست و این یک چالش اساسی است.

صنعت چاپ باید زیر مجموعه وزارت صنعت و معدن باشد و این موضوع برای کسب حمایت‌های ملی از این صنعت یک ضرورت است. اینکه صنعت چاپ کوچک مانده است معلول این روند غیر اقتصادی و غیر صنعتی بودن چاپ است.

رقابت ناسالم بخش‌های دولتی چاپ یا بخش خصوصی خرده‌کارهای موجود صنعت چاپ را بلعیده است و عدم رونق اقتصادی در کشور باعث شده است تنها صنعت چاپ در حوزه خوراک و پوشاک باقی مانده است. به اعتقاد خسروی فضای مجازی رقیب جدی صنعت چاپ است و در آینده نزدیک صنعت چاپ به روش‌های سنتی دچار چالش‌های اساسی خواهد شد.

رشد فضای مجازی به علاوه وضعیت رکود تورمی باعث خواهد شد صنعت چاپ نتواند فشارهای ایجاد شده را تحمل کند و سرمایه‌ها از این حوزه مهاجرت خواهند کرد. ما حاصل این گفت و شنید پیش روی شماست.

■ از فضای اقتصادی موجود در کشور چه خبر و شرایط را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ فکر می‌کنید چه امیدهایی هنوز وجود دارد؟ و یا چه تحرکات مثبتی قابل اجراست و یا نقاط ضعفی که در فضای اقتصادی کشور است، چیست؟

قبل از پاسخ به سوال شما، مطلب دیگری را مطرح می‌کنم تا به پاسخ شما برسیم. ما در ایران از صنعت چاپ صحبت می‌کنیم ولی صنعت چاپ زیر مجموعه وزارت صنایع نیست. این خود یک معضل و چالش بزرگ است که بایستی در جایگاه خودش روی آن فکر شود تا به نتیجه درستی برسیم. تا به حال نگاه صنعتی به چاپ نشده است، شاید در چند سال آینده این اتفاق بیافتد و صنعت چاپ زیر مجموعه وزارت صنایع قرار گیرد ولی فعلاً زیر مجموعه وزارت ارشاد است و حساسیت‌های خاصی هم از طرف اتحادیه دارد، مثلاً مبانی ایدئولوژیکی که بخاطر انقلاب اسلامی شکل گرفته و این یکی از ابزارهای مهم در انقلاب در قدیم هم همین موضوع چاپ بود. در واقع زمان انقلاب بوسیله چاپ انقلابیون توانستند حرفشان را بزنند. اما وقتی فضا، فضای فیزیکی می‌شود شرایط تغییر می‌کند و این داستان دیگری است و این گریزی بود که من به صنعت چاپ در ایران داشتم. ولی چون نگاه به صنعت چاپ نگاه صنعتی نبوده به نظر بنده همچنان دارای ضعف است و آن توان و قدرتی را که باید داشته باشد را ندارد و با این نگاه هر دولتی هم روی کار باشد صنعت چاپ را خیلی کوچک می‌بیند. بخش خصوصی هم وارد عمل می‌شود به خاطر توانایی مالی که دارد، بخشی را راه اندازی می‌کند و ممکن است در کنارش مجموعه‌های بزرگ دولتی مثل سازمان تبلیغات باید یا یک

چاپخانه بزرگ و معظم مثل چاپخانه بانک ملی و غیره می‌آیند ولی به خاطر حجم سرمایه‌گذاری، کارهای خصوصی بازار را برای خود جمع می‌کنند که این مسئله اشتباه است. چون بخش خصوصی با داشتن سرمایه کم یا زیاد داخل این سیستم قطعاً قابل رقابت با مجموعه‌های بزرگ نخواهد بود، مثل سازمان تبلیغات مثل بانک ملی و... این از نظر اقتصادی بود. مبحث بعدی این است که ما در ایران اصلاً تولید خاصی نداریم و در واقع الگو پذیر صرف از خارج از کشور هستیم. و چون مصرف‌گرایانه فکر و عمل می‌کنیم برای همین این صنعت که در بخش VCL متصل به بخش مجموعه بازاریابی (marketing) از بخش (print commercial) بازرگانی چاپ است هم زیر سوال می‌رود چرا؟ چون فضای مجازی به سرعت در حال رشد است. تیراژهای زیاد جایشان را به چاپ تعداد محدود داده‌اند و جای تیراژ را فضای مجازی اشغال کرده و فضای مجازی است که اطلاع‌رسانی می‌کند و مثل گذشته نیست که با بروشور و تراکت و کارت ویزیت و... بتوانند قدرت‌نمایی کنند چرا که همه می‌دانیم که بیشتر اتفاقات را در تلفن همراه خودمان داریم. موضوع اصلی این است که ما در ایران تولید نداریم که بخواهیم تولید محتوا کنیم، بخواهیم راجع به آن کاتالوگ و تراکت یا بروشور تولید کنیم، مجبوریم از بخش تبلیغات با توجه به طرح و توسعه‌ای که خود مجموعه در حال انجام آن است استفاده کنیم و حوزه چاپ را به حوزه‌های بزرگتر و به روزتر و مصرف‌گرایانه‌تر - که من به آن حوزه خورد و خوراک و پوشاک می‌گویم - شویم. این امر در حال اتفاق افتادن است چه تحریم باشیم چه نباشیم،







www.thermodat.com

# چرم ترمو

نماینده انحصاری کمپانی by ripido ترکیه



قابلیت دوخت



چسب صاف و صاف



دانه و ملاکوب

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



چه کم بخوریم چه زیاد، مجبوریم روی اتفاقی که در این حوزه می‌افتد بهتر است که تغییر برنامه دهیم. ولی در حوزه اقتصاد من در آن ضعف بسیار می‌بینم و هیچ پیشرفتی در آن اتفاق نمی‌افتد و از طرفی صنعت چاپ اصلا زیر مجموعه وزارت صنایع نیست که بخواهد حمایت شود و این مسئله عدم پویایی اقتصاد ما در زمینه تولید تبدیل شده به یک سیستم مصرف گرایی، مثلا در گذشته شرکتی داشتیم با یک آژانس تبلیغاتی که تولید محتوا هم می‌کرد ولی اکنون فقط تبدیل به یک فایل شده است این فایل راجع به محتوای فضای مجازی با تعداد محدودی کار چاپی و این فضا کاملا تحت تاثیر قرار گرفته و دچار تهدید شده، ما هم در مجموعه خود آن را کاملا می‌بینیم و بارها در باره آن صحبت می‌کنیم، راجع به آن جلسات مختلف می‌گذاریم چالش‌هایش را می‌بینیم و نگاه بزرگتر و بازتری را هم داریم و به این فکر می‌کنیم که ما هم به دنبال مواد مصرفی که کار چاپی نیاز دارد، برویم.

■ در واقع شما می‌فرمایید عدم رونق اقتصادی که به نحوی باعث رکود در فضای تولید شده است. اکنون باید توجه خود را به بخش‌هایی معطوف کنیم که مصرف‌کننده فعال دارد یعنی صنعت چاپ بازار عمده خودش را که پیش از این در حوزه صنعتی و تولید بود از دست داده است؟

البته رشد فضای مجازی را نمی‌توان نادیده گرفت. مثل اینکه ما قبلا یک دفترچه تلفن داشتیم که تمام شماره‌هایمان را در آن می‌نوشتیم، حالا همان دفترچه در تلفن همراه ماست و خیلی سریعتر از قبل به آن دستیابی پیدا می‌کنیم. حالا فرض کنید این بروشورها و کاتالوگ‌ها را بخواهید با خود حمل کنید و در یک کتابخانه قرار دهید، مسلما فضای زیادی می‌خواهد، امکان بیشتری می‌خواهد حجمش زیاد و سنگین و هزینه‌بر است در واقع با روش قدیم شما نمی‌توانید پوشه سازی

و آرشیو کنید، محدودیت دارید. همه مطالب در یک فایل گنجانده و دسته بندی شده، دفترچه تلفن هم رفته در تلفن همراه و بخش دیجیتال ما خیلی پررنگ شده.

■ اگر از سال ۱۳۳۰ به این طرف را در نظر بگیرید که تولید در صنعت چاپ بیشتر شامل کتاب بود و دستگاه‌های دستی چاپ داشتیم که اهمیت خاصی هم داشت و با توجه به مطالبی در مورد فضای مجازی فرمودید فکر می‌کنید با این اوصاف در ۲۰ سال آینده صنعت چاپ در ایران و جهان به چه سمت و سویی می‌رود؟

شما در مورد بسته‌بندی و لب‌بلینگ پرسیدید که حتما رشد زیادی خواهد کرد. اما من به این نکته هم اشاره کنم که الان مشکل کشور ما در این است که بستر یک سری از چیزها را نداریم حالا اگر تولید محصولی را در ایران داشته باشیم خیلی هم خوب بود ما می‌توانیم بسته‌بندی‌هایمان را ارتقاء دهیم، برچسب زنی و سایر اقلام را مثل تمام دنیا ارتقاء دهیم. حالا اگر تولید داخلی هم نداشته باشیم تولیدکنندگان خارجی در حوزه‌های مختلف هستند که حاضرند بیایند و در ایران کارخانه محصولشان را بزنند و چون کارگر اینجا ارزان‌تر است و مصرف‌کننده خوبی هم دارند در نتیجه قیمت تمام شده‌شان هم کمتر می‌شود در نتیجه فروش بیشتری دارند اما آنها به این راحتی هم به این کشور نمی‌آیند. آنها می‌گویند که برای ارائه یک محصول حداقل بسته‌بندی محصول و لب‌بلی زنی آن بایستی در کشور هدف انجام پذیرد. یعنی مواد اولیه آورده شود و در اینجا بسته‌بندی و لب‌بلی زده شود نه اینکه کل محصول تولیدشده را بیاورند و در اینجا بفروشند، این کار باعث اشتغال‌زایی هم می‌شود.

■ چرا مناطق آزاد اقتصادی که در سر مرزهای کشور ایجاد شده و هیچ‌گونه محدودیتی برای ورود هیچ نوع از تکنولوژی‌ها را هم ندارند، از محصولات خارجی گرفته تا محصولات داخلی و از قوانین گمرکی هم معاف هستند، رونق نگرفته‌اند؟

مطلب کلی را به شما می‌خواهم عرض کنم و آن این است که در اینجا قدرت در دست یک گروه یا یک لابی است، حالا اگر با این لابی در ارتباط باشید و شما را دوست خود بدانند در آن لابی قرار می‌گیرید در غیر اینصورت مشکل پیدا خواهید کرد. من قبلا این موضوع را قبول نداشتم، اما این واقعیتی است که وجود دارد. من تابحال از هیچ لابی‌ای و از هیچ کمک دولتی هم استفاده نکرده‌ام و تنها خودم روی پای خودم بودم و به کسی وابسته نبودم، اما واقعا مشکلات را چشیده و لمس کرده‌ام.

در این جامعه اگر کسی بخواهد کاری کند بایستی حتما لابی قوی داشته باشد. گاهی اوقات من دوست ندارم وارد لابی شوم، اما در این شرایط بدون لابی کار چندانی پیش نمی‌رود. در مورد مناطق آزاد که سوال کردید، این مناطقی امکاناتی است که در اختیار سرمایه‌گذار قرار می‌دهند، در حرف خوب است ولی در عمل؟ بعدا از بخش خصوصی انتظار دارند با این همه هزینه‌های بانکی در ایران سرمایه‌گذاری کند آن هم با ریسک بالا، مسلما سرمایه‌گذار با این شرایط در اینجا سرمایه‌گذاری نمی‌کند و ترجیح می‌دهد در منطقه قفقاز که امنیت مالی بیشتری در آن وجود دارد سرمایه‌گذاری کند.

■ با تشکر از شما جناب خسروی که وقتتان را در اختیار ما قرار دادید.





فروشگاه سلفون

# بهاری

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

نمایندگی چسب شایا شیمی

انواع ورق های لمینت A3 و A4 ۱۵۰ میکرون



آدرس فروشگاه: چهارراه سیروس، به طرف پل ری

کوچه آل آقا کوچه خشک پز پلاک ۳

تلفن: ۳۳۵۰۶۶۴۷ ۳۳۵۰۶۶۳۸

فکس: ۳۳۹۱۱۲۴۵ موبایل: ۰۹۱۲۱۳۸۰۴۳۳

آدرس کارگاه: باقر شهر،

مجتمع صنعتی تجریشی، فاز ۱،

بلوک A، پلاک ۱۷



# 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 شرینک، چاپ ساشه

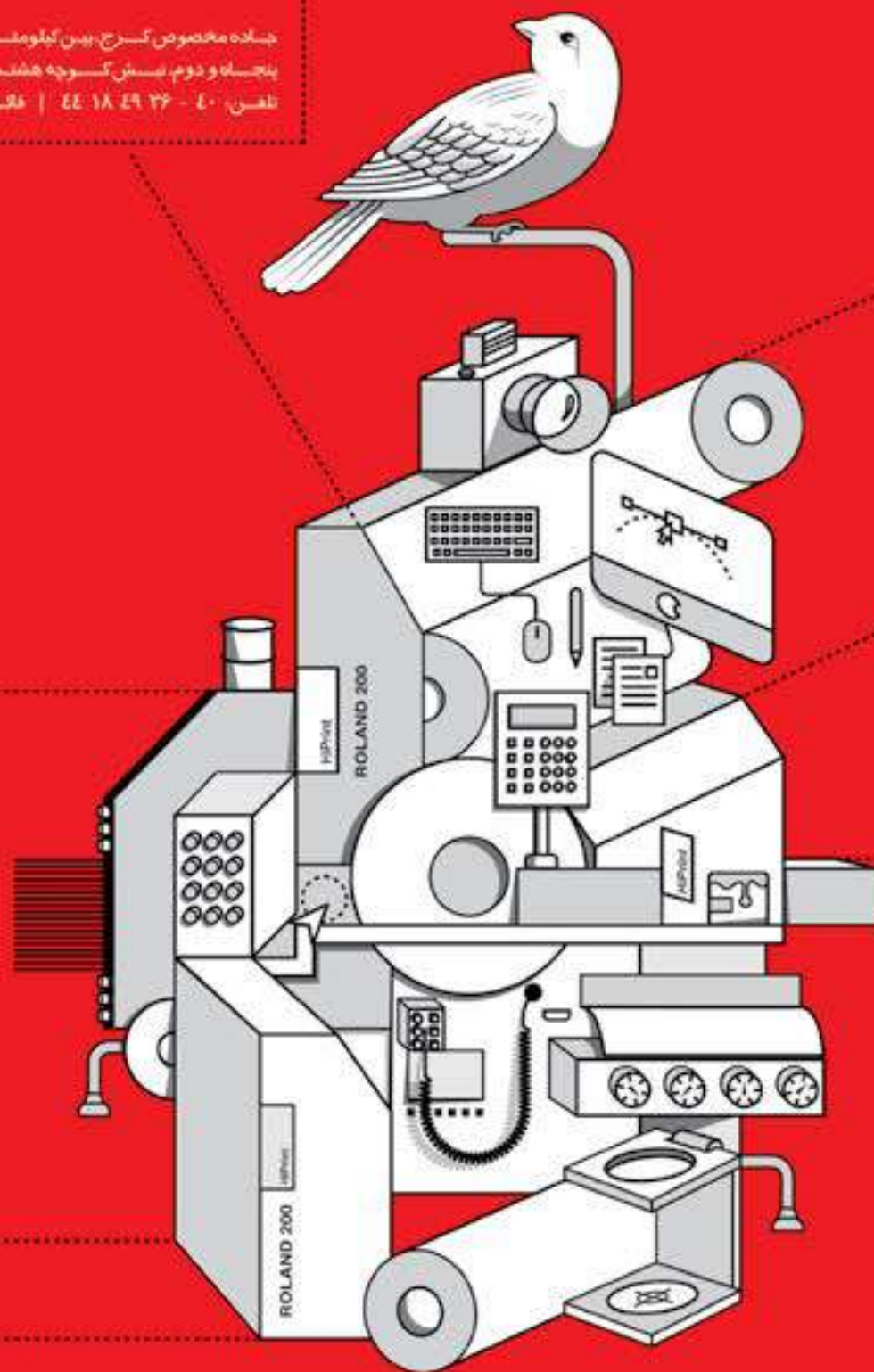
جاده مخصوص کرج، بلوار ایران خودرو  
خیابان زامیاد، ابتدای خیابان گلها، پلاک ۲  
تلفن: ۷۰۰-۶۰۰۱۹۴ ۴۴ | فاکس: ۵۶-۲۳۹۲ ۴۴



# Hoodis Pars Printing Complex

مجتمع چاپ هودیس پارس

جاده مخصوص کرج بین کیلومتر ۱۵ و ۱۶، خیابان  
پنجراه و دوم، پست کسب و کار هشتم، پلاک ۲  
تلفن: ۰۲۶ ۴۹ ۱۸ ۴۴ | فکس: ۰۲۶ ۴۹ ۱۹ ۴۴



## WHEN QUALITY MATTERS

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



# GOLDEN WIDE

PRINT MATERIAL IMPORTER COMPANY



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



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

## SOLVENT Machine

SOLVENT Machine





- ▶ 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:

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

**۵% تخفیف**  
ویژه نمایندگان



# GOLDENWIDE

PRINT MATERIAL IMPORTER COMPANY

گلدن واید نماینده رسمی و انحصاری

## wantong

واردات دستگاه چاپ بنر با تکنولوژی

### KONICA HEADS 512i

 **BOSSRON**<sup>®</sup>  
—— 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

GOLDENWIDE

GOLDENWIDE



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://telegram.me/goldenwidecompany)





سالنامه کیانی

2018/2019 Collection

سالنامه اختصاصی  
تخصص ماست



New Collection

Kiani

1397



[https://  
telegram.me/  
kianigallery1](https://telegram.me/kianigallery1)



+98 21 55 81 65 52

+98 21 55 58 61 96

+98 21 55 81 65 53

+98 21 55 58 61 97

+98 21 33 94 60 20

+98 21 33 97 60 20

شعبه بازار:  
خیابان ۱۵ خرداد، بازار بین الحرمین، پاساژ مهتاش، پلاک ۱۱  
شعبه ظهیر الاسلام:  
خیابان جمهوری، نبش ظهیر الاسلام





## انتشارات رایانه شهر

تولید انواع تقویمهای دیواری ساده و طلاکوب - تکبرگ و چهاربرگ  
در بیش از ۱۰۰ مدل - انواع تقویمهای رومیزی ۱۲ برگ در ۱۰ مدل  
انواع سررسید جرم - ترمو - سلفون - داخلی چهاررنگ در ۴۰ مدل

۳۲۱۲۰۰۸۲ - ۳۲۱۲۰۲۱۰ (۰۳۱)  
rayaneshahr.com





# تقویم دیواری رومیزی سالنامه

انتشارات رایانه شهر

اصفهان . بازار بزرگ حکیم . واحد ۲۷۹

۳۲۱۲۰۰۸۲ - ۳۲۱۲۰۲۱۰ (۰۳۱)

rayaneshahr.com

@rayaneshahr1396



## ■ پسری هم نشان پدر

آرمن گاوافیان هشتم مدیرعامل شرکت دوستان شیمی آسیاب. دوستان شیمی بیش از چهار دهه سابقه فعالیت دارد، همانطور که قدیمی‌های صنف چاپ می‌دانند این شرکت توسط پدر من تأسیس شد. مرحوم گاوافیان مدیر فنی و مدیر تولید مرکب‌سازی لوریوی فرانسه در قبل از انقلاب بود (که بعد از انقلاب به نام البرز تغییر نام داد). آن مرحوم دوره کارشناسی ارشد را در فرانسه گذراندند و دوره‌های شیمی چاپ و مرکب را در کارخانه لوریوی فرانسه و سوئیس دیدند و سپس به ایران آمده و وارد کار شدند. ایشان در کنار کار در کارخانه البرز، دوستان شیمی را بنا نهادند و با این کارخانه به همکاری پرداختند، به طوری که مرکب از کارخانه البرز می‌رفت و ملزوماتی چون داروهای آب توسط دوستان شیمی تولید و به همراه مرکب‌ها عرضه می‌شد.

دوستان شیمی در کنار این همکاری‌ها کارهای تحقیقاتی زیادی را صورت می‌داد و مرحوم گاوافیان توانست در سالیان کار خود در این شرکت ۱۹۲ اختراع داشته باشد که بسیاری از آنها نیز به ثبت رسیده‌اند. متأسفانه چون ایشان در کارگاه‌های مختلف به کار می‌پرداخت عمدتاً فرمولهایش توسط کارکنان و کارگران مجموعه‌های دیگر کپی برداری می‌شد و به سرعت تهمة گیر می‌شد. به طور مثال یکی از اولین کارهای ایشان تولید واکس کفش خمیری سفید رنگ در ایران بود که قبل از آن کسی دست به تولید آن نزده بود. واکس مایع کفش، واکس پارکت، مکالئوم، سرامیک و مانند اینها از دیگر اختراعات ایشان بود که به سرعت مورد تکثیر رقبا قرار گرفت و در بازار همه گیر شد.

## ■ شروعی دوباره

می‌توان گفت که از ۱۵ سال پیش دوستان شیمی کار خود را به شکل جدی‌تری دنبال گرفت. همان سال‌ها بود که من و برادرم تحصیلات دانشگاه را به اتمام رساندیم و به مجموعه پدر پیوستیم و به این ترتیب حدود سال ۸۱ بود که دوستان شیمی با جدیت و همتی مضاعف کار خود را دنبال کرد.

در همان سال‌ها بود که تولید ملزومات چاپ به عنوان کار اصلی ما مطرح شد اما در کنارش تولیدات دیگری هم داشتیم که مربوط به اختراعات پدر می‌شد. سیلیکون

امولسیون که بیشتر برای هیت‌ست و چاپ روزنامه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و یا ورنی ضد پشت‌زن که حالتی ژله‌ای مانند دارند از محصولاتی بودند که پدر به صورت انحصاری تولید می‌کرد و تا مدت‌ها در اختیار ما بود و هم اکنون هم دوستان شیمی آسیاب به عنوان تولیدکننده برتر و شناخته شده بازار این محصولات را همچنان با کیفیت برتر به تولید می‌رساند.

در آخرین قسمت چاپ برای اینکه کارها به اصطلاح پشت نزنند، کارهای چاپی را پودر می‌زدند اما پدر با ابتکار خود (ورنی ضد پشت زن) ماده‌ای ژله‌ای مانند ساخت که با مرکب مخلوط می‌شد و این اختراع معضلات زیادی را حل کرد. پودر زدن کارها بعد از چاپ زمانی که نیاز به عملیات پس از چاپی چون سلفون و یا یووی بود، چاپخانه‌ها را با مشکل روبرو می‌کرد و آنها مجبور بودند قبل از عملیات سطح کار را پاک کنند یا آب‌چاپ بگیرند تا سطح کار تمیز و یکدست شود اما اختراع پدر کار را راحت کرد و با این تمهید دیگر نیازی به کارهای اضافی نبود و تولیدات چاپی علی‌رغم پشت‌زدن به سرعت خشک شده و آماده هر نوع عملیات پس از چاپ بودند.

## ■ نام نیک ماندگار

پدر نام بسیار خوب و نیکی از خود به جا گذاشت و ما همواره سعی کرده‌ایم که این سابقه درخشان را بدون هیچ خللی حفظ کرده و این راه درست را همچنان ادامه دهیم. آن مرحوم اگرچه مراقبت زیادی از خود می‌کرد و به سلامتی‌اش اهمیت می‌داد اما دچار بیماری سختی شد که در دو یا سه سال او را از پا انداخت. پدر همواره ورزش می‌کرد و کوهنوردی و راه پیمایی از برنامه‌های دائم زندگی او بودند و از همین رو وقتی بیماری گریبانگیر او شد، همه ما و دوستانی که او را می‌شناختند متعجب ساخت و در سن ۶۵ سالگی او را از میان ما برد.

قبل از وخیم شدن حال پدر تمامی کارها توسط خود ایشان به انجام می‌رسید، یعنی من و برادرم و دیگر کارکنان همه مشغول تولید، تحقیقات و لابراتوار بودیم منتها چک کردن فرمولاسیون و کیفیت سنجی نهایی با خود پدر بود و ایشان خروج تمام محصولات را قبل از به تأیید رسیدن توسط خودشان ممنوع اعلام کرده بودند، این نکته بود که کیفیت ما را تضمین کرده و مشتریان ما را از همگنی و کیفیت محصول مطمئن ساخته بود.

بعد از قدرت گرفتن بیماری، پزشکان توصیه کردند که پدر به منطقه‌ای خوش آب‌وهوا نقل مکان کند؛ از این رو بهتر دیدیم

که به ارمنستان بروم تا بهبودی حاصل شود. پدر در ارمنستان ساکن شدند و ما هم مرتب به ایشان سر می‌زدیم اما به هر حال دوستان شیمی از مدیریت مستقیم ایشان محروم شده بود و این وظیفه خطیر حالا به عهده ی نسل دوم دوستان شیمی گذاشته شده بود. خود من مهندسی شیمی گرایش پالایش نفت خوانده‌ام و سایر دوستان و همکاران ما هم در رشته‌های مرتبط دیگر تحصیل کرده‌اند اما به هر حال نبود نبوغ پدر هنوز مشهود و قابل احساس است.

## ■ ادامه راه پیشرفت

من در کنار رشته اصلی خودم آشنایی بیشتر و عمیق‌تری را با صنعت چاپ لازم دانستم و از همین رو دوره‌های مختلفی را در صنعت چاپ گذراندم و اکنون هم در حال گذراندن دوره MBA برای مدیریت و بازاریابی چاپ هستم. من علاوه بر این همواره در حال مطالعه و جمع آوری اطلاعات در این باره هستم تا بتوانم هرچه بهتر به کار خود ادامه دهم. به نظر من دانشگاه تا حد زیادی شما را پیش می‌برد اما در نهایت نکات زیادی از هر علم باقی می‌ماند که در صورت عشق و علاقه باید توسط خود فرد و خارج از محیط دانشگاه دنبال گیری و کسب شود؛ من نیز سعی کرده‌ام همواره مطالعات خود را در این حوزه دنبال گیری کنم.

سال ۱۳۸۹ پدر به ناهنگام فوت کرد و بسیاری از آشنایان و همکاران گمان می‌کردند که مجموعه‌ی دوستان شیمی به کار خود خاتمه خواهد داد اما پدر هر چند با اقتدار به مدیریت تولید می‌پرداخت اما در دوره بیماری و قبل از آن به خوبی ما را برای عهده‌داری این کار آماده کرده بود. ما با تکیه بر تجربیات به ارث رسیده از پدر به ادامه راه پرداختیم و با کمک علوم مدیریتی جدید تولیدات را سر و سامان دادیم و بخشی از آنها را متوقف کرده و با تمرکز به تولیدات اصلی دیگر پرداختیم و آن بخش‌های پر بازخورد خود را تقویت کردیم. همچنین از لحاظ مدیریتی کسب و کار بازار هم پیشرفت کردیم و به سمت تولید مشارکتی، اخذ نمایندگی و صادرات و واردات رفتیم.

دوستان شیمی طی این هفت سال اخیر و پس از پدر دیگر یک تولیدکننده صرف باقی نماند و در کنار آن به عنوان وارد کننده، صادر کننده، همکاری در تولید و توزیع کننده نیز کار خود را دنبال گرفت. این همه فن حریفی علاوه بر نیاز به علم و همت، به نیروی انسانی زنده هم

# دوستان شیمی

مصاحبه با آرمن گاوافیان، مدیر عامل شرکت دوستان شیمی آسیاب

حفظ کردن نام نیک از به دست آوردن آن سخت‌تر است. مهم نیست چندبار زمین می‌خوری، مهم این است که چندبار از زمین بلند می‌شوی. اهمیت ندارد از کجا آمده‌ای، مهم این است که به کجا می‌روی. باید به حق دیگران، چه مشتری باشند و چه همکار احترام گذاشت و وجدان کاری داشت. علم روزانه در حال پیشرفت است و اگر می‌خواهی از بازار جا نمایی باید در میان تمامی کارها و با رعایت تمام موازین بازار، دائماً در حال تغییر و نوسازی باشی و بتوانی خودت را با خواسته‌های روز مشتریان وفق دهی و...؛ دوستان شیمی این همه هست.





داشت و به هیچ وجه کار آسانی نبود اما خداوند یاری کرد و با لطف او کارها روی روال خود پیش رفت و ما توانستیم ضمن ادامه راه پدر و سرپا نگه داشتن دوستان شیمی، به توسعه بخشی در کار و بازار هم دست یابیم.

### ■ ادغام توسعه بخش

یک نقطه عطف دیگر در کار ما شراکتی بود که همین چند هفته اخیر به وقوع پیوست و طبق آن ما با همکاری شرکت تاجران امین و شخص مهندس امینی به عنوان نمایندگی محصولات توپو اینک (toyo ink) ژاپن فعالیتمان را گسترش دادیم. ما در پی مطالعاتمان دیدیم که یکی از رموز ماندگاری و موفقیت دوستان شیمی شکل کار و مناسبات فامیلی گردانندگان آن است؛ در وهله دوم هم متوجه شدیم که بزرگ ترین و موفق ترین شرکت های جهان هم برای گسترش خود دائم در تلاش هستند و از ادغام برندشان هیچ باکی ندارد. شاید در نگاه اول به خود بگوییم که این گروه های تجاری نیازی به ادغام سازی نداشته اند و منطق پشت پرده آنها را درک نکنیم اما بر حسب تجربه و علم می توان کار آنها را درست و مستدل ارزیابی کرد. الان چند سال است که دنیا بر این روند افتاده است و دائم خبر می شنویم که کمپانی های بزرگ و نامدار جهان با هم ادغام شده اند تا پیشرفتی دوچندان کرده و سیطره بیشتری روی بازار داشته باشند. همین کارخانه مرکب سازی لوریوی فرانسه که در ابتدای عرایض به آن اشاره کردم، برای ادامه بهتر روند تولید خود به هولدینگ DCI آمریکا پیوست و تحت کمپانی تولید مرکب سان کمیکال به کار خود ادامه

تولید اختصاصی هم داریم که بیشتر به چاپخانه های بزرگ و خاص اختصاص دارد .

برای داشتن یک کار چاپی خوب حداقل ۹ الی ۱۰ عامل موثر وجود دارد که یکی از آنها آب است. استفاده از آب در کار چاپ به این دلیل است که مانع رسیدن مرکب به مناطق غیر چاپی شود. اما آب به تنهایی دارای یک سری کم و کاستی هایی است که نمیتواند این وظیفه را به درستی انجام دهد. بنابراین با افزودن داروی آب سعی در ارتقای عملکرد آن دارد.

یکی از عوامل استفاده از داروی آب کاهش کشش سطحی آب است تا بتواند بصورت یکنواخت و کامل سطح پلیت را بپوشاند. از آن گذشته به دلیل سرعت بالای ماشین چاپ و گرمای ایجاد شده در حین کار، آب به سرعت تبخیر می شود و نمی تواند مانع رسیدن مرکب به سطح غیر چاپی شود. درعین حال مرکب ویسکوزیته (گرانروی) خود را از دست داده و زمانی که شل شد راحت تر وارد آب می شود. با افزودن الکل بر کاهش کشش سطحی آب، دمای آن را میتوان در حد مطلوب و بصورت ثابت نگه داشت. مرکب از مواد چربی دار ساخته شده است. در چاپ باید بین مرز مناطق چاپی و غیر چاپی، جنگی میان آب و چربی می باشد. میزان PH موجود در آب (درصد اسیدی بودن) رابطه مستقیم با قدرت ضد چربی بودن آب دارد. با افزودن داروی آب قدرت چسبندگی آب را افزایش میدهم تا سطوح غیر تصویردار به خوبی بچسبد و مانع از رسیدن مرکب به آن شود. حد استاندارد PH در چاپ تقریباً بین ۴٫۵ الی ۵٫۲ است.

در حال حاضر برای داشتن یک محلول رطوبت دهی

همانطور که می دانید که کارهایی با جنس متالایز با سطح کاغذ که به خودی خود جذب کننده است و به اصطلاح مرکب روی آن نشسته و خشک می شود تفاوت دارد؛ برای چاپ روی سطوحی چون متالایز باید از فرمولاسیون خاصی استفاده کرد که توانایی نشستن روی این سطوح، خشک شدن و پاک نشدن را داشته باشد که تولیدات ما به خوبی این امکان را ایجاد کرده اند. قبل از آن این امکان بصورت ۴ رنگ همزمان وجود نداشت و تنها امکان چاپ تکرنگ آن وجود داشت که دوستان شیمی آسیاب به عنوان اولین تولیدکننده توانست آن را در چهار رنگ و بصورت همزمان تولید و عرضه کند. البته این نکته هم حائز اهمیت است که چاپ روی سطوحی چون متالایز، سلفون و یا PVC شگرد خود را می طلبد که چاپ چیان ماهر و کارآزموده به خوبی با این مقتضیات آشنایی دارند. چاپ روی این سطوح مثل چاپ روی کاغذ نیست که دستگاه از طرفی چاپ کند و در طرف دیگر کاغذ ها روی پالت قرار بگیرند؛ در این نوع چاپ باید کارها در حجم کمتری برداشته شوند و روند تولید با نظارت صورت بگیرد.

یکی دیگر از تولیدات اختصاصی ما داروی آب با خشک کن بود که ما آن را از روی نمونه آمریکایی این محصول تولید کردیم. داروی آب همراه با خشک کن هم یکی از محصولات دیگری بود که در زمان مدیریت پدر به تولید رسید و باعث می شد کارهای چاپی تولید شده با این محصول زودتر خشک و به بهره برداری برسند (بدون ایجاد شیشه شدگی در نورد ها) و یکی از موادی است که بیشتر در چاپ هایی چون متالایز، سلفون و PVC که به آنها اشاره شد کاربرد داشت. ما یکی دو مورد از مواد اولیه لازم برای تهیه این محصول



را از کشورهای دیگر وارد می کردیم که با تشدید تحریم ها واردات آن قطع شد و ما مجبور به استفاده از مشابه آن شدیم که کیفیت مطلوبی نداشت از این رو فعلاً تولید آن به حالت تعلیق درآمده است.

دوستان شیمی آسیاب در کنار تولیداتش ملزوماتی چون لاستیک سیلندر نیز وارد می کند و جزو واردکنندگان اصلی ایزوپروپیل الکل از ال جی (LG) کره هم هست. ما هر ماه چند کانتینر از این محصول را وارد کرده و در اختیار چاپخانه ها و دیگر مصرف کنندگان چون داروسازی ها قرار می دهیم. اقلام کوچک دیگری چون کارتنک، فوتک، دستکش و مانند آنها که در بخش های چاپ یا پیش از چاپ و پس از چاپ مورد استفاده قرار می گیرد، از مواد دیگری است که عمده تا توسط دوستان شیمی آسیاب وارد شده و بین مشتریان و مصرف کنندگان توزیع می شود.

عمده کالاهای وارداتی ما هم از کشورهای چون آلمان، ایتالیا، اسپانیا، بلژیک، یونان، کره، چین و دیگر صاحب صنایع، تهیه می شوند. حدود ۹۰ درصد از مواد اولیه ای هم که برای تولید خودمان از آنها استفاده می کنیم وارداتی است چرا که متأسفانه کشور ما هنوز به آن درجه از توسعه در صنایع نرسیده که تکنولوژی ساخت این مواد را داشته باشد. البته برخی از این موارد هم در داخل کشور به تولید می رسند و ما هم به خاطر پشتیبانی از تولید ملی چند باری به سراغ آنها رفته ایم اما کیفیت آنها را مطلوب نیافتیم و می دانید که استفاده از مواد اولیه بی کیفیت نمی تواند به تولید محصول باکیفیت منجر شود. به طور کلی دوستان شیمی آسیاب حدود ۱۰ درصد از مواد اولیه تولیداتش را از داخل کشور تهیه می کند، به غیر از آب مصرفی که توسط خودمان

کارآمد باید دارو و الکل هر کدام به طور جداگانه به آب اضافه شود که این مهم وظیفه یخچال چاپ است که با مخلوط کردن این سه عامل با درصد مشخص، این کار را انجام می دهد.

میزان داروی آب مناسب در محلول رطوبت دهی را که بر اساس محاسبات کارخانجات تولیدی انجام گرفته تقریباً ۲ الی ۴ درصد است که خود بسته به شرایط محیطی، آب و هوایی، نوع مرکب، کاغذ، زینک، تنظیمات دستگاه چاپ و ... متغیر است.

### ■ سایر محصولات

از تولیدات عمده ی دیگر ما می توان به ورنی ضد پشت زن، اسپری ضد خشک کن مرکب، کرم های دست پاک کن، خمیر جرم گیر نورد و لاستیک سیلندر، پاک کننده زینک های چاپ، ورنی های براق و مات هوا خشک، انواع ضد چسب های بی بو و با بو، لاستیک و نوردشور معمولی و اتومات، صمغ های مختلف زینک و سایر ملزومات اینچینی اشاره کرد که توزیع ابزار آلات و مواد مصرفی وارداتی و مرکب های توپو که در خلال بحث به آنها اشاره شد، به محصولات مورد عرضه دوستان شیمی آسیاب اضافه می شوند.

علاوه بر ملزومات نام برده شده، همانطور که اشاره شد ما در تولید مرکب های خاص برای چاپ همزمان ۴ رنگ روی سلفون، پی وی سی (PVC) و متالایز هم فعالیت داریم که اینها هم جزو اختراعات پدر محسوب می شوند و دوستان شیمی آسیاب همچنان به تولید آنها اهتمام دارد. این مرکب ها در حدود ۱۵ سال می شود که در دوستان شیمی آسیاب به تولید می رسند.

می دهد. اینها هر کدام برند های بزرگ و شناخته شده ای بودند که وزن های در عرصه ی کاری خود به حساب می آمدند اما با این مشارکت حساب شده موفقیت خود را تضمین کرده و کار خود را گسترش دادند، ما نیز به عنوان یک کمپانی کوچک بهتر دیدیم که کارمان را به این سمت ببریم و با این هدف مشارکت مذکور را به انجام رساندیم تا کارها را در بخش تولید، واردات و فروش و در صورت امکان صادرات، توسعه دهیم. من این تجمیع و مشارکت را یک موفقیت قابل اعتنا برای ادامه راه دوستان شیمی آسیاب می دانم.

### ■ مهمترین تولید

هرچند ما در زمان همکاری پدر با مرکب البرز و پس از آن در صنف چاپ و از خود پدر در مورد مرکب چیزهای زیادی آموختیم اما تا به حال به تولید مرکب های چهار رنگ معمول دست نزده ایم. عمده فعالیت های ما در دوستان شیمی (که حدود یک سال است به نام دوستان شیمی آسیاب تغییر نام داده) به تولید ملزومات چاپ و مرکب های خاص اختصاص دارد.

داروهای آب ها از مهمترین تولیدات ما محسوب می شوند که ما تقریباً برای هر چاپخانه ای به صورت اختصاصی و بنا به مدل دستگاهش، میزان کارکردش، مواد مصرفی اش، آب و هوای محلی که در آن واقع است، دمای محیط چاپخانه، نوع زینک و پارامترهای این چنینی، داروی آب خاص تولید می کنیم. ما در کنار تولیدات معمول مان که به طور مثال در مورد همین داروی آب ها به ۱۳ تا ۱۴ مدل کلی تقسیم می شود،



تصفیه می‌شود و از فیلترهای مختلف رد شده و به سختی مورد نظر می‌رسد، حلال های پالایشگاهی یکی دیگر از آنهاست که کیفیت قابل قبولی دارد و تازه آن را هم بعد از تهیه در کارخانه خود بی‌بو و تصفیه می‌کنیم. مرحوم گاوافیان آن تلاش‌های زیادی کرد تا نام دوستان شیمی را با اعتبار عجین کند و حالا وظیفه ماست که از این نام نیک پاسداری کنیم. کیفیت برای ما بسیار حائز اهمیت است و برای هیچ سودی به خود اجازه تغییر در آن را نمی‌دهیم. تمامی مواد مصرفی ما از بهترین جنس و برترین برندها تهیه می‌شود و آن مقدار از مواد را هم که از داخل تهیه می‌کنیم مورد فرآوری قرار داده و کیفیت بخشی می‌کنیم.

### ■ تولید ایرانی، توزیع جهانی

تولیدات دوستان شیمی آسیاب سالیان قبل به کمک واسطه‌ها به کشورهای اطراف منجمله عراق و افغانستان فرستاده می‌شد. اما در این چند سال اخیر و از طریق برادر بزرگترم که در عرصه صادرات و بازرگانی فعالیت می‌کنند و با شرکت ما هم همکاری دارند به کشورهای ارمنستان، اوکراین، روسیه، گرجستان و دیگر کشورهای عضو اتحادیه شوروی سابق صادرات داریم و صادرات به بخش های اروپای غربی را هم مد نظر داریم و همین چند ماه پیش دو کانترینر از تولیداتمان را با آنجا فرستادیم که اطلاع دارم یکی از آنها در خود اروپا بخش شد و دیگری به سمت کشورهای آفریقایی فرستاده شده است. ما امیدواریم که در ادامه بازاریابی‌ها و توسعه کسب‌وکاری که در ابتدای عرایض به آن اشاره کردم، این روند را ادامه دهیم تا بازار وسیعی را برای خود مهیا کرده و به واسطه آن تولیداتمان را بالا برده و کارمان را گسترش دهیم.

متأسفانه بازار داخلی اکنون رونق چشمگیری ندارد و ما برای همین به دنبال فتح بازارهای خارجی هستیم و برای دستیابی به این مهم علاوه بر بروکراسی‌های معمول باید محصولات در بحث کیفیت بدون خلل و ایراد باشند که به لطف خدا این خصیصه به خودی خود در دوستان شیمی آسیاب وجود دارد. دوستانی که در بحث صادرات فعال هستند می‌دانند که صادرات به کشورهای اروپایی سختی‌های خود را دارد و آنها قبل از هر چیز کیفیت شما را آزمون می‌کنند و برعکس واردات ما که در آن قیمت اولویت دارد، این کیفیت محصولات است که از اعلا درجه اهمیت برخوردار است. تاکنون بیش از ده تن از محصولات ما به کشورهای اروپایی ارسال شده که آنها از لحاظ کیفی رضایت کاملی از آنها داشته‌اند و این خصیصه ثابت شده باعث شده که سفارشات بعدی هم به سمت دوستان شیمی آسیاب گسیل شوند. بیشتر صادرات ما هم به صورت زمینی و به کشورهای شوروی سابق بوده است و همانطور که اشاره شد ما همچنان در پی گسترش صادرات و توسعه بازار محصولاتمان هستیم.

### ■ دفاتر، تولیدی ها، بازار

ما به سال ۱۳۸۰ به آدرس فعلی (بالتر از سه راه تهرانپارس، کیلومتر ۴ جاده دماوند، خیابان سازمان آب، خیابان پنجم شیدایی غربی، کوچه دوم شمالی، پلاک ۴) نقل مکان کردیم و قبل از آن حدود سه کیلومتر پایین‌تر از اینجا و در واقع بالاتر از سه راه تهرانپارس قرار داشتیم. جای فعلی ما حدود ۵۰۰ متر است که حکم دفتر و انبار را برای ما دارد و فضای کوچکی است که ما در پی گسترش آن بودیم و به همین خاطر کارخانه‌ای را در شهرک صنعتی عباس‌آباد داشتیم را در حال راه اندازی هستیم که حدود ۵ برابر فضای مکان فعلی ما است و در آنجا هم تولیدات و هم به عنوان انبار محصولات مورد مصرف قرار خواهد گرفت.

گفتن این نکته خالی از لطف نیست که تولیدات ما مثل تولید موادی چون مرکب نیست که نیازی به فضای وسیع داشته باشد و مثلاً دستگاه‌های سه غلتکی، پرل میل و دیگر دستگاه‌های عظیم مرکب سازی را نیاز داشته باشد، دستگاه‌های مصرفی ما کوچک بوده و به راحتی قابل استفاده در فضاهای کوچک و بسته هستند. هرچند که کار ما به عنوان تولیدات شیمیایی مطرح

است اما باید بگویم که هیچ نوع ضرری در پی نداشته و کاملاً با محیط زیست سازگار است. بازندهای مکرر بازرسان ارگان‌های ذیربط و تمدید گواهینامه‌های ما این مدعا را ثابت میکنند.

خیابان سازمان آب که دفتر مرکزی ما در آن واقع است یکی از بهترین شهرک‌های صنعتی تهران است چرا که دسترسی فوق العاده ای به بازار چاپ تهران دارد و ما نیز از همین رو دفتر فعلی را همچنان حفظ کرده‌ایم. این مکان به ما اجازه داده که سرویس‌دهی و خدمات‌رسانی بسیار خوبی را برای مشتریان تهرانی خود داشته باشیم و در پی آن هستیم که پایگاه دیگری را نیز در غرب تهران راه‌اندازی کنیم تا پوشش آن منطقه را هم به بهترین نحوی به انجام برسانیم چراکه بسیاری از مشتریان عمده و بزرگ ما در آن منطقه واقع هستند. در بخش‌های مرکزی شهر هم که با فروشگاه‌های متعددی همکاری داریم و چاپخانه‌های واقع در آن مناطق می‌توانند به راحتی محصولات ما را از توزیع کنندگان و عاملین فروش دوستان شیمی آسیاب تهیه کنند.

### ■ وجدان کاری

خط مشی ما در دوستان شیمی آسیاب همواره ادامه راه پدر بوده است. قدیمی‌ترهای صنعت چاپ که آن مرحوم را می‌شناختند می‌دانند که او انسانی زحمتکش بود و با کلیه همکاران‌اش صادقانه برخورد می‌کرد. او همیشه در کار خود صادق بود و هیچ‌کس وجود ندارد که بگوید مرحوم در معامله کم‌فروشی کرده یا جنس خراب و بی کیفیت را تحویل داده است. او همیشه سعی می‌کرد بهترین جنس را به مشتریان خود تحویل دهد و از همان ابتدای همکاری خود با مجموعه به یاد دارم که همیشه به من توصیه می‌کرد در کسب‌وکار صادق باشم؛ او معتقد بود حفظ نام نیک از به دست آوردن آن سخت‌تر است و اکنون ما پسران او هم تمام تلاش خود را می‌کنیم که حاصل دسترنج پدر همچنان پر قدرت به حرکت خود ادامه دهد و نام نیک گاوافیان در بین همکاران و هم‌صنفان حفظ شود، البته این موضوع را باید دیگران به تایید برسانند اما می‌توانم بگویم تا حالا که بازخورد آن برای ما موید این موضوع بوده است. یکی از نمونه تلاش‌های ما برای کار صادقانه در بخش توزیع الکل ایزوپروپیل هست، نمونه‌های تقلبی این محصول در بازار به وفور یافت می‌شود. برخی این مواد را تهیه کرده و بخشی یا تمام آن را تخلیه کرده و به جای آن مواد دیگری پر می‌کنند اما محصولی که ما به چاپخانه‌ها عرضه می‌کنیم کاملاً اورجینال بوده و ۱۰۰ درصد خالص است؛ ما آنها را با گواهینامه واردات و تاییدیه پژوهشگاه شیمی ایران در اختیار آنها قرار می‌دهیم. دوستان شیمی آسیاب این محصول را برای شرکت‌های داروسازی هم ارائه می‌دهد و به هیچ وجه نمی‌تواند روی کیفیت آن ریسک کند. به نظر من وجدان کاری یک خصیصه است که در صورت تقویت کردن آن بسیاری از مشکلات کسب‌وکار و بازار حل می‌شود.

یک نکته در مورد دوستان شیمی آسیاب وجود دارد که شما می‌توانید از هر مشتری که خواستید در موردش استعلام کنید، اگر شما از مشتریان قدیمی ما بوده و محصول‌مان را در ۱۰ سال پیش آزمایش کرده باشید و تولید اکنون ما را با آن مقایسه کنید متوجه خواهید شد که از لحاظ کیفی افت نداشته و همان است، اگر تغییری هم در آن رخ داده بی‌شک در جهت بهبود و ارتقای کیفیت بوده است. این اتفاقی و تصادفی نیست و برای حفظ این اعتبار تلاش‌های شبانه‌روزی شده است.

### ■ نیروی کار

نیروی کاری ما حدود ۲۰ نفر است و ما همواره سعی کرده‌ایم که جوی دوستانه در محیط برقرار باشد و هیچ نارضایتی وجود نداشته باشد. رعایت کردن حق و حقوق کارکنان یکی از اصل‌های مهم و اساسی هر کسب و کاری است که ما هم به نوبه خود به آن واقفیم و همواره سعی در پیاده‌سازی و حفظ آن داریم.

فکر کنم الان قدیمی‌ترین کارکنان ما حدود ۱۵ تا ۲۰ سال سابقه کار دارند و جدیدترین‌ها حدود ۷ تا ۸ سال، چرا که ما به خاطر کار تخصصی که به انجام می‌رسانیم باید کارکنان متخصص به کار بگیریم و حتی اگر فردی دانش آموخته این کار هم باشد باز یکی شدن آن با محیط کاری ما زمان می‌برد از این رو عمده افرادی که با ما در دوستان شیمی آسیاب فعالیت دارند سال‌هاست که همکار ما هستند. طبیعتاً برخی از دوستان در این مدت از بدنه دوستان شیمی آسیاب جدا شده‌اند که یا به علت بازنشستگی معمول بوده و یا به خاطر مشکلات شخصی خودشان، اگر نه ما در بحث مدیریتی طوری برخورد کرده‌ایم که هرگز فضا به سمت کارفرما و کارگر پیش نرود و همانطور که ما دوستان شیمی هستیم فضای دوستانه‌ای هم بر کارمان حاکم باشد.

### ■ سخن پایانی

از مجله خوب شما تشکر می‌کنم که این بخش را در اختیار دوستان شیمی آسیاب گذاشت و در این سالیان همکاری مشترک همواره یار و یاور ما و صنعت چاپ کشور بوده است. مجله شما هم از لحاظ محتوا و هم مسائل بازرگانی مورد استفاده ما قرار می‌گیرد و کارگشا است، از تلاشتان در این باره کمال تشکر را دارم.

در پایان به عنوان عضو کوچکی از صنعت معظم چاپ، از سایر همکاران خواهش دارم که کمی بیشتر هوای یکدیگر را داشته باشند، چرا که در دوره‌ای از بازار کسب‌وکار به سر می‌بریم که به اندازه کافی مشکلات بیرونی به ما هجوم می‌آورد و دیگر جایی برای اختلافات باقی نمی‌ماند. به نظر من بهتر است مشکلات صنفی در درون خود صنف حل شود تا این صنف خوشنام و ریشه‌دار مورد قضاوت افراد بیرونی قرار نگیرد، عمده‌ی این اتفاقات با کمی انصاف، صبوری و کوتاه آمدن حل می‌شود. امیدوارم همدلی و اتحاد بیش از پیش در این خانواده به چشم بخورد و دوباره دوران اوج و شکوفایی برای تمامی ما تکرار شود.







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](http://www.doustanchemie.com) | [info@doustanchemie.com](mailto:info@doustanchemie.com)



# قدرت، هدف، دقت

گفت‌وگو با عمادالدین دیلمی مدیرعامل شرکت تهران‌ماشین‌ابزار (TMC)



## ■ TMC

فعالیت شرکت ما در حوزه صنعت چاپ است که به طور تخصصی می‌توان گفت که در قسمت شیت یا ورق و لیبیل در بخش پس از چاپ فعال هستیم. TMC از سال ۱۳۶۸ کار خود را شروع کرد اما در سال ۷۴ به ثبت رسید و تا امروز با نصب هزاران دستگاه در ایران و دیگر کشورها کار خود را با قدرت ادامه داده است.

هدفی که ما در پیش گرفته‌ایم به‌روز رسانی تکنولوژی‌های مصرفی صنعت چاپ و بالا بردن بهره‌وری صاحبان مشاغل این رشته است، به طوری که نیازهای آنها را به خوبی مرتفع کرده و از آن مهمتر با شرایط اقتصادی و روز بازار نیز مطابقت داشته باشد، به این معنی که بتوانیم ماشین‌آلاتی را عرضه کنیم که در نهایت به سود دهی خریدار منجر شود. بعضاً دیده شده که ماشین‌آلات بسیار گران‌قیمتی از اروپا، آمریکا و ژاپن خریداری و وارد کشور شده است اما هیچ درآمدی برای خریداران ایجاد نکرده و باعث متضرر شدن او شده است. برخی هم دستگاه‌های دست دوم خریده‌اند اما نتوانسته‌اند آنها را به درستی نصب کنند و بهره‌وری خوبی از آن داشته باشند یا اساساً مشکل از خود ماشین‌ها بوده که مستهلک شده و به‌درد نخور بوده‌اند. بعضی اوقات هم دستگاه‌های فوق حرفه‌ای و مدرنی توسط صنعتگران داخلی خریداری شده و بهای گزافی برای تهیه آن پرداخت شده است اما به علت نبود اپراتور حرفه‌ای، کمبود مواد اولیه خاص و عدم سرویس‌دهی مطلوب به زیان‌دهی رسیده است. ما در TMC سیاستی را پیش گرفته‌ایم که اگر حتی یک مجموعه از ما ماشین خریداری کرد و به هر علتی موفق به ادامه کسب‌وکار نشد و مجموعه‌اش آن طور که می‌خواست پیش نرفت، باز هم بتواند از خریدش منتفع بشود. یک دستگاه مناسب باید به گونه‌ای طراحی شده باشد که از لحاظ کاری و قیمتی بتواند جوابگوی نیازهای کاربران باشد و ما هم بر همین اساس سعی کرده‌ایم که بهترین‌ها را با مناسب‌ترین قیمت و بهترین شرایط در اختیار مشتریان خود قرار بدهیم.

بسیاری از افراد سال‌ها تلاش می‌کنند تا یک کار خاص را گاهی فقط برای یکبار به انجام برسانند، آنها هدفی دارند و برای رسیدن به آن با دقت برنامه‌ریزی می‌کنند و پرقدرت و با انگیزه آن را تا رسیدن به مقصود دنبال می‌کنند.

ماشین‌های عظیم در حال کار و جنب‌وجوش در عین حال منظم یک تیم جوان هر توجهی را به خود جلب می‌کند. پرچم‌های در اهتزاز شرکت TMC در بیست‌وچهارمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران و جزیره‌ی آنها در سالن ۳۸ موسوم به سالن آلمان، به یک نشانه برای آدرس‌دهی تبدیل شده بود. دست اندرکاران این غرفه مانند بازیگران یک تئاتر پرشکوه در میان یک سن پر از دکور و آکسسوار صحنه، هر یک با دقت نقش خود را ایفا می‌کرد؛ قدرت اجرا و هماهنگی آنها خیره‌کننده بود. چاپ‌ونشر در همین رابطه گفت‌وگویی با عمادالدین دیلمی، مدیرعامل جوان و موفق شرکت تهران‌ماشین‌ابزار داشت تا هدف این شرکت از حضورهای پرقدرتش در دوره‌های متوالی نمایشگاه را جویا شود اما بحث به وضعیت بازار صنعت چاپ و ارائه‌ی راهکارها کشیده شد و در مورد آینده‌ی این صنعت سخن به میان آمد و در خلال آن رموز موفقیت TMC هم مشخص شد که این متن را خواندنی‌تر و جذاب کرد.

تهران‌ماشین‌ابزار دائماً در حال کنکاش و به‌روز رسانی خود است تا با محصولات جدیدش در خط سیاستی خود به بالا بردن بهره‌وری صنعت چاپ و اعتلای آن کمک کند. TMC امسال هم از این خصیصه مستثنا نبوده و تکنولوژی‌های جدیدی را وارد بازار نموده و سیستم‌های نوینی را عرضه کرده است.

## ■ نمایشگاه به مثابه یک ویتربین

شرکت TMC حدود سه دهه است که در بازار چاپ حضور دارد و همچنان پرقدرت پیش می‌رود، چرا که ما بنا را به تغییر به سمت بهبود و توسعه نهاده‌ایم و دائماً خود را با علم روز و وضعیت بازار کار تطبیق می‌دهیم. ما همواره سعی کرده‌ایم که نوآوری داشته باشیم و کالاهایی را به کشور وارد کنیم که بتوانند حل‌کننده نیازهای اساسی صنعت چاپ ما بوده و از طرف دیگر با وضعیت اقتصادی کشور ما متناسب باشند. ما در پی اضافه کردن امکانات به دستگاه‌ها و ایجاد شرایط تسهیلاتی هستیم که تا حد امکان به مشتریان مان کمک کند.

من معتقدم حتی اگر کسی توان تغییر هم نداشته باشد باز هم داشتن اطلاعات به‌روز بازار به نفع او تمام می‌شود، ما در TMC تلاش کرده‌ایم که رابطه ما با مشتری تنها به مباحث خریدار و فروشنده خلاصه نشود و تهران‌ماشین‌ابزار به عنوان یک منبع، اطلاعات را جمع‌آوری کرده و در مقام مشاور در اختیار مخاطبان خود قرار دهد تا آنان نیز از مواهب تکنولوژی‌های جدید منتفع شوند. در این نمایشگاه هم ما ضمن معرفی تکنولوژی‌های جدید یک دید و بازدید با مشتریان مان داشتیم و فعالیت‌های TMC در طی سال اخیر را محک زدیم تا ضمن نیازسنجی مخاطبین، میزان رضایت آنها از خدمات‌رسانی‌ها و تلاش همکاران این مجموعه را به دست بیاوریم. غرفه‌ی امسال ما حدود ۲۵۰ متر فضای ارزی بود که مثل همیشه دستگاه‌های عظیمی در آن راه‌اندازی و به نمایش گذاشته شده بود و تمامی اینها هزینه‌هایی را در برداشت اما برای هدفی که در ذهن ما بود گریزی از این نوع حضور وجود نداشت. افراد بسیاری در این بازه زمانی به ما سر زدند اما باور کنید ۹۰ درصد این مهمانان از دوستان، همکاران و مشتریان ما بودند و بیشتر وقت ما به سلام و احوال‌پرسی‌های متداول گذشت که البته یکی از کارکردهای نمایشگاه هم همین است. بازخورد نمایشگاه عمدتاً در ماه‌های بعدی مشخص می‌شود و در خود نمایشگاه اتفاق خاصی رخ نمی‌دهد اما مهم همین حضور و بازدید و مقوم شدن ارتباطات است که به خوبی صورت گرفت. به نظر من نمایشگاه در کنار دیگر کارکردهایش، محلی برای مقایسه و همانطور که از اسمش برمی‌آید محلی است برای بازدید، تست، نمایش و ما که مدعی توانمند بودن هستیم باید بتوانیم قدرت خود را نشان





داده و توانایی‌مان را ثابت کنیم. این توانایی شامل تکنولوژی، کالا، مدیریت، مباحث فنی و امثال آن است. اگر دستگاهی که شما در نمایشگاه استفاده می‌کنید ضعیف باشد با نوسان ناخواسته‌ای که به دستگاه وارد می‌کنید، خود را نشان می‌دهد. شما نمی‌توانید دستگاه را مرتباً روشن و در حال کار با سرعتی بالا نگه دارید، چرا که عمدتاً تولید آن انبوه است و جابجایی را مشکل می‌کند؛ ما باید بنا به نیاز سرعت تولیدی دستگاه را کم و زیاد کنیم. شخصی حرفه‌ای و دست‌اندرکار برای دیدن نحوه و کیفیت کار مراجعه کرده و ما باید حداکثر قدرت دستگاه را به او نشان دهیم و بعد دوباره این میزان را کاهش داده و حداقل برسانیم، در عالم واقع و در هنگام کار ما هرگز این همه سرعت تولید را دستکاری نمی‌کنیم و بعد از تنظیم اولیه دستگاه به کار می‌افتد و تا پایان کار با همان سرعت ادامه می‌دهد. در نمایشگاه این نوسانات وجود دارد که بد هم نیست و در واقع آزمونی برای قدرتمندی و تست کیفیت دستگاه و ماشین‌آلات ارائه شده توسط شرکت است.

یک مورد دیگر در مورد این حضور، نشان دادن نظم و مدیریت یک مجموعه است. دست‌اندرکار این صنعت می‌آید و مقایسه می‌کند که یک مجموعه تا چه حد حرفه‌ای و فنی است آیا اگر ۲۰ دستگاه ارائه داده شده توسط او به ۴۰ دستگاه برسد باز هم توانایی سرویس‌دهی و خدمات‌رسانی دارد یا نه. ما در واقع با این حضور قدرت خود را محک می‌زنیم. چهار روز نمایشگاه پر از چالش است و کار سنگینی را می‌طلبد و ورای بودن نیروی متخصص و تکنسین، نیاز به مدیریتی همه‌جانبه دارد. ما باید تعادلی را بر کار دستگاه، بازدید مشتریان و سایر مقتضیات به انجام برسانیم و به نظر من اگر مجموعه‌ای نتوانست این چند روز نمایشگاه را آنطور که باید و شاید از هر لحاظ حرفه‌ای و عالی برگزار کند نشانه ضعف است و نیاز به بازبینی بر کارش دارد. این چهار روز ویتترین توانایی‌های یک مجموعه است و من خدا را شاکرم که TMC باز هم توانست با موفقیت ظاهر شده و بدون هیچ مشکلی این آزمون سخت را از سر بگذراند.

### ■ برنامه ریزی برای بهترین بودن

ما از زمان ورود به سال جدید و تقریباً از اردیبهشت ماه هر سال شروع به برنامه‌ریزی برای شرکت در نمایشگاه می‌کنیم. شرکت‌ها بعد از توسعه‌یابی نیاز به بخشی برای برنامه‌ریزی دارند و TMC با کمک این بخش تمامی کارهای مد نظرش را از ماه‌ها قبل برنامه‌ریزی و تنظیم می‌کند. نظمی که شما در نمایشگاه مشاهده می‌کنید حاصل زحمت شبانه‌روزی ما است و به یک هفته قبل از نمایشگاه خلاصه نمی‌شود.

ما بر اساس محصولات‌ی که قصد نمایش‌شان را داریم به ارزیابی می‌پردازیم و مساحت غرفه‌یمان را مشخص می‌کنیم. TMC برنامه‌ریزی دقیقی برای ورود ماشین‌ها انجام می‌دهد چرا که گاهی ترخیص و حمل‌ونقل دستگاه از بندرعباس تا تهران بیشتر از ارسال آنها از چین تا ایران زمان می‌برد و این مقتضیات جایی را برای ریسک کردن و اهمال‌کاری باقی نمی‌گذارند. در این صدها باری که TMC در نمایشگاه‌های مختلف حضور یافته تا به حال نشده است که غرفه‌اش آماده باشد و ماشین‌ها به موقع به آن نرسند.

ما دو ماه قبل از شروع نمایشگاه دست به تبلیغات و اطلاع‌رسانی و دعوت از دوستان زدیم و از بازخوردها مشخص شد که آنها دست خالی هم از نمایشگاه برنگشته‌اند و مراداتی با شرکت ما و یا دیگر اعضای خانواده چاپ برقرار کرده‌اند. ما وقت و هزینه‌های زیادی را برای این مهم به انجام رساندیم و شلوغی غرفه‌ی ما اتفاقی نبود. امیدوارم

که سایر اعضای خانواده و شرکت‌کنندگان و غرفه‌داران این صنف بزرگ ریشه‌دار از این دست کارها صورت دهند و تبلیغات خود را بر زحمات و تبلیغات جداگانه نمایشگاه علاوه کنند و آنها را بسنده ندانند.

هرسال ما جزو برندهایی هستیم که در گزارش‌های تصویری شبکه‌های تلویزیونی وجود دارد و این به خاطر ایجاد جذابی است که غرفه ما در نمایشگاه داشته است. در حال کار بودن چند دستگاه و دیدن روند تولید و چاپ در نمایشگاه و از طرفی بزرگ بودن غرفه و پرچم‌های در اهتزاز TMC از دلایل جذب مخاطبان به سمت این غرفه هستند. ما از غرفه‌های اروپایی الگوبرداری کرده‌ایم و راهی که انتخاب کرده‌ایم بارها امتحان شده و بازده آن مشخص است. این نوع حضور بارها توسط شرکت‌های بزرگ بین‌المللی امتحان شده و بعد از بارها تغییرات بزرگ و کوچک به شکل یک دستورالعمل به‌روز درآمده و ما نیز سعی کرده‌ایم این مهم را به اجرا درآوریم که تاکنون موفق بوده‌ایم.

طریق آن دنبال می‌کنند. یکی از مهمترین اهداف ما ایجاد یک وجه و نشان دادن یک چهره قوی از صنعت کشورمان بوده است، TMC هزینه‌های زمانی، مالی و کاری زیادی را متحمل شده تا چهره‌ای حرفه‌ای از صنعت چاپ ایران را نشان دهد تا ایران حداقل قدرت خود در این صنعت را میان کشورهای منطقه به رخ بکشد.

جالب است بدانید که بسیاری از بازدیدکنندگان خارجی هنگامی که برای قیمت گرفتن به غرفه ما سر می‌زدند و ما بخاطر مشکلات صادراتی کارخانه‌های سازنده‌ای که نماینده آن هستیم را به آنها معرفی می‌کردیم، آنها اصرار می‌کردند و می‌گفتند ما ترجیح می‌دهیم این دستگاه را از شما خریداری کنیم چرا که قیمت شما به عنوان نماینده رسمی با قیمت کارخانه اصلی برابر است و ما ترجیح می‌دهیم ماشین را از شما خریداری کنیم تا سرویس آن را نیز از شما دریافت کنیم. این نشانه‌ی اعتمادسازی ما در این سال‌ها و حضورهای متمادی ما در دوره‌های مختلف نمایشگاهی است.

### ■ دپارتمان خدمات پس از فروش

ما در TMC دپارتمانی را با نام خدمات پس از



**هدفی که ما  
در پیش گرفته‌ایم  
به‌روز رسانی تکنولوژی‌های  
مصرفی صنعت چاپ  
و بالا بردن  
بهره‌وری صاحبان مشاغل  
این رشته است،  
به طوری که  
نیازهای آنها را  
به خوبی مرتفع کرده  
و از آن مهمتر  
با شرایط اقتصادی  
و روز بازار نیز  
مطابقت  
داشته باشد**

فروش راه‌اندازی کرده‌ایم که برای این مهم یکبار پرسنل در کارخانه تولید کننده و هنگام ساخت و مونتاژ دستگاه‌ها حضور یافته و آموزش‌های لازم را می‌بینند و دفعه دیگر توسط مهندسين کارخانه، تعمیر و نصب دستگاه‌ها را می‌آموزند و در مرحله‌ی بعدی این پرسنل آموزش‌های خود را به نیروهای جوان‌تری که در بخش تامین و نگهداری مشغول هستند منتقل می‌کنند. ما با این روند توانستیم‌ایم یکی از قوی‌ترین تیم‌های سرویس‌دهی کشور را در اختیار داشته باشیم. با کمک این تیم زبده موفق شده‌ایم به صورتی برنامه ریزی و عمل کنیم که ماشین‌ی در لیست انتظار سرویس TMC باقی نماند و هیچ دستگاهی از خط تولید مشتریان ما، حتی برای مدت اندکی خارج نشود.

گفتنی است که TMC تنها شرکتی است که موفق شده جواز اتحادیه چاپخانه‌داران را برای فروش و خدمات پس از فروش ماشین‌آلات اخذ کند. ما بر اساس اعتماد اتحادیه و گواهینامه‌هایی که در اختیار داریم، تمام تلاش خود را به کار بسته‌ایم تا مشتریان از ما کمال رضایت را داشته باشند. ما TMC عضوی از خانواده و اتحادیه چاپ دانسته و خود را موظف

نمایشگاه‌های بین‌المللی در هر کشوری به مثابه نمادی از قدرت و صلابت آن کشور محسوب می‌شوند. مطمئن باشید همانطور که ما از نمایشگاه‌های منطقه و دیگر کشورهای اروپایی و آمریکایی بازدید می‌کنیم آنها هم ما را از دور و نزدیک رصد می‌کنند و تغییرات بازار ما را از



به پاسخگویی به سرپرست خانواده می‌دانیم. ما تمام قد پشت محصولاتی که عرضه می‌کنیم ایستاده‌ایم و جوابگوی تمامی ابهامات و مشکلات احتمالی هستیم و نمی‌گذاریم خانواده چاپ به خاطر هیچ سود و منفعت شخصی زیر سوال برود و از ناحیه ما سر افکنده شود.

### ■ کشف چین بر اساس نیازسنجی بازار

TMC اولین و قدیمی‌ترین شرکتی در کشور بود که در حوزه چاپ با چین وارد تجارت شد. ما این تجارت را نیاز بازار اقتصادی ایران دیدیم و در عین حال بر روی کیفیت کار هم متمرکز بودیم، ما راهی را پر قدرت شروع کرده و ادامه دادیم. امروزه شما به بازار هر کشوری نگاه کنید خواهید دید که بخشی از آن به تولیدات چینی اختصاص یافته است. من دستگاه‌های فول اتومات سلفون‌کش را مثال می‌زنم که خود ما از واردکنندگان آن هستیم؛ یک قسمت بازار این دستگاه تولیدات اروپایی هستند که با سرعت و کیفیت بسیار بالا کار می‌کنند، مدل‌های دیگری هم هست که در کشورهای صنعتی چون انگلیس تولید می‌شود و ضمن سلفون‌کشی همزمان بوی سیلک هم روی کار انجام می‌دهد که شاید این دستگاه‌ها در ایران وجود نداشته باشند اما در دنیا تولید می‌شوند. محصولات متفاوتی در هر بخش چاپ موجود است اما باید بدانید که مجموعه‌های کوچکی وجود دارند که برای کار خود با تیراژهای پایین نیاز به دستگاه‌های به صرفه دارند و گاهی نیاز است که حتی کارها با دستگاه‌های دستی به انجام برسد و در این صورت اروپا هیچ گزینه‌ای را برای آنها ندارد. دستگاه‌های با خاصیت پیش‌گفته فقط در کشورهایی چون چین، هند و ایران تولید می‌شوند این بخش از تولیدات جهانی به کشورهای آسیایی سپرده شده است و در اروپا تولیدی ندارد.

همانطور که گفتیم ما با دیدن نیاز روز بازار به این کار مبادرت کردیم و اولین شرکتی بودیم که از چین دست به واردات ماشین آلات چاپ زد. آن زمان به سن من نمی‌خورد اما پدرم می‌گفت که زمان اولین سفرهایم به چین در کل پکن کمتر از ده اتوموبیل وجود داشت و رانندگی یک شغل پردرآمد و مهم محسوب می‌شد. کسی در چین زبان انگلیسی نمی‌دانست

و همیشه یک مترجم تمام وقت با او بود، وضعیت ارتباطات هم مثل امروز نبود که شما در یک چشم به هم زدن پیام را به آن طرف دنیا مخابره کنید، ارتباط ما توسط تلکست به انجام می‌رسید و همه چیز نسبت به امروز متفاوت بود. از آن زمان شرکت ما با چین همکاری می‌کرد.

### ■ گسترش واردات

TMC با توجه به بالا رفتن سفارشات، نیاز مشتریان و ارتقاء روز به روز سطح شرکت، در حال بررسی و مذاکره برای عقد قرارداد با چند شرکت آلمانی، ایتالیایی و بلژیکی است تا بتواند

### ■ نمایشگاه‌های بین‌المللی

#### در هر کشوری

#### به مثابه نمادی از قدرت و صلابت

#### آن کشور

#### محسوب می‌شوند.

#### مطمئن باشید

#### همانطور که ما

#### از نمایشگاه‌های منطقه

#### و دیگر کشورهای

#### اروپایی و آمریکایی بازدید می‌کنیم

#### آنها هم

#### ما را از دور و نزدیک

#### رصد می‌کنند

#### و تغییرات بازار ما را

#### از طریق آن

#### دنبال می‌کنند

دست به واردات نسل جدیدی از ماشین آلات چاپ و بسته‌بندی بزند. این بدان معنی نیست که محصولات قبلی ما تحت‌الشعاع قرار بگیرند و از نقطه توجه کنار بروند؛ امکان ورود ماشین‌آلات فعلی از کشورهای دیگر هرگز اتفاق نمی‌افتد بلکه ما در پی گسترش کار با بالابردن تکنولوژی دستگاه‌ها هستیم و این کار را با حفظ واردات قبلی به انجام خواهیم رساند. منظور ما واردات ماشین‌آلاتی است که کشور چین هنوز آمادگی تولید آنها را ندارد و از طرفی نیاز روز صنعت ما در ایران است و از آن گریزی نیست.

### ■ آینده صنعت چاپ

پرداختن به بخش لیبل در صنعت چاپ ایران نسبت به دیگر بخش‌های این صنعت جدیدتر به حساب می‌آید و امروز از هر کس که پرسید بخش چاپ برای بسته‌بندی را آینده این صنعت می‌داند. TMC در این ورطه هم پیشرو بوده و توانسته بخش اعظمی از این بازار را به خود اختصاص دهد.

این نکته بارها گفته و شنیده شده که پسته، زعفران یا خرماهای ایران به کشورهای دیگر صادر شده و در آنجا بسته‌بندی شده و بعضاً به خود ایران هم صادر می‌شود. این نشان می‌دهد که ما قبل از این توان اجرای یک بسته‌بندی قابل قبول را نداشتیم و این ضعف صنعت کشور بوده است. این نیاز و خواسته‌های بازار است که با برآورده شدن به پیشرفت و ارتقاء یک صنعت می‌انجامد و صنعت چاپ و بسته‌بندی هم از این قاعده مستثنا نیست.

من در ابتدای عرایض اشاره کردم که ما در TMC همواره در حال بررسی و رصد بازارهای جهانی هستیم و سعیمان این است که پیشرفته‌ترین تکنولوژی موجود را به بازار داخلی عرضه کنیم، در مورد لیبل هم TMC همین‌گونه عمل کرد. تهران ماشین ابزار اولین دستگاه‌های چاپ لیبل خود را حدود ۱۵ سال پیش به بازار ایران عرضه کرد و امروز سهم عمده‌ای در بازار این بخش را در اختیار دارد. به جرات می‌توانم بگویم ماشین‌هایی که تاکنون توسط ما عرضه شده از سایر ماشین‌آلاتی که توسط شرکت‌های دیگر وارد این بخش از صنعت شده، بیشتر بوده است. ما تقریباً با تمام چاپخانه‌هایی که در بخش لیبل فعالیت دارند، مراوده داریم و خرسندیم که توانسته‌ایم رضایت آنها را برای ادامه کار با TMC جلب کنیم.

بازار کلی صنعت در چند سال اخیر به تولیدات در تیراژهای بالایی دست یافت و این یعنی نیاز به بسته‌بندی در آن زیاد شد و وجود دستگاه‌های قدرتمند اجتناب‌ناپذیر می‌نمود. یک مثال ساده برای شما بزنم؛ در زمان گذشته ما در کارخانه‌های تولیدی دستگاه لیبل چسبان نداشتیم و این کار توسط نیروی انسانی به انجام می‌رسید که ضمن هزینه‌های بالاتر از کیفیت و سرعت زیادی هم برخوردار نبود اما این کار به راحتی و با سرعت و دقت بالا توسط دستگاه‌های ساده و ارزان قیمت لیبل چسبان به وقوع پیوست. مجموع این نیازهای صنعت کشور انقلابی را در بخش لیبل به راه انداخت که شما نمره آن را امروز در بسته‌بندی‌های شکل‌تر اجناس تولید داخل می‌بینید.

### ■ انتخاب برنده

ما در سال گذشته و سال جاری دو عدد از دستگاه‌های مدرن و عظیم چاپ لیبل را در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران عرضه کردیم که مورد توجه بسیاری قرار گرفت و به سرعت توسط یکی از پیشروهای صنعت لیبل کشور خریداری شد. جناب محبوبي مدیرعامل شرکت کامل برچسب توانست سال گذشته برنده جایزه





بهترین چاپ افست از طرف وزارت ارشاد بشود و جایزه خود را از دست وزیر وقت ارشاد دریافت کند. امسال هم، برنده پارسال، دستگاه دوم چاپ افست رول لیبل را از ما تهیه کرد و به مجموعه خود اضافه نمود. این اتفاقات باعث مباحثات ما و تشویقمان برای ادامه دادن هر چه بهتر و قوی‌تر نقشه‌های آتی‌مان است و مهر تاییدی بر تلاش‌های TMC است و نشان می‌دهد راه انتخابی ما درست بوده است.

#### ■ برندگان چه می‌کنند؟

در حالی که اکثر دست‌اندرکاران صنعت چاپ از وضعیت بغرنج اقتصادی گله‌مند هستند و آن را سدی در برابر پیشرفت و توسعه کسب و کارشان می‌دانند، برخی از مجموعه‌ها توانسته‌اند دست توسعه‌بخشی موفق و شمر بزنند. عده‌ای از مجموعه‌های نوین در حال توسعه کسب‌وکار و گسترش بازارشان هستند و از طرفی برخی چاپخانه‌های بزرگ و نامدار قدیمی را می‌بینیم که تعطیل شده و یا تغییر کاربری می‌دهند؛ چه اتفاقی در حال افتادن است؟

به نظر من مدیران موفق آمده‌اند در سیستم خود تغییراتی را لحاظ کرده‌اند و سیستم مجموعه خود را از سنتی به صنعتی و مدرن تبدیل نموده‌اند. عمدتاً این تغییرات به شکلی همه‌جانبه بوده و علاوه بر ابزار و دستگاه‌ها به سیستم‌های مدیریتی و خرید و فروش آنها نیز مربوط است. آنها با کمک از علوم جدید بازاریابی و مدیریت و از طرفی استفاده از ماشین‌ابزار مدرن توانسته‌اند بر مشکلاتی چون رکود بازار فائق آیند. آنها قبل از هر خریدی دست به مطالعه و بررسی می‌زنند و قیمت را سنجش کرده و مدت زمان بازگشت سرمایه را محاسبه می‌کنند.

مجموعه‌های که پیشرفت کرده‌اند با این دید کارشان را دنبال می‌کنند و بعد از تمام بررسی‌ها پیرامون موضوع مورد نظر، مثلاً خرید یک ماشین جدید ضمن رعایت محاسبات اشاره شده به سایر جایگزین‌ها هم فکر می‌کنند و علاوه بر وضعیت اقتصادی خود حالت بازار و وضعیت کسب‌وکار را نیز در انتخاب خود دخیل می‌نمایند. آنها موفق شده‌اند در خرید کالاهای سرمایه‌ای، مواد مصرفی مورد نیاز، سیستم‌های فروش و کلیه سیستم‌های مدیریتی دیگرشان به یک توازن منطقی و قابل اتکا دست یابند.

باید توجه داشته بازار برای همه مشترک است و رکود و رونقش به همه مربوط می‌شود؛ شاید برخی بگویند مجموعه‌هایی که در حال رشد هستند با استفاده از رانت و وابستگی‌های خاصی که دارند موفق به اخذ سفارشات پرسود می‌شوند و بازار غیرمعمولی دارند، من منکر این تفکر نمی‌شوم اما مطمئناً این نوع بازار برای همه افراد و مجموعه‌های در حال رشد صادق نیست، بی‌شک بسیاری از این افراد از هم‌رده‌های ما در بازار بوده‌اند و خیلی‌ها در صف آنها را می‌شناسند و روند ترقی آنها را دیده‌اند، این نوع تفکر رانت‌خواری نسبت به آنها واقعاً بی‌انصافی است. به جای بهانه‌سازی باید ایراد کار خودمان را پیدا کرده و مشکل عدم رشدمان را بررسی کنیم.

من قبول دارم که بازار امروز با بازار چند سال پیش متفاوت است؛ سن خود من شاید آنقدر نباشد که این مسائل را به چشم دیده باشم اما از بزرگ‌تراها و قدیمی‌های صنف شنیده‌ام روزگاری بود که مردم برای سفارشات چاپی در جلوی چاپخانه‌ها صف می‌کشیدند، آنها با پول نقد در صف‌ها انتظار آماده شدن کارشان را می‌کشیدند و تنور چاپخانه‌ها گرم گرم بود. بازار امروز تغییر

کرده است و این بر که کسی پوشیده نیست، رقابت به اصلی‌ترین خصیصه آن تبدیل شده و قطعاً کسی که بهترین تصمیمات را اخذ کنند پیروز میدان است. فردی که درآمد، هزینه‌ها و جز به جز بخش‌های کاری دیگر را مدیریت کند و بتواند تعادل خود را در بازارهای پیش رو حفظ نمایند موفق خواهد شد و به توسعه رسیده و از دیگران فاصله قابل توجهی پیدا می‌کند.

به هر حال هر بنگاه اقتصادی یک ظرفیت خاص دارد و از کوچکترین تا بزرگترین آنها به دنبال توسعه بیشتر هستند، تجربه نشان داده

**تهران ماشین ابزار  
اولین دستگاه‌های چاپ لیبل خود را  
حدود ۱۵ سال پیش  
به بازار ایران عرضه کرد  
و امروز  
سهم عمده‌ای در بازار این بخش را  
در اختیار دارد  
به جرات می‌توانم بگویم  
ماشین‌هایی که تاکنون  
توسط ما عرضه شده  
از سایر ماشین‌آلاتی که  
توسط شرکت‌های دیگر  
وارد این بخش از صنعت شده،  
بیشتر بوده است**

فارغ از اینکه سرمایه در کار هر بنگاه چقدر است، آن بنگاهی که بتواند تناسب را حفظ کند به پیشرفت خواهد رسید. بارها دیده‌ایم که چاپخانه‌داران تمامی سرمایه در گردش خود را جمع کرده و تا توانسته قرض و وام گرفته تا بتواند مکانی اختصاصی برای کسب‌وکار خود تهیه کند، این حرکت بدی نیست اما آیا خارج کردن این درصد بزرگ از سرمایه در هر مقطع زمانی کار درستی است؟ نتیجه این عمل در صورتی که اندیشیده شده و در زمان مناسب نباشد، خودش یکی از دلایل جلوگیری از پیشرفت است. چاپخانه‌دار به مشتریان فشار می‌آورد و شروع به جمع‌آوری طلب‌هایش کرده و به اصطلاح پولش را از بازار جمع می‌کند و برای رسیدن به این منظور اگر کمی بیش از حد به مشتری خود فشار بیاورد به‌سادگی آن را از دست خواهد داد و نتیجه آن نیز معلوم است. آن‌وقت می‌بینیم مجموعه همان مجموعه است، نیروها همان و ابزار و کیفیت کار همان اما این سرمایه در گردش مجموعه بوده که کاهش پیدا کرده و باعث رکود کار شده است.

حالت پیش گفته در مورد خرید دستگاه‌های پیشرفته، مدرن و طبعاً گران‌قیمت هم صادق است. باید دانست که آن دستگاه هر چقدر هم کارآمد باشد به تنهایی کاری نمی‌کند و نیاز به بخش‌های تکمیلی دیگری دارد که باید متناسب با آن باشند در غیر این صورت آن مجموعه مثل فردی می‌شود که یک پایش قوی و دیگری ضعیف باشد، یک دستش کارآمد و دیگری ناتوان باشد و آن وقت یک فرد ضعیف اما متعادل می‌تواند از آن پیشی بگیرد و در کل قوی‌تر ظاهر شود.

علاوه بر اینها بحث دانش در کار و اپراتور حرفه‌ای داشتن و همچنین مباحث سرویس و نگهداری و خدمات‌رسانی دستگاه هم مطرح است، برای تضمین کیفیت و داشتن بازار باید تمامی

چاپخانه همگن و همسان باشد. در همین مورد مثالی می‌زنم؛ یکی از دوستان چاپخانه‌دار یک دستگاه نسبتاً جدید هایدلبرگ خریداری کرد که پس از مدتی کار کردن مشکلی در آن پیدا شد. بررسی‌ها به انجام رسید و مشخص شد که بورد دستگاه خراب است و تعویض آن ۱۱۰ میلیون هزینه در بر دارد. چاپخانه‌دار هم در آن زمان تازه دستگاه خریده بود و این مبلغ را نداشت، از این رو کار به مشکل بر خورده بود تا اینکه معلوم شد مشکل براساس داغ کردن بورد پیش می‌آید و با کارگذاری یک فن قابل حل است! مشکل دستگاه مورد نظر با خرید یک پنکه ۵۰ هزار تومانی حل شد چرا که دانش تعمیر و عیب‌یابی آن در کشور ما وجود داشت. از طرفی دستگاه مدرنی وجود داشت که خراب هم نبود اما برای به‌روز شدن نرم‌افزارها و سرویس باید به اینترنت وصل می‌شد و پشتیبانی آن به صورت آنلاین به انجام می‌رسید اما به علت تحریم‌ها کارخانه مرکزی خدمات را به کشور ما نمی‌داد و این باعث شده بود دستگاهی با قیمتی حدود چهار میلیارد تومان عملاً به یک دکور مزاحم و جاگیر در چاپخانه مبدل شود.





نشان می‌دهد هنوز نتوانسته‌ایم که پتانسیل‌ها و توانمندی‌های داخلی را شناخته و در جهت توسعه گام برداریم. شناسایی فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به موفقیت یک گام مؤثر در بخش چاپ و تولید بشمار می‌رود، زمانی سفارش‌هایی قابل‌توجهی را از ترکیه داشتیم و روی جوراب‌ها برچسب‌های را به‌صورت برچسب بود می‌زدیم اما اکنون شرایط تغییرات فراوانی کرده است.

وی به تولیدات این مجموعه اشاره می‌کند می‌گوید: چاپ انواع مارک‌های لباس‌های ورزشی و فرش، کمر بند و پتو در دستور کار داریم.

مدیر چاپخانه زرکوب بیان می‌کند: در خصوص ابتدای کار خود می‌گوید: ۱۳۴۰ در پامنار با ماشین پایپی کار خود روزگار می‌گذراندم ولی بعد از مدتی دست به توسعه زده و با تلاش و همکاری یکی از دوستان ماشین ملخی را به مجموعه چاپخانه اضافه می‌کردم.

ماسوله ادامه می‌دهد: چاپ روبان در چاپخانه مورد استقبال قرار گرفت و بازار مناسبی را برای خودیافتیم. هنگامی که یک ماشین چهار رنگ از انگلستان وارد کردم در ابتدا با کمک نیروهای جوان توانستیم تا میزان تولید را افزایش داده و همچنان در این مسیر حرکت را ادامه دادیم.

### دخانیات ممنوع

محمدتقی قدس الهی مدیر چاپخانه چاپ معاصر می‌گوید:

تنها چاپخانه‌ای هستیم که دخانیات در آن استعمال نمی‌شود و این امر را با یک الزام برای کارکنان می‌دانیم.

به همین منظور برای کسانی که سیگار را ترک کنند امتیازات و جوایزی خاص در نظر گرفته‌شده و هر دو ماه یک بار یک سکه دریافت می‌کنند.

الهی با اشاره به اولویت حقوق کارگران در چاپخانه ادامه می‌دهد: پرداخت حقوق کارگران در زمان مقرر وعیدی آنان در ۲۲ بهمن‌ماه در نظر گرفته‌شده زیرا معتقدم ایجاد فضای مناسب اقتصادی برای کارگران بسیار مهم بوده و آسایش کارگران از اولویت‌های کاری این چاپخانه است. یکی از علل ضعف، صنعت چاپ بی‌توجهی به استادشاگردی است زیرا تجربه نشان می‌دهد اطلاعات، توسعه و توانمندی را بالا می‌برد.

وی به همراهی پسرش در این زمینه اشاره می‌کند و معتقد است نیروی فکر جوان استفاده از پتانسیل‌های خوبی را در کنار تجربه عرضه می‌کند و نتیجه آن توسعه را در پی دارد درعین‌حال وجود انتشارات مقدس الهی که به‌وسیله (مهدی مقدس الهی)، مجوز گرفته به کمک چاپخانه آمده و

### مهم‌ترین عوامل موفقیت، تعهد

یعقوب نبات چیان، مدیر (چاپخانه خودکار) از سال ۴۴ در خیابان سعدی با بزرگ‌ترین چاپخانه آن زمان (گوتنبرگ) آغاز کرد می‌گوید: در سال ۴۴ بیشترین سفارش‌ها از بخش



بسته‌بندی و به میزان یک‌میلیون جعبه در روز بود، حوزه چاپ از رونق فراوانی بهره‌مند بود.

وی ادامه می‌دهد: از سال ۵۴ چاپخانه‌ای به نام اتوماتیک را راه‌اندازی کردم و با کمک دستگاه‌های افست اتوماتیک ۲ رنگ، ۳ ورقی‌ای رولند، بلد پرس و یک ورقی به تولید جعبه‌های کارتن پرداخت شدیم. نبات چیان به مشکلات امروز صنعت اشاره دارد و می‌گوید: هم‌اکنون تنها امید و علاقه است که سبب می‌شود تا چراغ چاپخانه‌ها روشن بماند زیرا صرفه اقتصادی در این کار وجود ندارد و خبری از بازگشت سرمایه نیست.

مدیر چاپخانه خودکار در ادامه اظهار می‌کند: عمرم را در مسیر چاپ بسته‌بندی صرف کرده‌ام و امروز به‌عنوان یکی از مو سپیدان این حوزه همچنان در حال ادامه فعالیت هستیم. یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت، تعهد نسبت به کار و مسئولیت بوده و تداوم این مسیر خود قطعاً زمینه را برای رشد و توسعه فراهم می‌کند.

نبات چیان علت ضعف حوزه بسته‌بندی را به‌روز نبودن دستگاه‌ها و ماشین‌آلات چاپ می‌داند و بیان می‌کند: هم‌اکنون توسعه، مدیون تکنولوژی بوده و این مهم در ایران به علت وجود تحریم‌ها، چالش‌های فراوانی را تجربه کرده است. کار چاپ و بسته‌بندی در بازارهای تجاری تنوع بسیاری دارد از سوی دیگر این حوزه نیازمند تجربه و افکار جدید است.

وی به توانمندی نیرو جوان اشاره دارد و معتقد است، آسان یک به‌عنوان یکی از واحدهای موفق نمونه بوده که توانسته از پتانسیل نیروهای جوان و خلاق بهره‌مند شود. فناوری جدید میزان کمتری از نیروی یدی را نیاز دارد با این حال اشتغال‌زایی در واحدهای کوچک بیشتر انجام می‌شود و این مهم نقش بسزایی در تولید کسب‌وکار دارد.

### فرصت سازی و انحصارگرایی

مدیر چاپخانه زرکوب (ناصر ماسوله) که تولیدکننده انواع لیبل‌های پارچه‌ای با اشاره به ابتکار و کسب بازارهای صادراتی در منطقه می‌گوید: بازارهای تولیدی ضعف خاصی



دارد و بسیار کم‌رنگ فعالیت می‌کنند، این امر

## خانه دوست اینجاست

■ انسیه بغدادی

چاپخانه فضای خیال‌انگیز و پرجذبه‌ای دارد؛ فضایی که کلمات در آن از دنیای انتزاعی مفاهیم به سطح سربی حروف هبوط می‌کنند. فضایی که بوی روغن و سرب و آهن، در تاریک‌روشن ساختمانی قدیمی و وهم‌انگیز، آرام آرام ریه‌های کارگران خسته را فتح می‌کند و کرشمه کلمات، سوی چشم‌هایشان را می‌گیرد، حالا دیگر سال‌هاست که چاپخانه‌ها از سرب فاصله گرفته‌اند و کلمات، فاصله میان دنیای خیال‌انگیز فکر و کاغذ را میانبر می‌زنند. کلیدها کار دست‌ها را می‌کنند و ماشین‌های گران‌قیمت و سنگین، جور ریه‌ها و چشم‌ها را می‌کشند. با این حال هنوز هم انسان مثل همیشه و هر جا، یک‌ه‌تاز این میدان است و اگر متخصصان، لحظه‌ای لگام و افسار ماشین‌ها را رها کنند، صنعت چاپ در چارچوب آهنی ماشین باقی می‌ماند و هنر متولد نمی‌شود؛ اما همراه با تغییر خیره‌کننده تکنیک‌های چاپ و نشر، تحولات شگرفی در این حوزه رخ داده است.

در این شماره نیز، با اعضای هیات مدیره شرکت تعاونی چاپ در بازدیدهایشان از اهالی صنعت چاپ همراه هستیم. تا با فعالان صنعت چاپ و مشکلاتشان در این حوزه آشنا شویم که در ادامه می‌آید.



# پاسارگاد

## چاپ و تبلیغات پاسارگاد

### چهارانواع گسترده قیمت

و شبیهت های عمومی ویژه همکار

در یافت سفارشات به صورت کامل آزاد است



نمایندگی فوری

با تنوع بیش از ۷۰ مدل کارت ویزیت  
و ۵۰ مدل اوراق اداری ویژه همکار

|       |                 |       |                      |
|-------|-----------------|-------|----------------------|
| ۲۰۰۰۰ | کتابت یکر       | ۱۱۰۰۰ | سلفون براق یکر       |
| ۲۵۰۰۰ | کتابت دور       | ۱۷۵۰۰ | سلفون براق دور       |
| ۴۷۰۰۰ | کتابت سائز بزرگ | ۳۶۰۰۰ | سلفون براق سائز بزرگ |
| ۲۰۰۰۰ | چرم یکر         | ۱۲۰۰۰ | سلفون مات یکر        |
| ۲۵۰۰۰ | چرم دور         | ۱۸۵۰۰ | سلفون مات دور        |
| ۴۶۰۰۰ | چرم سائز بزرگ   | ۳۸۰۰۰ | سلفون مات سائز بزرگ  |
| ۸۰۰۰۰ | لمینت مات       | ۳۹۰۰۰ | مخملی یکر            |
| ۵۵۰۰۰ | لمینت براق      | ۵۳۰۰۰ | مخملی دور            |
| ۱۵۰۰۰ | برچسب           | ۸۰۰۰۰ | مخملی سائز بزرگ      |

www.pasargadprint.com

print\_pasargad@yahoo.com

pasargad.printesf

@printpasargad

اصفهان، سی و سه پل، چهارباغ بالا

مجمع باران، طبقه اول، واحد ۲

تلفن: ۳۶۶۷۴۴۸۷ - ۳۶۶۷۴۹۸۲ - ۳۶۶۷۴۶۴۱

فکس: ۳۶۶۷۴۶۴۲ - همراه: ۰۹۱۳ ۱۱۵ ۲۸۶۸ - همراه: ۰۹۲۲ ۱۱۵ ۲۸۶۸ - ۰۹۳۹ ۱۱۵ ۲۸۶۸





توانسته برگشت سرمایه مناسبی را با خود به همراه داشته باشد.

الهی شروع کار خود را از دوران اشتغال به تحصیل می‌داند و می‌افزاید: اشتغال عمومی در این صنعت جذابیت فراوانی را برای من به همراه داشت و این موضوع سبب شد تا پس از فراگیری کاردر کنار اشتغال به تحصیل تجربه قابل توجهی را در این زمینه به دست بیاورم.

مدیر چاپخانه چاپ معاصر در سال ۴۳ اقدام به تأسیس چاپخانه در میدان جمهوری کرد و کار خود را با دستگاه‌هایی همچون ملخی و هامادا آغاز کرد این اقدام تأثیر قابل توجهی در کسب و کار داشت و تجربه قابل توجهی را به همراه داشت.

وی ادامه می‌داد: پس از تأسیس در زمانی اندک اقدام به تأسیس چاپخانه‌ای دیگر برای برادرم کردیم. در سال ۸۲ پس از رفع کسالت ایجادشده و سکونی که سایه بر چاپخانه انداخته بود بار دیگر چاپخانه در مسیر تولید قرار داده و تلاش برای گسترش چاپخانه از سر گرفته شد هم‌فکری نیروی جوان باعث تغییراتی در ساختار چاپخانه و بروز شدن دستگاه‌ها شد.

### برگشت سرمایه بسیار کم است

علی دارابی مدیر چاپخانه پاستور می‌گوید: در سال ۷۴ کار را با چند دستگاه ساده در منطقه سرسبز شروع کردم دستگاه‌های



سرنگ و کارلمینت توانست شرایط را برای ادامه کار هموار کند.

وی از شرایط اقتصادی که هم‌اکنون به‌عنوان یک مانع بزرگ در راه توسعه صنعت چاپ است نام می‌برد و ادامه می‌دهد: هم‌اکنون با کمک دو پسر خود و تعداد کمی از کارگران روزگار می‌گذاریم.

اما این حوزه نیازمند تحولات اساسی است. تغییرات اساسی در زیرساخت‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی‌های دولت دارد یک نیاز مبرم است، زیرا چاپخانه‌داران با تمام توان خود تلاش دارند تا چرخ اقتصادی خود را بگردانند و بار دیگر رونق را به این صنعت بازگردانند.

مدیر چاپخانه پاستور اظهار می‌کند: بروکراسی اداری همواره به‌عنوان یک مشکل اساسی بر سر راه توسعه قرار دارد و دست پای صنعت چاپ را نیز بسته است.

دارابی بیان می‌کند: تسهیلاتی، تنها به خرید کاغذ ختم نمی‌شود و همراهی در همه حوزه‌ها نیاز است درعین حال برگشت سودی وجود ندارد و این امر سبب می‌شود تا جوانان از این حرفه فاصله بگیرند.

### ردپای رکود بر دل چاپخانه‌ها

مدیر چاپخانه شیرین (علی ساعدی) از سایه ۶۰ ساله و تلاش‌های متعدد خود در حوزه چاپ صحبت می‌کند و می‌گوید: ۱۷ سال است که



در حرفه چاپ و نشر مشغول فعالیت هستم و تا ۲۰ سال پیش با ۳ تن از شرکا این چاپخانه را اداره می‌کردیم. در ابتدا از ماشین‌های کترپرس و افست استفاده می‌شد اما بعدها ماشین‌هایی GT۲ و ۱،۵ ورقی خوابیده، افست ۳ رنگ و افست ۲ رنگ نیز به این مجموعه اضافه شد.

ساعدی می‌افزاید: همکاری و همگرایی در صنف چاپ سبب شده تا قیمت‌ها شکسته شود و چاپخانه‌ها با حداقل قیمت به فعالیت ادامه دهند که این امر ضررهای جبران‌ناپذیری را متوجه چاپخانه‌ها می‌کند.

این مدیر چاپخانه اظهار می‌کند: معضل اصلی و مشترک حوزه چاپ هم مالیات و هم مالیات بر ارزش افزوده است که سبب شده برگشت سرمایه در این حوزه به کمترین میزان در طی سال‌های گذشته برسد.

وی بیان می‌کند: استرس و رکورد دست‌به‌دست هم داده و زمینه را برای سخت و زیان‌آور شدن این صنعت فراهم کرده است.

### دولت کارفرما، داستان اقتصادی امروز

مدیر چاپخانه نباتی (ابوالفضل ابوالحسنی) می‌گوید: چاپخانه نباتی کار خود را از سال ۱۳۳۸ با شراکت اصغر ابوالحسنی و فردی دیگر به نام نباتی



شروع کرده و در سال ۵۱ سهم نباتی خریداری شد و مدیریت آن بر عهده ابوالفضل ابوالحسنی قرار گرفت از سال ۷۵ نیز فرزندان، وارد کار شدند هم‌اکنون چاپخانه به‌عنوان یک حوزه تجاری با کمک دستگاه‌های GTO چهار رنگ و دو رنگ به چاپ کارهایی همانند کاتالوگ‌های تجاری پرداخته است، دستگاه‌های دو ملخی و GTO تک در این چاپخانه به کمک سایر امکانات آمده و همچنان در حال فعالیت هستند.

وی ادامه می‌دهد: مشکل حوزه تولید و صنعت دردی مشترک است. چالش‌های اقتصادی گریبانگیر همه صنوف شده است. این مهم به علت کم شدن سفارش‌ها و رکود حاکم بر اقتصاد بوده از سوی دیگر حبس شدن پول و عدم گردش مالی زمینه را به‌منظور کاهش فعالیت بخش چاپ فراهم کرده است.

مدیر این چاپخانه اظهار می‌کند: هم‌اکنون، دست‌وپای تولیدکنندگان بسته‌شده و این مهم ارتباط مستقیمی با اقتصاد کلان و برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده توسط مدیران و مسئولان دولتی دارد.

وی بیان می‌کند: باید توجه داشت که، بیشترین حجم سفارش‌ها از سوی دولت بوده زیرا در کشور ما همچنان دولت بزرگ‌ترین کارفرما و بخش خصوص به‌عنوان پیمانکار فعالیت می‌کند درعین حال خدمات ارائه‌شده نتوانسته، بازگشت نقدینگی به بخش خصوصی را به دنبال داشته باشد زیرا دولت توان پرداخت نداشته و در نتیجه رکود تمام بازار کار را در خود بلعیده است.

ابوالحسنی ادامه می‌دهد: دولت کارفرمای بدحسابی است، از سوی دیگر سازوکارهای سیستماتیک مناسبی هم در کشور وجود ندارد در سال‌های گذشته نیز الگوی ناقصی از کشورهای پیشرفته به‌عنوان قانون و برنامه گرفته‌شده که به یک کلاف سردرگم شباهت دارد و مشکلات متعدد اقتصادی را به دنبال داشته است.

توضیح: در شماره‌ی ۱۵۴ (آذر ماه) ذیل تیتر مدارا با دستگاه‌های چاپ قدیمی در صفحه ۴۰، مدیر چاپ‌مهارت قدرت‌الله قیصری بوده که به اشتباه محمدرسول قیصری نوشته شده، و عکس شریک ایشان به اشتباه به جای عکس مدیرعامل چاپخانه درج شده است، همچنین مدیر چاپ رشديه بدیع‌الله رشديه بوده که به اشتباه ولی‌الله رشديه نوشته شده است؛ که بدین وسیله اصلاح می‌شود.





گروه فنی مهندسی

# پرینت پک

سازنده دستگاه های پس از چاپ

سلفون کشی (واتر بیس و حرارتی)

شیت کن (کششی)

امباس (چرم، کتان و...)

یوو (سیلندری و موضعی)

شرینگ پک (تونلی و کابینی)



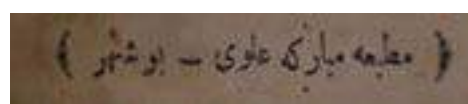
[www.printpackmashhad.com](http://www.printpackmashhad.com)

[printpackmashhad@gmail.com](mailto:printpackmashhad@gmail.com)

مشهد ، بزرگراه آسیایی ، آزادی ۱۲۳ ، پلاک ۲۰

مهندس پور رمضان ۰۹۱۵۵۱۱۵۸۸۰





## چاپ به قدمت علوی افتخار می کند

**گفت و گو با سید مهدی علوی  
مدیر عامل چاپخانه علوی**

در بیست و چهارمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی و ماشین آلات وابسته تهران یکی از سه غرفه ی چاپ و نشر در سالن B ۳۸ قرار داشت و همچراغی آن یکی از چاپخانه های قدیمی و غنی ایران بود. دو دستگاه عجیب و سیاه رنگ که در عین قدمت ظریف و جذاب به نظر می رسیدند غرفه ی چاپخانه ی علوی را زینت داده و خود راوی همه چیز بودند. ویتروینی از کتاب های قدیمی چاپ شده توسط مطبعه مبارکه علوی بوشهر و قرآن مطلای آنها که قریب به یک قرن از عمرش می گذشت فضای آن قسمت از نمایشگاه را متبرک کرده بود و حال و هوایی خاص را به بینندگان القا می کرد. فرصت را غنیمت شمردیم و با سید مهدی علوی مدیرعامل کهن سال جوان دل این چاپخانه هم صحبت شدیم. لحن دلنشین پیرمرد خون گرم جنوبی، آدم را سر کیف می آورد.



### ■ چاپخانه علوی

چاپخانه علوی در شعبان سال ۱۲۸۶ تاسیس شد، یعنی ۱۱۰ سال پیش. جد من، سید عبدالله علوی بهبهانی ماشین آلات چاپ سنگی را به همراه چهار کارگر هندی از هندوستان به بوشهر وارد کرد. دستگاه ها کارشان را شروع کردند و اپراتورهای هندی آنها به آموزش کارگران ایرانی ما پرداختند، در وهله ی اول هم خانواده خود ما بود که تحت آموزش قرار گرفت. بعدها افراد زیادی توسط خانواده ما، برادران و خواهران من، آموزش دیدند و چاپچی شدند.

علوی در واقع دومین چاپخانه بوشهر بود؛ یکی دو سال قبل از آن چاپخانه مظفری در بوشهر فعالیت داشت که البته بعد از نسل اولش تعطیل شد و کارش را ادامه نداد. چاپ اما در خانواده ما موروثی شد و عشقش به جان همه ی ما افتاد و اکنون که من با شما صحبت می کنم نسل چهارم از خانواده ما مشغول کار در چاپخانه علوی هستند.

دو دستگاهی که در غرفه ی ما مشاهده می کنید از قدیمی ترین و ابتدایی ترین دستگاه های چاپ جهان محسوب می شوند. یکی از آنها چاپ سنگی است و دیگری از اولین نمونه های دستگاه چاپ سربی محسوب می شود. من سال ۱۹۷۵ میلادی سفری به آمریکا داشتم و در ایالت واشنگتن به یک موزه چاپ برخورد، من که علاقه زیادی به این حرفه داشتم به دیدن آن موزه رفتم و نمونه این ماشین را به عنوان قدیمی ترین دستگاه چاپ آنجا دیدم و ارزش تاریخی این ابزار را دریافتم.



### ■ ندای جنوب

چاپخانه علوی در زمان قدیم یک روزنامه هم به نام نور افشان داشت که متأسفانه ما نسخه ای از آن نداریم اما من برخی از شمارگان آن را در آرشیو روزنامه اطلاعات دیده ام و اکنون هم در آنجا موجود است. صاحب امتیاز و مدیر مسئول آن پدر من بود و سردبیر آن خانم سلامی از زنان نامدار ایران محسوب می شوند. این روزنامه تا دهه ی ۲۰ با همین نام فعالیت داشت و بعد از آن به ندای جنوب تغییر نام داد. این روزنامه تا کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ در چاپخانه علوی به انتشار می رسید و پس از آن به سرنوشت نشریات و مطبوعات آن دوران گرفتار شد و به تعطیلی کشید. اتفاقات زیادی از سر ما و چاپخانه گذشت اما تنور آن همچنان گرم بود. چاپخانه علوی کارش را در بوشهر ادامه می داد تا اینکه برای گسترش کار تصمیم گرفتیم در تهران هم شعبه ای تاسیس کنیم و بدین سان به سال ۱۳۷۸ ضمن حفظ چاپخانه ی پدری در بوشهر، چاپخانه علوی تهران هم در خیابان ۳۰ تیر تاسیس شد.

### ■ از حسابداری تا چاپ

من به سال ۱۳۴۰ رشته حسابداری را در دانشگاه تهران خواندم و در سال ۱۳۴۶ از دانشکده حقوق و علوم سیاسی و اقتصادی دانشگاه تهران فارغ التحصیل شدم. پس از آن رشته ی مدیریت را در مرکز مطالعات مدیریت ایران که شعبه ای از دانشگاه هاروارد بود (و مکان آن امروز به دانشگاه امام جعفر صادق (ع) نام گذاری شده) خواندم.

پس از تحصیلات به عنوان کارشناس اقتصادی و مالی در بانک اعتبارات صنعتی و سازمان برنامه و طرح های صنعتی استخدام شدم. در سال ۱۳۵۲ بانک صنعتی یک دوره مطالعاتی برگزار کرد که من به عنوان بورسیه در آن پذیرفته شدم که طی آن دوره صنایع کوچک داخلی را مورد بررسی و تحقیق قرار دادیم.

من از هر فرصتی برای آموختن استقبال می کردم و از هیچ تلاشی برای علم اندوزی روی گردان نبودم. بعد از انقلاب من به عنوان معاون اجرایی مدیر عامل بانک صنعت و معدن کار خود را دنبال کردم تا سال ۱۳۶۳ که به عنوان مامور به بانک صادرات رفتم، عضو ارشد هیئت مدیره آنجا شدم. من در کار و تحصیل موفق بودم اما ژن موروثی چاپ همواره همراه من بود تا اینکه در سال ۱۳۷۸ درخواست بازنشستگی کردم. مرحوم دکتر نوربخش با بازنشستگی من مخالفت زیادی کرد و معتقد بود افراد با تجربه باید تا زمانی که مشاعرشان اجازه می دهد در خدمت دولت باشند اما من برای او توضیح دادم که شغلی موروثی در خانواده



# CAPS



تولید و عرضه هدایای تبلیغاتی



*Idehpardazan*

Promotional Gifts





تعداد کم چاپخانه‌ها در شهرستان، عمده آنها مجبور هستند که هر سه وجه را در خود داشته باشند و مانند یک مجتمع چاپ عمل کنند. چاپخانه علوی هم از این قاعده مستثنا نبود و هر سه مرحله را زیر یک سقف به انجام می‌رساند.

ما برای بخش پیش از چاپ یک ماشین دانمارکی را از این کشور وارد کردیم که در نوع و زمان خود از تکنولوژی بالایی برخوردار بود و با کامپیوتر و به صورت کاملاً اتوماتیک کار می‌کرد. در سال ۱۳۵۵ ما یک ساختمان مجزا را در دو هزار متر زمین بنا کردیم که کاملاً مهندسی شده و جزو اولین ساختمان‌هایی بود که مخصوص کار چاپ ساخته و تجهیز شده بود. این مکان استاندارد بالایی داشت و هنوز هم در بوشهر سرپا و فعال است.



### ■ موزه چاپ

یک روز آقایی به نام ملکی از طرف جناب مسجد جمعی (وزیر ارشاد دوران ریاست جمهوری خاتمی) با من تماس گرفتند و گفتند ما می‌خواهیم یک موزه چاپ برای ارشاد بنا کنیم و در تحقیقاتمان پیرامون آن متوجه شده‌ایم که قدیمی‌ترین دستگاه‌های چاپ کشور در چاپخانه‌ی شما موجود است. ایشان پیشنهاد کرد که ما ماشین‌آلات را به موزه‌ی آنها در تهران منتقل کنیم تا به اسم خود ما و چاپخانه علوی در موزه به نمایش گذاشته شوند؛ من هم قبول کردم. در حال انجام مقدمات این انتقال بودیم که از دفتر استانداری بوشهر با من تماس گرفته شد؛ آقای استاندار مرا از این کار نهی کرد و گفت: شما

ما وجود دارد که از هر چیز دیگری برای ما مهمتر است و من باید برای رسیدگی به آن بشتابم. من از او عذرخواهی کردم و استعفا دادم اما به او گفتم چون نکاتی در مورد تجربه‌ی خانوادگی من است و می‌کنم که چاپ تجربه‌ی خانوادگی من است و برای من از رشته‌ی تحصیلی‌ام و شغل در بانک مهمتر است.

### ■ تجهیز با هایدلبرگ

پدرم با نمایندگی هایدلبرگ و مرحوم نوریانی پدر صنعت نوین چاپ ایران، دوستی صمیمانه‌ای داشت. در سال ۱۳۵۵ که من در تهران مستقر بوده و کار و تحصیل می‌کردم، همزمان در مدیریت چاپخانه بوشهر هم دست داشتم. تکنولوژی در حال پیشرفت بود و من نوسازی خط تولید چاپخانه را لازم می‌دیدم. برای این مهم و از روی آشنایی قبلی پدرم با نمایندگی هایدلبرگ آلمان برای مذاکره و خرید دستگاه نزد آنها رفتم. آن زمان کارهای نمایندگی در دست کامران نوریانی پسر آقای مرتضی نوریانی بود.

من نزد ایشان رفتم، خودم را معرفی کردم و آشنایی دادم و سپس گفتم که چاپخانه‌ای قدیمی داریم که می‌خواهیم آن را با خرید دستگاه‌های نوین تجهیز کنیم و وارد عرصه‌ی چاپ افست بشویم اما تا به حال با این دستگاه‌ها کار نکرده‌ایم؛ نظر شما چیست؟ ایشان هم کمی از چند و چون کار گفت اما اذعان کرد که از لحاظ فنی زیاد وارد نیست و پیشنهاد داد که ما به اتاقی در مجاورت اتاق ایشان برویم و مشکلات و سوالاتمان را از نماینده‌ی آلمانی هایدلبرگ که در مجموعه آنها حضور داشت مطرح کنیم.

آن فرد آلمانی کاملاً به حرف‌های ما گوش داد و با توجه به عدم سابقه‌ی ما در چاپ افست دستگاه‌های لازم را برایمان لیست کرد. به این ترتیب یک دستگاه افست مسطح، یک دستگاه برش و یک لترپرس به مجموعه ما افزوده شد و ما توانستیم به راحتی از آنها بهره‌برداری کنیم. نظر کارشناسانه و درست نماینده‌ی هایدلبرگ، خرید دستگاه با پرداخت مارک آلمان که در آن زمان ۱۸ ریال بیشتر قیمت نداشت در کنار کاربری ساده دستگاه‌ها و بازده خوب آنها باعث شد که این خرید خوب به نقطه عطفی در تاریخ چاپخانه علوی تبدیل شود.

### ■ مجتمع چاپ

همانطور که می‌دانید چاپ سه بخش عمده دارد، لیتوگرافی و زینک‌گیری به عنوان بخش پیش از چاپ، خود عملیات چاپ و کارهای تکمیلی پس از آن مانند صحافی و یا سلفون و یووی که به عنوان مراحل پس از چاپ محسوب می‌شوند. بخاطر

می‌روید و نام و قدمت علوی و فرهنگ استان را در دریای تهران گم می‌کنید و نامی از بوشهر نمی‌ماند؛ من خواهش می‌کنم این کار را نکنید به جای آن من رایزنی می‌کنم تا یک محیط به اندازه چاپخانه شما در اختیارتان قرار بگیرد و شما آن را به موزه استانی تبدیل کنید، طبقه اول ماشین‌آلات را قرار دهید و در طبقه‌ی بالایش محصولات چاپ شده طی این یک قرن را به نمایش بگذارید.

من با خانواده و دوستان مشورت کردم و به این نتیجه رسیدیم که اگر قرار است موزه‌ای برای چاپ در بوشهر برقرار شود حق آن است که این دستگاه‌ها به عنوان فرهنگ این استان در آنجا به نمایش گذاشته شوند. اما حرف‌های آقای استاندار به شکل همان وعده ماند و در هنگام متولی‌گری ایشان هیچ اتفاقی رخ نداد. استاندار بعدی بوشهر فردی فرهنگی و اتفاقاً از دوستان خود من بود؛ دوباره صحبت از برپایی موزه به میان آمد. تا جایی که یاد می‌آید یک هیئت پنج نفره از من و افرادی چون دکتر حبیبی، استاد بهشتی از افتخارات ادبیات استان بوشهر و آقای حسینی از نویسندگان و فعالین عرصه چاپ و یکی دیگر از مفاخر استان تشکیل شد و بررسی‌ها پیرامون این موضوع به انجام رسید. بودجه مورد نیاز برای راه‌اندازی مشخص شد و تسلیم استانداری بوشهر شد اما آنها جواب دادند که چنین بودجه‌ای در اختیار ندارند.

راه‌اندازی این موزه چاپ در استان چند بار مطرح شده بود و به جایی نرسیده بود از این رو تصمیم گرفتم هرچیز شده این کار را به انجام برسانم و این طلسم را بشکنم. ما یک ملک موروثی داشتیم که بنایی قدیمی‌ساز بود و قدمت آن به ۱۳۰ سال می‌رسید. خود من و اعضای دیگری از خانواده علوی در این خانه متولد شده بودیم. من این ملک را مشروط به اینکه موزه فرهنگی چاپ باشد به میراث فرهنگی بوشهر اهدا کردم. بعد از آن همکاری و پیگیری‌های لازم توسط استانداری، میراث فرهنگی و اداره ارشاد بوشهر به انجام رسید و کارها در حال آماده شدن است تا به لطف خدا این موزه در هفته دولت که در شهریور ماه سال آتی است افتتاح شود.

### ■ ضیافت افطار

یک روز از من دعوت شد که در ضیافت افطاری رئیس جمهور در کاخ سعدآباد شرکت کنم. با من تماس گرفته شد که رئیس جمهور اصحاب فرهنگ را به ضیافتی در ماه صیام دعوت کرده و شما هم به عنوان یکی از قدیمی‌ترین چاپخانه‌ها به عنوان نماینده صنعت چاپ انتخاب شده‌اید تا در این مراسم حضور پیدا کنید. در این ضیافت آقای خاتمی، مسجد جمعی، انتظامی و بسیاری دیگر از هنرمندان حضور داشتند که به صورت گروه گروه پشت میزها جاگزاری شده بودند. بعد از صرف افطاری آقای رئیس جمهور به هر میزی سر می‌زد ضمن آرزوی قبولی طاعات و عبادات، با اهالی هنر خوش و بش می‌کرد تا اینکه به میز ما رسید؛ من جلوی پای ایشان بلند شدم و ضمن فشردن دستشان خودم را معرفی کردم و گفتم من از طرف خانواده چاپ با یک قرن سابقه در خدمتان هستم. ایشان با تعجب پرسید، یعنی شما صد سال سابقه دارید؟ و بعد از آن از من پرسید آیا هنوز با دستگاه‌های قدیمی کار می‌کنید که من برایشان توضیح دادم که صنعت چاپ کشور با تکنولوژی روز پیش می‌رود و ما هم برای ماندگاری در بازار به نوسازی خط تولیدمان دست زده‌ایم و از ماشین‌های افست رنگی در چاپخانه علوی استفاده می‌کنیم.

بعد از آن آقای مسجد جمعی که همراه ایشان بودند و آشنایی بهتری با ما داشتند برای ایشان توضیح دادند که چاپخانه علوی جزئی از میراث



مجموع چاپ کریمی



## تولید تخصصی انواع سررپیید

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



فرهنگی کشور است. بعد از این صحبت‌ها آقای رئیس‌جمهور برگشت تا به میزهای دیگر سر بزند اما من ایشان را صدا کردم و گفتم جناب رئیس‌جمهور اگر اجازه بدهید عرضی داشتم، با خوش‌رویی گفتند بفرمائید، گفتم در مورد چاپ می‌خواستم صحبت کنم، گفتند حتما می‌خواهید بگویند که این صنعت در کشور مظلوم واقع شده



است؟ گفتم بله، دقیقا. ایشان هم این حرف را قبول داشت و گفت: انشاالله به آن هم می‌رسیم.

#### ■ خاطره تلخ

پدر من برای اینکه یک وقت چاپخانه علوی در آتیه توسط وراثت تکه تکه نشود گفت: من این چاپخانه را به پسر من می‌دهم و ارث دختران را از مایملک دیگری تامین می‌کنم این شد که چاپخانه علوی از بهیوه‌های تاریخی و تلاطم‌های روزگار جان سالم به در برد و بر قدمتش افزوده شد. اوایل دهه‌ی ۶۰ من قائم مقام یکی از بزرگترین بانک‌های کشور با هزار و ۵۰۰ شعبه و ۲۰ هزار کارمند در سراسر ایران بودم و این باعث شده بود کمی از چاپخانه و کارهای آن دور باشم. هنوز شور انقلابی‌گری وجود داشت و گاهی احساسات به جای قانون فرمان می‌راند. یک عده مغرضانه آمدند و به قصد مصادره چاپخانه دست به کار شدند و در اولین قدم یکی از کارگران چاپخانه را به عنوان مدیر آن منصوب کردند تا نام خاندان علوی را از روی قدیمی‌ترین چاپخانه کشور بردارند.

این برای خانواده ما که همیشه چاپ را جزئی از خود می‌دانست یک رشک بزرگ بود ما به خاطر شغل پدری و عشق موروثی محکم ایستادیم و از بار مسئولیت و مشکلات شانه خالی نکردیم. ما از آنها علت را جویا شدیم و گفتیم اگر ما خلافی مرتکب شده‌ایم گناهان را تفهیم کنید. ما خیلی زود دست به کار شدیم و بعد از رفت و آمدهای زیاد به دادگاه کار به دیوان عدالت اداری کشید.

من به این دیوان شکایت کردم و توضیح دادم که این چاپخانه از دیرباز در تملک خاندان علوی بوشهر است و بسیاری بر این امر گواهی می‌دهند. همچنین به قاضی پرونده تفهیم کردم که این چاپخانه برای ما ارزشی ورای یک منبع درآمد دارد و تصریح کردم که ملک و چاپخانه‌ی آبا و اجدادی ما اکنون در اختیار یکی از کارگران چاپخانه قرار دارد.

حکم دیوان عدالت اداری چاپخانه علوی را به خاندان علوی برگرداند. یادم می‌آید که قاضی پرونده بعد از صدور حکم و ختم غائله گفت

مگر در جامعه اسلامی ما به کسی به اندازه شما و برادران ظلم شده است؟

سال‌ها بعد کسانی که در پی رقم زدن این ناحقی بودند پشیمان شدند و یکی از آنها که جوانمردی در وجودش نمرده بود آمد و به اشتباه خود اعتراف کرده و حلالیت طلبید.

این خاطره تلخ همواره چون کابوسی در زندگی من حضور داشته است اما خدا را شاکرم که همه چیز به خیر گذشت و در نهایت حق به حق‌دار رسید و چاپخانه علوی همچنان با اسم و رسم قبلی خود مشغول به کار و فعالیت است و تبدیل به آشیانه‌ی نسل چهارم خانواده ما شده است. امیدوارم این روند همچنان بعد از من هم جریان داشته باشد و قدیمی‌ترین چاپخانه ایران همچنان مستمر به کار خود ادامه دهد و با رسیدن به نسل‌های بعدی رکورد خود را حفظ کند.

#### ■ خاطره شیرین

من خدمات زیادی به فرهنگ بوشهر کردم و اکنون هم رئیس هیئت مدیره انجمن بوشهری‌های مقیم تهران هستم. یک روز از من دعوت کردند که برای جشنواره‌ای که مربوط به دَتری‌های بوشهر می‌شد به تالار بهمن در شهرک غرب بروم. مثل همیشه به خاک اجدادی احترام گذاشتم و در این همایش حاضر شدم. در اواسط مراسم بود که مجری جشنواره بدون هیچ هماهنگی قبلی اسم من را آورد تا پشت تریبون قرار گرفته و برای حضار سخنرانی کنم؛ من اصلا آمادگی نداشتم اما آنها اصرار کردند که برای دقایق کوتاهی هم که شده پشت تریبون بروم و با همسفریان احوال‌پرسی کنم. من که هیچ مطلبی را برای ارائه آماده نداشتم به معرفی کوتاه خود و چاپخانه علوی پرداختم و خوش‌آمد گویی‌های معمول را به انجام رساندم و از وجود چنین گردهمایی‌هایی ابراز خرسندی کردم. صحبتی که تمام شد و به جای خودم برگشتم دیدم که چند پیرمرد دَتری به سمت من آمده و سلام واحوال‌پرسی و روبروسی کردند. آنها می‌گفتند وقتی بچه بودیم و به مدرسه می‌رفتیم برگه‌های امتحانی ما توسط شما تامین می‌شد. آنها می‌گفتند ما به یاد داریم که پایین این برگه‌ها نوشته شده بود «مطبعه مبارکه علوی» و همیشه برای ما سوال بود که این علوی کیست و کجاست. آنها از پیدا کردن یکی از خاندان علوی ذوق زده بودند و بخاطر خدمات این چاپخانه از من تشکر فراوان کردند. مگر آدم چه چیز دیگری برای در رفتن خستگی‌اش لازم دارد؟

#### ■ آقای چاپ

یکی دیگر از افتخارات چاپخانه علوی که در ابتدا با نام مطبعه مبارکه علوی بوشهر معروف بود، چاپ قرآنی با تذهیب مطلا در ۹۷ سال پیش است که اکنون در مرکز بوشهرشناسی ثبت شده و ما آن را در این نمایشگاه هم به معرض تماشا نهاده‌ایم. این کار و مانند آن باعث مباحثات ما است و نشان از فرهنگ غنی سرزمین رییس‌علی‌ها دارد.

همانطور که در خلال صحبت‌هایم اشاره کردم، ما برای فرهنگ بوشهر زحمات‌های زیادی کشیدیم و از کارهایی که کرده‌ایم پشیمان نیستیم. یادم می‌آید وقتی برادرم درگذشت یکی از نویسندگان و روزنامه‌نگاران مشهور بوشهری مقاله‌ای تحت عنوان «آقای چاپ درگذشت» نوشت و یک صفحه تمام از روزنامه محلی را به چاپخانه علوی اختصاص داده بود و مفصلا در مورد سرگذشت چاپخانه و خاندان علوی نوشته بود.

او به خوبی تحقیق کرده بود و تمامی کارهای خاندان علوی برای فرهنگ بوشهر و صنعت چاپ این استان را یادآور شده بود. من شماره تماس ایشان را پیدا کردم تا از زحماتش تشکر و قدردانی کنم اما او این کار را وظیفه‌ی خود می‌دانست و این گفت: شما وظیفه‌ی خود را انجام داده‌اید و این وظیفه‌ی ما قلم به دست‌ها است تا کسانی را که به فرهنگ کشور و خاک پدری خود خدمت کرده‌اند به آیندگان بشناسانیم.





# ملزومات صحافی دلشاد

بیش از سی سال سابقه درخشان در توزیع و پخش

مرکز پخش ترمو - گالینگور - انواع چسب و...



تهران، خیابان خاوران  
خیابان امیر سلیمانی  
پلاک ۴۸



۳۳۷۱۱۱۱۴  
۳۳۰۰۷۲۲۳  
۰۹۱۲۵۰۰۵۹۰۳



@galingor\_delshad



delshad\_bookcover



# آموزش و تبادل اطلاعات؛ از مشخصه‌های سینوکاروگیت «Sino Carrugated»

■ مهربان روشن

در چین نیست. مانند سمیناری که در تهران برگزار شد در تمام کشورها در سطح بین‌المللی برگزار می‌شود.

■ کمی از برنامه‌های سینوکاروگیت برایمان توضیح دهید.

در وهله‌ی اول سینوکاروگیت در نظر دارد برای ایجاد آگاهی و دانش، بسترسازی کند زیرا دانش و آگاهی بسیار حائز اهمیت است، علاوه بر سمینارها و کارگاه‌های متفاوتی که در طول نمایشگاه برگزار می‌شود، برنامه‌هایی در شکل‌ها و شاخه‌های متنوعی نیز در نظر داریم و روزهای هفته را به نام کشورها؛ مانند روز هند، ایران، برزیل نام‌گذاری کرده‌ایم و بازدیدکنندگان از تمام کشورهای دنیا در صورت علاقمندی به همکاری با کشورها مانند ایران می‌توانند در «روز ایران» شرکت و در ارتباط با بازار ایران اطلاعاتی را کسب نمایند، به تبادل اطلاعات بپردازند و با هم آشنایی بیشتری پیدا کنند. تنوع پکیج‌هایی که سینوکاروگیت ارائه می‌دهد بسیار فراتر از یک پلت‌فورم نمایشگاهی است. البته پلت‌فورم نمایشگاه سینوکاروگیت در این رشته هم اکنون از نظر تنوع حرف اول را در دنیا می‌زند.

هزینه تهیه بلیط هواپیما برای سفر به این نمایشگاه و استفاده از دو پلت‌فورم نمایشگاهی و آموزشی در کنار هم کسب اطلاعات و تبادلات، تجارب و ارتباطاتی که در این نمایشگاه به وجود می‌آید بسیار توجیه‌پذیر است و حضور در نمایشگاه را با ارزش می‌کند. به طور مداوم درصدد این هستیم که نمایشگاه را توسعه و گسترش دهیم.

■ آیا در نمایشگاه برنامه‌ی بازدید هم در نظر دارید؟

یکی از خصوصیات بسیار قابل توجه نمایشگاه سینوکاروگیت این است که در طول برگزاری نمایشگاه امکاناتی فراهم آورده‌ایم تا بازدیدکنندگان بتوانند از کارخانجاتی که ماشین‌آلات نصب شده و در حال کار هستند، بازدید داشته باشند. این خیلی متفاوت است که یک بازدیدکننده ماشینی را در نمایشگاه و یا همان ماشین را در سایت کارخانه در حال کار کردن ببیند. سینوکاروگیت برای این نمایشگاه برنامه بازدید از کارخانه‌های مختلف را در نظر گرفته است و بازدیدکنندگان این حق انتخاب را دارند که طبق جدول زمان‌بندی و امکانات فراهم شده با اتوبوس از این بازدیدها استفاده ببرند و در زمانی بسیار فشرده اطلاعات زیادی را جمع‌آوری کنند.

■ سخن آخر

در انتها از شما تشکر می‌کنم و نکته‌ای که باید به آن اشاره کنم این است که ما سعی کرده‌ایم بستر کاملی را برای بازدیدکنندگان این نمایشگاه فراهم کنیم تا آنها بتوانند بیشترین استفاده و برداشت را از این نمایشگاه داشته باشند. هدف ما این است که روز به روز این پلت‌فورم را غنی‌تر و پربارتر از گذشته کنیم که بازدیدکنندگان همیشه خوشحال‌تر از قبل از این نمایشگاه بازدید کنند.

بین تولیدات چین، اروپا و سایر کشورها حق انتخاب داشته باشند.

■ این نمایشگاه در کجا و چه تاریخی برگزار می‌شود؟

نمایشگاه سینوکاروگیت در تاریخ دهم تا دوازدهم آوریل ۲۰۱۸ در شهر گوانجو برگزار می‌شود. جالب است که بدانید شهر گوانجو و استانی که در آن واقع شده از قدیم به دنیای کارخانجات معروف بوده است و بسیاری از تولیدکنندگان و کارخانجات کشور چین از قدیم در آنجا فعالیت داشتند، علاوه بر این بسیاری از ورق‌سازها و کارتن‌سازها هم در گوانجو حضور دارند و این یک امکان خوب برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورد تا بتوانند از کارخانه‌ها بازدید داشته باشند.

■ در مورد سابقه‌ی نمایشگاه سینوکاروگیت توضیحی می‌دهید؟

نمایشگاه سینوکاروگیت در سال ۲۰۱۷ در شانگهای برگزار شد و در سال ۲۰۱۸ در گوانجو برگزار می‌شود، در این دوره بیشترین تمرکز در بخش‌های آسیایی و اقیانوسیه است و در سال ۲۰۱۹ نیز مجدد در شهر شانگهای، به صورت بین‌المللی و بزرگ‌تر برگزار خواهد شد. البته به این معنی نیست که نمایشگاه گوانجو حالت بین‌المللی ندارد. پیش‌بینی می‌شود نمایشگاه ۲۰۱۸ در حدود ۸۰ هزار مترمربع مساحت داشته باشد و انتظار داریم در حدود ۶ تا ۸ هزار بازدیدکننده خارجی از این نمایشگاه بازدید داشته باشند. نمایشگاه سینوکاروگیت ۲۰۱۷ شانگهای در مجموع در حدود ۸۰ تا ۸۳ هزار بازدیدکننده داشت و پیش‌بینی می‌شود تعداد بازدیدکنندگان نمایشگاه ۲۰۱۸ گوانجو از این میزان فراتر رود.

■ آیا از ایرانیان هم در نمایشگاه سینوکاروگیت غرفه دارند؟

از ایران شرکت‌کننده‌ای که در نمایشگاه غرفه داشته باشد حضور ندارد ولی هر ساله از کشور ایران بازدیدکنندگان زیادی در این نمایشگاه شرکت می‌کنند.

■ چه برنامه‌ی ویژه‌ای را برای این نمایشگاه در نظر گرفته‌اید؟

پلت‌فورم نمایشگاه سینوکاروگیت تلفیقی از یک پلت‌فورم آموزشی و نمایشگاهی است و در این نمایشگاه برنامه‌ریزی‌هایی در بستر آموزشی انجام گرفته است، به این صورت که آموزش‌ها و کارگاه‌هایی را برای تبادل اطلاعات و تجربیات ارائه می‌دهیم و نباید سینوکاروگیت را یک نمایشگاه صرف دید، بلکه جنبه‌ی آموزشی آن بسیار قابل توجه و برجسته است و هر سال بر روی این مورد بیشتر کار می‌شود تا متنوع‌تر از گذشته باشد. البته این پلت‌فورم آموزشی مختص نمایشگاه سینوکاروگیت

در خلال سمینار مدیران صنعت کارتن‌سازی کشور که توسط سایت کارتن اینفو در تاریخ ۲۴ آذر ماه در هتل پارسیان اوین برگزار شد فرصت را مغتنم شمرده و با سباستین هافمن مدیر بازاریابی بین‌المللی شرکت سینوکاروگیت «Sino Carrugated» گفت‌وگویی درباره‌ی بازخورد سمینار سال گذشته و نمایشگاه سینوکاروگیت داشتیم، گفتنی‌ست زحمت ترجمه صحبت‌های ایشان را محمد فیاض دستجردی از شرکت گرین‌فیلد کشیدند، که در ادامه می‌خوانید.

■ در ابتدا خودتان را معرفی کنید.

من سباستین هافمن، مدیر بازاریابی بین‌المللی شرکت سینوکاروگیت هستم، این شرکت مجموعه‌ای از شرکت Reed Exhibition است و بنده پروژه‌ی برگزاری نمایشگاه‌ها را در سطح بین‌الملل عهده‌دار هستم.

■ بازخورد برگزاری سمینار سال گذشته و تبلیغاتی که در ایران انجام دادید، چگونه بود؟

سال گذشته اولین سمینار را در ایران برگزار کردیم و با استقبال خوب و قابل توجهی رو به رو شدیم و می‌توان گفت که بازخورد قابل توجهی از سوی بسیاری از ایرانیان داشتیم و این سمینار توانست افراد زیادی را به این نمایشگاه جذب کند. یکی از دلایلی که امسال هم تصمیم گرفتیم این سمینار را مجدد برگزار کنیم، گرفتن نتیجه خوب از سمینار سال گذشته است. در صورتی که استقبال ادامه داشته باشد تصمیم داریم در آینده در سطوح و صورت‌های دیگری این مراسم را پیش ببریم.

■ امسال از چه کشورها و شرکت‌هایی در نمایشگاه حضور دارند؟

در ابتدا باید این نکته را ذکر کنم که صنایع ایران بسیار رشد چشمگیری داشته است و هر روز بیش از پیش به ماشین‌آلات پیشرفته‌تر نیاز دارد. در پاسخ به پرسش شما باید بگویم که اکثریت تولیدکنندگان حاضر در نمایشگاه‌های سینوکاروگیت تولیدکنندگان کشور چین هستند و توانمندی بسیار خوبی در تولید محصولات مختلف در سطوح مختلف دارند که برای نیازهای متفاوت راه حل ارائه می‌دهند. مهمترین مبحثی که در اینجا جا دارد ذکر کنم این است که تولیدکنندگان کشور چین در طول سالیان گذشته نیازهای صنعتگران ایرانی را دریافته‌اند و با توجه به تجاربی که در این بخش نسبت به گذشته کسب کرده‌اند در حال تجهیز کردن خودشان هستند و هر چه می‌گذرد خود را متناسب با نیاز ایرانیان مجهزتر می‌کنند تا محصولات بهتری را ارائه دهند.

علاوه بر تولیدکنندگان کشور چین، تولیدکنندگانی از کشورهای اروپایی و آمریکایی در نمایشگاه حضور خواهند داشت، این خود یکی از مزیت‌های نمایشگاه است و باعث ایجاد تنوع برای بازدیدکنندگان می‌شود تا در صورت نیاز از





# NIROO VASSEL

شرکت نیرو واصل



طراحی و ساخت ماشین آلات مرتبط با صنعت چاپ و بسته بندی  
اولین تولید کننده ماشین پوشال گیر اتوماتیک در ایران  
مورد استفاده جعبه سازان و چاپخانه ها  
ساخت سفارشی انواع خشک کن های یووی سیلندری، سیلک  
پشت افستی و CD در تمامی ابعاد و توان های کاری مطابق با نیاز صنایع  
یک سال ضمانت و ۵ سال خدمات پس از فروش

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

E-mail: [niroo.vassel@yahoo.com](mailto:niroo.vassel@yahoo.com)

[www.niroovassel.com](http://www.niroovassel.com)

تلفن کارخانه: ۰۲۶-۳۴۷۱۳۷۴۵ • همراه: ۰۹۱۲-۵۶۳۱۱۶۳ • فکس: ۰۲۱-۲۶۶۵۶۳۸۰  
آدرس کارخانه: کرج، کمالشهر، بلوار شهید بهشتی، خیابان ظفر ۵، پلاک ۱۷





## تعصب در تولید تعهد در فروش

پای صحبت های  
مهندس رامتین شالباف  
مدیر عامل شرکت نیرو واصل

هر وقت صحبت از تولید داخلی و جنس ایرانی می‌شود جملات کلیشه‌ای زیادی به ذهن ما خطور می‌کند و به صورت غریزی رگباری از صفات معمول تحقیر کننده را به عنوان پسوند آن به کار می‌بریم اما واقعا ما چند بار از این کالاهای استفاده کرده‌ایم و چقدر مطمئنیم که همه‌ی آن اجناس بنگل ایرانی بوده‌اند؟ آیا چون برخی تولیدات ایرانی بی‌کیفیت هستند ما می‌توانیم این حکم را برای همه‌ی آنها صادق بدانیم؟ مهمتر از همه؛ بالاخره مگر قرار نیست از یک جایی شروع کنیم؟ ما تا می‌توانیم از خرید جنس ایرانی طفره می‌رویم و بعد از بیکاری رو به ازدیاد گله مندیم!...

به هر حال فکر کنم با پشتیبانی و از طرفی مطالبه‌گری و دنباله‌گیری بشود جنس ایرانی را هم به کیفیت رساند. در این شماره به سراغ یک تولید کننده ماشین آلات چاپ وطنی رفتیم تا وضعیت او در این بازار را جویا شویم و حرف‌هایش را بشنویم.

بنده رامتین شالباف، متولد ۱۳۵۷، دارای تحصیلات کارشناسی‌ارشد در رشته مهندسی برق قدرت هستم. من از سال ۱۳۸۰ و بعد از فارغ‌التحصیلی در مقطع کارشناسی، وارد بازار کار شدم. شرکت نیرو واصل حاصل یک شراکت خانوادگی است و من به همراه برادر عزیزم که دارای تخصص مهندسی متالورژی و مواد صنعتی است، در حال اداره کردن این مجموعه هستیم.

همانطور که گفتم من در دانشگاه در رشته‌ی مهندسی تحصیل کردم اما هیچ‌اشنایی با صنعت چاپ و ماشین‌سازی نداشتم. از دوران نوجوانی و جوانی علاقه زیادی به طراحی ماشین‌آلات داشتم و استعداد من در تبدیل طراحی به واقعیت تربیت شده بود و من علیرغم سن کم به تعمیرات اکثر وسایل دست می‌زدم و با جرات و اطمینان این کارها را به انجام می‌رساندم؛ هرچند که در برخی اوقات به دلیل عدم تجربه کافی در این زمینه‌ها به مشکلاتی برمی‌خوردم اما همیشه در صدد ایجاد چالشی جدید برای به دست آوردن تجربه‌ای نوین بودم و همین موضوع بود که به من شهادت اجرا می‌داد. من دایم در حال تجربه کردن بودم و هر تلاش برای من وسیله‌ای برای ارزیابی دانش و توانم محسوب می‌شد. این استعداد خدادادی باعث شد تا من به صورت خودآموز، با تکیه بر مطالعات انفرادی و با ۱۰۰ درصد هزینه شخصی، بدون هیچ پشتوانه مالی و یا آموزشی اقدام به برداشتن قدم‌های جدید و بزرگ کنم. تجمیع چنین تجربه‌ای که تماما حاصل زحمت شخصی بوده برای من بسیار هزینه‌بر بوده و حائز اهمیت است، چرا که این آموزش و حرفه‌ای شدن کاملا خودجوش و با اتکا به توانایی‌های

شخصی صورت گرفته است. الان بیش از ۱۵ سال از شروع کار من می‌گذرد و این روند همچنان به صورت مستمر در من به تکامل رسیده و از لحاظ کاری بسیار پخته‌تر شده‌ام.

یادم می‌آید که در ابتدا با طراحی و ساخت ماشین‌های خشک‌کن یووی، آن هم فقط از روی یک عکس و تصویر، فعالیت تجاری‌ام را آغاز کردم و با تکیه بر پشتوانه تحصیلی و کار و تلاش فراوان به موفقیت رسیدم؛ آن هم در شرایطی که هیچکس، هیچ اطلاعاتی را در مورد کارش بروز نمی‌داد و شرایط هم به گونه‌ای نبود که دسترسی به اطلاعات یا فن‌آوری مثل امروز راحت باشد. ساخت یک ماشین از روی یک عکس کاری بسیار مشکل و به ظاهر نشدنی به نظر می‌رسید اما با تلاش و پشتکار به عمل رسید. یادم می‌آید که آن موقع حتی تعداد دستگاه‌ها آنقدر زیاد نبود که بتوان از نزدیک به دیدن یکی از نمونه‌ها رفت و آن را کارشناسی کرد اما به هر زعم اولین حرکت بزرگ برای من شروع شده بود و باید به نتیجه می‌رسید، که رسید و من موفق شدم که اولین ماشین خشک‌کن یووی خود را با موفقیت بسازم.

همانطور که میدانید کار ما یک فعالیت صنعتی در حوزه طراحی و ساخت ماشین‌آلات پس از چاپ است که جای خالی آن در صنایع چاپ و بسته‌بندی کاملاً حس می‌شود. نیرو واصل به طور تخصصی در زمینه‌ی طراحی و ساخت ماشین‌آلات و ابزار مورد نیاز چاپخانه‌داران فعالیت دارد و کارهای تعمیراتی انجام نمی‌دهد. ما مکانیک و تعمیر کار ماشین‌آلات نیستیم؛ در این زمینه شرکت‌ها و اشخاص زیادی وجود دارند که مشغول به ارائه خدمات در زمینه‌های تعمیرات مکانیکی





و الکترونیکی هستند اما تعداد تولید کنندگانی مثل ما بسیار اندک است.

ما ادعا نمی‌کنیم که کیفیت تولیداتمان در حد کشورهای اروپایی صاحب سبک و فن است و نمی‌گوییم که قادر به ساخت تمامی ماشین‌آلات این عرصه هستیم اما به شما این اطمینان را می‌دهم که ماشین‌های کاربردی و متعددی هستند که ما همین امروز و با همین درجه‌ی فنی و دانشی و امکانات محدود قابلیت تولید آن درون کشور را داریم. بسیاری از این ماشین‌آلات پیچیدگی زیادی ندارند و می‌توان به نحو احسن آنها را طراحی و به اجرا درآورد و محصولی تولید کرد که بسیار بهتر از نمونه‌های خارجی و چینی مشابه خود است و به این وسیله ضمن اشتغال زایی و کسب درآمد از خروج بی‌رویه ارز از کشور هم جلوگیری کرد. فعالیت بر پایه دانش اکادمیک و تجربه روز افزون به ما کمک می‌کند تا پویایی خود را حفظ کرده و منحصر به فرد باشیم.

آخرین محصولی که نیرو واصل موفق به ساخت آن شد، دستگاه سی ان سی پوشال گیر اتوماتیک است. ما این افتخار را داریم که اولین تولیدکننده ایرانی این نمونه خاص هستیم و کیفیت آن را از هر لحاظ تضمین می‌کنیم. حدود سه سال است که از تولید اولین نمونه آن می‌گذرد و ما به عنوان یک تولیدکننده در صنف چاپ سه دوره پیاپی است که با تقبل هزینه‌های هنگفت این دستگاه را در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی به دست‌اندرکاران این صنعت معرفی می‌کنیم تا هم فعالان و مصرف‌کنندگان داخلی بتوانند از نزدیک آن را آزمون کنند و هم بازدیدگندگان خارجی از وجود تولیدات ماشین‌آلات صنعت چاپ در ایران با خبر شوند.

ماشین سی ان سی پوشال گیر بیشتر در جعبه‌سازی به کار گرفته می‌شود. می‌دانیم پس از چاپ و عملیات تیغ زنی توسط هر روشی، چه به صورت تخت مثل ماشین بوبس یا روش روتاری مثل لتر پرس و یا دایکات‌های فکی، احتیاج به پوشال‌گیری وجود دارد. در حال حاضر قریب به ۹۰ درصد از شرکت‌ها به صورت سنتی و با عملکردی بدی و با استفاده از نیروی کار ماهر به این امر دست می‌زنند. شاید در تیراژهای پایین این موضوع زیاد به چشم نیاید ولی در مراکز چاپی که تیراژهای بالا دارند عملاً این روند یک بن‌بست در پروسه تولید خواهد بود. ماشین‌آلات مدرن با سرعت زیاد در حال چاپ کردن هستند و کارها به سرعت برش می‌خورند و از آن طرف ماشین‌های جعبه چسبانی با سرعت زیاد آماده خوراک‌گیری

هستند تا کار نهایی شده و سفارش آماده تحویل به مشتریان شود اما در این بین اگر جای ماشین پوشال گیر خالی باشد این سرعت و تلاش در خط تولید بی‌مصرف است و به چشم نمی‌آید.

ماشین پوشال‌گیر به کمک مجموعه‌هایی که در کار تولید انبوه کارت ویزیت هستند هم آمده و سرعت و کیفیت کار آنها را نیز ارتقا داده است. همچنین این نوع ماشین‌آلات برای کسانی که به طور حرفه‌ای در کار تولید لیوان‌های کاغذی یکبار مصرف فعالیت دارند هم کارا است و آنها را در سفارشات تیراژ بالا یاری‌رسانی می‌کند و از همه مهم‌تر اینکه پوشال‌گیر اتوماتیک نیرو واصل بدون هیچ گونه هزینه قالب‌سازی اضافه قادر است تنها با استفاده از یک نیروی کار ساده و غیرمتخصص کارش را به انجام برساند و روند تولید چاپخانه را سرعت ببخشد.

انواع سیلندره‌ای چاپ یووی، خشک‌کن‌های پشت‌افستی، ساکورایی، درایرهای مخصوص چاپ روی مدارهای الکترونیکی، چاپ یووی سیلندری روی CD، چاپ یووی و رنگ روی ورق‌های MDF (با عرض ۲ متر)، ساخت درایرهای مادون‌قرمز و درایرهای حرارتی برقی و گازی (که مخصوص صنایع چاپ روی پارچه هستند و به اختصار T – dryer نامیده می‌شوند)، انواع فلش‌های حرارتی پرتابل و فلش‌های مادون قرمز اتوماتیک و متحرک روی میزهای سیلک طولی، ماشین‌های پرس پینگ‌پنگی برای چاپ‌های سابلیمیشن و همچنین ساخت تجهیزات جانبی در پروسه تولید کارت‌های pvc بانکی از قبیل آسانسورها و سینی‌های مخصوص و پرس‌های سرد و گرم از دیگر تولیدات نیرو واصل هستند که در تمام ابعاد و اندازه‌ها و با اشکال مختلف و تجهیزات سفارشی خاص (بنا به خواست مشتری) به تولید می‌رسند. در بحث توان تولیدی می‌توانم بگویم که به به طور کلی هر نمونه از ماشین‌آلاتی که قابلیت ساخت و نقشه‌کشی و یا امکان مهندسی معکوس را داشته باشد در حیطه فعالیت ما قرار می‌گیرد و نیرو واصل توان تهیه آن را دارد.

نیرو واصل یک شرکت ایرانی تولیدکننده است که تمام تلاش خود را برای ارائه هر چه بهتر و با کیفیت تر محصولاتش به عمل می‌رساند و حتی کالای تولیدیش توسط صنعتگران کشورهای دیگر دیده و تایید هم شده است اما متأسفانه بخش غریب پرستی در اکثر ما ایرانیان وجود دارد که فکر میکنیم کالاهای خارجی نسبت به تولید ایرانی بهتر هستند. من نمی‌گویم که این موضوع به صورت کل اشتباه است اما باید تصریح کرد که چه طور کالاهای خارجی از تولید داخلی بهتر هستند؟ منظورمان از خارج کجاست؟ کشورهای صاحب فن اروپایی یا آمریکایی؟ (که در همه موارد الزاماً هم

اینطور نیست) و یا ماشین‌آلات درجه سه چینی؟ اگر بخواهیم منصفانه به قضیه بنگریم باید گفت ماشین‌های درجه یک چینی که برای بازارهای اروپایی و امریکایی طراحی می‌شوند مطمئناً از این موضوع مستثنا هستند و قیمت تمام شده آنها نزدیک به محصولات دست دوم اروپایی است که باز هم قیمت ارزانی نیست. اما می‌توانم به جرات بگویم کالای تولیدی ما از محصولات چینی بی‌کیفیت و درجه سه‌ای که عمدتاً در بازار ما ورود پیدا می‌کنند و بعضاً هم بخاطر قیمت پایینشان مورد استقبال قرار می‌گیرند، بهتر است.

ما توان و دانش ساخت و ارائه بسیاری از ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی را داریم اما مقدار سفارشات پایین این دستگاه‌ها، اجازه رشد و سرمایه‌گذاری مطمئن را به فعالان این حوزه نمی‌دهد و این نبود رقیب، بازار بکر و پر سودی را برای واردکنندگان ایجاد کرده است. هر روز تعداد شرکت‌های چینی تولیدکننده این ماشین‌آلات در ایران زیادتر می‌شود؛ وضعیت بازار هم به نفع آنها است و به راحتی موفق می‌شوند در عرض مدت کوتاهی مثل یک بالن متراکم شوند و جایی برای نفس کشیدن کارگاه‌های تولیدی داخلی باقی نگذارند. من به عنوان یک دست‌اندرکار تولید ماشین‌آلات به شما اطمینان می‌دهم که اکثر ماشین‌آلاتی که از چین وارد می‌شوند قابلیت ساخت توسط مهندسين داخلی خودمان را دارند.

یک مورد دیگر که باعث عدم رشد اقتصادی و عقد سفارش و فعالیت در این عرصه شده است مقایسه قیمت محصولات داخلی با نمونه چینی، از طرف خریداران است. متأسفانه خریدار ایرانی دیدگاهی واقع‌گرایانه به مساله ندارد؛ او انتظار دارد جنس ایرانی را با کیفیت کالای اروپایی تهیه کند و قیمتی پایین‌تر از مشابه چینی آن پرداخت کند. بعد هم انتظار دارد حالا که جنس تولید داخلی می‌خرد آن را با تسهیلات عالی و با اقساط بلند مدت و به صورت قرض‌الحسنه در اختیار بگیرد و در واقع با درآمد حاصل از کار خود ماشین، هزینه‌ی آن را پرداخت کند و هیچ سرمایه‌ای را به آن اختصاص ندهد. او از ما که هموطنش هستیم انتظار دارد که خدمات پس از فروش بی‌نهایت و رایگان در اختیارش بگذاریم و با اولین تماس تلفنی در رکابش حاضر باشیم چرا که احساس می‌کند دارد با خریدش از تولید ملی دفاع می‌کند و حق اعلائی بر گردن تولیدکننده وطنی دارد. اگر در این میان به هر دلیلی کوتاهی و کم‌کاری ببیند جنس و خدمات ایرانی را بد می‌داند و دست به تبلیغ سو زده و بازار را خراب می‌کند؛ شما با این طرز تفکر چه می‌توانید بکنید؟

نمی‌دانم این تفکر از کجا می‌آید اما مصرف‌کننده داخلی ماشین‌آلات حاضر است برای تهیه همان دستگاهی که ما می‌سازیم چندبار زحمت سفر به چین را به خود هموار کند و تمامی هزینه‌های خرید و حمل‌ونقل ماشین‌آلات را نقدا بپردازد و یا از بازرگان‌ها با درصدهای بالایی ماشین را بدون هیچ خدمات پس از فروشی تحویل بگیرد اما نانی به سفره‌ی هموطن خود نرساند!

تا جایی که میدانم و تجربه کرده‌ام، هیچ پشتیبانی و تشویقی برای تولیدکننده داخلی ماشین‌آلات این صنف وجود ندارد و اینکه با این وضع هنوز در کشور ما تولیدی وجود دارد از عجایب است. صنعت و هنری که جزو صنایع مادر محسوب می‌شود بی‌پشتیبان است و باید دانست که تا این عرصه از تولیدات مجال رشد پیدا نکنند صنایع وابسته به آنها نیز رشد نمی‌یابند و با این وضع تنها آمار واردات بالا می‌رود و پول‌های مملکت به جیب بیگانه سرازیر می‌شوند.

در پایان جا دارد از برادر عزیزم تشکر کنم که همیشه یار و یاور من بوده و تمامی زحمات و مدیریت اجرایی کارگاه را به دوش کشیده است. مشکلات زیاد بوده و هست اما سعی ما این بوده که ناامید و تسلیم نشویم، ما همیشه بیش از توان خود تلاش کرده‌ایم تا با همین امکانات محدودی که در اختیارمان هست کفه ترازوی خریدار را پایین‌تر نگه داریم و از این بابت خرسند و سرافراز هستیم.





## درخشش خورشید شیمی در صنعت چاپ ایران

گفت‌وگو با آرنیج آکتان  
مدیر عامل شرکت سان‌کیمیکال  
(SunChemical) در ترکیه  
و محمود نام‌آور  
مدیر عامل شرکت آلتین نام‌آور  
نماینده رسمی سان‌کیمیکال در ایران

کشور ما به عنوان یک مرجع در حال حاضر توان توسعه و تکنولوژی ساخت برخی اقلام مصرفی صنعت گسترده چاپ را ندارد و این طبیعی است، چون حتی کشورهای پیشرفته‌ای که سال‌ها توسعه و رونق اقتصادی را تجربه نموده‌اند هم توان تولید قدرتمند در تمامی عرصه‌ها را ندارند؛ لازم هم نیست که داشته باشند و این وضعیت کاملاً طبیعی است. صنعت چاپ یکی از آن صنایع پیچیده‌ای است که تکنولوژی ساخت تخصصی آن تنها در اختیار چند کشور محدود قرار داشته و ما هم مانند بسیاری از کشورهای دیگر واردکننده این صنعت محسوب می‌شویم.

چه خوب است که واردکنندگان و شرکت‌های دست‌اندرکار اکنون که از واردات گریزی نیست، در انتخاب‌هایشان دقت نموده و منفعت مشتری و صلاح بازار را نیز در نظر گرفته و تنها به سودآوری خود فکر نکنند. آلتین نام‌آور یکی از این شرکت‌ها است که به خوبی بازار را شناسایی نموده و با نیاز سنجی درست دست به تحقیق و انتخاب زده و موفق شده پای بزرگترین تولیدکننده و یکی از بهترین و نام‌آورترین برندهای بازار چاپ جهان را به ایران باز کند.

### ■ بزرگترین تولیدکننده مرکب و ملزومات جهان غرفه‌دار نمایشگاه ایران

در بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران، به نامی بین‌المللی در سالن ۳۸ (موسوم به سالن آلمان) برخوردیم. کمپانی سان‌کیمیکال (SunChemical) بزرگترین و شناخته‌شده‌ترین برند تولیدکننده مرکب و ملزومات جهان چاپ است که در این دوره از نمایشگاه ایران حضور داشت. گروه صنعتی بازرگانی آلتین نام‌آور نماینده رسمی سان‌کیمیکال در ایران بوده که در این نمایشگاه حاضر و ما برای تهیه گزارش به آنها مراجعه کردیم. محمود نام‌آور مدیر عامل این شرکت و آرنیج آکتان مدیر عامل شرکت سان‌کیمیکال ترکیه که در غرفه حضور داشتند، طرف صحبت ما قرار گرفتند.

قبل از انجام این مصاحبه به صورت مفصل یک گزارش خبری کوتاه با نمایندگان این برند جهانی به انجام رساندیم و در آن علت غیبت کوتاه آنان در بازار ایران را جویا شدیم که تحریم‌ها و اینکه دفتر مرکزی این کشور در آمریکا واقع است به عنوان یکی از دلایل اصلی مطرح شد. از مدیر عامل سان‌کیمیکال ترکیه نظرش را در مورد صنعت چاپ ایران و نمایشگاه بین‌المللی آن پرسیدیم و متوجه شدیم که این سومین بار است که به ایران سفر نموده و این دومین حضور آنها در نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران بوده

است. او از وضعیت نمایشگاه کمال رضایت را داشت و از شرکت پر قدرت تر سان‌کیمیکال در دوره‌های آتی نمایشگاه خبر داد. وی همچنین بازار ایران را مستعد رونق بیش از پیش و فتح بازارهای منطقه دانست و افزود که بسیاری از سفارشات خاصی چون محصولات چاپی روتوگراور - فلکسو و لیل که روزی به ترکیه گسیل می‌شد امروز در داخل ایران انجام می‌پذیرد و این نشانه‌ی پیشرفت بیش از پیش صنعت چاپ ایران دارد. وی پتانسیل رو به رشد ایران را یکی از دلایل حضور هر چه پر رنگ‌تر سان‌کیمیکال در بازار ایران به عنوان یک پایگاه دانست.

ما از آرنیج آکتان خواستیم مقایسه‌ای بین صنعت چاپ در ترکیه و ایران داشته و او ترکیه را از لحاظ تکنیکی و پیشرفت تکنولوژی برتر دانست و در عین حال ایران را صاحب پتانسیل دانسته و تنها علت پیشرفت کند آن را تحریم‌ها و نداشتن روابط مستمر با دیگر کشورهای جهان و قدرت‌های اقتصادی می‌دانست.

همینطور ما در این گفت‌وگو با مهندس محمود نام‌آور، مدیر عامل شرکت آلتین نام‌آور نیز هم صحبت شدیم و میزان استقبال صنعتگران داخلی از برند سان‌کیمیکال را پرسیدیم. او توضیح داد که از اولین وارداتشان دوازده سال گذشته است و خاطر نشان کرد که اولین واردات آنها دو تن و ۵۰۰ کیلو بوده که به سرعت افزایش پیدا کرده به طوری که در سال پیش به بیش از هزار تن





رسیده است. او در پایان صحبت‌هایش آرزوی قوی شدن همه جانبه برای صنعت چاپ داشت چرا که معتقد بود تنها در این صورت است که رقابت به وجود می‌آید، کیفیت اعتلا پیدا می‌کند و در نهایت پیشرفت حاصل می‌شود.

صحبت‌های کوتاه ما در نمایشگاه تبدیل به خبری کوتاه شد که در آن جای بحث‌های زیادی خالی ماند و از همین رو در موقعیتی مقتضی دوباره با این مدیران موفق و کاردان خلوت کردیم و گزارشی مفصل تهیه کردیم تا ضمن آشناسازی بیشتر و بهتر مخاطبان آنها را از تمامی جوانب کار سان کمیکال آگاه کنیم.

**بازار ایران مستعد رونق بیش از پیش و فتح بازارهای منطقه است**  
**بسیاری از سفارشات خاص چون محصولات چاپی روتوگراور - فلکسو و لیبل که روزی به ترکیه گسیل می‌شد امروز در داخل ایران انجام می‌پذیرد و این نشانه‌ی پیشرفت بیش از پیش صنعت چاپ ایران دارد**

#### ■ چون خورشید عالم گیر

سان کمیکال اصالتاً ژاپنی است و زیر مجموعه‌ی کمپانی بزرگ DIC محسوب می‌گردد، اما دفتر مرکزی آن در آمریکا واقع است. کار اصلی سان کمیکال تولید مواد شیمیایی و پیگمنت جهت تولید مرکب و ملزومات کمکی چاپ است. کمپانی DIC در اصل یک کمپانی مادر (Holding) است که در زمینه‌های دیگری چون تولید رزین‌های صنعتی و چسب هم فعال است که بسیاری از این تولیدات در صنایع دیگری هم کاربرد دارند.

تقسیم‌بندی توزیع محصولات به این شکل است که پخش کشورهای آمریکای شمالی، مرکزی و جنوبی، اروپا و خاورمیانه به عهده‌ی سان کمیکال بوده و توزیع در کشورهای آسیای جنوب شرقی و اقیانوسیه توسط DIC انجام می‌پذیرد.

جالب است که بدانید قدمت سان کمیکال به سال ۱۸۰۰ میلادی برمی‌گردد. این شرکت در چند مرحله دست به توسعه زده و بعد از معرفی خود به عنوان یک شرکت بزرگ و بین‌المللی شروع به خرید شرکت‌های تولید مرکب و ملزومات خوشنام جهانی چاپ کرد. شرکت‌هایی چون HARTMANN, KOHL & MADDEN, GIBBON, Coates Lorilleux, TITANS, Real Color و PRINTAS ترکیه تعدادی از این شرکت‌ها هستند که هر کدام در کار و تخصص خود از بهترین‌ها بوده‌اند و برای هدفی بزرگ‌تر به سان کمیکال پیوسته‌اند. سان کمیکال در جهان به عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده مرکب شناخته می‌شود و اکنون بیش از ۵۱ درصد سهم بازار جهانی چاپ را به خود اختصاص داده است.

همانطور که اشاره شد، محصولات سان کمیکال در اقصی نقاط جهان به تولید می‌رسند اما نزدیکترین واحد تولیدی به ایران در کشور ترکیه واقع است. تولیدات سان کمیکال در سه کارخانه مجزا (یکی در استانبول و دو کارخانه در ازمیر) در ترکیه تولید می‌شوند و بخاطر کیفیت و حجم تولید، این کشور را به عنوان تولید کننده مادر مطرح نموده‌اند. مرکب‌های کلدست و افسست مخصوص چاپ روزنامه در استانبول تولید شده و دو کارخانه Cigli و Aliaga در ازمیر به ساخت مرکب‌های حلالی و پایه آب می‌پردازند. گفتنی است که همین تولیدات به صورت نیمه آماده به دفاتر اروپایی ارسال می‌شوند و در سایر کشورهای اروپایی به مصرف می‌رسند.

همانطور که گفته شد سان کمیکال در کشورهای زیادی کارخانه داشته و تولیداتش به تمامی جهان صادر می‌شود؛ در این بین مسئول مرکزی پخش در منطقه و کشورهایی چون ایران، بلغارستان، گرجستان، آذربایجان و بسیاری از کشورهای شوروی سابق؛ ترکیه است. ما در ایران تولیدی به صورت مستقیم نداریم اما از سال ۲۰۰۶ به واسطه شرکت آلتین نام‌آور که نماینده رسمی ما است، در بازار ایران حضور یافته‌ایم. متأسفانه به علت تحریم‌ها و اینکه به هر حال دفتر مرکزی ما در آمریکا واقع است برای مدتی در بازار ایران حضور نداشتیم اما به محض پایان تحریم‌ها و سرانجام برجام حضورمان را از سر گرفتیم. بازار ایران پتانسیل بسیار خوبی دارد و ما علاقمند حضور قدرتمند و دائمی در آن هستیم.



سان کمیکال به عنوان لیدر اصلی تولید مرکب‌های فلکسو حلالی و فلکسو پایه آب شناخته می‌شود اما در کنار آن ما انواع مرکب‌های مخصوص چاپ افسست ورقی و روزنامه‌ای، فلز، دیجیتال، سیلک و UV را نیز ارائه می‌دهیم. ما مرکب‌های چاپ مخصوص بسته‌بندی مواد غذایی با استانداردهای FDA آمریکا و اروپا را داریم و یکی از تخصصی‌ترین تولیدکنندگان مرکب‌های چاپ فلز محسوب می‌شویم. به طور مثال سان کمیکال مرکب مخصوص برای بسته‌بندی تن ماهی تولید کرده که از استاندارد بالایی برخوردار بوده و کاملاً با این نوع تولیدات خوراکی حساس، سازگار است.

یکی از تخصصی‌ترین رشته‌های تولید مرکب، ساخت مرکب‌های امنیتی برای چاپ اسکناس بوده که سان کمیکال در تولید آنها نیز فعالیت دارد. جالب است بدانید که سان کمیکال در سال جاری برنده مناقصه بانک مرکزی ترکیه شده و بنا بر آن کلیه اسکناس‌هایی که از سال ۲۰۱۸ در ترکیه به چاپ می‌رسند از مرکب‌های این برند استفاده می‌کنند.

یکی از تفکرات اشتباهی که برخی مشتریان ما از جمله ایرانی‌ها، در مورد سان کمیکال دارند بحث تولیدات آن است.

ما در ترکیه

فقط و فقط

مرکب‌های افسست

ورقی و کلدست، واتر بیس

(پایه آب) و سالونت بیس

فلکسو و روتوگراور تولید

می‌کنیم؛ مرکب‌های چاپ فلز،

UV، مرکب‌های امنیتی و دیجیتال ما همگی در کشورهایی چون انگلیس، فرانسه، آلمان و اسپانیا تولید می‌شوند و در این میان ترکیه تنها به عنوان توزیع کننده حضور داشته و در بحث تولید آنها دخالتی ندارد. این مرکب‌ها به صورت اورجینال از دفاتر اروپایی وارد شده و به سفارش دهنده تحویل داده می‌شوند همانطور که مرکبات تولیدی ترکیه به اروپا رفته و توزیع می‌گردند. لازم به ذکر است که سان کمیکال تولیدی در کشور چین ندارد.

سان کمیکال امروز بیش از ۱۰ هزار نیروی کار در سراسر دنیا دارد و میزان فروش سالیانه‌اش از پنج بلیون دلار فراتر رفته است. سان کمیکال شعبه ترکیه از حضور بیش از ۲۰۰ نیروی فنی و متخصص بهره می‌برد و در سال گذشته میلادی بیش از ۱۰۰ میلیون دلار فروش مستقیم داشته که بدون احتساب میزان فروش تولیداتی بوده که به شرکت‌های دیگر سان کمیکال تحویل داده است. ما حرفه‌ای بودن و با کیفیت بودن خود را ثابت کرده‌ایم؛ امروز بیش از ۶۰ درصد سهم بازار ترکیه متعلق به سان کمیکال است.

نکته‌ی مهمی که در مورد سان کمیکال وجود دارد و آن را از سایر رقابیش متمایز می‌کند رفتار فروش، چشم‌انداز و رسالتی است که این شرکت بزرگ برای خود تعریف نموده است. ما مفتخریم که فروش هدف اصلی و اولویت ما نیست. ما به عنوان یک شرکت پیشرو در دانش دائمی به دنبال پیشرفت، پیدا کردن راه حل و ارائه راهکار به مشتریانمان هستیم. ما در کنار تولید استاندارد و کارآمد و فروش منصفانه؛ ارائه راهکار و نشر و پیشبرد دانش را





از افرادی که مشتریان مرکب و ملزومات ما نیستند برای پیدا کردن راهکار و حل مشکلات خود به ما مراجعه داشته و کارشناسان ما طبق وظیفه برای کمک و ارائه راهکار به آنها خدمت‌رسانی نموده و سرویس‌دهی‌های لازم را به انجام می‌رسانند.

دفتر مرکزی آلتین نام‌آور در مشهد واقع شده و از برکت آن امام نصیب برده است. حدود ۲۰ نفر در دفتر مرکزی ما فعالیت داشته که از این تعداد هفت نفر از آنها در بخش تولید مرکب که به آن اشاره شد فعالیت دارند و بقیه افراد در قسمت‌های اداری و فنی شرکت مشغول هستند. سعی ما تحویل سفارش در محل کار مشتری است تا بر حمل و نقل آن نظارت داشته و در صورت لزوم جوابگوی سوالات مشتریان باشیم و آنها را در انتخاب اصلح یاری‌رسانی کنیم.

همانطور که در گفت‌وگو با جناب آکثان هم مطرح شد سان‌کمیkal انواع مرکب‌های مورد نیاز انواع چاپ را دارا است و آلتین نام‌آور نیز به عنوان نماینده رسمی این شرکت بین‌المللی بزرگ آماده ارائه تمامی مرکب‌های مورد نیاز صنعت چاپ کشور است. گفتنی است که ما علاوه بر ارائه انواع مرکب‌های چاپ معمولی، امکان ارائه‌ی مرکب‌های فلکسو، چاپ فلز، یووی و مرکب‌های امنیتی را نیز دارا هستیم و یکی از برترین گروه‌های مرکب‌های مخصوص بسته‌بندی مواد غذایی را ارائه می‌دهیم که استانداردهای آمریکا و اروپا را نیز اخذ کرده است.

به لطف حق و با تکیه بر صداقت، مشتریان ما آلتین نام‌آور را به نیک نامی شناخته و مرکب‌های سان‌کمیkal را می‌پسندند. یکی از دلایل تفوق ما در نزد مشتری داخلی، جدای از مباحث کیفیت همراه با قیمت منصفانه و کنترل شده و جدای از خدمات رسانی‌های ما، وجود انباری مملو از انواع مرکب‌ها است. ما با پیش‌بینی‌های مبتنی بر تجربه عمده‌ها به خواسته‌های مشتریان آگاه بوده و کلیه سفارشات آنها را از پیش آماده و تامین می‌کنیم و در مواردی که سفارشات خاص اخذ کنیم، با پشتوانه رابطه مستمری که با شرکت تولیدکننده داریم، نهایتاً ظرف دو تا سه هفته آن را تامین نموده و به مشتری تقدیم می‌کنیم. آلتین نام‌آور در حال حاضر دفتر اختصاصی در دیگر استان‌های کشور ندارد و فروش خود در این مراکز را با کمک نمایندگی‌ها و عاملین فروش به عمل می‌رساند اما تمامی مشتریان ما، چه آنهایی که به طور مستقیم از دفتر مرکزی ما خرید داشته باشند و چه آنهایی که از دیگر مراکز فروش، مرکب‌های سان‌کمیkal را خریداری نمایند از خدمات‌رسانی ما بهره‌مند خواهند شد. ما از آغاز تا پایان همراه مشتری بوده و کیفیت و مرغوبیت کالایمان را تضمین می‌کنیم. در همین رابطه جالب است بدانید که طول زمان گارانتی‌های سان‌کمیkal از سایر تولیدکنندگان دیگر بیشتر است. به طور مثال مدت زمان گارانتی سان‌کمیkal در بخش مرکب‌های UV دو سال است و این در حالی است که بیشترین مدت زمان گارانتی این مرکب‌ها در برندهای دیگر نهایتاً تا یک سال است. این اطمینان بخشی و اعتمادسازی سان‌کمیkal بود که آلتین نام‌آور را به اخذ نمایندگی این برند ترغیب نمود و هدف ما که پوشش خواسته‌های اساتید و هنرمندان صنعت چاپ داخلی به بهترین وجه بود را برآورده ساخت. ما به پشته‌های این تولیدات حرفه‌ای و این شرکت معظم و موفق بین‌المللی با اطمینان کیفیت محصولات مورد عرضه‌مان را تایید می‌کنیم و تا پایان کار مشتری را از پشتیبانی خود منتفع می‌سازیم.

توزیع مرکب و ملزومات چاپ فعالیت داشته و داریم. برای گسترش کار به دنبال اخذ نمایندگی بودیم و سال ۲۰۰۶ بود که موفق شدیم نمایندگی بزرگترین تولیدکننده مرکب جهان را دریافت کنیم.

همانطور که گفته شد ما قبل از اخذ نمایندگی هم در همین کار فعال بودیم و تا حدودی با بازار آشنایی داشتیم. زمانی که تصمیم بر اخذ نمایندگی یک برند جهانی گرفته شد، به دنبال یک صاحب حرفه و لیدر قابل اتکا بودیم. در این جستجو‌ها هر چه گشتیم شرکتی حرفه‌ای‌تر از سان‌کمیkal پیدا نکردیم. سان‌کمیkal بزرگترین تولیدکننده مرکب و ملزومات کمکی جهان است، کیفیت آن مثال‌زدنی و بی‌رقیب بوده، انواع و اقسام مرکب‌ها را تولید نموده و طیف اجناس آن کامل است. علاوه بر اینها خدمات پس از فروش و سرویس‌دهی آن فوق‌العاده و بی‌نظیر است و در کنار تمامی این مزایا، شرکتی مقید است و مسائل زیست محیطی را به خوبی رعایت می‌نماید. باید توجه داشت که هر یک از این خصیصه‌های نیک به تنهایی می‌توانست انتخاب‌ساز باشد و ما مفتخریم که نماینده‌ی برندی تا این حد حرفه‌ای هستیم.

علاوه بر کارهای واردات و توزیع مرکب و ملزومات چاپ، حدود سه سال است که شرکت آلتین نام‌آور لیسانس تولید مرکب‌های واتر‌بیس (پایه آب) در ایران را گرفته است، ما مرکب‌ها و مواد اولیه را به صورت نیمه آماده وارد نموده و تحت نظارت مستقیم و تحت لیسانس سان‌کمیkal به تولید رسانده و با برند و لیبل رسمی سان‌کمیkal عرضه می‌کنیم.

آلتین نام‌آور خود را موظف می‌داند که سرویس‌های کاملی را در اختیار مشتریانش قرار دهد. ما در بحث آموزش هم بسیار فعال بوده و خود را به عنوان یک شرکت متعهد به امور تخصصی و کارشناسی مطرح کرده‌ایم. این وضعیت به صورتی است که حتی برخی

وظیفه‌ی خود می‌دانیم. ما از مشتریانی که از تولیدات سان‌کمیkal استفاده می‌کنند خواهش می‌کنیم که برای پیشبرد هر چه بهتر اهداف ما بازخورد کار خود را با ما در میان بگذارند. اگر پیشنهادی برای بهتر شدن کیفیت آن به نظرشان می‌رسند ما را بی‌بهره نگذارند و همینطور اگر انتقاد و مشکلی دارند به گوش ما برسانند تا در اسرع وقت به آن رسیدگی کنیم. باید توجه داشت همانطور که قیمت یکی از فاکتورهای اساسی و انتخاب‌ساز بازار امروز است، خدمات پس از فروش، پاسخگویی و سرویس‌دهی هم اهمیت خاص خود را دارد. سان‌کمیkal همواره آماده سرویس‌دهی به شما است. اگر مشکل و مساله‌ای در کار با تولیدات ما دارید اطلاع دهید تا کارشناسان ما به سرعت خودشان را به شما برسانند. بارها پیش آمده که کارشناس ما بنا به درخواست یک مصرف‌کننده در چاپخانه او حضور یافته و ضمن بررسی‌ها مشخص شده که مشکل از دستگاه بوده و ایرادی متوجه مرکب‌های ما نیست با این حال کارشناس ما در رفع مشکل دستگاه هم کمک نموده و از خواب خط تولید جلوگیری شده است. باید دانست که دستگاه‌های چاپ، ماشین‌های پیچیده‌ای هستند و گاهی برای انجام کارهای خاصی، تنظیمات اختصاصی را می‌طلبند که نیاز به آموزش و کارشناسی دارد. ما از ابتدا تا انتها در کنار مشتری هستیم و این را بارها ثابت کرده‌ایم. ما اکنون در ترکیه مشتریانی داریم که قراردادهای پنج ساله فروش، سرویس‌دهی و خدمات‌رسانی با ما دارند و این نشانه اعتقاد و اطمینان آنها به سان‌کمیkal است.

بعد از گفت و گو با آرنج آکثان مدیر عامل شعبه سان‌کمیkal ترکیه، مدیر عامل شرکت آلتین نام‌آور نماینده‌ی رسمی سان‌کمیkal در ایران را طرف صحبت قرار دادیم و از این مدیر خوش فکر چند و چون کار و روند ورود و پیشبرد موفق این شرکت را جویا شدیم. محمود نام‌آور از پیشینه شرکتش گفت و دفتر مرکزی آن در خاک امام رضا را معرفی کرد.

■ نام‌آوری در صنعت چاپ  
شرکت آلتین نام‌آور کار خود را از حدود ۱۷ سال پیش آغاز نمود. ما در زمینه تولید، واردات،





**TAIMES**

**TX2200** High Speed Printer

دستگاه چاپ مستقیم پارچه و پرچم

Digital Textile Printers



Konica 1024i



مترمربع در ساعت



سریعترین دستگاه چاپ مستقیم پارچه در ایران



Website : [www.FaraRang.com](http://www.FaraRang.com)

Telephone : 021 6656 50 50

Telegram : @FaraRangCo

فرانگ تبلیغ  
سازمانده تجاری در ایران





## رکوردی که هرگز نمی‌شکند

گزارشی از اولین همایش شرکت رکورد

■ میلاد حاتمی

کسانی که با برنده بودن عجین هستند شاید هیچ وقت آن را درک نکنند و قدر آن را ندانند؛ از طرفی آنها چون با شکست بیگانه‌اند امکان دارد با کوچکترین تلاطمی در هم بشکنند اما افراد قدرتمندی که با هوشیاری دست به ریسک می‌زنند، اگر بارها هم شکست بخورند باز هم به پا برمی‌خیزند؛ آنها شکست ناپذیران واقعی‌اند.

متن زیر گزارشی است از اولین همایش یک شرکت جوان اما با تجربه، روایتی است از مجموعه‌ای که با اتکا به تلاش و دوستی توانسته در کوتاه مدت موفقیتش را تکرار کند؛ رکورد نهالی است که ریشه‌های کهنی دارد و کوهی از تجربه و تفکری سرد و گرم کشیده‌ی روزگار پشت آن است. ما مطمئنیم که این رکورد شکستی نیست.

اولین دوره همایش شرکت رکورد در تاریخ ۱۴ دی ماه ۱۳۹۶، در غروب روز سوم نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی برگزار شد. علی‌هوشیار مدیر فروش شرکت رکورد به عنوان مجری این همایش ظاهر شد و این شب دوستانه را مدیریت کرد. در این جمع علاوه بر حامد دیلمی مدیر عامل شرکت رکورد و خانم Heidi Hoornaert مدیر فروش شرکت بلژیکی سوما، افراد کاردانی پشت تریبون قرار گرفتند و برای حضار سخنرانی کردند. شبی خوب و خاطره‌ای شیرین خلق شد.

### ■ در آغاز

هوشیار (مدیر فروش شرکت رکورد): امیدوارم حضار محترم روز خوبی را سپری کرده باشند، چه دوستانی که مستقیم از نمایشگاه به اینجا آمدند و چه عزیزی که از بیرون تقبل زحمت کرده و تشریف فرما شدند.

حدود چهار سال پیش با دوستان و همکاران مجموعه تصمیم گرفتیم که به بازار چاپ و تبلیغات ایران وارد شویم؛ آن موقع هنوز اسم شرکت مشخص نبود اما هدف ما معین و تعریف شده بود، می‌دانستیم که باید دوباره شروع کرد و از نو بسازیم. هنوز دو سال از شروع فعالیت ما نگذشته بود که حدود هزار دستگاه مختلف در زمینه‌های چاپ، برش، و کاتر پلاتر را در بازار ایران و منطقه به فروش رسانده‌ایم، این آمار برند رکورد را بر سر زبان‌ها انداخت.

توسعه‌بخشی ما ادامه داشت تا اینکه بعد از برجام موفق شدیم مذاکرات موثری را با کمیانی‌های بزرگ انجام دهیم و موافقت آنها برای کار در ایران را اخذ کنیم. مردم ایران در وضعیت اقتصادی بدی به سر می‌برند که این حالت در رکود اقتصادی صنف ما هم اثرگذار بود و رکورد در پی راه چاره برای برون رفت از بحران می‌گشت. با تمام این احوال ما موفق شدیم در کمتر از یک سال ۱۲ دستگاه یووی dilli از ساخته‌های کشور کره، چهار دستگاه DGI در صنعت نساجی، ۵۰ دستگاه رولند، ۳۰ دستگاه کاتر پلاتر SUMMA را در بازار ایران به فروش برسانیم. این آمار نشان از ظرفیت بالای بازار و پتانسیل صنعت چاپ و تبلیغات ایران بود که علیرغم وضعیت رکود اقتصادی باز هم این تکنولوژی‌ها خواهان خود را داشت. این حاصل تلاش شبانه‌روزی واحدهای مختلفی در رکورد اعم از واحد بازرگانی، مالی، بازاریابی، آی تی، فروش، انبار و بچه‌های سخت‌کوش و با پشتکار سرویس خدمات و نگهداری بوده است.

وقتی به گذشته نگاه می‌کنید گاهی برخی از کارهای انجام شده برای شما نشدنی و غیر ممکن به نظر می‌رسند، واردات و راه‌اندازی دستگاهی چاپ یووی عرض ۵ که سال گذشته در کمتر از ۴۵ روز از کشور کره تا نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ایران آمد و نصب و راه‌اندازی شد، یکی از کارهای بزرگ رکورد بوده است که جا دارد همین‌جا از مجموعه مشاور طراح مدیا، علی‌الخصوص مدیرعامل آن جناب آقای هوشنگ‌نژاد، که در این مسیر سخت و دشوار به ما اعتماد کرده و باری‌رسان بودند تشکر کنم. این ماشین آمد و در بازار ایران روشن شد و با توجه به کیفیت بالا، صنعتی بودن، جوهر با کیفیت و خوش قیمت و البته خلاقیت و تجربه مجموعه مدیا، توانست کارهای بزرگی را به انجام برساند که بسیاری از دست‌اندرکاران صنف را به فکر فرو برد که چگونه بازار کم‌رونق چاپ پتانسیل چنین دستگاهی را دارد. آنها با الگوبرداری از رکورد که پیش‌نشان این ریسک را تقبل کرده بود، به فکر توسعه‌بخشی و به روز کردن خود افتادند که این اتفاقی نیک و خجسته بود.

یکی از اهداف ما در سال ۹۶ این بود که بتوانیم تاثیرگذاران صنعت چاپ دیجیتال را در یک گردهمایی جمع آوریم که خوشبختانه موفق شدیم این کار را صورت دهیم. امیدوارم این سنتی شود که ما هر سال بتوانیم برای برقراری و مقاوم‌سازی ارتباط موثر رکورد با مشتریانش دور هم جمع بشویم. در پایان عرایض نهایت تشکر را از تمامی عزیزی که با خرید از رکورد و دیگر پشتیبانی‌ها در طی این سال‌ها این نهال کهن ریشه را آبیاری کردند سپاس‌گزارم و همچنین تشکر ویژه‌ای از دوست و همکار عزیزم حامد دیلمی، مدیریت خوش‌خلق و خلاق مجموعه رکورد دارم که بنده را در موفقیت‌های خود سهیم کردند.

در بخش بعدی می‌خواهم از یکی از همراهان و رفیقان قدیمی رکورد که در ۱۰ سال گذشته همواره همراه ما بودند و در سختی‌ها پشت ما را خالی نگذاشتند، دعوت کنم تا از سخنان ایشان استفاده کنیم. دوست خوبم، جناب آقای پورنوری از شهر شعر و ادب، شیراز.

### ■ پیشکسوتان چون درختان کهن‌سالند

پورنوری: با عرض سلام خدمت تمامی حضار؛ تمامی گفته‌ها و نکات را جناب هوشیار به درستی مطرح کردند و حرف دیگری از رکورد نماند ولی من بسیار خوشحالم که در این جمع حضور دارم و باید تشکر ویژه داشته باشم از مدیریت شرکت بزرگ

RECORD RECORD RECORD







رکورد، جناب دیلمی و همچنین پرسنل کوشا و بسیار زحمت کش آنان که همواره نشان دادند آماده تغییر و بهبودی هستند و این برای کشوری که می‌دانیم فرهنگ سنتی‌اش در برابر هر تغییری مقاومت می‌کند، کار بزرگ و سختی است. ایشان با علم و اعتماد به درستی راهش، با پافشاری توانست کار را جلو ببرد؛ خود من شاهد پشت سر گذاشتن روزهای سخت و طاقت‌فرسای رکورد تا رسیدن به قله فعلی هستم و می‌دانم که این گردنه‌های صعب‌العبور باز هم در میان راه این مجموعه متحد، وجود دارد اما در عین حال ایمان دارم که تمامی آنها نیز توسط رکورد مرتفع خواهند شد.

رکورد آرزوهای بزرگی را در سر داشته که به برخی از آنها رسیده و با این روند مطمئناً به دیگر آرمان‌های خود هم خواهد رسید. باور کنید چنان حرکت موثر و قدرتمندی ورای خواسته‌های مادی است و از شوق خدمت‌رسانی و تلاش برای اعتلای صنعت چاپ برمی‌آید. من افتخار می‌کنم که عضو کوچکی از این مجموعه بزرگ هستم و از حضور در خدمت شما بزرگان و سروران نیز مشغوفم.

نمی‌خواستم امشب به این نکته اشاره کنم اما آن را در جاهای زیادی گفته‌ام و تکرارش خالی از لطف نیست. خواهش از تمامی دوستان صنف چاپ این است که همواره احترام پیشکسوتانشان را نگه دارند. ما چون سبزی هستیم که با یک چوب بسیار نازک به درختی تنومند وصلیم و تا این ارتباط وجود دارد، خورشید، آب و باد برای ما خوب و تعالی بخش هستند اما به محض جدا شدن؛ تمام این موهبات که برای ما خوب بود به دشمن درجه یک ما تبدیل می‌شوند. ما مثل آن سیب و پیشکسوتان و استادان ما چون آن درخت عمل می‌کنند از این رو

خواهش دارم که قدر وجود آنها را در بینمان بدانیم و از وجودشان نهایت استفاده و تجربه‌اندوزی را داشته باشیم.

صحبت از پیشکسوتان شد، می‌خواهم از دوستی دعوت کنم که در هر جلسه‌ای که صحبت از تبلیغات و تابلوسازی می‌شود نام ایشان با پیشوند استاد به میان می‌آید. شخصی که برای صنعت تبلیغات این کشور زحمات فراوانی کشیده است؛ من مجوز ایشان را دیده‌ام که تاریخ آن مربوط به سال ۱۳۴۶ بود! ایشان بیش از نیم قرن تجربه در کار تابلوسازی و تبلیغات دارند. استاد نیکدل بزرگوار.



#### ■ نیم قرن تجربه

**نیکدل:** ضمن تشکر از دعوت شرکت معظم رکورد و بزرگوارانی که در این جمع حضور دارند. من خرسندم که امروز با ۵۰ سال تلاش مستمر در صنعت تابلوسازی در خدمت شما سروران گرامی هستم. صنعت تابلوسازی هنری است که از نقاشی، خطاطی، صافکاری، آهنگری نرم، آهنگری سخت و دیگر صنایع و هنرها برای عرضه‌ی خود استفاده می‌کند. اگر دقیقاً بشمارید بیش از ۱۲ صنعت را خواهید یافت که با این صنعت عجین شده و در اختیار آن هستند، تمامی این بخش‌ها را در زیر سقف یک مجموعه به انجام رساندن کار بسیار سختی است.

من از ابتدای کارم سعی کردم که اگر کوچکترین کاری به انجام می‌رسانم توأم با دقت باشد. من سختی کار دقیق را به جان می‌خریدم و درستکاری یکی از الگوهای همیشگی من بود. ما در مجموعه نیکدل

زحمات زیادی کشیدیم تا امروز بتوانیم با امکانات بهتر و تکنولوژی به‌روزتری به کار بپردازیم.

حدود ۲۰ سال پیش بود که ما از میخ و چکش و تابلوهای پلاستیکی نامرغوب خسته شدیم، این تابلوها در زمان وزیدن باد شدید بسیار خطرناک بودند و کاری هم نمی‌شد کرد. این برای محصولات ما خصیصه خوبی نبود و من همواره به دنبال راه حلی برای این معضل بودم. به کشورهای خارجی زیادی سفر کردم، در خیابان‌ها قدم می‌زدم در حالی که چشمم به هوا بود و در تابلوهای سر در مغازه‌ها در جستجوی تکنیک جدیدی برای تابلوسازی می‌گشتم.

من حروف چنیلیوم را وارد بازار ایران کردم. چون عمدتاً برای روشنایی این تابلوها از نئون استفاده می‌شد، وقتی ماشین‌های سنگین از نزدیک آن می‌گذشتند دچار لرزش نور می‌شد و به طور کلی زیاد در بازار مورد استقبال قرار نگرفت. اوضاع به همین منوال می‌گذشت و وقت ما برای آزمون و خطا بر سر متریاال‌های مختلف صرف می‌شد تا اینکه در یک سمینار به تابلویی برخوردیم که از پلاستیک نرم و انعطاف‌پذیر درست شده بود و توجه من را به خود جلب کرد، این دقیقاً همان چیزی بود که به کار ما می‌آمد. با خود تصمیم گرفتم که هر طور شده کمپانی سازنده آن را پیدا کنم. هلند، روسیه، کویت و دیگر کشورهای عربی را گشتم تا اینکه در امارات به یک مدل از آن برخوردیم؛ این بار دیگر فرصت را از دست ندادم، سازنده آن را پیدا کردم و بیش از یک هفته برای گرفتن نمونه‌ای از آن معطل شدم اما بالاخره به خواسته‌ام رسیدم.

آن موقع تکنولوژی مثل امروز پیشرفت نکرده بود و ما با برش استیکر این تابلوها را اجرا می‌کردیم. کار به این صورت پیش می‌رفت تا اینکه یک کمپانی از روسیه به ایران آمد تا دستگاه‌های چاپ مخصوص تابلوسازی را به صنعت ایران معرفی و ارائه کند. نماینده این شرکت تمام ایران را گشت تا در نهایت به مجموعه ما رسید و پیشنهاد کرد به عنوان نماینده او در ایران فعالیت کنیم. برای من و هفت نفر دیگر هواپیمای اختصاصی گرفته شد و ما به کمپانی رفتیم و بعد از مذاکره قرار شد این دستگاه‌ها به ایران وارد شوند. اولین سری این واردات در نمایشگاه بین‌المللی صورت گرفت و برخی دوستان مثل آقای هوشنگ‌نژاد که در جمع حضور دارند هم در جریان این اتفاق قرار دارند. به هر زعم دستگاه‌ها وارد شد و مجموعه نیکدل هم به صورت اجاره‌ای آنها را در اختیار گرفت. دستگاه‌ها به مجموعه آمد

و نصب و راه‌اندازی شد و کیفیت خوبی هم داشت اما کسی نمی‌توانست خوراک

RECORD RECORD



RECORD RECORD



آن را تهیه کند و پرداخت ماهانه ۸۰ میلیون تومان اجاره برای ما کار مشکلی بود؛ اینطور شد که ما نتوانستیم این دستگاه‌ها را بیش از یک ماه در مجموعه خود داشته باشیم.

به هر حال زمان گذشت و تکنولوژی پیشرفت کرد و امروز همه کارها به مدد آن آسان‌تر شد. من خوشحالم که تلاش‌های ما به ثمر نشست و این صنعت امروز در میان همکاران و مشتریان جا افتاده و خرسندم که سفرهای گسترده شد تا شرکت‌های زیادی نیروی انسانی به کار بگیرند و از این باب اشتغال‌زایی صورت بگیرد.

مجموعه ما امروز نام خود را به یک برند تبدیل کرده و سفارشات زیادی برای شرکت‌ها و بانک‌های معتبر به انجام رسانده که اکثر دست‌اندرکاران و حضار با آنها آشنایی دارند. بانک‌هایی چون صادرات، اقتصادنوین، سپه، کشاورزی و دیگر بانک‌ها و موسسات اعتباری مطرح کشور و همچنین شرکت‌های سایپا، پارس‌خودرو، نفت پارس و سازمان‌هایی چون مخابرات از خدمات ما بهره برده‌اند و نیکدل امروز در سراسر ایران تابلو نصب کرده دارد که باعث مباحثات و نشانه کیفیت کار آن است.

همانطور که گفتیم مجموعه نیکدل دائم به دنبال تکنولوژی‌های جدید برای هرچه بهتر کردن کیفیت کارش است و خوشحالم که در این جستجوها با شرکت رکورد برخوردیم و آشنا شدیم و چند ماهی است که نیکدل با این شرکت همکاری‌های خود را شروع کرده و در عرض کمتر از شش ماه، شش دستگاه از این برند را به مجموعه خود اضافه نموده است و جایگاه جدیدی را برای آنها در کنار کارخانه اصلی تعبیه کرده است که در واقع متعلق به رکورد است چرا که با دستگاه‌های با کیفیت آنها تجهیز شده است. تشکر می‌کنم از جناب مهندس دیلمی و جناب هوشیار و دیگر همکاران عزیز رکورد که واقعا برای ما سنگ تمام گذاشتند و حتی در روز تعطیل هم به ما خدمات‌رسانی کردند. یاد می‌آید یک قرار برای سرویس دستگاه‌ها گذاشته شده بود اما ما متوجه نبودیم که آن تاریخ تعطیل رسمی است، از این رو فکر می‌کردیم رکورد در آن تاریخ سر قرار حاضر نشود اما با من تماس گرفته شد و نیروهای آن در همان روز به مجموعه ما آمدند و طبق برنامه کارشان را به انجام رساندند. من نمی‌دانم اسم این خوش‌قولی و رسیدگی را چه بگذارم اما نهایت تشکر را از رسیدگی‌های این مجموعه حرفه‌ای دارم.

هوشیار: صحبت‌های جناب نیکدل را شنیدیم که خودشان تاریخچه زنده صنعت چاپ و تابلوسازی هستند. پیرو صحبت‌های ایشان در مورد تکنولوژی‌های ابتدایی لازم دیدم که اشاره‌ای به این نوع دستگاه‌ها داشته باشم. قبل از اینکه دستگاه‌های چاپی ظهور پیدا کنند که توان چاپ روی آلیاژهای تابلوسازی را داشته باشند، کاتر پلاترها شیوع زیادی داشتند. خود من شاهد بودم که دوستی در حدود ۱۰ سال پیش با خرید یک کاتر پلاتر و به کارگیری آن توانست در کمتر از ۶ ماه با سودی که عایدش شده بود یک خانه بخرد!

کار با کاتر پلاتر زمانی رونق زیادی داشت اما در چند سال اخیر کار با افت روبرو شد تا با پیدا شدن نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌ها و امکاناتی که دستگاه‌های کاتر پلاتر برای کاربران به وجود می‌آورد دوباره این دستگاه به جایگاه اولیه خود نزدیک شد و به صدر لیست ابزار لازم برای کارهای تبلیغاتی بازگشت. سوما معتبرترین برند در حوزه کاترپلاتر است. خیلی از عزیزانی که در این صنعت کار کرده‌اند و از نمایشگاه‌های مختلف بین‌المللی بازدید کرده‌اند و کارخانه‌های بزرگی در زمینه چاپ و تبلیغات را به چشم دیده‌اند، کاترپلاتر سوما را به خوبی می‌شناسند. در این بخش از سرکار خانم Heidi Hoornaert مدیر فروش منطقه خاورمیانه این مجموعه خواهش می‌کنم روی سن تشریف بیاورند و توضیحاتی را در مورد کمپانی و دستگاه‌هایشان داشته باشند. سرکار خانم هادی زحمت ترجمه سخنرانی ایشان را به عهده می‌گیرند.



#### ■ سوما

**Heidi Hoornaert:** سلام، عصر همگی بخیر. من Heidi Hoornaert هستم، مدیر فروش منطقه خاورمیانه کمپانی سوما. سوما یک کارخانه بلژیکی است که تمامی محصولات را در خود بلژیک و در شهر بروژ در نزدیکی بروکسل به تولید

می‌رساند. باز هم تاکید می‌کنم که تولید محصولات، خدمات، سرویس، توسعه و تمامی کارهای مربوط به کارخانه در خود بلژیک به انجام می‌رسد و خود کمپانی نظارت تامی بر تمامی مراحل تولید محصولاتش دارد.

ما به طور کلی سه نوع محصول را به تولید می‌رسانیم؛ برش سومادیل D یکی از پرفروش‌ترین آن مدل‌ها در دنیاست است که نمونه آن را اینجا مشاهده می‌کنید، مدل بعدی ما که به کلاس S معروف است.

مدل دیگر روش فلت‌بد است که سری F سوما محسوب می‌شود. محصولات ما در صنایعی چون تبلیغات و برای محصولات فلکسی (متریال‌های انعطاف پذیر)، متریال‌های خشک و خشن (آلیاژهای غیرانعطاف‌پذیر) و کلیه متریال‌هایی که برای تبلیغات محیطی استفاده می‌شوند کاربرد دارد.

کاترپلاترهای سوما از پرفروش‌ترین محصولات مربوط به برش در سراسر دنیا هستند چرا که طی ۲۰ سال فعالیت، محصولات آن همواره در حال توسعه کیفی و پیشرفت بوده‌اند. گفتنی است که شرکت ما فروش مستقیمی ندارد و ترجیح می‌دهد این کار را توسط نمایندگان و توزیع‌کنندگانی چون شرکت پر قدرت رکورد به انجام برساند. تمامی کسانی که به عنوان نماینده ما هستند تحت آموزش و خدمات کارخانه ما قرار دارند و بخش سرویس و خدمات‌رسانی آنها بوسیله کمپانی سوما آموزش دیده‌اند.

سوما قطعات یدکی را به راحتی در دسترس مصرف‌کنندگان خود قرار می‌دهد و خدمات‌رسانی بدون مشکل و در اسراع وقت برای مشتریان خود صورت می‌دهد. سوما به خاطر توجه به خواسته‌های بازار و اعتماد شما مشتریان و دقت‌نظران بر روی کیفیت، توانسته برای مدت طولانی در این بازار رقابتی بماند، رشد کند و همچنان محصولاتش را به عرضه برساند. سوما همواره سعی کرده با تکنولوژی روز دنیا فرین شده و نبض بازار را در دست داشته باشد و این رمز موفقیت و استقبال از محصولات این کمپانی است.

یکی از مزیت‌های فوق‌العاده سوما وجود نرم‌افزار اختصاصی آن است که ضمن پیشرفته بودن کاربری ساده‌ای دارد و به راحتی قابل بهره‌برداری است. مهمترین تفاوت سوما با برندهای معروف جهان نیز قابلیت برش رول به رول آن است که حتی در برندهای با قدمتی چون رولند هم وجود ندارد. این دستگاه‌ها مجهز به اپوسیستم بوده و کامپیوتری در آنها تعبیه شده که توان بارکدینگ را به شما می‌دهد.

این اولین حضور من در ایران است که توأم با خاطرات بی‌نظیری شده است، از مهربانی و مهمان‌نوازی شما بسیار متشکرم. در پایان هم باید از شرکت رکورد تشکر ویژه‌ای داشته باشم و بگویم شما می‌توانید تمام سوالات فنی و جزئیات مد نظران را با مدیر مجموعه رکورد که فردی کاملاً حرفه‌ای و دانش‌ورز است در میان بگذارید.

در این قسمت می‌خواهم یکی از دوستان جدید رکورد را به شما معرفی کنم تا برای سخنرانی به پشت تریبون تشریف بیاورند. من در همان دیدار اول مجذوب تفکرات، تجربیات و تکنیک‌های ایشان شدم و برنامه مدون و خاصشان برای کار در زمینه چاپ و تبلیغات برایم تازگی داشت و توجه مرا جلب کرد. دعوت می‌کنم از عضو جدید خانواده رکورد، جناب آقای ابراهیمی مدیرعامل شرکت پیام سهند سپاهان





## ■ کار حرفه‌ای با همکاران حرفه‌ای

**ابراهیمی:** با عرض سلام و خسته نباشید باید بگویم که جناب هوشیار با این دعوت من را سوپرایز کردند، ممنونم از وقتی که در اختیار من گذاشتید. یک شهروند اروپایی در جمع ما حضور دارند که من به ایشان خوش‌آمد ویژه‌ای می‌گویم.

باید عرض کنم که من به عنوان یک ایرانی همیشه سعی داشته‌ام که پرچم کشورم را بالا نگه‌دارم. در طول ۲۸ سال خدمات صنعتی که در ایران داشته‌ام همواره سعی کرده‌ام نام ایران را پر افتخارتر کنم. من سال‌ها در اروپا زندگی کردم و سختی‌های زیادی کشیدم اما این فکر که یک ایرانی هستم باعث می‌شد همیشه و در هر مقطعی خود را در بالاترین سطح کیفی مطرح کنم.

اما من چگونه وارد صنعت چاپ شدم؟ بسیار خوش‌بختم که با آقای دیلمی و خانواده گرامی ایشان آشنا شدم که در تسهیل راه من موثر بودند و از ایشان تشکر می‌کنم که سال‌ها با پذیرفتن ریسک‌های بالا برای اعتلای صنعت چاپ این کشور تلاش کردند.

من چهره‌های اساتید زیادی چون استاد ایران‌عقیده و استاد نیکدل را در جمع می‌بینم که واقعا برای صنعت تبلیغات زحمات زیادی کشیدند. وقتی من در خیابان راه می‌روم و تابلوهای ساخته مجموعه نیکدل را می‌بینم به ایرانی بودنم افتخار می‌کنم. من به مناسبت شغل تابلوهای زیادی را در سراسر دنیا دیده و این نکته را به زرس قاطع خدمتتان عرض می‌کنم که مجموعه نیکدل در زمره با کیفیت‌ترین مجموعه‌ها در سطح جهان به شمار می‌آید و این چیزی نیست که به سادگی به دست بیاید.

یک نکته مهم که مایلم به آن اشاره کنم مباحث مدیریتی است. شرکت‌هایی چون رکورد زحمت می‌کشند و دستگاه‌های مطابق با تکنولوژی روز را تهیه کرده و عرضه می‌کنند و ما هم آنها را خریداری می‌کنیم و در مجموعه‌هایمان به کار می‌بندیم اما بدانید که این روحیه فردی و مدیریتی است که می‌تواند به پیشبرد یک مجموعه کمک کند و یک پیش‌بینی خوب و مطابق با واقع را ممکن شود. البته نباید زحمات افرادی چون آقای دیلمی را که بهترین دستگاه‌ها را از لحاظ کیفیت تهیه و در اختیار ما قرار می‌دهند را نادیده گرفت و من هم از ایشان کمال تشکر را دارم اما معتقدم دستگاه‌ها در همه جای دنیا وجود دارند و در واقع این قدرت مدیریت یک مجموعه است که باعث موفقیت کاری آن می‌شود. روحیه‌ای که از آن صحبت می‌کنم در استاد نیکدل، آقای ایران‌عقیده و جناب هوشنگ نژاد وجود دارد و ما نظیر این افراد را در صنعت چاپ کم نداریم اما این صنعت دچار یک بحران است و آن بحران رقابتی در یک فضای غیرحرفه‌ای است.

قبل از همین جلسه من با آقای ایران‌عقیده بر سر موضوعی گپ می‌زدیم که اتفاقاً مسأله خود من هم بود. بارها شده که فردی با من تماس گرفته و پرسیده شما بنر را متری چقدر می‌زنید؟ این یعنی ما قیمت مصوبی نداریم و به جای کیفیت، این نرخ ما است که در نظر مشتریان اولویت دارد. این صنعت یک دیسپلین و فرهنگ والا دارد که ما باید به آن احترام بگذاریم، کار تبلیغات و تابلوسازی یک هنر است و هنر قیمت ندارد اما می‌بینیم که در فضای رقابتی امروز وضع به گونه‌ای دیگر شده



۲۷۰ میلیون یورو توسط مجموعه ما با همراهی کمپانی والدی‌کاکس در حال به انجام رسانی است. در اینجا گفتن این نکته ضروری است که اروپایی‌ها برای کار با ما مشتاق هستند و به ما اعتماد دارند اما متأسفانه شرایطی که آمریکایی‌ها مسبب هستند از حضور پررنگ آنها در ایران جلوگیری کرده است. اروپایی‌ها ثابت کرده‌اند که شرکای تجاری بسیار قابل اطمینانی برای ما هستند. در همین جا این مژده را هم بدهم که شرکت HP یک ریسک بزرگ کرده و دستگاهی با عرض شش متر و ۸۵ سانتی‌متر را در اختیار مجموعه ما گذاشته و اکنون که من در خدمت شما هستم بیش از دو هفته شده که تکنسین‌های این شرکت در حال کار هستند تا بتوانند با واسطه لینکی در ترکیه ما را به شبکه سراسری HP وصل کرده و دستگاه فوق پیشرفته مذکور را راه‌اندازی کنند.

جناب دیلمی، استاد نیکدل و آقای ایران‌عقیده و سایر اساتید حاضر در جمع، من از شما و تمام کسانی که برای صنف زحمت کشیده‌اند و آن را به جایگاه متعالی امروز رسانده‌اند کمال تشکر را دارم. متأسفانه بازار و مشتری امروز از برخی تولیدات که تحت لوای صنف ما به انجام می‌رسد راضی نیستند و می‌دانیم که خروجی برخی مجموعه‌های غیرحرفه‌ای کیفیت نازلی دارد که از عدم دانش، مهارت و رسیدگی صنف منتج شده و من خواهش دارم که با همدلی و برگزاری سمینارهای علمی بر این مشکلات هم فائق بیاییم.

امیدوارم این مجموعه که رکورد ایجاد کرده است و این سنت خوب گردهمایی که بنا نهاده در سال‌های بعد همچنان پر شور برقرار باشد. در پایان عرایض یکبار دیگر از شما دعوت می‌کنم که مهمان شرکت ما باشید تا ببینید چه کار بزرگی در حال انجام شدن است. من از جناب انصاری

است. جناب دیلمی زحمت کشیده و یک مجموعه بزرگ و از هر حیث حرفه‌ای را فراهم کرده و ما باید برای این تلاش‌ها ارزش قائل شویم. ما باید به میزانی از پختگی برسیم که مجموعه‌های بزرگی مثل مجموعه آقای نیکدل، آقای هوشنگ نژاد و سایر دوستان صاحب صنعت بتوانند نبض بازار را در دست بگیرند و با نرخ اصولی طعم کار حرفه‌ای را به بازار داخلی بچشانند و بتوانند با جذب سفارشات بیشتر و تثبیت بازار به توسعه بخشی برسند و بهترین‌ها را عرضه کنند.

شاید یک نکته برای شما جالب باشد که از سال



۲۰۱۲ تا دسامبر ۲۰۱۷ بالغ بر ۳۵ درصد از مبللمان شهری اتحادیه اروپا در مجموعه ما تولید و ساخته شده است، سرمایه‌گذاری بالغ بر ۸۵ میلیون یورو با کمپانی‌های خارجی در مجموعه ما به انجام رسیده که من از همگی شما عزیزان دعوت می‌کنم که به کارخانه ما آمده و زحمات ما را از نزدیک ببینید؛ پیام سه‌هنگام متعلق به تمامی ایرانیان عزیز است. من با افتخار می‌گویم که کمپین مبللمان شهری جام‌جهانی قطر در سال ۲۰۲۲ با سرمایه‌گذاری بالغ بر





مالک مجموعه ایران مال بزرگترین پاساژ دنیا که تا دو سال دیگر افتتاح خواهد شد) دعوت به عمل آوردم و ایشان لطف کرده و به دیدار مجموعه ما آمدند بعد از دیدار باورشان نمی‌شد که در ایران می‌شود به این حد از کیفیت دست یافت و من هم باورم نمی‌شد که یک مجموعه چون رکورد در ایران پیدا شود که در این حد خدمات و سرویس در اختیار ما بگذارد. این باعث افتخار من است که با چنین مجموعه‌ای همکاری می‌کنم. من به عنوان یک سرباز در این صنف تمام تلاشم را برای اعتلای آن انجام می‌دهم و از اساتید و بزرگان این صنعت هم خواستارم که در این راه خطیر ما را تنها و بی‌پشتوانه نگذارند.

هوشیار: بیش از این شما را منتظر نمی‌گذارم و از آقای دیلمی مدیرعامل مجموعه رکورد خواهش می‌کنم که با سخنانشان حسن ختامی



#### ■ رکورد

**دیلمی:** سلام خدمت همگی، قبل از هر چیز باید تشکر کنم از همه همکارانم، دوستان و مدعوین که با تشریف‌فرمایی خود ما را خشنود کردند. من از تمامی دوستانی که زحمت کشیدند و قدم رنجه کردند تا کانون این گردهمایی گرم شود و استرس ما برای اولین همایش رکورد کم نمودند، کمال تشکر را دارم. این تجربه اول ما بود و خدا را شاکریم که توانستیم این تعداد از افراد حرفه‌ای و طبعاً پرکار و مشغله را دور هم جمع کنیم.

طبق عادات معهود قبل از هر صحبت دیگری یک پیشینه و سابقه از رکورد را خدمتان عرض می‌کنم. ما از سال ۱۳۸۳ کار تبلیغات را در ابعاد کوچک آغاز کردیم. مکان اولیه ما یک دفتر تقریباً ۷۰ متری بود که در میدان انقلاب، خیابان فرصت (شیرازی) قرار داشت. ما با بزاعتی محدود و آرزوهایی بزرگ کار را شروع کردیم و در ابتدای امر بیشتر در کار سازه‌های تبلیغاتی بودیم. در سال ۱۳۸۵ با توجه به عقبه و شناختی

که ما در زمینه ماشین‌آلات و مباحث فنی آنها داشتیم، متوجه شدیم که تبلیغات از نبود تکنولوژی ضعف‌های عمده‌ای دارد و از این رو ترغیب شدیم که وارد این حوزه از کار بشویم. در ابتدا ما به سراغ دستگاه‌های کوچک پلاتر رفتیم و برای شناخت سیستم‌شان شروع به کلنجار رفتن با آنها کردیم. نمی‌گویم این ماشین‌ها نسبت به تجربه‌های پیشین ما از ماشین آلات چاپ ساده‌تر و یا پیچیده‌تر بودند اما شکلی کاملاً متفاوت داشتند. اولین پلاتری که ما روی آن کار می‌کردیم حدود یک ماه زمان برد تا به نتیجه و خروجی دلخواه ما رسید و بعدها ما فهمیدیم که در کل خاورمیانه به خاطر برخی مشکلات فنی عیدیه کسی موفق به چاپ گرفتن از آن نشده بود در حالی که ما با تغییراتی که بر روی آنها انجام داده بودیم در ظرف کمتر از دو سال بیش از هزار عدد از آن پلاتر را در ایران به فروش رساندیم. این کار برای ما یک اتفاق بزرگ بود چرا که در آن زمان فقط برندهایی چون HP, CAN, EPSON و ON در ایران وجود داشت و در واقع این کپی‌هایی ENCAD که چین ساخته بود اتفاق جدیدی را رقم زد و این امکان را به وجود آورد که با هزینه‌های خیلی خیلی پایین‌تر و مناسب وضع اقتصادی بازار ما توان تولیدی همسان با نمونه‌های خارجی در اختیار صنعتگران ما قرار بگیرد.

بعد از آن ما وارد بازار دستگاه‌های سالونت شدیم و باز هم در اول کار و در نصب دستگاه‌های اول و دوم شکست خوردیم و ساخته و پرداخته کردن دستگاه اول به خاطر مشکلات فنی و نرم‌افزاری که داشت، حدود یک سال طول کشید و دستگاه دوم هم قریب به شش ماه زمان برد که ناامید کننده بود و ما را چند ماهی از این کار دلسرد کرد. اما دوباره در اواخر سال ۸۶ بود که سراغ این نوع ماشین آلات رفتیم و این بار موفق به واردات دستگاه‌های با کیفیت و مثال زدنی شدیم و توانستیم تا سال ۱۳۹۳ بیش از چهار هزار دستگاه سالونت فروخته و با موفقیت نصب و راه‌اندازی کنیم. من تا سال ۱۳۸۹ در ایران بودم اما همان آرمان‌خواهی که در ابتدای عرایض به آن اشاره کردم مرا به تصمیمات جدیدی سوق داد.

من به فکر افتادم برای ارتقای کیفی دستگاهی که تولید می‌کنیم به چین بروم و در آنجا دست به تولید در تیراژهای بالاتر و کیفیت‌های برتر بزنم و آن را به دیگر کشورها هم عرضه کنم. من به چین رفتم و در ابتدا وارد شانگهای شدم. پیش‌بینی من این بود که ما در همان شش ماهه اول کار به خواسته‌هایمان می‌رسیم اما این اتفاق نیفتاد؛ ساختار تولیدی و مدیریتی چین و قوانین کار و کارگری آن با ما خیلی متفاوت بود و انتخاب عرضه‌کنندگان قطعات در میان خیل عظیم تولیدکنندگان کار مشکلی بود و تنها دو کارخانه یافتیم که کیفیت مطلوبی داشت و

ما از آنها قطعاتمان را تامین می‌کردیم. شما حساب کنید برای ساخت یک کلید ساده حدود ۸۰ کارخانه را در چین یافتیم و حالا ببینید جستجوی بهترین در میان آنها چقدر مشکل و طاقت‌فرسا است. سال اول ما فقط توانستیم هشت دستگاه به تولید برسانیم اما سال دوم این رقم به ۴۰ دستگاه رسید. در آن مقطع زمانی ما تمامی قطعات را تست کرده و با کم و زیاد بازار آشنا شده بودیم و به انتخاب‌های اصلح خود رسیده بودیم، این بود که توانستیم تیراژمان را بالا و بالاتر ببریم و در سال سوم بتوانیم ماهانه ۴۰ دستگاه را به تولید برسانیم. تغییر در میزان و شیوه تولید باعث دگرگونی در فرم کار و مدیریت ما شد و مجبورمان کرد نیروی بیشتری استخدام کنیم و مکانمان را تغییر دهیم. پرسنل ما در طول سه ماه به ۲۵ نفر رسید و به کارگاهی دو هزار متری منتقل شدیم. ما دیگر در بحث تولید کاملاً حرفه‌ای شده بودیم و از همین رو قبل از هر چیز محل جدید را مکانیزه کردیم و برای تمامی بخش‌هایمان بنا به تکنولوژی روز دنیا عمل نمودیم. ما با کیفیت ترین قطعات را شناسایی کرده و آنها را در تولیداتمان به کار بردیم و هر روز در حال ارتقا بودیم تا اینکه یک سری مسائل جانبی برای من پیش آمد. ما یک شریک چینی و یک شریک ایرانی داشتیم اما دگرگونی پیش آمد و در نهایت کار به شکلی در آمد که من به سال ۱۳۹۳ مجبور شدم به ایران برگردم. من در ابتدای برگشتنم به ایران به فکر ماندن نبودم و قرار بود بعد از مدتی دوباره به چین برگردم و از همین رو کارگاه را نگه داشته بودم و حقوق حسابدار و شش نفر از کارکنان اصلی را پرداخت می‌کردم که بمانند اما کم‌کم متوجه شدم که نمی‌توانم هم در ایران باشم و هم کارگاهم را در چین حفظ کنم، این شد که بعد از پنج ماه مجبور به انتخاب شدم و بهتر دیدم که در ایران بمانم و از تجربیاتی که کسب کرده‌ام در وطن خود استفاده کنم. کارگاه ما در چین تعطیل و تحویل داده شد و کارمان در ایران آغاز شد.

جا دارد تشکر ویژه از آقایان قربانی، طاهری و هوشیار داشته باشم که مرا از همان ابتدای کار همراهی کردند و همواره مرا حمایت کردند. به کمک این عزیزان و تجارب و همت مضاعفشان، مجموعه رکورد در ایران شکل گرفت و کارش را آغاز کرد و کم‌کم به اوج رسید. در ادامه راه، آقای ابراهیمی به مجموعه ما اضافه شدند و مسئولیت کارهای سرویس و نگهداری را عهده‌دار شدند که این کار را به بهترین نحو به انجام رساندند. آقای محمد قربانی به ما پیوستند و نظمی را به انبار ما دادند که باعث هماهنگی و همدلی و رشد بیشتر رکورد شد.





مجموعه با سابقه پیش برد همکاری‌های متعدد و موفق داشتیم که بسیار پر ثمر بود؛ با آقای مقصودی مدیر مجموعه ZENIT آشنا شدیم که بسیار انسان عالم و شریفی هستند و ما را با دوستان خوب و صمیمی خود آشنا کردند که وجودشان همواره باعث مباحثات ما شده است. ما با جناب عزتی مجموعه ایده برش و آقای محمدزاده آتلیه پلک در شهر قم همکاری‌های موفق داشتیم و خاطره خوشی نقش بست که از آنها هم تشکر می‌کنیم.

جا دارد حضور آقای زکایی را در جمع خودمان قدر بدانیم؛ کسی که انسانیت و شرافتی که در اکثر ارگان‌های دولتی و نیمه‌دولتی گم شده بود را احیا کرد و سال‌ها کمک حال صنعت معظم چاپ بود. همچنین تشکر دارم از آقای امیر حسین قاسمی، دوست عزیز من که در جمع حضور ندارند و دوستان دیگری چون برادران عنبرستانی چاپ دیجیتال مدرن که همواره کمک حال رکورد بوده‌اند و دوستان جدیدی چون آقای ابراهیمی که تازه به جمع خانواده ما پیوستند. من از تمام دوستانی که در همایش ما شرکت کردند نیز کمال تشکر را دارم و در نهایت هم از دوست قدیمی و یار همیشگی رکورد جناب بهبهانی مدیر مجموعه الکا ممنونم که تقریباً هر روز صدای گرم ایشان را می‌شنویم و امیدوارم که این ارتباط همچنان خوب و صمیمی، در یک محیط دوستانه و پر انرژی برقرار باشد. امیدوارم همگی شما را در همایش بعدی رکورد ملاقات کنیم.

در این بازار اگر سودی است بادویش خرنداست  
خدا یا منعمم کردان بدویش و خرنندی



که سالیان متمادی دیگری هم در این صنعت بمانند و کارشان را توسعه دهند. اگر خوب توجه کنید ما همه اجزای مختلف یک صنعت هستیم و وجودمان در گرو وجود دیگری است، ما به هم احتیاج داریم.

زنجیره ارتباطی ما هیچ کجا قطع نمی‌شود و من مطمئنم که سال دیگر هم در همین نمایشگاه و همین همایش دوباره همدیگر را خواهیم دید و ارادتمان به هم مقوم‌تر خواهد شد. صلابت ما از ارتباطی که با هم داریم ناشی می‌شود، هرچند که مشکلات در کار وجود دارد و گاهی دلخوری‌هایی را منجر می‌شود اما مهم این است که با گذشت و فروتنی کنار گذاشته شده و برای رسیدن به هدفی مشترک و اعلا تر فراموش می‌شوند. این خصایص نیکو است که باعث قوام و دوام این صنعت شده و واژه خانواده چاپ را زیبنده‌ی آن کرده است.

در پایان جا دارد از آقای هوشنگ نژاد و آقای امید بنان تشکر کنم که طی دو سال گذشته به ما کمک‌های فراوانی کردند. بعدها ما با اساتیدی چون جناب نیکدل آشنا شدیم که باعث افتخار ما هستند و همچنین افتخار شاگردی استاد ایران عقیده نصیب ما شد که از این بابت هم شاکریم. در سالی که گذشت با برادران محترم صادقیان مدیران

رکورد در شروع کار خود خوش‌شانس بود و در ادامه این بخت با او یار بود که زبده‌ترین و بهترین افراد موجود در بازار کار به پیکره آن پیوستند و محیطی را فراهم کردند که خود من از بودن در آن لذت می‌برم و در محل کار هرگز احساس خستگی نمی‌کنم و حس می‌کنم در کانون خانواده خود قرار دارم. من در کنار تیم رکورد خوشحالم و از تک تک آنها به خاطر القای این حس خوب کمال تشکر را دارم.

قبل از به پایان رساندن اولین دوره از همایش‌های رکورد لازم می‌بینم که به نکته‌ی کوچکی اشاره کنم. هر کدام از ما، چه عرضه کننده ماشین‌آلات و ملزومات و چه چاپخانه‌داران، تابلوسازها و شرکت‌های تبلیغاتی و دیگر دست‌اندرکاران این صنعت بزرگ، هر کدام در بازار با فراز و نشیب‌های زیادی روبرو هستیم، همه ما با مسائل اقتصادی، چک‌های برگشتی و مشکلات غیرقابل پیش‌بینی مالی کاملاً آشنایی داریم؛ تمامی ما نیز این‌ها را به عنوان بخشی از کارمان پذیرفته‌ایم و همه ما تصمیم گرفته‌ایم که این کار را ادامه دهیم. اکثر افرادی که در این گردهمایی حضور دارند سال‌هاست که در این کار هستند و قرار است





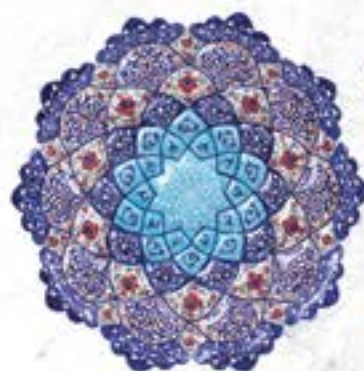
تولید متنوع ترین  
هدایای نفیس سنگی، صنایع دستی و هنری



گره چینی



صندوقچه های چوبی



مینا



فیروزه کوب



۰۹۱۲ - ۲۷ ۹۹ ۵۵۶    poyanaghsh    pooyanaghsh

شعبه ۱: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ابوریحان و فلسطین، شماره ۱۱۱۶  
شعبه ۲: تهران، خیابان انقلاب، بین خیابان ابوریحان و فلسطین، شماره ۱۱۲۰  
شعبه ۳: تهران، خیابان طالقانی، بعد از خیابان ولیعصر، نبش کوچه بندرانزلی، شماره ۳۵۹  
دفتر اصفهان: اصفهان، خیابان سید رضی، صنایع دستی بهشت





## مقایسه و ماندگار بهانید



دفتر مرکزی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان بهار جنوبی

برج بهار، طبقه ۲ اداری، واحد ۵۳۹ خط ویژه: ۰۲۱-۷۷۰۳۰۲۳۰ همراه: ۰۹۱۲۲۷۹۹۵۵۶





که حاضر است به صورت فاینانس تجهیزات و تکنولوژی مورد نیاز صنعت را تامین کند باید بتواند با داشتن اطلاعات کافی به روشنی در بازار ایران حرکت کند. مساله مهم در این خصوص روابط بین بانکی هم هست. به هر صورت باید پول بتواند جایجا شود تا امنیت سرمایه تامین باشد. گروهی از سرمایه گذاران که مایل بودند به صورت فاینانس سرمایه گذاری کنند، در این نمایشگاه متقاعد شدند که صنعت چاپ ایران ظرفیت جذب سرمایه و بازدهی خوبی دارد. قرار شد بروند و بررسی هایشان را تکمیل کنند.

یکی دیگر از کسانی که حاضر به سرمایه گذاری به صورت فاینانس در این بازار است از یکی از کشورهای اروپایی است. ما یکی از پروژه هایمان را به صورت آزمایشی با او شروع کردیم.

**■ در نمایشگاه سال گذشته هم نتایج مشابهی داشتید؟**  
در نمایشگاه سال گذشته ما کار را آغاز کردیم و امسال پروژه هایی که پارسال تمهید کرده بودیم عملیاتی کردیم.

**■ از نظر بازدید کننده متخصص نمایشگاه را در چه وضعی می بینید؟**

از نظر سرمایه گذاران، ۸۰ درصد بازدید کنندگان به صورت تخصصی به سراغ ما آمده بودند. می دانستند که چه چیزی می خواهند و چه کاری باید بکنند. ۲۰ درصد هم مشریانی بودند که نمی دانستند می خواهند چه کنند؟ ما مشتری داشتیم که از صنعت آجر پزی آمده بود و علاقمند بود که وارد صنعت چاپ بشود. آمده بود برای کسب اطلاعات و بازار سنجی می کرد.

**■ حضور زن ها را در مقایسه با مرد ها چطور می بینید؟**  
حضور زن ها در چنین نمایشگاهی در مقایسه با افغانستان و عربستان قابل قبول است. در ایران حضور زن ها در تولید اندک است، اگر نشود گفت که جایشان خالی است. زمان آن رسیده است که زن ها در صنعت چاپ که ماهیتا با ظرافت و هنر سرو کار دارد بیشتر حضور پیدا کنند و فعال تر ظاهر شوند. من در سال ۲۰۰۴ در یک دوره آموزشی در رولند در آلمان شرکت کرده بودم از مجموع ۱۵ نفری که در این دوره از کشورهای مختلف حضور داشتند ۴ نفر زن در قسمت اپراتوری چاپ بودند. بازار برای حضور خانم ها آماده است. زن ها در کار چاپ بسیار موفق تر از مرد ها خواهند بود چون آنها دقیق، علاقمند، پرا انرژی و حساس هستند کار بهتری انجام می دهند تا مرد ها. مخصوصا در بخش بازرگانی صنعت که کار دستی و سنگین ندارد بسیار مناسب تجار زن است. هر چند زن های صاحب نام و برجسته ای هم در صنعت چاپ ایران داریم اما این کافی نیست.

**■ با توجه به این که این نمایشگاه، یک نمایشگاه بین المللی است از کشورهای همسایه ایران مثل تاجیکستان و افغانستان و پاکستان و... بازدید کننده ای داشتید؟**

مشتری خارجی ما عبارت بود از یک ایرانی ساکن اسپانیا که در آنجا در بخش صنایع غذایی دریایی فعالیت دارد، می خواهد در ایران هم سرمایه گذاری کند به تفاهم هایی هم برای تهیه ماشین آلات مورد نیازش رسیدیم. در دوره های قبل مشتریانی از کردستان عراق هم داشتیم اما به دلیل عدم آشنایی کافی به مقررات صادرات و گمرکات و... نه ما بلکه هیچ کدام از دوستان ما موفقیت چشمگیری نداشتند. اما امسال دریغ از پارسل.

**■ جناب آقای فرنگی همه اهالی صنعت چاپ شما را می شناسند ولی برای آنهایی که با شما و کارتان چندان آشنایی ندارند، اندکی از خودتان بفرمایید؟**  
من نزدیک ۲۵ سال است که در صنعت چاپ هستم. به صورت مستقیم و غیر مستقیم در این صنعت فعالیت می کنم. از سال ۱۳۸۰ به صورت کاملاً رسمی و حرفه ای در بخش فروش ماشین آلات چاپ وارد شدم و قبل از آن در شرکت های دیگری که به صنعت چاپ مربوط بوده مانند مرکب سازی بود، فعالیت می کردم.

**■ با چه دستگاه هایی تا به حال کار کردید و چه برندهایی الان بر چه برندهایی متمرکز هستید؟**

حدود دو سال مدیر فروش برند ام.آ. رولند در ایران بودم. در شرکت انوشه گرافیک و فرگاه فعلی، در سال ۸۳ به مجموعه نور تک ملحق شدم و ماشین آلات کاب.آ را در بازار عرضه می کردیم. امیدوارم کارنامه خوبی در این بازار داشته باشم. در اوایل ۱۳۹۴ هم از آن مجموعه خداحافظی کردم و مجموعه جدیدی را فعال کردم به همراه دوست عزیزمان جناب دستجردی و در حال حاضر در همین مجموعه مشغول کار هستم.

**■ روی چه برندهایی کار می کنید؟**  
به خاطر مشکلات اقتصادی که جامعه درگیر آن شده است و یک سری از مشتریان ما از برندهای خوب اروپایی فاصله گرفته اند نتیجه گرفتیم که کالاهای معتبر چینی را به بازار ایران معرفی کنیم. برندهای برتر بازار چین که پشتوانه آنها برندهای خوب اروپایی بوده و یا از استانداردهای بالای بازار برخوردار هستند را نمایندگی می کنیم. با دو دیدگاه کار را شروع کردیم. نخست بازار سازی و فروش و بعد ارایه خدمات پس از فروش که بسیار در کار ما اهمیت دارد.

**■ چه فرقی بین برندهایی مانند رولند و کاب.آ وجود دارد؟**

ما در یک دسته بندی مشترک فعال نیستیم. برند کاب.آ در زمینه بسته بندی، نشر، تکنولوژی افست ورق است که در بازار فعالیت دارد اما ماشین آلاتی که ما فعال هستیم در بخش چاپ متفاوت است. و در بخش پس از چاپ قابل بحث هستند در بازار و مشتریان ما براحتی نمی توانند از کنار این برندها بگذرند. مثلاً ما نماینده ETERNA هستیم در بازار که صد در صد مالکیت آن مربوط به BOBST است که بیشترین سهم را در بازار چین دارد و تعداد زیادی در اروپا و آمریکا نصب می باشد و همچنین بیشترین نصب را در ایران دارد.

**■ نمایشگاه امسال را با دو سال پیش مقایسه کنید.**  
نمایشگاه از یک جهت تغییرات چندانی نداشته است.

**■ از چه جهت؟**  
از این جهت که اکثر شرکت کنندگان غرفه گذار همان هایی هستند، که در سال های قبل شرکت کرده بودند باز هم امسال در نمایشگاه شرکت کرده اند. کمتر شرکت ها و برندهای جدیدی را می بینید.

چیزی که من در دو دوره پیش شاهد بودم و الان در نمایشگاه دیده نمی شود حضور شرکت های واسط خارجی است که معمولاً برای جذب سفارش کارهای چاپی برای کشورشان به نمایشگاه می آمدند. بخش اعظم آن ها در بخش لیبل و لفاف و موارد خاص بودند که امسال بسیار کم رنگند. این موضوع نوید بخشی است که شناخت و تکنولوژی های ما در بازار به حدی رسیده است که بعضی مجموعه ها سفارشات را در معیار خوبی پاسخگو باشد و این توانمندی باعث شده است حضور این شرکت ها کم رنگتر شود. این پتانسیل و حضور چهار روزه در این نمایشگاه و باز خورد گیری از حضور در نمایشگاه می تواند این ظرفیت را ایجاد کند که نقشه راهی برای حضور در نمایشگاه های بعدی و گسترش بازار فراهم شود.

**■ آیا انگیزه سرمایه گذاری و پتانسیل حرکت در این بازار هست؟**

از نظر جذب سرمایه در بازار این صنعت، باید قوانین و مقررات به روشنی و وضوح اطلاع رسانی شود. سرمایه گذاری

افشین فرنگی

در گفت و گو با چاپ و نشر:

## جای خالی زنان در صنعت چاپ



■ صدیف قزلباش

در حاشیه بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته، فرصتی دست داد تا گفت و گوی کوتاهی با افشین فرنگی، مدیر فروش شرکت گرینفیلد، انجام دهیم. در این گفت و گو به ضرورت ورود زنان در بخش تجارت چاپ تاکید شد و از چند و چون سرمایه گذاری به صورت فاینانس سخن رفت. ما حاصل این گفت و گو به محضر تان تقدیم می شود.





یادگار ماندگار

ترشید

پیشرو در صنعت تولید و عرضه  
انواع تابلو بافت تبلیغاتی  
با آرام و نام دلخواه شما

تولید کننده انواع ترمه و رومیزی نفیس  
(نمایندگی و عاملین فروش فعال می پذیرد)



تهران، فلسطین شمالی، بین چهارراه زرتشت و بلوار کشاورز، پلاک ۴۳، طبقه اول، واحد ۷

تلفن ۰۲۱-۸۸۹۱۵۸۷۷ - ۰۲۱-۸۸۹۱۵۹۶۴ فکس ۸۸۹۰۵۳۲۷ همراه ۰۹۱۲۱۴۸۴۸۷۱

۰۹۲۱-۸۶۲۸۵۸۰

[www.tarshidbafco.com](http://www.tarshidbafco.com)

TERMEH\_SHAHDAD

[www.Termehshahdad.com](http://www.Termehshahdad.com)





## معرفی محصولات فرهنگی



**گفت و گو با اساتید ایرانی**  
بازاریابی در جهان  
مصاحبه‌گران: احمد  
آخوندی، محسن جاویدمؤید،  
محمدرضا حسن زاده جوانیان،  
سید احسان گلپور  
پیش گفتار: پرویز درگی (مدرس)  
دانشگاه-مشاور و محقق بازاریابی)  
ناشر: انتشارات بازاریابی  
تیراژ: ۱۱۰۰ نسخه  
چاپ اول: سال ۱۳۹۶  
قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

این کتاب شامل ۱۱ گفت‌وگو توسط ۴ تن از کارشناسان بازاریابی ایرانی با تیراژ ۱۱۰۰ نسخه با پیش‌گفتاری از دکتر پرویز ملکی مدرس و مشاور و محقق در زمینه بازرگانی است. موضوع اصلی کتاب در مورد "مدیریت بازرگانی" است. مدیریت بازرگانی رشته‌ای است که نه تنها در ایران بلکه در سراسر دنیا به عنوان رشته‌ای مهم که در اقتصاد و بازرگانی و تجارت نقش کلیدی دارد، مورد توجه کارشناسان است که علاقمندان تحصیلات تکمیلی دانشگاهی به آن نظری خاص دارند. شاید به همین دلیل باشد که بهترین دانشگاه‌های معتبر در جهان همواره سعی دارند با ارائه با کیفیت‌ترین و کامل‌ترین دوره‌ها بهترین متقاضیان و پژوهشگران را در این رشته جذب خود کنند. و با آموزش و پرورش این افراد، مدیرانی اثر بخش را تحویل بازار کار دهند.

در ایران به ویژه در تحصیلات تکمیلی بسیاری از فارغ‌التحصیلان کارشناسی در دوره کارشناسی ارشد، از رشته‌های مختلف مهندسی به سوی این رشته می‌آیند و ترجیح می‌دهند که مسیر آکادمیک خود را با این رشته بگذرانند تا در آینده بتوانند فرد موثرتری در تجارت و بازرگانی باشند بسیاری نیز برای تکمیل تحصیلات خود به دانشگاه‌های خارج از کشور می‌روند و بعد از دوره آموزش دانشگاهی و استاد شدن در این رشته به ایران می‌آیند تا اطلاعاتشان را در اختیار نسل جوان ایران قرار دهند. این کتاب برای کسانی که به دنبال شرایط بهتر در بازار برای بهبود کسب و کارشان می‌باشند معرفی می‌گردد.



**سرخ و سیاه**  
سی سال تبلیغ به روایت سیتة  
گردآوری: شاهین ترکمن  
چاپ نخست: ۱۳۹۶  
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه  
بها: ۶۰۰۰۰ تومان

این کتاب معرف تبلیغات در ایران در ۳ دهه متوالی یعنی دهه های ۳۰ تا ۵۰ است و علت نامگذاریش بنام سرخ و سیاه برمی‌گردد به تبلیغات چاپی در روزنامه‌های آن زمان که تنها با ۲ رنگ سرخ و سیاه به چاپ می‌رسید. این کتاب را انتشارات سیتة و آوازه که از پیش‌قراولان تبلیغات بازرگانی در ایران هستند به چاپ رساندند تا با معرفی نمونه کارهای تبلیغی گذشته بتوانند پلی ارتباطی بین تبلیغات نسل گذشته با نسل حال و آینده برقرار کنند. از میان ۶۰۰۰ تبلیغ مطرح در آن دوران ۵۰۰ تبلیغ که کیفیت بهتری داشتند برای چاپ در کتاب سرخ و سیاه انتخاب شدند. بنابر نظر گردآورنده کتاب، جمع‌آوری این مجموعه "سرخ و سیاه" ۸ سال بطول انجامید که ۴ سال اول به جمع‌آوری، انتخاب، بازرسازی و گزینش نهایی آن صرف شده و ۴ سال بعدی به طراحی و سایر موارد.

طراحی صفحات این کتاب به سبک قدیم است و انسان را به یاد چاپ‌های دهه ۳۰ و ۴۰ می‌اندازد، علاوه بر عکس‌های بی‌نظیر آن که بیشتر حجم کتاب را در بر دارد. در ابتدا مقالاتی از گردانندگان این دو شرکت سیتة و آوازه آورده شده است و در صفحاتی تاریخ طراحی گرافیک ایران را با ارزیابی بعضی از تبلیغات ادامه می‌دهد. در آخر لیست تبلیغاتی موجود در کتاب را در ۸ صفحه می‌توان دید. در مجموع این کتاب برای افرادی که متولد دهه‌های ۳۰ تا ۵۰ هستند و خواهان یادآوری تبلیغات دوران کودکی خود هستند و جوانانی که علاقمند به تبلیغات در این جامعه هستند و می‌خواهند تبلیغات ۴۰ سال گذشته و سال‌های پس از ۵۷ را با هم مقایسه کنند پیشنهاد می‌شود.



**۲۳۰ سال تبلیغات بازرگانی در**  
**مطبوعات فارسی زبان تالیف:**  
**محسن میرزایی - جلد چهارم**

این کتاب را انتشارات سیتة (ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات) با حمایت مالی طرح باران منتشر کرده است. سه جلد نخست این کتاب در سال ۱۳۹۲ با کمک همین انتشارات به چاپ رسیده بود. این کتاب به چهار بخش تقسیم شده است.

بخش اول: مروری بر اوضاع تبلیغات در ایران از زمان صدارت میرزا تقی خان امیر کبیر در روزنامه وقایع اتفاقیه است که در آن زمان آگهی‌های تبلیغاتی را «اعلان» می‌نامیدند.

بخش دوم: این بخش بر شکل‌گیری تبلیغات در ایران تاکید دارد و در مورد تبلیغات نوین و نخستین اسلاید سینمایی و فرایند شکل‌گیری آن توضیح می‌دهد. در ادامه در این بخش مطالبی در مورد هنر گرافیک و نقاشان سنتی که فکر می‌کردند که کار گرافیکی می‌کنند با دست‌مزد هایشان مطالبی ارائه می‌گردد.

بخش سوم: شکوفایی تبلیغات در ایران را با نمونه‌هایی از کارهای تبلیغی آن زمان که از سال ۱۳۳۰ تا ۱۳۴۵ می‌باشد رامطرح می‌کند.

بخش چهارم: در این بخش مصاحبه‌هایی با دست‌اندرکاران تبلیغات بازرگانی در ایران دارد که قابل توجه است. با خواندن نظر مسئولان تبلیغات در آن زمان می‌توانید به افت و خیز تبلیغات در ایران در این دوره بحرانی پی ببرید

این کتاب به عنوان کتاب برتر تبلیغات کشور در سال ۱۳۹۵ از سوی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران معرفی شد. کارشناسان این کتاب را کتابی جامع و درخور توجه در حوزه تبلیغات در ایران و سندی پایدار در این زمینه در ایران می‌دانند که به رشد صنعت تبلیغات و هویت بخشی به آن کمک شایانی کرده است. کارشناسان می‌گویند که این کتاب تاریخ ادبیات تبلیغات در ایران است که از نظر کتاب‌شناسی بری اولین بار سیر تاریخی در کنار در کنار آگهی‌های تجاری قرار می‌گیرد.





# 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 - ۲۱

۰۲۱ - ۳۳۹۵۴۷۰۷

radpaper.ir



phoenix





## گشت و گذاری در چهاردهمین نمایشگاه تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته

■ انسیه بغدادی  
■ هانیه صراف زادگان

چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته با تمام نقاط قوت ضعف خود در حالی کار خود را به پایان برد که تلاش داشت تا صنعت نوپای تبلیغات در ایران را توسعه دهد و به واسطه تکنولوژی‌های روز دنیا بازدیدکنندگان را از نزدیک با آخرین دستاوردها آشنا کند. این نمایشگاه با حضور ۴۸۰ شرکت برگزار شد که شامل ۴۳۰ شرکت داخلی و ۵۰ شرکت خارجی از کشورهای ایتالیا، فرانسه، کره جنوبی بودند.

در این نمایشگاه تلاش شد تا حمایت از صنعت تبلیغات و ارتقای سطح کمی و کیفی و تبیین اهمیت و جایگاه تبلیغات در بین افراد جامعه و متصدیان تجارت، صنایع و خدمات در نظر گرفته شود همچنین کاهش هرچه بیشتر عوارض منفی تبلیغات بازرگانی و افزایش کارکردهای مثبت و توسعه آن به‌عنوان یک رویکرد متفاوت در نظر گرفته شود.



نکته قابل تأمل در نمایشگاه آشنایی با تکنیک‌های مهندسی تبلیغات و تجهیزات و ماشین‌آلات مربوطه و ترویج آموزش فرهنگ بازاریابی جهت موفقیت بیشتر در بازارهای رقابتی و تشویق بازار داخلی جهت استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی و پیشبرد فروش از سوی دیگر برقراری ارتباطی نزدیک بین ارائه‌دهندگان و متقاضیان خدمات، تجهیزات و ماشین‌آلات نقطه‌ی قوت چهاردهمین نمایشگاه تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته بود.

کارشناسان امر تأکید دارند آشنایی با ماشین‌آلات جدید چاپ دیجیتال و چاپ سه‌بعدی، نرم‌افزار و سخت‌افزار، علائم تبلیغاتی، لیبلینگ، ماشین‌آلات، ملزومات و تجهیزات وابسته معرفی آژانس‌های تبلیغاتی، شرکت‌های علمی و خدماتی و دانش بنیان. از جمله مهمترین راهبردهایی است که در برنامه‌ها گنجانده شده بود. در اغلب نمایشگاه‌هایی که برگزار می‌شود چه از لحاظ کمی و چه از لحاظ کیفی توانمندی‌ها و نقاط ضعفی را در خود دارند هرچند تلاش متصدیان نیز بر بهبود کار است اما همین نقاط قوت و ضعف است که سبب رشد و تمایز هر نمایشگاه نسبت به نمایشگاه‌ها از یکدیگر می‌شود. حضور پررنگ و فشرده شرکت‌های تولیدی انواع سررسید، تقویم‌ها، هدایای تبلیغاتی و... به‌خوبی مشهود بود و هر بیننده‌ای را برای خرید این‌گونه اقلام جهت مراجعه به مراکز معین بی‌نیاز می‌کرد.

اما نقطه ضعف حاکم نیز وجود بسیاری از محصولات و هدایای تبلیغاتی ارائه‌شده وارداتی بود که حضور تولیدکنندگان داخلی را کمرنگ می‌کرد.

#### ■ هدایای تبلیغاتی

حسن اسماعیلیگی تولیدکننده سررسید (دموت) می‌گوید: فضای نمایشگاه شرایط خوبی را برای عرضه محصولات ارائه کرده است، اما جایجایی غرقه‌ها و پلن‌ها مشکلات را برای شرکت‌کنندگان



فراهم کرده بود که نیاز داشت تا در دوره‌های بعد موردبررسی قرار بگیرد.

وی ادامه می‌دهد: اطلاع‌رسانی مناسبی به‌منظور جذب مشتریان انجام نشده بود این در حالی بوده که اگر تبلیغات در سطحی گسترده‌تر و حتی با کمک نشریات و رسانه‌های سراسری انجام می‌شد می‌باید شاهد استقبال بهتری از سوی بازدیدکنندگان بودیم.

اسماعیلیگی بیان می‌کند: برگزاری هم‌زمان نمایشگاه چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته در کنار نمایشگاه تبلیغات مزایای بیشتری را برای شرکت‌کنندگان در این حوزه به ارمغان می‌آورد زیرا با مجزا کردن نمایشگاه چاپ و نمایشگاه تبلیغات شرکت‌کنندگان دو هزینه مجزا را باید پرداخت کنند و درعین حال سردرگمی بسیاری را برای مشتریان به همراه دارد.

این تولیدکننده اظهار می‌کند: تجربه و برآوردها نشان می‌دهد بیشتر شرکت‌کنندگان بازخوردهای مورد انتظار خود را از این نمایشگاه کسب نکرده‌اند.

وی به‌عنوان نمایشگاه اشاره می‌کند و می‌افزاید: انتخاب عنوان نمایشگاه (تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته)، عنوان مناسبی برای این نمایشگاه نیست و چنانچه این عنوان بانام







(هدایای تبلیغاتی) مطرح می‌شد قطعاً با استقبال بهتری روبه‌رو شده و مفاهیم بهتری را در ذهن و افکار عمومی ایجاد می‌کند.

هدف شرکت‌کنندگان جذب بازار هدفی بهتر است و شرکت دموت با ارائه کارهای و محصولات جدید در این نمایشگاه برای اولین بار توانسته رویکرد مناسبی را در پیش بگیرد.

ورود سررسیدهای لیزری نشان داد، نوآوری و توانمندی، وسعت انتخاب را به مشتریان به همراه داشته دارد.

مجموعه خلاق پیشه دموت در عرصه چرم سررسید با همکاری مجموعه چرم پارس (حاج اکبر اخوت) انجام‌شده که دستاوردی جدید در این عرصه است.

### ■ مشکلات اقتصادی کاهش بازدید

ارشک غلامی مدیرعامل شرکت (شمیم پایتخت)، ارائه‌کننده دستمال کاغذی معطر که برای شش دوره در این نمایشگاه شرکت کرده می‌گوید: استقبال امسال از نمایشگاه مناسب نبوده این امر به علت مشکلات اقتصادی



و عوامل متعدد قابل پیش‌بینی بوده است. وی نقطه‌ضعف نمایشگاه را تبلیغات و اطلاع‌رسانی ضعیف این دوره می‌داند و اظهار می‌کند: اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح شهر کمتر بوده و این مهم تأثیر فراوانی بر فضای نمایشگاه دارد.

غلامی ادامه می‌دهد: دعوت‌نامه‌هایی که برای مشتریان خاص به هر شرکت‌کننده ارائه داده‌شده از سوی نمایشگاه بی‌اعتبار شناخته می‌شد و مشکلاتی را برای شرکت‌کنندگان به همراه داشت.

### ■ غیبت شرکت‌های مطرح و صاحب نام

هادی بخشی مدیر مجموعه آونگ نیز اطلاع‌رسانی ضعیف را عاملی تأثیرگذار بر کمبود استقبال بازدیدکنندگان می‌داند و می‌گوید: مشکلات اقتصادی تأثیر قابل‌توجهی در میزان بازدیدکنندگان دارد و این مهم در سطح نمایشگاه کاملاً مشخص است.



وی ادامه می‌دهد: عدم استقبال از نمایشگاه سبب می‌شود شرکت‌کنندگان نیز برای شرکت در نمایشگاه‌های بعدی تجدیدنظر کنند. بخشی اظهار می‌کند: غیبت و عدم رغبت شرکت‌های مطرح و صاحب‌نام داخلی و خارجی در این دوره از نمایشگاه به‌خوبی مشهود است.

### ■ کارگاه‌های کوچک تولید، موتور محرک اقتصاد

سید مصطفی سجادی مدیرعامل مجموعه پویا نقش با اشاره به عدم تغییرات موجود در زمان برگزاری نمایشگاه اشاره می‌کند، می‌گوید: برنامه‌هایی که می‌تواند فضای مناسبی را برای جذب بازدید کنند در پی داشته باشد به دو عامل مهم در سیاست‌گذاری‌های عاملان برگزاری نمایشگاه بازمی‌گردد.



وی ادامه می‌دهد: عامل نخست بحث محتوا که به توان و نوع تولیدات تولیدکنندگان



برمی‌گردد و بحث دوم بحث زمان که از اهمیت بالایی برخوردار است، نزدیکی زمان برگزاری نمایشگاه به پایان سال عامل تأثیرگذاری در جذب مشتریان بوده لذا زمانی لازم را به منظور ارائه خدمات و محصولات به تولیدکنندگان نمی‌دهد این مهم برای تولیدکنندگان داخلی یک چالش و مشکل عمده محسوب می‌شود.

سجادی بیان می‌کند: نوسانات اقتصادی هزینه‌های زیادی را بر دوش تولیدکننده هموار کرده از سوی دیگر تراز مالی تولیدکنندگان نشان از مشکلات عمده در حوزه تولید دارد، بازارهای داخلی کشش لازم را در تولید ندارد از همه مهم‌تر نقدینگی مشکلات فراوانی را برای تولید به همراه داشته است.

وی ادامه می‌دهد: میزان مالیات‌ها نیز دغدغه دیگری است که مجموعه‌های تولیدی را به خود مشغول کرده است.

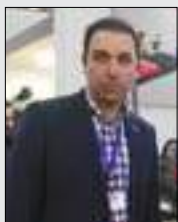
مدیرعامل مجموعه پویا نقش اظهار می‌کند: ثبات ارز نیز در این حوزه نقش مهمی ایفا می‌کند و فضای تولید را با ابهامات متعددی روبه‌رو کرده است هم‌اکنون قدرت مانور در حوزه‌های تولید کاهش چشم‌گیری داشته است.

وی می‌افزاید: دولت و مسئولین باید این مهم را موردتوجه قرار دهند که اشتغال به عنوان یک مسئله بزرگ در جامعه امروز مطرح‌شده و چنانچه از تولید حمایت لازم انجام نشود همین میزان اشتغال نیز در معرض نابودی قرار می‌گیرد.

حیاط کارگاه‌های کوچک تولیدی علاوه بر اشتغال، ارز آفرینی فراوانی در پی دارد و این مهم باید در دستور کار مسئولان قرار بگیرد.

#### ■ جای خالی آمارسازی

میرعماد سید اصفهانی مدیرعامل (شرکت میرتک) می‌گوید: مشکلات اقتصادی و معیشتی بار مالی بسیاری را برحوزه تبلیغات و بازاریابی ایجاد می‌کند از سوی دیگر نوسانات ارزی، هم‌اکنون نقش مهمی را بر خروجی



نمایشگاه‌های دارد.

وی عملکرد نمایشگاه را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و بیان می‌کند: نحوه برگزاری نمایشگاه و ارائه خدمات به شرکت‌کنندگان نیز باید موردبررسی قرار بگیرد زیرا آنچه بیش از پیش شرایط را برای شرکت‌کنندگان در این نمایشگاه سخت نمود عدم وجود ساختاربندی درست و سیاست‌گذاری مناسب در برگزاری است.

اصفهانی می‌افزاید: عدم اطلاع‌رسانی کامل و نبود آمار صحیح از بازدیدکنندگان یک چالش است در تمام نمایشگاه‌های خارجی در ابتدای مسیر ورود اطلاعات کاملی از بازدیدکنندگان دریافت می‌شود که پس از نمایشگاه و یا در پایان روز میزان بازدیدکنندگان، استقبال افراد و نحوه ارتباط با آنان را در غالب یک پک در اختیار غرغه داران قرار می‌دهند در این حالت چنانچه بازدیدکننده وقت لازم برای بازدید از غرفه‌ها را نداشته و مراجعه نکرده باشد توسط تولیدکننده ردیابی و ارتباط لازم با آنان برقرار می‌شود.

مدیرعامل این شرکت اظهار می‌کند: برگزاری نمایشگاه دستاوردهای بسیاری برای







شرکت کنندگان و حتی بازدیدکنندگان به همراه دارد هرچند متأسفانه آمار سازی های نمایشگاه بسیار ضعیف بوده است.

#### ■ تکنولوژی و کیفیت مناسب

جلال رستمی مدیر شرکت فتو بهمن و پی بی چاپ با اشاره به فضای چهاردهمین نمایشگاه تبلیغات، بازاریابی می گوید: نمایشگاه ها باهدف آشنایی با تکنولوژی روز زمینه را برای کسب اطلاعات و فناوری روز دنیا



به همراه دارد.

وی ادامه می دهد: شرکت پی بی چاپ توانسته دستگاهی با کیفیتی را به بازار عرضه کند. این دستگاه ها توانایی چاپ بر روی پارچه در معرض دید بازدیدکنندگان قرار داده است.

رستمی اظهار می کند: به هر حال نقطه ضعف هایی در برگزاری نمایشگاه وجود دارد که از مهم ترین آن اطلاع رسانی ضعیف بوده که نتیجه آن بازدیدده و استقبال کم رنگ بازدیدکنندگان است.

وی می افزاید: هدف این نمایشگاه معرفی بازارهای جدید و برقراری ارتباط برای آشنای استفاده از ابزارهای جدید و نوین بازاریابی و انتقال فناوری و تجربه بوده که توانسته با این اهداف خود را نزدیک کند.

#### ■ تفکیک نمایشگاه

سید امین روحانی مدیر فروش (سیمای شهر) می گوید: بازدید نسبت به سال گذشته کمتر بوده و علت اصلی آن را در ضعف تبلیغاتی باید جستجو کرد لازم است که به صورت تخصصی تر برای مقوله



تبلیغات وقت گذاشته شود.

وی ادامه می دهد: تفکیک نمایشگاه ها و نبود فضاسازی مناسب سبب شده تا برخی از شرکت کنندگان از نمایشگاه تبلیغات، بازاریابی و صنایع وابسته رضایت کافی را نداشته باشند.

روحانی می افزاید: به خاطر جدا شدن دو نمایشگاه چاپ و تبلیغات مشکلاتی برای شرکت کنندگان ایجاد شده از آنجاکه هر دو بخش در یک بدنه قرار دارند لذا برگزاری مجزای هر دو نمایشگاه مورد استقبال صنعت چاپ و نشر نیست. مدیر فروش سیمای شهر بیان می کند: نوع چیدمان و طبقه بندی نمایشگاه مهم ترین چالش نمایشگاه است و پلن بندی نامناسب تأثیر بسزایی را در جذب مخاطب دارد چرا که بسیاری از بازدیدکنندگان نتوانستند به غرفه های دلخواه خود سر بزنند و این نقص بزرگی برای سیستم برگزارکننده است.

#### ■ تبلیغات هزینه نیست

مهدی مهیاری مدیر (چاپ مهیار) در این نمایشگاه می گوید: این نمایشگاه استقبال خوبی را نتوانست به خود جذب کند اما آنچه بیشتر خودنمایی می کند حضور پررنگ اعضای حوزه تبلیغات و بازاریابی بوده که توانستند در فضایی گرم و دوستانه جدیدترین





خلاقیت‌های و توانمندی‌های این حوزه را به نمایش بگذارند.

وی ادامه می‌دهد: باید به یاد داشته باشیم که تبلیغات هزینه نیست بلکه سرمایه است و در بلندمدت برداشت می‌شود. برگزاری چنین نمایشگاهی زمینه را به‌منظور فرهنگ‌سازی در بخش تبلیغات و بازاریابی فراهم می‌کند.

در این نمایشگاه دو مجموعه مهیار و آرمه با یکدیگر ترکیب‌شده و بجای رقابت ناسالم به همپوشانی ضعف‌های موجود خود پرداخته‌اند. تجربه نشان می‌دهد، کیفیت و کمیت مناسب در کار تیمی توسعه و پیش رفت را در برنامه‌ها می‌گنجاند.

## ■ نوآوری در کار

(چاپ صلاحی) با

مدیریت فرید صلاحی واحد شرکت‌کننده دیگری است که در این نمایشگاه حضور یافته مدیر این مجموعه می‌گوید: نمایشگاه نقاط قوت و ضعف فراوانی را با خود به همراه داشته، مشکل اصلی غرفه داران تفکیک نامناسب واحدها و غرفه‌ها است.



وی ادامه می‌دهد: برای امسال تلاش کردیم بتوانیم دستاورد جدیدی را ارائه کنیم کارهایی که دوستدار محیط زیست بوده و توانسته تحولی را در عرصه تولید و چاپ فراهم کند، استفاده از جوهر حلال که از نظر کیفیت کار مناسبی را فراهم کرده می‌کند.

صلاحی بیان می‌کند: نوآوری در کار سبب می‌شود تا تعداد بازدیدکنندگان و استقبال‌کنندگان را افزایش یابد و این مهم را می‌توان به عنوان راز موفقیت در این نمایشگاه عنوان کرد.

## ■ چاپ و تبلیغات یک مجموعه هستند

حمیدرضا خیرالهی

مدیرعامل (شرکت سوپر

واید پرشیا) می‌گوید:

حضور در نمایشگاه‌های

سراسر دنیا محلی برای

معرفی توانمندی‌های

واحدهای تولیدی محسوب

می‌شود، این نمایشگاه‌ها

کاستی‌ها را نیز با خود به همراه دارد نمایشگاه امسال نتوانست نسبت به نمایشگاه‌های دیگر شرایط مناسب‌تر و بهتری را برای شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان فراهم کند.

وی ادامه می‌دهد: باین‌همه حضور پررنگ فناوری و تکنولوژی در این نمایشگاه نشان داد که توانسته به اهداف از پیش تعیین‌شده نزدیک شود و تنها تغییر در سیستم اجرا نیازمند توجه است.

حمیدرضا خیرالهی مدیر مجموعه سوپر واید پرشیا اظهار می‌کند: شرایط اقتصادی تأثیر بسیار عمده‌ای بر عملکرد صنعت چاپ، تبلیغات و بسته‌بندی دارد و رد پای این معضل را می‌توان در این نمایشگاه دید.

وی بیان می‌کند: تغییرات قیمت ارز شرایط را برای تولیدکنندگان بسیار متزلزل کرده است و تحولات روز نیز در استقبال بازدیدکنندگان تأثیر بسیاری داشته است.

خیرالهی بیان می‌کند: اعتقاددارم، نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شرایط بهتری را برای شرکت‌کنندگان فراهم کرده بود و نمایشگاه چاپ از اصالت بیشتری برخوردار بود و جدا کردن حوزه







چاپ از تبلیغات نمی‌تواند تأثیر مثبتی را بر عملکرد حوزه تبلیغات داشته باشد.

#### ■ تعرفه کاغذ

صادق قلمکاری مدیر فروش (سالنامه ارشک) می‌گوید: تعرفه‌های کاغذ نقش بسزای در شرایط کاری حوزه تبلیغات داشته است، این مهم سبب شده تا مشتریان همچنان با تعرفه‌های کاغذ دست به‌گریبان باشند و



به عنوان دغدغه‌ای در مسیر برنامه‌های توسعه تبلیغات است.

وی ادامه می‌دهد: صنعت چاپ و تبلیغات همچنان مظلوم است و نتوانسته شرایط مطلوبی را برای خود کسب کند، نبود حمایت از این بخش تأثیر و ابعاد بسیاری را در حوزه چاپ و تبلیغات داشته است. قلمکاری بیان می‌کند: نبود تبلیغات و اطلاع‌رسانی در سطح شهر چالشی برای نمایشگاه تبلیغات است و این نمایشگاه را تحت تأثیر قرارداد.

#### ■ زمان برای ساخت غرفه کم بود

سعید شفیعی راد مدیر (شرکت دوبرا) برپای نمایشگاه را نقطه مثبت در حوزه تبلیغات و بازاریابی می‌داند و می‌گوید: طبق برنامه هرسال نمایشگاه در فضایی مناسب برگزار می‌شود.



وی ادامه می‌دهد: برای ششمین بار در این نمایشگاه شرکت کرده‌ام زیرا دستاوردهای مناسبی را می‌توان از نمایشگاه کسب کرد. تنها همکاری بیشتر هماهنگ‌کنندگان نمایشگاه و کاهش بروکراسی است از نگاه من ضعف عمده نمایشگاه محسوب می‌شود. در عین زمانی را که در اختیار شرکت کننده به‌منظور ساخت غرفه داده می‌شود باید بیشتر شود.

#### ■ ارائه محصولات جدید هدفی مهم

ناصر قلمکاری مدیر (سالنامه اکسیر) می‌گوید: استقبال کم بازدیدکننده نشان می‌دهد تبلیغات خوبی انجام نشده است.



وی ادامه می‌دهد: حضور سالنامه اکسیر باهدف ارائه طیف وسیعی از محصولات در نظر گرفته شده است. تلاش ما نوآوری و ارائه محصولات متفاوت در بازار بوده است.

قلمکار ادامه داد: پس برای ماندگاری خود در دنیای تجارت، تنها بر پایه خلاقیت و نوآوری است که می‌تواند سربلند بیرون بیاید و با ایجاد «تصویر مناسب و زیبا» در ذهن مشتری جا خوش کند.

به هر حال تبلیغات را عنصری کلیدی جهت ارائه غیرشخصی (عمومی) و ترویج یک ایده، کالا یا خدمت برای متقاضی شناخته شده در اقتصاد مبتنی بر رقابت و دارای جایگاه غیرقابل انکار و به‌عنوان یک اصل گریزناپذیر برای شرکت‌ها و مؤسسات در نظر بگیریم.

هرچند برخی صاحب‌نظران معتقدند، مشتری و مصرف‌کننده در شرایط حال حاضر به خودش اعتقاد و اطمینان بیشتری دارد تا به شرکت‌ها و مؤسسات و گواه این اصل در بازتاب رسانه‌های اجتماعی به‌خوبی آشکار است، بنابراین هم‌اکنون بازاریابی وارد عرصه روابط عمومی شده و هرلحظه از تبلیغات فاصله



می‌گیرد و با توجه به شرایط و آمارهای موجود، نام‌های تجاری جدید تنها با کمک روابط عمومی و اطلاع‌رسانی در ذهن مخاطبان و مصرف‌کنندگان به ثبت می‌رسند و این یعنی اینکه اخیراً یک جابه‌جایی در نقش‌ها و کارکردها به وقوع پیوسته و از این پس این روابط عمومی است که در جایگاه یک رهبر ایستاده و می‌تواند برنامه‌های متنوع بازاریابی را هدایت کند و به هدف خود برساند و نه تبلیغات.

#### ■ شرایط نامطلوب نتوانست اثرگذار باشد

نیلوفر کریم‌زاده مدیرعامل شرکت‌رهاگستران از نحوه برگزاری چهاردهمین نمایشگاه بازاریابی و تبلیغات ابراز خرسندی کرده و می‌گوید: امسال خداروشکر نمایشگاه خیلی خوب بود و اولین بار بود که می‌دیدم برای نمایشگاه بازاریابی و تبلیغات، تبلیغات وسیعی را انجام داده بودند و اطلاع‌رسانی خیلی بهتری نسبت به گذشته داشت، تیزرهای تلویزیونی و بیلبوردهای خیلی زیادی را در سطح شهر به کار گرفته بودند، از نحوه اطلاع‌رسانی و بازاریابی متفاوت و از کسانی که برای بازدید از نمایشگاه دعوت کرده بودند خیلی رضایت دارم.



وی می‌افزاید: با توجه به اینکه اوضاع خیلی نا به سامان است، با نوسان بیش از اندازه دلار مواجه هستیم و شرایط پایدار و خوب نیست ولی از نمایشگاه خیلی استقبال شد و مشتریان خیلی زیادی به نمایشگاه مراجعه کردند، خیلی زیاد از این نمایشگاه راضی بودیم. مدیرعامل شرکت‌رهاگستران از عملکرد شرکت آوین رضایت کامل داشت و تصریح می‌کند: امسال آوین خیلی قوی، پر رنگ و بدون نقص عمل کرده بود.

#### ■ هر سال بهتر از قبل

محمد اربقایی مدیر فروش گروه تولیدی سماء درباره حضور در نمایشگاه بازاریابی و تبلیغات می‌گوید: این نمایشگاه خیلی خوب بود ولی نسبت به سال‌های گذشته خیلی افت کرده بود با این حال باید در این نمایشگاه شرکت کنیم چون حضور در نمایشگاه‌ها اعتبار شرکت‌ها است.



وی درباره حضور بازدیدکنندگان بیان می‌کند: امسال تعداد بازدیدکنندگان نسبت به سال‌های گذشته خیلی کمتر بود و فکر می‌کنم این افت ناشی از اقتصاد کشور، حوادث اخیر و اغتشاشات باشد. نمایشگاه بازاریابی و تبلیغات یک نمایشگاه قدیمی است و هر سال برگزار می‌شود و عملکرد مجری برگزاری آن مانند سال‌های گذشته خوب و قابل قبول بود و همین قدمت کار باعث شده که ضعف چندانی نداشته باشند و طبعاً سال به سال عملکرد بهتری خواهند داشت، تبلیغات نمایشگاه امسال نسبت به سال گذشته بهتر شده بود، امسال تیزرهای تلویزیونی را نیز به پک تبلیغاتی خود افزوده بودند.

#### ■ ارائه تکنولوژی روز چاپ دیجیتال

معین طیبی مدیرعامل شرکت زئوس درباره نمایشگاه می‌گوید: امسال نمایشگاه از نظر زمان‌بندی از پارسال بهتر بود چون روزهای آخر هفته را در آن گنجانده بودند.







وی با اشاره به تفکیک نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و تبلیغات بازاریابی تصریح می‌کند: اگر این دو نمایشگاه مانند قدیم در کنار هم برگزار شود سردرگمی مشتریان کاهش می‌یابد، به جزو این مورد، امسال نمایشگاه قابل بود.

طبیعی درباره تعداد بازدیدکنندگان بیان می‌کند: در روز اول برپایی نمایشگاه تعداد مراجعه‌کنندگان متعادل بودند و در دو روز پنجشنبه و جمعه چون از شهرهای دیگر به نمایشگاه آمدند، استقبال بهتر شد.

مدیرعامل شرکت زئوس هدف از حضور در نمایشگاه را رونمایی از دستگاه‌های جدید چاپ ترنسفر و چاپ مستقیم روی پارچه که جدیدترین تکنولوژی روز دنیا است عنوان کرده و می‌گوید: با توجه به اینکه بازار چاپ دیجیتال درجا می‌زد و مشتریان به دنبال ماشین‌های جدید با کاربردهای جدید بودند، با ارائه این ماشین‌آلات و فیدبک‌هایی که از مشتریان داشتیم، آنها نیز از این اتفاق رضایت داشتند. در انتها نیز از شرکت آوین تشکر می‌کنم.

#### ■ افت تعداد بازدیدکننده

فریبا اسماعیل‌پور مدیر دفتر مجموعه بافکو کیفیت نمایشگاه بازاریابی و تبلیغات را خوب ارزیابی کرده و می‌گوید: امسال از نظر تعداد بازدیدکننده افت بسیاری داشت و دلیل آن را نمی‌دانم، شاید شرایط اقتصادی و



وضعیت بازار باعث این رکود شده بود. در هشت ماهی که از سال می‌گذرد، نتوانستیم به بازار خوبی دست یابیم به همین دلیل با هدف جذب مشتری و فعالیت بیشتر در آخر سال در این نمایشگاه شرکت کردیم.

وی می‌افزاید: همه‌ی شرایط نمایشگاه خوب بود فقط هیچ تبلیغات و اطلاع‌رسانی در مورد این نمایشگاه در سطح شهر انجام نگرفته بود. نمایشگاه تبلیغات در هر صنفی کاربرد دارد و مورد استفاده تمام صنوف است، اگر تبلیغات بیشتر بود قطعاً جواب بهتری می‌گرفتیم.

اسماعیل‌پور در انتها بیان می‌کند: نمایشگاه امسال نسبت به سال گذشته تقریباً تغییر خاصی نداشت تنها تغییر آن افت شدید تعداد بازدیدکنندگان بود.

#### ■ غرقه‌ای با سرنوشت عجیب

غضنفر نیکبخت مدیر توسکا ساعت با اشاره به اینکه نه دوره در نمایشگاه بازاریابی و تبلیغات شرکت کرده است می‌گوید: امسال تعداد بازدیدکنندگان خیلی ضعیف‌تر از سال‌های گذشته بود که قطعاً متاثر از شرایط



حاکم در جامعه است. بسیاری از مشتریان شهرستانی تماس می‌گرفتند که تهران چه خبر شده است؟ مشکلی پیش نمی‌آید که برای بازدید به نمایشگاه بیایم؟ البته وضعیت اقتصادی و وضعی که در اقتصاد وجود دارد نیز باعث شد نسبت به سال گذشته حضور بازدیدکنندگان با کاهش رو به رو شود.

وی می‌افزاید: به نظر من تبلیغات صدا و سیما خیلی کم بود البته از شبکه خبر از غرفه‌ی ما فیلمبرداری کردند ولی متأسفانه با آشوب‌هایی که در کشور رخ داد همزمان شد و از تلویزیون پخش



نکردند.

نیکبخت در ادامه با اشاره به مشکلی که در زمان تحویل غرفه برایشان پیش آمده بود می‌گوید: عملکرد شرکت آوین خوب بود و سه ماه گذشته جانمایی غرفه انجام گرفت ولی بعد متوجه شدیم که سه هفته قبل از برپایی این نمایشگاه صندوق ضمانت صادرات ایران به دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت درخواست ۳۵ متر از غرفه‌ی ما را دارد و با وجود اینکه شرکت آوین اطلاع داده بود که سه ماه پیش این بخش واگذار شده است، باز هم اهمیت ندادند و سه روز قبل از اینکه مرکز نمایشگاهی سالن‌ها را به شرکت آوین تحویل دهند، در متراژی که فروخته بودند غرفه‌سازی کردند. درست است که متراژ درخواستی ما را بالاخره در اختیار مجموعه‌ی ما قرار دادند ولی موقعیت مکانی غرفه‌ی من بسیار متزلزل شد.

#### ■ سیاست ادغام مجدد دو نمایشگاه

محمد مؤید مدیر سالنامه ایلیا درباره چهاردهمین نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی می‌گوید: این نمایشگاه نسبت به سال‌های گذشته از نظر تعداد بازدیدکننده مقداری



افت داشت، البته شاید این افت تعداد بازدیدکننده خود حسن این نمایشگاه محسوب شود و تخصصی‌تر شدن بازدیدکننده از مزیت‌های آن باشد، ولی از طرفی حجم کمتری از بازدیدکننده را نسبت به سال‌های گذشته داشتیم. وی در ادامه درباره انتظار خود از مجری نمایشگاه و مسئولان بیان می‌کند: مجری برگزاری نمایشگاه کمال همکاری را با ما داشت و مشکلی نداشتیم ولی از مسئولان انتظار دارم سیاستی در برگزاری دو نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی و نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را پی بگیرند. زیرا سالانه دو نمایشگاه مذکور با فاصله زمانی بسیار کم نسبت به هم برگزار می‌شود و باعث سردرگمی بازدیدکنندگان و غرفه‌گذاران می‌گردد.

مدیر سالنامه ایلیا در ادامه تأکید می‌کند: هم زمان با نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی نمایشگاه آجیل و خشکبار، نمایشگاه طلا و جواهر و نمایشگاه تجهیزات فروشگاهی برگزار شد بهتر بود که نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی با تبلیغات و بازاریابی که مرتبط هستند با هم در یک زمان مانند گذشته برگزار می‌شد تا هم هزینه‌ی غرفه‌گذاران کاهش می‌یافت، هم بر تعداد بازدیدکنندگان افزوده می‌شد. علاوه بر آن برنامه‌ریزی شرکت‌هایی که مثل ما از شهرستان در این دو نمایشگاه غرفه داریم بسیار سخت است.

#### ■ نمایشگاهی با محتوای تخصصی‌تر

مرتضی حبیب الهیان مدیر شرکت نگار نقش جهان درباره نمایشگاه می‌گوید: امسال تعداد بازدیدکننده بسیار کم شده بود ولی از لحاظ محتوا نمایشگاه بد نبود و تقریباً تخصصی‌تر شده



بود و در مجموع می‌توان گفت بهتر شده بود. وی با ابراز رضایتمندی از نحوه‌ی عملکرد مجری برگزاری نمایشگاه تصریح می‌کند: برخی از







همکاران از جانمایی‌ها و عمل به تعهدات مجری برگزاری نمایشگاه راضی نبودند. انتظار داریم برای این نمایشگاه تبلیغات بیشتری به خصوص تبلیغات شهری، در بیلبوردها در تیزرهای تلویزیونی انجام دهند، زیرا خیلی از افراد از برگزاری این نمایشگاه آگاهی نداشتند و از برگزاری این نمایشگاه ابراز بی‌اطلاعی می‌کردند. اگر در سال‌های آینده تبلیغات محیطی و اطلاع‌رسانی بیشتری انجام دهند قطعاً نمایشگاه خیلی پر ثمرتر خواهد شد.

## ■ کمبود و نقصان در بخش تبلیغات و اطلاع‌رسانی

کامبیز کیانی مدیر سالنامه کیانی در ابتدای سخنانش درباره نمایشگاه تبلیغات بیان می‌کند: این نمایشگاه امسال نسبت به سال‌های گذشته بازتاب کمتری داشت و با کاهش مراجعه‌کننده رو به رو شدیم و این مساله را متأثر از کمبود و نقصان در بخش تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه می‌دانم. وی با تأکید بر اینکه با هدف ارائه و معرفی محصولات به مشتریان و افزایش فروش در این نمایشگاه شرکت کرده است می‌افزاید: در این نمایشگاه شرکت کرده‌ایم تا تبلیغی برای محصولاتمان باشد و بگوییم برندگان در بازار حرفی برای گفتن دارد. کار ما تبلیغات است و به این نکته رسیده‌ام، لازمه شناساندن یک برند، تبلیغ است و هرچه تبلیغ بیشتر باشد بازخورد آن برند نیز بهتر خواهد شد. مدیر سالنامه کیانی در ادامه اشاره می‌کند: به نظر من شرکت آوین باید به مشتریان بیشتر بها دهد و بیشتر برای نمایشگاه تبلیغ کند با توجه به اینکه من در هر دو نمایشگاه غرفه داشتم عملکرد و بازخورد نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را قوی‌تر از نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی دیدم.



## ■ رسته‌های شغلی متمرکز در یک سالن

کیارش کیانی مدیر گالری کیانی با اشاره به این مساله که چندین سال با برادران کیانی و با برند کیانی کلندر در نمایشگاه حضور داشته و امسال سال اولی است که به صورت مجزا در این نمایشگاه غرفه دارد می‌گوید: به نظر من سالن شش نسبت به سالن میلاد از بازدیدکننده‌ی بیشتری برخوردار بود به همین دلیل امسال از جانمایی غرفه رضایت کامل نداشتم اگر در سالن‌های ۶ و ۷ بودیم هم ارتفاع غرفه‌مان بیشتر بود هم بازدیدکننده بیشتری را پاسخگو بودیم، زیرا از آن سالن‌ها بیشتر از سالن میلاد جواب گرفته‌ایم.



وی می‌افزاید: من از مجری برگزاری نمایشگاه و مدیریت آوین خواش می‌کنم که بیشتر به مشتریان بها دهند و کمتر برای مجوز دادن سختگیری کند و با مشتریان بیشتر راه بیایند و مراعاتشان را بکنند و برای جانمایی زیاد سخت نگیرند و همه جاها را وی‌آی‌پی حساب نکنند. علاوه بر آن تبلیغاتش را برای نمایشگاه سال آینده گسترده‌تر کند.

به گفته کیانی نمایشگاه نیاز به تفکیک بیشتری دارد، اگر هر یک از رسته‌های شغلی را در یک سالن متمرکز کنند، بازدیدکنندگانی که از سراسر ایران به نمایشگاه می‌آیند بدون



سردرگمی به هدف خود به راحتی خواهند رسید.

مدیر جوان گالری کیانی در انتها خاطر نشان می‌کند: از دیگر خواسته‌های من این است که هوای نسل جوان که به تازگی قدم به این بازار کار گذاشته‌اند را داشته باشند تا بتوانند سریع‌تر رشد و پیشرفت داشته باشند و کمک به ارتقاء این صنعت کنند.

#### ■ بازنگری اساسی در برگزاری نمایشگاه‌ها

اشکان سبزوآرزاده مدیر فروش بازرگانی شرکت بعدنگار ایرانیان با برند تجاری ایران هلوگرام درباره نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی می‌گوید: برای ما که در بخش تولید برجسب‌های امنیتی و هولوگرام فعالیت داریم نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی یک نمایشگاه جانبی برایمان محسوب می‌شود و نمایشگاه اصلی ما نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی است ولی هر دو نمایشگاه که در حدود ۹ سال تجربه حضور در آن را داریم با توجه به ابزارهای بازاریابی امروز در حال از دست دادن کارایی خود است و با افت بازدیدکننده‌ی هدف رو به رو شده است. افرادی بیشتر یا برای ارضای کنجکاوی و یا برای دید و بازدید به نمایشگاه مراجعه می‌کنند. به همین خاطر کارایی نمایشگاه‌ها هر سال ضعیف‌تر از قبل می‌شود شاید نیاز است که هم مشارکت‌کنندگان هم برگزارکنندگان در این زمینه بازنگری اساسی داشته باشند.

وی می‌افزاید: به اعتقاد بنده ابتدایی‌ترین کاری که قبل از برپایی یک نمایشگاه باید انجام شود، اطلاع‌رسانی به افراد و مخاطبان هدف آن نمایشگاه است که متأسفانه در مورد این مساله عملکرد ضعیفی داشته‌ایم. به عنوان مثال حتی زمانی که یک شهروند عادی از جلوی درب نمایشگاه عبور می‌کند اصلاً متوجه نمی‌شود که در نمایشگاه بین‌المللی چه نمایشگاهی در حال برگزاری است و می‌توان گفت در این حد اطلاع‌رسانی نمایشگاه ضعیف است.

سبزوآرزاده تأکید می‌کند: از طرفی احساس می‌کنم اطلاع‌رسانی تنها از سوی مشارکت‌کنندگان انجام می‌شود و تنها از افرادی که می‌شناسند دعوت می‌کند تا از توانمندی‌های روز ما مطلع شوند.

مدیر فروش بازرگانی شرکت بعدنگار ایرانیان برگزاری نمایشگاه‌های غیرهمگن را یکی از بزرگ‌ترین مشکلات نمایشگاه می‌داند و اشاره می‌کند: مثلاً نمایشگاه تبلیغات امسال با نمایشگاه خشکبار، تجهیزات نمایشگاهی و طلا و جواهر در یک زمان برگزار شد، یعنی ۴ صنف کاملاً متفاوت بدون هیچ ارتباطی برگزار با هم در یک تاریخ برگزار شد. و فردی که به نمایشگاه می‌آید نمی‌تواند از دیگر نمایشگاه‌ها بهره و استفاده‌ی صحیحی داشته باشد و تنها بار تراکم ترافیکی افراد را زیاد می‌کند. به نظر من نمایشگاه‌های همگن باید با هم برگزار شوند تا مشتریان نیز استفاده بهینه کنند، این خود یک راهکار برای بهبود یک نمایشگاه‌ها است. سال گذشته نمایشگاه عشایر که یک نمایشگاه عمومی بود را همزمان با نمایشگاه تبلیغات برگزار کردند و همین باعث شد بازدیدکنندگان تخصصی نتوانند به نمایشگاه برسند. به نظر من زمان‌بندی تقویم نمایشگاه نیاز به بازنگری دارد.





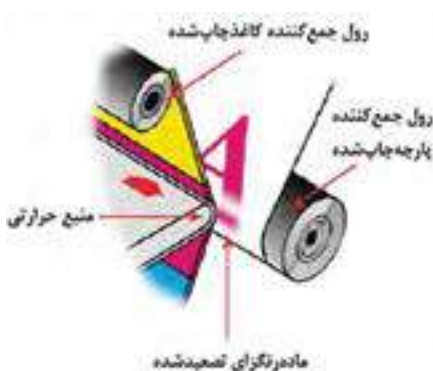


# چاپ انتقالی در صنعت نساجی

(بخش اول)

■ الهام پاکزاد، مرضیه خطیب زاده

تا پیش از سال ۱۶۹۸، برای چاپ منسوجات و سطوح حجم دار از چاپ اسکرین (سیلک) استفاده می شده است. از مشکلات این چاپ می توان به خطای ناشی از تعویض شابلون ها اشاره نمود که این خطا با افزودن تعداد شابلون ها و رنگ های به کار رفته در طرح بیشتر می گردد. به همین دلیل عموماً برای ایجاد یک طرح قابل قبول در چاپ اسکرین، از رنگ های محدودی استفاده می شود. از طرفی با توجه به فرآیند چاپ اسکرین، ایجاد رنگ های پیوسته و رسیدن به رنگ های ترکیبی بسیار دشوار و در مواردی غیرممکن است. به همین دلیل تصاویر چاپ شده حالت غیرواقعی داشته و از پیوستگی مطلوب برخوردار نیستند. برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ در راستای رفع معایب چاپ اسکرین در صنعت نساجی، ایده ترکیب روش های چاپ بر کاغذ و پارچه به شکل صنعتی ارائه و چاپ انتقالی متولد شد. چاپ انتقالی گونه ای از چاپ است که در طی آن یک طرح رنگی از یک چاپ کاغذی، به یک پارچه یا فیلم پلیمری انتقال می یابد. هدف این مقاله، مروری بر روش های چاپ انتقالی و عوامل موثر بر این چاپ است.



چاپ انتقالی گونه ای از چاپ است که در طی آن یک طرح رنگی از یک چاپ کاغذی، بر روی یک پارچه یا فیلم پلیمری انتقال می یابد. برای ایجاد چاپ به روش انتقالی لازم است ابتدا طرح چاپی با یکی از روش های متداول، بر روی کاغذ انتقالی چاپ گردد و سپس کاغذ چاپ شده در مجاورت پارچه یا فیلم پلیمری قرار گیرد و تحت فشار به آن حرارت داده شود، در این مرحله که به مرحله انتقال معروف است، فیلم پلیمری یا الیاف پارچه منبسط شده و بخارات حاصل از تصعید جوهر را جذب می نماید و در مرحله بعد پس از سردشدن، ذرات جوهر در آن به دام افتاده و تثبیت می شود.

مبتکر این روش به شیوه صنعتی، شرکت سابلیستیک اس آ است که برای اولین بار این ایده را در سال ۱۹۷۰ ارائه نمود. شرکت سابلیستیک اس آ حاصل همکاری دو شرکت رنگی سیبا- گایگی AG است، که از پیشتر یکی در زمینه نساجی و دیگری در زمینه چاپ کاغذی فعالیت داشتند. بدین ترتیب متخصصان چاپ با مواد نساجی و ثبات مورد نظر در این صنعت، و مهندسان نساجی با موانع موجود در زمینه پراکنش مواد رنگز و رنگدانه ها آشنا شدند. اعمال چاپ انتقالی بر روی منسوجات و فیلم های پلیمری آسان است و نیاز به نیروی متخصص ندارد، به همین دلیل از همان ابتدای پیدایش مور د استقبال چاپگران بوده است.

از طرفی چاپ انتقالی چاپی خشک و دوستدار محیط زیست بوده و تجهیزات آن گران نیست، اتلاف مرکب در آن نسبت به چاپ اسکرین کمتر است و پس از چاپ نیازی به شست و شو ندارد، در نتیجه از نظر اقتصادی به صرفه است. حداقل چهار روش برای انتقال تصویر به زیرآیند وجود دارد، این روش ها عبارتند از:

## انتقال ذوبی

پیشتر از این روش برای انتقال یک طرح بافتنی از کاغذ به پارچه، با استفاده از تماس یک فلز داغ به

پشت کاغذ استفاده می شده است. طی این فرآیند طرح مورد نظر به صورت مذاب در اثر تماس به پارچه انتقال می یابد.

## سیستم های رهایش فیلم

در این روش فیلم حامل تصاویر رنگی کاملاً بر روی زیرآیند پارچه ای انتقال می یابد. در رهایش فیلم، باید نیروهای چسبندگی میان فیلم و پارچه به طرز چشمگیری بیشتر از نیروی بین فیلم و کاغذ باشد.

## فرآیند نیمه تر

در فرآیند نیمه تر ماده رنگزای پایه آبی بر روی کاغذ چاپ شده و سپس به شبکه مایعی که از قبل بر روی پارچه اعمال شده است انتقال می یابد. در این روش طرح مورد نظر در بستری از مایعی گرانرو و با فشاری دقیق نگه داشته می شود.

## چاپ انتقال بخار

این روش انتقال از نظر تجاری مناسب است و کاربرد گسترده ای دارد. این روش به فراریت ماده رنگزای موجود در طرح چاپ و میزان جذب بخار جوهر توسط پارچه در حال تماس با کاغذ بستگی دارد. برای چاپ انتقال بخار، استفاده از دماهای بالا (C ۱۸۱) برای اطمینان از تولید بخار مناسب الزامی است، از این رو می توان این چاپ را چاپ انتقالی حرارتی نامید.

در طی پنج سال اول، تولید کاغذهای چاپ انتقالی در حدود سیصد تا چهارصد میلیون متر در سال افزایش یافت. این مقدار تنها ۲ درصد از کل تولیدات پارچه های تزئینی دنیا را تشکیل می داد، اما در همان زمان در اروپا درصد تولید این نوع پارچه ها اندکی بیشتر از این میزان بود. یک تقریب از پارچه های چاپ شده (با همه روش های انتقالی) نشان می دهد که تا سال ۱۹۸۰ حدوداً چهار هزار میلیون متر پارچه با این روش چاپ شده است.

نخستین دلیل موفقیت چاپ انتقالی همانطور که گفته شد سهولت در اعمال این چاپ بود. زمانی که شرکت سابلیستیک اس آ برای نخستین بار این چاپ را معرفی کرد، کاغذهای چاپ شده عرض بسیار کمی برابر با ۳۱ اینچ (معادل ۷۷/۵ سانتی متر) داشتند. با این حال این چاپ به یک پیشرفت شگرف در صنعت نساجی بدل شد، چرا که این صنعت از نظر ایجاد طرح های به روز و نوین دچار ضعف شده بود و به دنبال فرآیندی جدید در خط تولید خود می گشت. چاپ انتقالی خشک بود، تجهیزات آن گران نبود و به نیروی متخصص نیاز



# کاغذ و مقوای دلال زاده

عرضه کننده تخصصی کاغذ تحریر

قیمت روز انواع کاغذ تحریر  
(کلی و جزئی) را در کانال ما  
مشاهده کنید.

@dallalzadehpaper

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  
کلاس مطلع شوید.

آدرس: خیابان ظهیرالاسلام، خیابان امید آزادخواه، جنب صندوق جاوید، پلاک ۴۱  
تلفن: ۲۳۹۰۴۵۳۹ - ۲۳۹۴۴۳۱۳-۱۴ - ۲۳۹۴۰۲۲۵ فکس: ۲۳۹۴۴۲۶۰



## M.G.K

### 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

با بیش از ۲۰ سال سابقه



تهران، سعدی شمالی، جنب بیمارستان امیرعلم، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷  
۰۹۱۲۳۵۸۰۰۸۶ ☎ ۶۶۷۲۶۲۸۸ 📠 ۶۶۷۵۶۲۰۱ - ۶۶۷۵۶۲۰۰ ☎  
www.shigh-pack.com 🌐 ghalebsazi\_keyhan@yahoo.com ✉





نداشت، بدین ترتیب صنعت گران کش باف در مدت بسیار کوتاهی توانستند چاپگرهای خود را داشته باشند.

پس از مدت کوتاهی عرض کاغذهای چاپ خورده به ۶۳ اینچ (معادل ۱۵۷/۵ سانتیمتر) افزایش یافت و نقص اولیه برطرف گشت.

ایده اولیه چاپ انتقالی به کارهای صورت گرفته توسط شارکت بریتیش سلانز در طی سالهای ۱۹۲۹-۳۱ بر می گردد. فرآیند شرح داده شده در طرح اولیه اندکی با آنچه امروزه مورد استفاده است متفاوت است و بر مبنای کارهای کراشهوف بوده است. کراشهوف استات سلولز را به عنوان زیرآیندی معرفی کرد که می تواند پس از مدتی حرارت دیدن در حضور پودرهای رنگی و دیسپرس، با قابلیت اشباع بالا رنگ آمیزی گردد.

با این حال، فقط استرهای سلولز در آن زمان موجود بودند، که از نظر ثبات مواد رنگزا و پایداری حرارتی الیاف در طی دمای فرآیند ضعیف عمل می کردند و گسترش تجاری این روش را ناموفق می ساختند.

در دهه پنجاه با پیدایش الیاف جدید، به خصوص پلی اتیلن ترفتالات (پلی استر) در دهه پنجاه انگیزه عظیمی برای مطالعات جدید در روش های نوین رنگرزی ایجاد شد. این مطالعات شامل روش های تثبیت در دماهای بالا برای سیستم های آبی (C ۱۴۰) و خشک (C ۲۰۰) مانند فرآیند ترموزول جوهرهای دوپونت، می شد. در هر دو نوع رنگرزی، پایداری حرارتی، اندازه نسبتاً کوچک مولکولی و ثبات قابل قبول مواد رنگزای دیسپرس باعث شدند مواد پلی استری زیرآیندهای مطلوبی به حساب بیایند. به علاوه، روش های تثبیت حرارتی در پلی استر و ترکیبات پلی استر و سلولز، به میزان فراریت جامد ماده رنگزا و در درجه بعدی به میزان جذب بخار ماده رنگزا توسط پلی استر بستگی دارد. این مشاهدات محقق این را بر آن داشت تا ایده اولیه در مورد چاپ انتقالی را دوباره مورد مطالعه قرار داده و امکان اعمال آن را بر روی پلی استر و دیگر منسوجات بررسی نمایند.

برای اولین بار در ژانویه سال ۱۹۷۲ این سوال مطرح شد که آیا می توان از چاپ انتقالی بر روی پارچه های پشمی استفاده کرد که پاسخ منفی بود. علت را می توان به فرآیند چاپ انتقالی نسبت داد که در طی چاپ انتقالی، سطح پارچه تا دمای C ۲۰۰ و به مدت ۳۰ ثانیه حرارت می بیند و انتظار می رود با حذف حرارت پارچه منبسط شده دوباره به فرم اولیه بازگردد، الیاف طبیعی در چنین دمایی شروع به سوختن می کنند و پس از سرد شدن مقاومت خود را از دست می دهند. ضمن این که مواد رنگزای موجود در جوهرهای انتقالی از خانواده مواد رنگزای دیسپرس می باشند و الیاف طبیعی تمایل ذاتی بسیار کمی نسبت به بخارات این دسته از مواد رنگزا از خود نشان می دهند.

امروزه مواد رنگزای تصعیدشونده به دو شکل جوهر (برای چاپ با چاپگرهای جوهرافشان) و مرکب های بسیار گرانبه (برای چاپ با دستگاه افست) برای چاپ انتقالی، استفاده می شوند.

### کاغذهای مناسب برای چاپ انتقالی

برای انتخاب کاغذ مناسب معیارهایی وجود دارد، از جمله این که کاغذی مناسب است که در سرعت های بالای چاپ مقاوم بوده و پاره نشود و بتواند این مقاومت را در دماهای بالاتر از C ۲۰۰ برای ۳۰ ثانیه یا بیشتر حفظ کند (شرایط گفته شده

مربوط به مرحله انتقال هستند). کاغذهایی با جرم ۵۵-۲۸۰ g/m برای این کار پیشنهاد می شوند، این کاغذها را می توان از خمیر کاغذ طی یک سری فرآیندهای مکانیکی مانند آسیاب کردن و کوبیدن و یا فرآیندهای شیمیایی تهیه نمود. البته وزن کاغذ معیار مناسبی برای نشان دادن ضخامت نیست، مثلاً برای افزایش پشت پوشی خمیر کاغذ ممکن است به آن رنگدانه های غیرآلی، گرد چینی یا دی اکسید تیتان اضافه شود تا قیمت تمام شده کاهش یابد.

به علاوه، ممکن است در پایان مرحله خشک شدن خمیر، کاغذ در طی عملیات تکمیلی تحت فشار و ورقه سازی قرار گیرد. این عمل از آن جهت صورت میگیرد که چگالی کاغذ تحت فشار افزایش یافته و سطح آن صاف گردد (در این فرآیند یک روی کاغذ را به صورت خشک زیر رول های لعاب دار فشرده می کنند).

مشخصات کاغذ انتقالی به نوع فرآیند مورد نظر بستگی دارد، اما در کل صافی سطح و عاری بودن از ناخالصی و گرد و غبار و مقاوم بودن در طی فرآیند از حداقل مشخصه هایی است که از یک کاغذ انتظار می رود. تراوایی یکی از مهمترین ویژگی های کاغذهای انتقالی است، زیرا دمای مناسب برای نفوذ جوهر چاپ به درون کاغذ را این مشخصه تعیین می کند. تراوایی بیش از حد باعث نفوذ جوهر و حلال اضافی بسط شده و وضوح طرح چاپ شده را کاهش داده و انتقال مناسب به پارچه را دشوار می کند. هنگامی که جوهرهای پایه آبی بر روی کاغذ اعمال می شوند، آب به سرعت جذب کاغذ شده و در طی فرآیندهای اعمال جوهر خشک می شود، این اتفاق اعمال را سخت و هزینه های چاپ را افزایش می دهد، در حالی که جوهرهای پایه حلالی این مشکل را ندارند و استفاده از آنها باعث کاهش هزینه چاپ می شود. با این حال در روش های تر روی تر از جوهرهای پایه آبی استفاده می کنند. مثلاً در چاپ اسکرین روتاری، سرعت بالای جذب آب از خمیر چاپ توسط کاغذ یک ویژگی مثبت است که بدین ترتیب در سطح مورد نظر میتوان به درصد جامد بالایی از جوهر دست یافت. با کنترل نمودن خلال و فرج در طی ساخت کاغذ و با اضافه نمودن رزین یا واکس به آن می توان زاویه تماس آب را اصلاح نمود.

آنچه از کاغذ چاپ شده در مرحله انتقال انتظار می رود عبارت است از:

- آزادسازی مناسب بخارات ماده رنگزا از لایه جوهر

- حفظ مقاومت در طی حرارت دهی تا دمای C ۲۲۰  
- تراوایی کم نسبت به بخار جوهر

میزان آزادسازی بخار جوهر تنها به فشار بخار جوهر وابسته نیست، تمایل جذب (افینیتیه) بخار جوهر به زیرآیند سلولزی و پرکننده و دیگر افزودنی های استفاده شده در کاغذ یا جوهر چاپ نیز در آزادسازی از عوامل مهم هستند.

این طور به نظر می رسد که تنها اثری که حرارت در دمای انتقال و برای زمان های بیش از ۳۰ ثانیه می گذارد، تبخیر آب موجود در کاغذ و گرفتن رطوبت آن است، که در نتیجه آن کاغذ استحکام خود را از دست داده و ترد می شود. این اتفاق حتی در کاغذهایی با بافت های بلند و مقاوم در برابر پارگی مانند کاغذهای کرافت (ساخته شده از چوب نرم و خمیر کاغذ آلکالینی) نیز مشاهده می شود، مقاومت این نوع کاغذها پس از حرارت دیدن به شدت کاهش می یابد و این مسئله باعث شده است کاغذهای ذکر شده برای چاپ انتقالی مناسب نباشند. عامل مهم دیگر میزان تراوایی کاغذ نسبت به بخار جوهر است. تراوایی کم برای کاغذ، در چاپ انتقالی تحت فشار اتمسفریکی یا خلاء و در جایی که یک روی کاغذ در سیستم خلا قرار می گیرد، یک ویژگی مثبت به حساب می آید. هنگامی که انتقال به پارچه با استفاده از سیستم خلا به جریان هوا صورت می گیرد، لازم است کاغذ انتقال نسبت به هوا تراوا باشد تا بتواند سرعت نفوذ بخارات جوهر و هوا به پارچه را به شیوه های مناسب کنترل کند. در همه روش ها میتوان نفوذ مقداری از بخار جوهر را به کاغذ زیرآیند پیش بینی نمود. هنگامی که سطح زیرین و فوقانی یک چاپ انتقالی با هم تماس پیدا می کند (اتفاقی که به وفور در انبارداری رول ها و برگ های کاغذ رخ می دهد)، جوهر می تواند از سطح چاپ شده به پشت کاغذ انتقال پیدا کند. اگر کاغذها در حین چاپ به این شیوه آلوده شوند، طرح های کمرنگ و نامطلوبی بر روی پارچه ظاهر می گردد.

### جوهرهای چاپ انتقالی

مواد رنگزای استفاده شده در فرمولاسیون جوهرهای انتقالی باید در دمای فرآیند انتقال فرار باشند، یعنی باید کوچک مولکول بوده و هیچ گروه یونی یا آب دوستی نداشته باشد زیرا وجود این گروه ها مانع فراریت ماده



بازرگانی شالچیان

تنها وارد کننده انحصاری محصولات

Perfect

فهرهای دویل

دستگاههای صحافی

دستگاههای لمینت

۱۱-۱۰۴۱۸۵۵ (۰۲۱)

۸۸۵۱۴۳۱۲۰۹

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

تجربا تولید کننده زیر سازی خطوط جعبه و کارتن در ایران

تضمین کننده کیفیت و سرعت

همراه با قیمتی مناسب

آیا میدانید که استفاده از ماتریکس

علاوه بر بالا بردن سرعت تعداد باطله شما را

در هنگام جعبه چسبانی به حداقل ممکن می رساند

۳۳ ۹۵ ۷۲ ۳۳ - ۳۳ ۹۵ ۶۶ ۴۰

| ابعاد ماتریکس | مورد استفاده پیشنهادی                |
|---------------|--------------------------------------|
| 1 × 0.3       | مقوا کمتر از ۲۲۰ گرم                 |
| 1.2 × 0.3     | مقوا ۲۲۰ تا ۲۸۰ گرم                  |
| 1.4 × 0.4     | مقوا ۲۸۰ تا ۳۵۰ گرم                  |
| 1.5 × 0.5     | مقوا ۳۵۰ تا ۴۰۰ گرم                  |
| 1.6 × 0.5     | مقوا ۴۰۰ تا ۴۵۰ گرم                  |
| 0.7 × 2.4     | کارتن ای قوت و بی قوت به همراه لمینت |

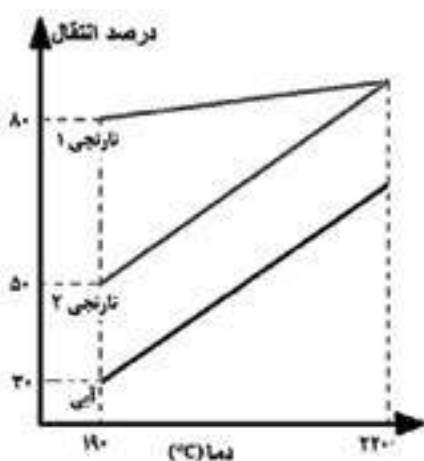






رنگزا به انرژی آنها دقت شود و اجزای ترکیبی از یک گروه انرژی انتخاب کردند، تا میزان تصعید مواد در دماهای مختلف یکسان بوده و رنگ ترکیبی مورد نظر بدون تغییر فام بتواند روشنائی‌های مختلف را ایجاد نماید. از طرفی وقتی هدف کار با مواد رنگزای گروه اول است، باید در حمل و نقل و اعمال توسط رول بسیار دقت شود زیرا با اندکی حرارت دادن، ماده رنگزا تصعید می‌شود. که یک نمودار سمت راست، چند ماده رنگزا را در دما و زمان تصعید نشان می‌دهد، برای همه مواد رنگزا، با افزایش دما مطابق شکل ۱ (نمودار سمت چپ)، مقدار انتقال نیز افزایش می‌یابد. تغییرات دو نارنجی نشان داده شده نسبت به هم در طی زمان تصعید بسیار زیاد است، در حالی که تغییرات نارنجی ۲ نسبت به آبی در همین مدت زمان ثابت است. در نتیجه با تغییرات دما در یک ماشین چاپ، اگر از نارنجی ۲ و آبی استفاده شده باشد، نسبت تغییرات ثابت می‌ماند، ولی اگر از آبی و نارنجی ۱ استفاده شده باشد، با افزایش دما رنگ نهایی به آبی میل می‌کند. با توجه به شکل ۱ نمودار سمت چپ، رنگ مخلوط نارنجی ۱ و آبی در ۲۲۰ درجه سانتی‌گراد سیاه رنگ است. در حالی که در ۱۹۰ درجه سانتی‌گراد قهوه‌ای سوخته می‌شود. ولی ترکیب آبی و نارنجی می‌تواند در هر دمایی رنگ سیاه را ایجاد نماید. از طرفی ناهمخوانی جوهرها ممکن است موجب بروز هاله در چاپ شود.

**شکل ۱ نمودار سمت راست تغییرات دما نسبت به زمان را برای ظهور ۶۱٪ از ماده رنگزا بر روی پارچه نشان می‌دهد و نمودار سمت چپ درصد انتقال را نسبت به دما نشان می‌دهد.**



لکه گذاری رول‌های کاغذ بر هم‌دیگر وجود یک رزین ضروری است. موارد گفته شده و افزودنی‌های مصرفی در این جوهرها نباید از فراریت ماده رنگزا در مرحله انتقالی بکاهند. چنین افزودنی‌هایی نباید هیچ‌گونه افینیتی‌ای به ماده رنگزا داشته باشند و از طرفی نباید مانند یک ماده ترموپلاستیک به صورت مذاب به پارچه انتقال یابند. برای جوهر های پایه آبی استفاده شده در سیستم های فلکسو یا اسکرین، محمل‌های آلی یا آبی مانند آن روزها والدین آن‌ها برای سیستم های پایه حلالی پلی وینیل استات و پلیمرهای اکلیل سلولزها و آلجینات‌ها، برای سیستم‌های پایه حلالی پلی (وینیل استات) یا پلیمرهای آکریلاتی پراکنش شده در الکل و برای افسست محمل‌های سلولزی، اکریلیکی و پروتئینی مناسب هستند. اطلاعات کمی درباره فرمولاسیون دقیقه جوهرهای چاپ در دست است.

تجربه نشان داده است، وجود برخی مواد خام در فرمولاسیون جوهر از انتقال ماده رنگزا جلوگیری می‌کنند. محمل باید تا حد امکان ساده انتخاب شود و شامل رزین، حلال یا آب باشد. خوشبختانه اغلب مواد رنگزای دیسپرس فرار در چاپ انتقالی می‌توانند قابلیت اشباع رنگی خوبی بدهند، با این حال مواد رنگزای خام قابلیت اشباع بالاتر و فام های تیره تری را می‌توانند ایجاد کنند. مواد رنگزای دیسپرس به سه دسته تقسیم می‌شوند.

- ۱- آنهایی که با انرژی کم در حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد و رمق کشی دارند.
- ۲- آنهایی که با انرژی متوسط در حدود ۶۵ تا ۸۰ درصد رمق کشی دارند.
- ۳- آنهایی که با انرژی زیاد، کمتر از ۶۵ درصد و رمق کشی دارند.

در این جا این نکته مهم است که در ترکیب مواد

رنگزا می‌گردند. از طرفی از آنجایی که زیر آیندی که انتقال به آن انجام می‌شود مصنوعی و آب‌گریز است، باید از جوهرهای نامحلول یا کم محلول برای این چاپ استفاده شود که در نتیجه مواد رنگزا نمی‌توانند از گروه مواد رنگزای اسیدی یا مستقیم باشند. اغلب مواد رنگزای به کار گرفته شده برای این منظور از گروه مواد رنگزای پراکنش می‌باشند در نتیجه رسیدن به یک پراکنش پایدار در ساخت این دسته از جوهرها از اهمیت بالایی برخوردار است و یکی از مهمترین افزودنی‌ها در ساختار جوهرها و مرکب های چاپ انتقالی عامل دیسپرس کننده می‌باشد، که این مواد نسبت به PH محیط بسیار حساس است. این مواد می‌توانند در محمل‌های حلالی، روغنی و یا آبی عرضه شوند. آنچه این مواد رنگزا را محدود می‌کنند، خاصیت تصعید و در درجه بعدی قابلیت پخش شدن در زیرآینده است. پخش شدن در زیرآیند در دماهای بالای انتقال شیشه‌ای را می‌دهد (برای پلی استر این دما ۱۷۰ درجه سانتی‌گراد است)، همچنین این دما باید با دقت انتخاب شود و کمتر از دمای ذوب زیرآیند باشد تا زیرآیند ذوب نشده و تغییر رنگ ندهد. دمای ماشین‌های انتقال (برای پلی استر) بین ۲۰۰ درجه سانتی‌گراد تا ۲۱۰ است، با این حال لازم است ماده رنگزا در دمای کمتر از ۲۰۰ درجه سانتی‌گراد تصعید شود. همچنین این دما نباید خیلی کم باشد زیرا ممکن است دما رنگزا در مراحل اتو یا پلیسه کردن از زیر آیند خارج شود. برای ایجاد پیوند میان مواد رنگزا و کاغذ انتقالی و همچنین جلوگیری از





# رستم مقوار کاغذ

واردات و فروش انواع کاغذ

تحریر، گلاسه، پشت طوسی (رول شیت)، ایندلبورد

اخذ پروفرما، سایزهای اختصاصی - تحویل باراز بندر و بنگاه تهران



۰۲۱ ۷۷۶۸۸۰۵۰

۰۲۱ ۷۷۶۸۷۰۹۰



۰۲۱ ۷۷۶۸۹۱۵۷





## تقویم نمایشگاه‌های جهان

# exhibition CALENDAR

محصولات از تولیدکنندگان برندهای مهم، تازه واردان در حوزه بین‌المللی و بسیاری دیگر، نمایشگاه نوشت‌افزار و کاردستی فرانکفورت، مهمترین اجتماع صنعت، و منبع ایده‌ها و جایگاه سفارش خرید برای بخش عمده فروشی و خرده فروشی و همچنین برای خریداران شرکت‌های بزرگ است. با حضور در نمایشگاه نوشت‌افزار و کاغذ فرانکفورت، دقیقاً در قلب تجارت قرار می‌گیرید. این نمایشگاه قابلیت ملاقات با خریداران مهمی از بخش عمده فروشی و خرده فروشی فراهم می‌آورد تا ارتباطات تجاری مهمی برقرار گردد.

با توجه به گزارش دوره‌ی قبل نمایشگاه لوازم التحریر آلمان، ۱۶۴۱ غرفه دار از ۶۱ کشور در نمایشگاه نوشت‌افزار، کاغذ و مقوا محصولاتشان را به نمایش گذاشتند که ۲۸۹ شرکت از آلمان و ۱۳۵۲ شرکت از کشورهای خارجی بودند. همچنین ۴۲۱۵۲ بازدیدکننده از ۱۴۸ کشور به نمایشگاه بین‌المللی آمدند.



### نمایشگاه چاپ دیجیتال پارچه پاریس (Avanprint)

۲۳ تا ۲۶ بهمن ۱۳۹۶

پاریس، فرانسه

[avanprint.fr.messefrankfurt.com/paris/en/visitors/welcome.html](http://avanprint.fr.messefrankfurt.com/paris/en/visitors/welcome.html)

این نمایشگاه تجاری پیشرو برای تکنولوژی چاپ دیجیتال بر روی پارچه است. نمایشگاه چاپ دیجیتال پارچه پاریس، ویرینی برای ارائه طراحی و ظرفیت تولید آخرین ماشین‌های چاپ دیجیتال بر روی پارچه، جوهرهای خاص، نرم‌افزار، محصولات و خدمات مرتبط خواهد بود. نمایشگاه چاپ دیجیتال پارچه پاریس یک پلت فرم سالانه بالقوه برای بسیاری از کسب و کارهای نوآورانه در صنعت چاپ دو بعدی و سه بعدی را در حضور ۶۸ هزار بازدیدکننده در پاریس، پایتخت مد، فراهم می‌کند.

بسیاری از طرح‌های بالقوه بر روی صحنه در نمایش‌های مدارانه خواهد شد. راه حل‌های فنی در غرفه‌هایی که مناطق مشخص شده‌ای را کامل می‌کنند، ارائه خواهند شد. در نتیجه، نمایشگاه چاپ دیجیتال پارچه پاریس پلت فرم نمایشگاهی جدیدی را برای پیشگامان تکنولوژی برای برقراری ارتباط مستقیم با جامعه خردفروشان که مزایایی را برای آنها به همراه دارد، فراهم می‌کند.



### نمایشگاه هدایای تبلیغاتی (Promogift)

۳ تا ۵ بهمن ۱۳۹۶

مادرید، اسپانیا

[www.ifema.es/promogift\\_06](http://www.ifema.es/promogift_06)

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 پر بیننده‌تر شود و میزان فروش بالا برود و همزمان میزان آگاهی بازدیدکننده را در مورد کالاها و برندها افزایش دهد.

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 خرید از شرکت‌هایی را ترجیح می‌دهند که چنین هدایایی را، هرچند کوچک و ساده عرضه می‌کنند.



### نمایشگاه نوشت‌افزار فرانکفورت (Paperworld)

۷ تا ۱۰ بهمن ۱۳۹۶

فرانکفورت، آلمان

نمایشگاه نوشت‌افزار فرانکفورت نمایشگاه تجاری برتر در بخش کاغذ، لوازم اداری و لوازم تحریر در جهان است. در این نمایشگاه، آخرین روندهای صنعت و ایده‌های تولید محصولات را ارائه می‌شود. با تنوع منحصر به فرد





**IRAN-OFFICE**  
**ایران - آفیس**

پخش انواع:  
پانچ  
کاغذ  
طلق صمغی  
فیلم لمینت  
فنر گرد فلزی  
فنر پلاستیکی  
فنر دابل فلزی  
سوزن صمغی  
فنرزن صمغی  
دستگاه لمینت و .....



به کانال ما در تلگرام پیوندید  
[telegram.me/iran\\_office](https://t.me/iran_office)

تلفن : ۵۵۸۹۸۳۳۵

نمبر : ۵۵۱۵۰۷۷۲

[www.iran-office.com](http://www.iran-office.com)

E-mail: [Shop@iran-office.com](mailto:Shop@iran-office.com)

تامین قطعات  
قیمتهای رقابتی  
خدمات پس از فروش

**COBRA**

مواد مصرفی  
انواع فنر صمغی  
ماشین آلات صمغی

**FOX**

**kinyo**  
JAPAN



**شرکت سیما آذر سهند**

عضویت رسمی شرکت 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 قطرهای مختلف به همراه زه آلومینیومی
- کلیه لاستیکهای سایز بزرگ موجود می باشد
- لاستیک سیلندر پشت مسداز
- 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، گرمی خان، خیابان آبان جنوبی (عضدی)، کوچه آرنگ، پلاک ۷  
تلفن: ۸۸۸۰۶۰۷۱ - ۸۸۹۶۶۸۶۱ - ۸۸۹۰۶۸۵۱ تلفکس: ۸۸۸۹۶۶۹۵ موبایل: ۹۱۶۱۶۴۱۴۶۱ ارشد نیک زاد  
[nikzad.simin@gmail.com](mailto:nikzad.simin@gmail.com)





## نمایشگاه نوشت افزار دبی (Paperworld Middle East) ۸ تا ۱۰ اسفند ۱۳۹۶ دبی، امارات متحده عربی

این نمایشگاه بزرگترین رویداد بین‌المللی صنعت نوشت‌افزار، کاغذ و لوازم اداری در خاورمیانه به شمار می‌آید. نمایشگاه نوشت افزار دبی، مکان بسیار مهم تجاری است که دید کلی ایده‌آلی از موضوعات و روندهای فعلی بازار کاغذ و محصولات اداری را در اختیار اهالی این صنعت قرار می‌دهد. نمایشگاه نوشت افزار دبی فرصت‌هایی را برای رونق بخشیدن به تجارت فراهم می‌آورد. در دوره قبلی نمایشگاه نوشت‌افزار دبی، ۳۰۰ غرفه‌دار و بیش از ۶ هزار بازدیدکننده تجاری از ۱۱۵ کشور جهان در منطقه منا (خاورمیانه و شمال آفریقا) گرد هم آمدند تا نظاره‌گر منابع محصولات و خدماتی باشند که توسط شرکت‌های بین‌المللی و محلی ارائه می‌شد. تعداد خریداران و تصمیم‌گیرندگان عمده‌ای که در این نمایشگاه شرکت می‌کنند، سال به سال در حال افزایش است و این مسئله، نمایشگاه نوشت‌افزار دبی را به منبع مهم ارتباطات تجاری جدید تبدیل می‌کند.

در نمایشگاه نوشت‌افزار دبی ۲۰۱۸ محصولات اداری از قبیل، تجهیزات اداری، لوازم کمکی جهت ارائه و کنفرانس (از جمله برنامه ریزها، زمان سنج‌ها، تمپر، چسباننده، مهر زنی، مبلمان اداری، لوازم نقاشی و نوشت‌افزار، کاغذ جوهرافشان، کاغذ لیزری، کاغذ کپی، کاغذ نوشتاری، پاکت، نوار، مواد روکش/مواد شیرازه بندی کتاب و هدایا مانند آلبوم، دفترچه خاطرات، دفترچه/کاغذ یادداشت، خوشنویسی، حیوانات عروسکی، کالاهای مد روز، کالاهای دارای گواهینامه، بازی، کتاب، کالاهای تفننی/تجملی و لوازم بسته بندی: کاغذ کادو و کارت، روبان/نوار ارائه می‌شود.



## نمایشگاه چاپ و تبلیغات دیجیتال چین (D.PES) ۱۲ تا ۱۵ اسفند ۱۳۹۶

گوانگجو، چین  
[www.chinasignexpo.com/en](http://www.chinasignexpo.com/en)

نمایشگاه چاپ و تبلیغات دیجیتال چین (D.PES) موثرترین و جامع‌ترین رویداد برای ارائه ابعاد کلی ارتباطات، مشاوره، محصولات تجاری تولیدکنندگان، طراحی محصول، لوازم جانبی و کانال‌های توزیع در کل زنجیره این صنعت است. نمایشگاه چاپ دیجیتال و ال ای دی چین به ارائه چاپ حرفه‌ای، جوهر، حکاکی، لیزر، تجهیزات مرتبط، تابلوهای تبلیغاتی، و محصولات نهایی می‌پردازد. بسیاری از شرکت‌های درجه یک و درجه دو از سراسر جهان به این نمایشگاه جذب می‌شوند. رکورد بالای تعداد غرفه‌داران و بازدیدکنندگان این رویداد نشان دهنده موقعیت مهم نمایشگاه چاپ و



## نمایشگاه کتاب پاریس (livreparis) ۲۵ تا ۲۸ اسفند ۱۳۹۶

پاریس، فرانسه  
[www.livreparis.com](http://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 دویست هزار بازدیدکننده تمام ژانرها را در طی ۳۲ سال گذشته پوشش داده است. دسته بندی‌های این نمایشگاه شامل کتاب، کتابخانه، ادبیات، شعر، رمان، هنر، کتاب‌های کم‌دی، آموزشی، و انتشارات است. آن چه در این نمایشگاه جدید است، دسته‌بندی‌های محتوایی انتشاراتی‌های مختلف است. کتاب‌ها و آثار هر انتشارات به دسته بندی‌هایی مانند تورسیم 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 حیطه‌ی 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 مسابقه‌ی سالانه‌اش اعلام کرده که با حضور بهترین انتشاراتی‌ها می‌تواند به آثار نویسندگان جدیدی که در این مسابقه شرکت می‌کنند نیز دسترسی داشته باشد.

نمایشگاه کتاب پاریس یکی از مهم‌ترین نمایشگاه‌های کتاب جهان است. امسال، این نمایشگاه بیش از دویست هزار بازدیدکننده را از میان عموم مردم به خود جلب خواهد کرد.

تبلیغات گوانجو است. این نمایشگاه نه تنها یک فرصت خوب برای ارائه ایده‌های جدید و نمایش فن‌آوری‌ها و تجهیزات جدید، بلکه ابزاری برای انعکاس روند این صنعت به شمار می‌آید.



## هفته بازاریابی لندن (MWL) ۱۶ تا ۱۷ اسفند ۱۳۹۶

لندن، انگلستان  
[www.marketingweeklive.co.uk](http://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 رقیبان، ارائه می‌دهد. شرکت در نمایشگاه مارکتینگ لندن یک امر ضروری برای هر بازاریاب است. این رویداد در دو روز برگزار می‌شود و هر ساله بهتر و قویتر عمل می‌کند.





سلفون کشی اتوماتیک دو کاره چسبی و حرارتی هوفرز



چاپ کارتن



چاپ کارتن IN LINE



لاینت اتوماتیک / سرعت 10000 برگ



لاینت اتوماتیک / سرعت 8000 برگ



سلفون کشی اتوماتیک حرارتی



انواع جعبه چسبیان تک باتم، چهار نقطه و شش نقطه



کارتن چسبیان اتوماتیک



دایکات اتوماتیک



دایکات اتوماتیک فلکسوپ



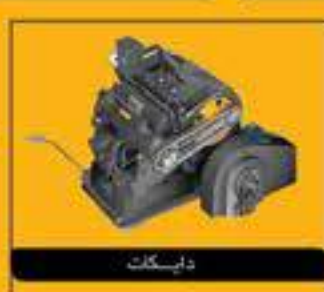
دایکات فلکسوپ



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

یک سال گارانتی واقعی

SHENG TIAN®  
盛田

نمایندگی انحصاری کارخانه شنگتیان در ایران





## انسان‌های موفق قبل از صبحانه چه می‌کنند

### ■ سحرخیزی

انسانهای موفق زود از خواب بلند می‌شوند! این جمله ساده اما مهم است. به هر حال اگر می‌خواهیم قبل از صبحانه کار خاصی انجام دهیم یا از افراد موفق در کارهای قبل از صبحانه الگوبرداری کنیم، باید قبل از صبحانه فرصتی داشته باشیم! ضمن اینکه در تمام روز (به عبارتی ساعات بعد از صبحانه...) زنگ موبایل و صدای پیام و پیامک‌ها، فرصت تمرکز و فکر کردن و «لحظات کیفی» را از ما می‌گیرند. بنابراین زود بیدار شدن می‌تواند «فرصت‌های کیفی» را برای ما ایجاد کند. در حالت عادی، چند دقیقه قبل از خوابیدن و چند دقیقه قبل از بلند شدن از بستر، تنها لحظات کیفی زندگی روزمره ماست. بنابراین اشتباه نکنید. اگر یک ساعت زودتر از خواب بیدار شویم و از این یک ساعت قبل از صبحانه درست استفاده کنیم، ساعات کاری روزانه خود را ۱۰٪ افزایش نداده‌ایم. زمان کیفی روزانه خود را شاید ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ درصد افزایش داده‌ایم! لورا وندرکام در کتاب خود توضیح می‌دهد ۹۰ درصد مدیرانی که مورد مطالعه قرار داده است قبل از ساعت ۶ صبح از خواب بیدار می‌شوند. باب ایگر مدیرعامل دیزنی مطالعه روزانه خود را ساعت ۴:۳۰ صبح شروع می‌کند.

### ■ تمرین حرکتی

نخستین برنامه بعد از بیداری، تمرین‌های فیزیکی است. این تمرین‌ها ممکن است نرمش، پیاده‌روی یا هر چیز دیگری باشند که جدای از کمک به سلامتی، سطح هوشیاری را بالا می‌برند. با توجه به مشغله جدی انسانهای بزرگ و موفق، می‌توان حدس زد که نرمش صبحگاهی به معنای پر کردن اوقات فراغت نیست. بلکه ابزاری برای افزایش کارایی روزانه است.

### ■ فکر کردن به مهمترین‌ها

برنامه‌ریزی و فکر کردن به مهم‌ترین کارهای روز و هفته و زندگی، کاری است که فقط صبح هنگام، و قبل از شروع برنامه روتین روزمره امکان پذیر است. زمانی که هنوز همکار و همسر و والدین و فرزند و مدیر و کارمند، فرصت تمرکز و برنامه ریزی را از ما نگرفته‌اند. نویسندگانی که عادت نکرده‌اند شب هنگام بنویسند (چون عادت بسیاری از نویسندگان نوشتن‌های شبانه است) عموماً صبح زود را برای نوشتن انتخاب می‌کنند.

### ■ صبحانه با شریک عاطفی

اختصاص زمان کیفی به اعضای خانواده و شریک عاطفی در برنامه صبحگاهی بسیاری از افراد موفق جا دارد. ما معمولاً شب‌هنگام و زمان پس از پایان کار و زندگی روزانه را، برای اعضای خانواده و شریک عاطفی خود صرف می‌کنیم. دو مشکل در این الگوی رفتاری وجود دارد. اول اینکه در آن زمان خسته‌ایم و گاهی تمرکز و حوصله ما کم است. دوم اینکه این «حال خوب»، تنها برای ما باعث «خواب خوب» می‌شود. شاید صبح زمان کمتری در اختیار داشته باشیم، اما ذهن شاد و پرانرژی داریم و هنوز فرسوده نشده‌ایم. صرف صبحانه با خانواده، ارسال پیامک برای یک دوست و هر کار دیگری از این جنس، می‌تواند جدای از احساس خوبی که در آن لحظه ایجاد می‌کند، انرژی خوبی برای زندگی و کار روزانه نیز همراه ما روانه کند.

### ■ صبحانه کاری بجای شام کاری

از فرصت چای و قهوه صبحگاهی، برای ایجاد و توسعه شبکه کاری و دوستی استفاده می‌کنند. مدت‌هاست که شام‌های کاری، در رقابت با اثربخشی شدید صبحانه‌های دوستانه رنگ باخته‌اند. خستگی، فرسودگی، ترشحات هورمونی شبانه، همه و همه، فضا را برای شکل‌گیری یک شبکه ارتباطی دوستانه یا شکل‌گیری یک رابطه کاری مولد تنگ می‌کنند. به همین دلیل، بررسی‌ها نشان می‌دهد که انسانهای موفق ترجیح می‌دهند زمان صبحانه یا چای و قهوه صبحگاهی خود را به این کار اختصاص دهند. ذهن ماصبح هنگام، هنوز آزاد و رها است. اما شب هنگام، خسته و فرسوده و آلوده به تنش‌های روزانه، بر سر میز چای و قهوه و شام می‌نشیند.

### ■ تداعی‌های لذت‌بخش

مرور رویدادها و اشیاء و فرصت‌های خوب و تداعی‌های لذت‌بخش. برای برخی از ما، ممکن است گلدانی که گوشه اتاق قرار گرفته یادآور لحظات و خاطراتی شیرین باشد. برای دیگری، کارت پستال تبریک تولد یک دوست خوب. برای دیگری، مرور مکالمه پیامکی دوستانه یا عاشقانه‌ای که شب قبل با دوست خود داشته‌ایم. برای یکی خاطرات مسافرت عید سال قبل. انسانهای موفق، همیشه عمداً یا ناخودآگاه بخشی از وقت صبحگاهی خود را به مرور این تداعی‌های شیرین می‌گذرانند. این حس خوب، می‌تواند به سادگی، روزی کاملاً متفاوت را برای ما بسازد. اگر یادگارهایی از این نوع خاطرات دارید، آنها را در اطراف بستر یا میز کار یا میز صبحانه خود نگه دارید.

### ■ بررسی ایمیل‌ها و پیامک‌ها

خدایان مدیریت زمان (آنها که همه جا از این مهارت سخن می‌گویند) یکی از ترفندهای طلایی خود را مدیریت ایمیل‌ها و خواندن آنها و منتقل کردن این زمان به زمان‌های خستگی و فرسودگی و بی‌حوصلگی می‌دانند. چون معتقد هستند که پاسخگویی به ایمیل‌ها و خواندن ایمیل‌ها، کاری بسیار زمان بر و کم اثر است. اما اکثر انسان‌های موفق، در زمان صبحگاهی خود، وقتی را به مطالعه و پاسخگویی ایمیل‌ها اختصاص می‌دهند. ممکن است بگویید آنها ایمیل‌های مهم دارند و من همه ایمیل‌هایم، ایمیل‌های فوروارده شده تفریحی است! اتفاقاً همین عادت صبحگاهی می‌تواند نجات بخش شما باشد. ما شب‌هنگام یا لا به لای کار روزمره، گاهی ساعتها درگیر ایمیل‌ها و پیامها و ... می‌شویم. فکر می‌کنیم در حال استراحت هستیم. اما همین ایمیل‌ها هم از ما انرژی زیادی می‌گیرند. ممکن است اگر برنامه بررسی ایمیل‌ها را به صبح منتقل کنیم، متوجه شویم که بسیاری از ایمیل‌هایی که در میل باکس ما وجود دارند و هر روز وقت و انرژی ما را برای اخبار زرد بی‌خاصیت می‌گیرند، اساساً بهتر است در فهرست اسپم‌ها باشند!

### ■ مطالعه اخبار روزانه

مطالعه اخبار روزانه در قالب روزنامه‌های کاغذی یا وب سایت‌های خبری شاید بیشتر از ۱۵ دقیقه وقت نخواهد. اما با این کار، روز من با آگاهی کامل از شرایط ایران و جهان آغاز می‌شود. معمولاً انسانهای موفق، رسانه‌هایی از دو انتهای طیف‌های سیاسی و اقتصادی را بررسی می‌کنند تا همیشه برآوردی نزدیک‌تر به واقعیت جاری داشته باشند.

از گرما می‌نالیم. از سرما فرار می‌کنیم. در جمع، از شلوغی کلافه می‌شویم و در خلوت، از تنهایی بغض می‌کنیم. تمام هفته منتظر رسیدن روز تعطیل هستیم و آخر هفته هم بی‌حوصلگی تقصیر غروب جمعه است و بس! همیشه در انتظار به پایان رسیدن روزهایی هستیم که بهترین روزهای زندگیمان را تشکیل می‌دهند. مدرسه... دانشگاه... کار...، حتی درسفر همواره به مقصد می‌اندیشیم بدون لذت از مسیر. اما افراد موفق چگونه عمل می‌کنند؟ جالب است که بدانید این عنوان، یکی از مطالبی است که مورد توجه بسیاری از انسان‌ها است. سایت Inc. com، نشریه فوربس، لورا وندرکام در کتابی به همین نام، Business Insider و بسیاری از نشریات دیگر به این موضوع پرداخته‌اند. طبیعی است که بخشی از برنامه صبحگاهی افراد موفق، تابع سلیقه است. اما در اینجا تلاش کرده‌ایم فصل مشترک این برنامه‌ها را مرور کنیم.





- 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
- اسکوییجی 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







# کارهایی که افراد موفق هرگز انجام نمی‌دهند

■ رضا مقدری

ترویس بردبری (Travis Bradberry)، از مدیران TalentSmart و نویسنده ی کتاب احساسات هوشمند نسخه ی دوم، در پستی در شبکه ی اجتماعی لینکداین آورده است: در بدل شدن شما به یک فرد موفق عوامل بسیاری دخیل هستند و برای مثال می توان به نوع نگرش تان در مورد مسائل مختلف، طرز برخورد شما با سایر افراد، توانایی تان در رهبری و گوش دادن به دیگران، میزان مسوولیت پذیریتان و هزاران عامل دیگر اشاره کرد. وی در ادامه می افزاید نباید فراموش کرد در کنار همه ی این عوامل یک مورد وجود دارد که معمولاً افراد کمتر به آن توجه می نمایند و آن چیزی نیست جز کنترل احساسات و حفظ سکوت در شرایطی که آنها را تحت فشار قرار داده است. ترویس به داده های آماری شرکتش که بر مبنای آزمایش بر روی میلیون ها نفر به دست آمده اند استناد نموده و می گوید کسانی که احساسات خود را به صورت هوشمند در طول وضعیت های بحرانی مدیریت می نمایند معمولاً موفق ترند. وی فهرستی از اخلاقیات و رفتارهایی را ارائه نموده است که معمولاً افراد موفق آنها را به شکلی کامل دارا هستند و در ادامه ی مطلب قصد داریم نگاهی داشته باشیم به موارد برگزیده ی این فهرست.

## ■ افراد موفق در گذشته زندگی نمی کنند

افراد موفق و کسانی که توانایی مدیریت احساسات خود را دارا هستند به خوبی می دانند، یکی از راه های اصلی رسیدن به موفقیت مواجه شدن با شکست است. این مواجهه در صورتیکه فرد سعی نماید دائماً در حال یادآوری گذشته و عوامل شکستش باشد، تقریباً غیر ممکن است.

ترویس بردبری می نویسد هر آنچه که ارزش تلاش برای به دست آوردن را داشته باشد نیازمند پذیرفتن ریسک هایی است و نباید اجازه دهید شکست های پیشین تان، بر شما غلبه کرده و اعتماد و عقیده ی تان در کسب موفقیت های آتی را خدشه دار نمایند. زندگی در گذشته سبب ماندگاری در یک نقطه و عدم امکان در حرکت رو به جلو می شود.

## ■ تمرکز بر راه حل ها

بردبری می گوید وضعیت احساسی شما بر مبنای اینکه بر روی چه چیزی تمرکز و توجه دارید تعریف می گردد. وقتی شما بر مشکلات پیش روی خود متمرکز می شوید خیلی سریع دچار احساسات منفی و استرس خواهید گشت، که هر دوی آنها از جمله عوامل کاهش کارایی محسوب می شوند.

در مقابل وقتی بر روی اعمالی که سبب بهبود شخصیت و عملکردتان می شوند تمرکز می نمایید در شما احساسات مثبت رخ داده و اعتماد به نفس بیشتری کسب می کنید که چنین وضعیتی در مجموع سبب بالا رفتن راندمان کاری شما خواهد گردید.

افراد موفق بر روی راه حل ها تمرکز کرده و به ندرت مدت زمان زیادی را صرف فکر کردن به صورت مسئله می نمایند. این افراد از برخی احساسات مانند عصبانیت نیز پرهیز می نمایند زیرا چنین حسی سبب قرار گرفتن ذهن در وضعیت تدافعی می گردد. وقتی یک عامل خاص شما را به صورت قریب الوقوع تهدید می نماید، داشتن روحیه ی تدافعی یک الزام محسوب می شود. ولی تهدیدی که از آن زمان بسیاری می گذرد و مدت طولانی است که با شما همراه شده را نمی توان با چنین روحیه ای مدیریت کرد، زیرا این روحیه سبب ایجاد استرس دائمی خواهد شد و حتی در بلند مدت می تواند بر سلامت تان اثر بگذارد.

استرس و روحیات منفی یکی از عوامل اصلی عدم موفقیت هستند و لذا یک فرد موفق همواره سعی می کند از عصبانیت، حسادت و مواردی از این دست پرهیز نماید.

## ■ پرهیز از کمال گرایی

افرادی که توانسته اند به موفقیت های بزرگ دست یابند همواره از این تفکر که کار را باید به بهترین و کامل ترین شکل ممکن ارائه دهند پرهیز می نمایند، زیرا کاملاً آگاه هستند که چنین امری شدنی نیست.

همه ی ما بر مبنای ذات انسانی مان جایز الخطا هستیم، اگر شما به فردی کمال گرا بدل شوید و بخواهید همیشه امور را به بهترین شکل ممکن و بدون هیچ نقصی به سرانجام برسانید در اصل بدل به فردی خواهید شد که بیشتر وقت خود را در عذاب خواهند گذراند و همواره نگران شکست خوردن خواهند بود.

افراد موفق به جای تمرکز بر چنین مسائلی سعی می کنند مثبت اندیش بوده و همواره از آنچه که انجام می دهند لذت ببرند.

## ■ خود داری از معاشرت با منفی نگرها

همواره باید متوجه مرز بین همدردی کردن و بلعیده شدن توسط روحیات منفی سایرین بود. کسانی که روحیات منفی دارند و دائماً در حال اعتراض و گله گذاری نسبت به شرایط خود هستند از دیدگاه افراد موفق همچون سم محسوب می شوند. چنین شخصیت هایی تلاش می کنند سایرین را نیز با خود همراه کرده و بخشی از کمپین اعتراضی خویش نمایند تا احساس بهتری به دست بیاورند.

بر مبنای ذات انسانی ملزم هستیم به شکایات دیگران در مورد زندگی و شرایطشان گوش دهیم و با آنها احساس همدردی نماییم ولی همواره باید متوجه مرز بین همدردی کردن و بلعیده شدن توسط روحیات منفی سایرین بود.

ترویس می گوید: در معاشرت با چنین افرادی بهتر است حواس خودمان را بر روی مسائل مهم تری متمرکز کنیم و فاصله مان با مسائل آنها را حفظ نماییم. برای مثال یک فرد سیگاری را در نظر بگیرید، شاید شما قدری با او معاشرت نمایید ولی وقتی وی دائماً اصرار به کشیدن سیگار داشته باشد مسلماً معاشرت طولانی مدت با چنین فردی به صلاح شما نخواهد بود مگر اینکه بخواهید به یک سیگاری دست دوم بدل گردید.

## ■ بله، اما نه همیشه

تحقیقات نشان می دهند هر چه نه گفتن به دیگران برای شما سخت تر باشد احتمالاً با چالش های بیشتری که می توانند سبب ایجاد استرس و افسردگی در شما شوند، مواجه خواهید شد. البته نباید فراموش کرد نه گفتن برای اکثر افراد دشوار است ولی این کلمه دارای قدرت بسیاری بوده و نباید از به کار گرفتن آن در جای مناسب هراس داشت.

وقتی شرایطی به میان می آید که نه گفتن به آن یک الزام باشد افراد موفق از پاسخ دادن به آن فرار نمی کنند بلکه جواب منفیشان را با صراحت زیاد و با دلایل موجه بیان می نمایند.





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



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

تلفن : ۳۳۱۱۲۴۱۱  
۳۳۹۰۶۵۴۲  
۳۳۹۷۲۲۳۰  
۳۳۹۷۲۲۳۱

کد پستی : ۱۱۱۷۶۱۴۵۱۱

نشانی : تهران - خیابان مصطفی خمینی - متقاطع پل پلین - پلاک ۵۶۲

## اندر حکایت عروسی و جشنواره داستان کوتاه بانه

■ رضا فروغی

### داستان



راویان اخبار و ناقلان آثار و طوطیان شکر شکن شیرین گفتار و خوشه چینان خرمن سخن دانی و صرافان سر بازارمعانی بدین گونه گفته اند: روزی روزگاری در بلادی دور که هر کس به کار کس دیگری مشغول بود، فیله بقالی میکرد، خره نجاری میکرد، بزه داشت گوشت میفروخت و گربه طراحی میکرد و سگه هم موش شده بود، پسر اقا شیره خواست زن بگیره، آقا شیره که از بال و کوپال افتاده بود و بجز کمکی مو رو دمش و اسم پرطمطراقش چیز دیگه ای واسش نموده بود از باب پدری وارد شد و پسر رو نصیحتی کرد که: «جان پدر، مگر خر شده ای، عزب و عزت باهم از قدیم برادرند، برو از جونیت حالش رو ببر»

فرزند حرف پدر را طبق رسم سنت گرایان آویزه گوش کرده و از او خواسته تا چند مدتی دست فروشت ولی با گذشت زمان کم کم احساس کرد که دیگر حس و حالش دارد کم می شود و گر کمی بیشتر این حرف از حالت آویزه درنیامورد باید در معیت خواجهگان خود را به دربار جنگل معرفی کند. دوباره پیش پدر رفت و خواسته بر وی تکرار کرد، شیر پیر در مدتی که فرزند رفته بود تا حالش را ببرد، بیکار ننشست و هرازگاهی خرگوشی فلج، الاغی بازنشسته، روباهی شل و یا گاوی راه گم کرده را با آخرین دندان ها گرفت و در زیر چاله ای مدفون کرد از برای سَور عروسی، در پاسخ فرزند زین گونه از در درآمد: «فرزند تو چرا این خواسته زودتر بر ما آشکار و تکرار نکردی، اکنون نوه هایمان وقت ددرشان می رسیده؟ همین هفته تمام جنگل را سوری دهیم در خور شاهان و تو را به این وصل متصل. سور تاریخ گذشته شیر پیر همان و مسمومیت مدعوین همان و پشیمان شدن خانواده عروس همان و عقیم ماندن فرزند پسر و پیوستن به جرگه ی گروه سنبیل خان و ملیجک ترانس همانی دیگر.

چهارسال از تاریخ اعلام برگزاری جشنواره داستان کوتاه بانه و ارسال آثار به جشنواره ای سیری شده و اکنون برگزار کنندگان اعلام کرده اند که رسم شیر پیر هنوز زنده است و این جشنواره را با همین مطالب برگزار می کنند! کسی نیست به آن ها بگوید: آخه برادران گرامی تر از جان، آخه بزرگان دوران و عالمان دهر و فیلسوفان زمانه قهر، سه ماه هم روی چهارسال، یکجا بر می خورد، حداقل اعلام جدیدی مرحمت فرمایید برای آثار و گفتار بروز و خود و جامعه ادبی منطقه را از عواقب این سور ایکس فایر محفوظ و مصون گردانید، بخدا خرج دوا و دکتر این روزها سر به فلک می زند، خدا را خوش نیامد کسانی که فقط بخاطر گل روی شما و ادبیات به جشنواره می آیند با دستی خالی و شکمی پر از حرف برگردند و داماد نتایج این جشنواره بروند در پی راه خواجهگان!





## 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.

**مشخصات فنی جعبه‌های چوبی از جنس چندلایه**  
در این استاندارد به شرایط و الزامات اجزای جعبه‌های چندلایه به شرح ذیل پرداخته شده است:  
این صفحه رویی عبارتست از: تخته روکش دار در بالا، پایین، اطراف و ته یک جعبه. صفحه رویی می‌تواند یک قطعه الوار شده، روکش، تخته سه‌لایی و یا صفحه‌ای با یک روکش کاغذی باشد. نمونه‌هایی که در این استاندارد آورده شده است به صورت طبقه بندی شده با جداولی برای خواننده معرفی گردیده است.

**ضخامت صفحه رویی**  
ضخامت هیچ یک از صفحه‌های رویی با الوار اژه شده نباید از یک سی و دوم اینچ کمتر از مقادیر ذکر شده در جداول آورده شده باشد. برای صفحاتی با ضخامت یک چهارم اینچ و بیشتر، ضخامت صفحات بیشتر از اینچ از ضخامت‌های ذکر شده در جداول کمتر نباشد. هیچ صفحه‌ای از تخته سه‌لایی، تخته‌هایی با روکش کاغذی و با صفحات روکش تنها که در جداول آورده شده نباید ترانس یک سی و دوم داشته باشد.

### بست چوب

بست چوب عبارتست از: تخته الواری که چهارچوب جعبه را تشکیل می‌دهد و بر روی آن صفحات رویی بر بالا، پایین و طرفین آن منگنه می‌شود. این بست چوب صرفاً از چوبهای طبقه بندی

شده در جداول این استاندارد ساخته می‌شوند. هر بست چوب باید یک تکه چوب بدون هر گونه اتصال باشد و کله گیهای آنها باید فارسیبری شده باشد و یا به صورت کام و زبانه درست شده باشند و ابعاد باید ابعاد واقعی باشد.

### بست‌های میانی

جعبه‌هایی برای بارهای نوع ۲ و ۳ این استاندارد دارای ابعاد بسته‌ای بزرگتر از آنچه که در جداول ارایه شده می‌باشند و باید با یک یا چند ردیف چوب میانی تقویت شوند، به جز موارد ذیل، استفاده از این چوب‌های میانی برای جعبه‌هایی که بارهای آن از نوع یک است، لازم نخواهد بود. فاصله مابین این چوب‌های میانی نباید بیشتر از مقادیر اشاره شده در جداول قید شده باشد. در طرح‌های خاصی برای بارهای ۲ و ۳ در صورت نیاز، ابعاد دو محل نصب این چوبها باید ذکر شود. اگر استفاده از چوب‌های تقویتی میانی نامطلوب بوده و یا عملی نباشد می‌توان آنها را حذف کرد و لسی ضخامت صفحات رویی باید تا ضخامت قید شده در جداول استاندارد این سند برای ابعاد مابین چوب‌ها افزایش یابد.

### ابعاد چوب‌های چهارچوب

هر یک از ابعاد این چوبها که در جداول آورده شده است باید برای چوبهای میانی استفاده شود مگر آن که در قرارداد مطالب دیگری آمده باشد.





## واردات، تهیه و توزیع کلیه ملزومات جانبی چاپ، لیتوگرافی و صحافی



انواع حلال های چاپ ، ریتاردر ، الکل ایزوپروپیل  
 انواع مرکب های افست ، ترانسفر ، مرکب های خاص  
 ساخت شابلون و توری کشی ، فریم های آلومینیومی و چوبی  
 انواع ماتریکس ، چسب پایه Tesa و سلفون های مات و براق  
 انواع مرکب و ورنی های یو وی ، سیلندری ، افستی ، فلکسو ، سیلک ، واترپیس

تهران ، سعدی شمالی ، خیابان شهید مصباح (خانقاه) ، پاساژ ۱۵۰ ، پلاک ۳  
 تلفن: ۳۳۹۵۳۸۷۹ - ۳۳۹۳۵۸۰۷ همراه: ۰۹۱۲۲۳۹۵۴۳۴ (محمدی)



هیچ یک از این چوبه‌های میانی که برای تقویت چارچوب جعبه استفاده می‌شود نباید بیش از یک سی و دوم اینچ کمتر از مقادیر نشان داده شده در جدول IV این استاندارد باشد.

### بازرسی

برداشتن نمونه برای بازرسی باید طبق استاندارد ۱۰۵ - STD - Mil انجام پذیرد مگر آنکه مطلب دیگری در قرارداد ذکر شود. مهمترین آزمونهای آورده شده در این سند عبارتند از:

آزمونهای محیطی برای بسته بندیهای نظامی در این استاندارد به آن دسته از آزمونهای مهمی که در رابطه با محیط پیرامون بسته بندی پرداخته شده، معرفی گردیده است که به شرح زیر می باشد:

### آزمون بار استاتیک

این آزمون برای بسته بندیهای انجام می شود که تحت بارهای فشار بوده و چند جعبه بر روی هم چسبیده می شود و جعبه های پایینی تحت فشار قرار می گیرد. همچنین می تواند برای بسته هایی استفاده شود که تحت بارهای جانبی قرار دارند (همانند حالتی که مجموعه ای از بسته ها به صورت یکنواخت جابه جا و بلند می شوند). این آزمون در نظر دارد، اثرات بارهای وارده را در شرایط ذیل مورد ارزیابی قرار دهد: پیچش کالا، ضربه خوردن، خرد و خراب شدن کالا که موارد فوق میتواند جابه جایی های غیرقابل قبول بسته را تعیین نماید و همچنین این آزمون در نظر دارد، مقدار پایدار بودن بسته به هنگام چیده شدن بر روی همدیگر را مورد ارزیابی قرار دهد. وسایل آزمون باید بتواند یک نیروی عمودی رو به پایین ثابتی را بر روی نمونه وارد کرده و شامل موارد ذیل باشد:

(a) سطح افقی برای قرار دادن نمونه



یک گزارش آزمون تهیه شود و در آن قابل قبول بودن بسته مورد آزمایش و تمامی عواملی که موجب خراب شدن بسته می شود و هر گونه ایراد و نقص قابل رؤیت بر روی بسته تحت آزمایش ذکر گردد.

### آزمونهای حمل و نقل برای بسته بندیهای تکمیلی

این استاندارد بین المللی، روشی برای انجام آزمون غلتاندن یک بسته پُر را مطرح می نماید. این آزمون را می توان به عنوان یک آزمون تکی و مجزا برای بررسی اثرات غلتاندن بر روی کالا و یا به صورت بخشی از یک سلسله مراتب آزمون انجام داد که آزمونهای فوق برای اندازه گیری مقاومت و توانایی بسته در یک سیستم توزیع که در آن خطر غلتاندن وجود داشته باشد، استفاده می شود.

توجه: برای بسته هایی که از لحاظ ابعادی طول آنها بزرگتر از عرضشان است، انجام آزمون واژگونی مناسبتر خواهد بود. در این گونه اقلام، به هنگام ذخیره سازی و یا حمل و نقل از سطوح بزرگتر آنها استفاده می شود. آزمون واژگونی برای بسته هایی پیشنهاد می شود که نسبت بلندترین ضلع آنها به کوتاهترین ضلع به نسبت ۳ به ۱ و یا بزرگتر باشد. روش انجام آزمون واژگونی برای بسته ها به هنگام حمل و نقل در دست تهیه می باشد.

سطوح تماس به صورت افقی و مسطح بوده و به اندازه کافی وزن دارد که لرزش و تکان نخورد و به اندازه مناسب باید صلب باشد تا تحت شرایط آزمون تغییر شکل نیابد. در شرایط معمول آزمون، سطوح تماس تهیه شده باید دارای شرایط ذیل باشند:

وزن آن باید حداقل ۵۰ برابر وزن سنگینترین جعبه ای باشد که قرار است روی آن آزمون شود. چنان مسطح باشد که هیچ دو نقطه ای از آن اختلافی بیش از ۲ میلیمتر نداشته باشد اختلاف در سطح می تواند تا ۵ میلیمتر افزایش یابد.

چنان صلب باشد که هرگاه یک سطح - ۱۰۰ میلیمتر مربعی تحت یک بار استاتیکی به اندازه ۱۰ Kg در هر جای سطح قرار گیرد، بیشتر از ۰/۱ میلیمتر تغییر شکل نداشته باشد. به اندازه کافی بزرگ باشد که بسته مورد آزمایش را کاملاً دربرگیرد.

آماده سازی بسته تحت آزمایش را باید به طور معمولی با اقلام و محتویات درونی خود پُر کرد. - از بسته بودن درب جعبه آزمون، مطمئن شوید همانند حالتی که برای توزیع آماده شده است.

یک سطح افقی قرار دهید. سطح اعمال بار را در بالا و مرکز بسته قرار دهید، به طوری که، این سطح به اندازه - ۱۰۰ میلیمتر از هر چهار طرف بسته بزرگتر باشد.

نیروی قید شده توسط روشهای ذیل را نیز اعمال کنید:

وزنه را بدون آنکه ضربه به بسته وارد نماید بر روی سطح اعمال نیرو قرار دهید و از اینکه این سطح به طور کامل با جعبه در تماس قرار گرفته است، اطمینان حاصل نموده و سپس وزنه را رها کنید. وزنه فوق باید به طور یکسان در تمامی قسمت های سطح اعمال نیرو و توزیع شده باشد و در تماس کامل با جعبه قرار گیرد و باید این اطمینان حاصل شود که مرکز ثقل بار فوق، به محض رها نمودن بر بالای مرکز جعبه قرار دارد. سنگینی کل وزنه و سطح اعمال بار در محدوده ۲ درصد مقدار از پیش تعیین شده باشد و فاصله مرکز ثقل بار بر روی سطح اعمال نیرو نباید بیش از ۵۰ درصد ارتفاع بسته باشد.



هر گونه تغییر شکل دائمی بر روی بسته و خرابی قلاب ها و بسته ها و آبندها و یا هر گونه خسارتی بر روی محتویات بسته باید به عنوان نقص و خرابی بسته تلقی گردد. ایرادهای کوچک قابل رؤیت بر روی بسته مورد آزمایش، باید قید گردد، ولی الزاماً این ایرادهای کوچک موجب خراب و از رده خارج شدن بسته تلقی نمی شود.

### تهیه گزارش آزمون

برای انطباق و یا عدم انطباق با این روش، باید

(b) قسمت اعمال فشار زمانی که در مرکز بسته قرار میگیرد.

(c) وسیله بارگذاری همانند سطح اعمال بار میتواند نیروی خود را در مرکز بسته اعمال کند. همچنین بسته های تحت آزمون باید در یکی از شرایط توضیح داده شده زیر قرار گیرند: آزمون باید در صورت امکان در همان شرایط محیطی ذکر شده در "شرایط آزمون" انجام شود، در غیر این صورت، آزمون باید در عرض ۵ دقیقه در خارج از آن شرایط جوی انجام شود. بسته را در وضعیت از پیش تعیین شده بر روی



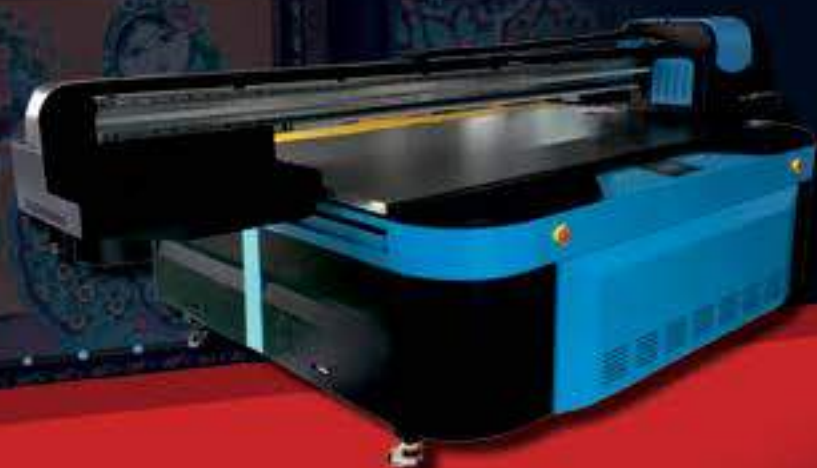
# چاپ مستقیم اجسام چاپ آتدور و ایندور ساخت تابلو تبلیغاتی

## نقش آرمان

مرکز خدمات تخصصی چاپ و تبلیغات

### چاپ UV روی کلیه اجسام تخت

چوب و ام دی اف | شیشه | پلکسی  
انواع سنگ | چرم | فلزات و....



### ساخت انواع تابلو های تبلیغاتی

چلینیوم | آل ای دی | فلکسی | کامپوزیت



### چاپ آتدور و ایندور

فلکس | بتر | پلات و لمینت | استیکر | مثن و ...



### مجهز به بروزترین دستگاه های چاپ و کارگاه ساخت تابلو

WWW.NAGHSHEARMAN.COM

@NaghsheArman

دفتر مرکزی | تهران، رسالت، فرجام، سراج، سی متری اول پلاک ۳۰  
کارگاه و چاپخانه | رسالت، فرجام، سراج، کوچه کریمی، پلاک ۱۹

021 77 20 52 31  
021 77 21 38 71  
0912 133 84 43



## تجهیزات و قطعات جعبه - قسمت دوم طراحی

در این استاندارد به وضوح آمده است که قیدها باید با استفاده از دو ردیف میخ و به فاصله تعریف شده در استاندارد، پهنای قید به بدنه جعبه ها، محکم شوند. شکل ۱ نمونه ای از این روش را نشان می دهد. فاصله میخها نسبت به هم نباید بیش از ۱۰۰ میلیمتر باشد. در قیدهای عمودی نیز، جعبه ها طبق مدل (شکل ۱) باید حداکثر ۱۷۰۰ میلیمتر طول داشته باشند و در آنها دو ردیف قید، بکار رفته باشد. باید بیش از ۱۷۰۰ میلیمتر طول داشته باشند و در آنها حداقل سه ردیف قید بکار رود. هر قید باید از لبه جعبه، حدوداً به اندازه ۱۷ درصد طول جعبه (کوئاهتر باشد)، فاصله داشته باشد. در جعبه های کوچک، ممکن است این مقدار کمتر شود.

طول قیدهای عمودی باید چنان انتخاب شوند که ضخامت قیدهای افقی، در پوش جعبه و کف جعبه را بپوشانند. در جعبه هایی که از بالا باز می شوند، انتها و قسمت پایینی قیدهای عمودی، باید هم تراز با تخته کفی جعبه باشند و مابین تخته کفی جعبه و اتصالات وصل شده به قیدهای عمودی باید یک فاصله بسیار کوچک، وجود داشته باشد.



شکل ۱- جعبه های چوبی با سه قید



شکل ۲- معرفی قید کمکی از جناحین

### قیدهای مورب

این قیدها باید در جعبه هایی بکار روند که پهنای دوسر جعبه - ۷۵۰ میلیمتر بیشتر باشد که در این حالت، باید در هر دو طرف یا هر دو کله جعبه، قیدهای مورب زده شود و در جعبه هایی که طول آنها بیش از ۱۰۰۰ میلیمتر میباشند در قسمت بالا، باید از این قیدهای مورب استفاده شود. همان طوری که در شکل ۳ آورده شده است، تمامی قیدهای مورب باید یک تکه بوده و هم جهت وصل شوند جهت و سمت نصب قیدهای مورب در تمامی جعبه ها باید مثل هم باشند



شکل ۳ استفاده از قیدهای مورب



در قیدهای تقویت کننده، این قیدها باید به زیر درب جعبه، دقیقاً زیر قیدهای روی درب برای تمامی مدل ها (میخ شوند و این قیدها باید لب به لب دیواره های کناری جعبه باشند).

در جعبه های مدل شکل - ۳ باید یک قید تقویت کننده اضافه در قسمت وسط درب جعبه میخ شود. تذکر: در مواردی که اقلام وسایل درونی جعبه، به نحو مناسبی، داخل جعبه قرار گرفته باشند، میتوان این قیدهای تقویت کننده را حذف نمود. نبشی فلزی در مقطع قیدهای زیرین در جعبه های مدل (شکل ۳) با استفاده از پیچ های مخصوص چوب که دارای طول مناسب میباشند، این نبشی های فلزی بسته می شوند. (شکل ۴)



شکل ۴ استفاده از نبشی فلزی در گوشه های جعبه

در مواردی که قرار است برای جابه جایی از لیفتراک استفاده شود، باید از قیدهای اضافه بر روی قیدهای پایه، استفاده نمود تا جعبه ها را بتوان همانند پالت، جابه جا کرد.

در مواردی که قیدهای پایه، دارای فاصله ای بیش از ۴۵۰ میلیمتر، می باشند در این صورت، باید از بلوک های پایه اضافه، استفاده نمود. (شکل ۵)

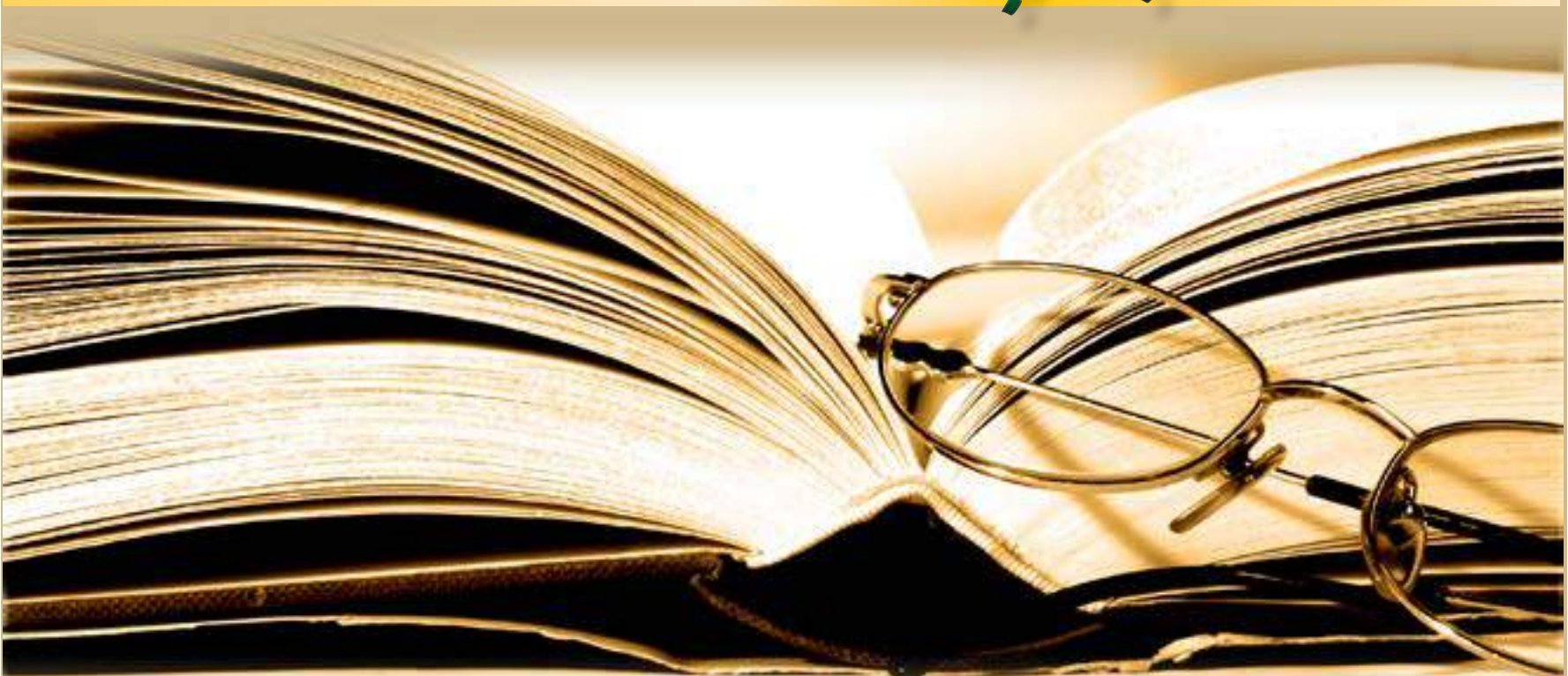


شکل ۵ استفاده از قیدهای کمکی بر روی پایه ها

بلوک ها و قیدهای اضافه، باید از قسمت داخلی جعبه، توسط پیچ های مخصوص چوب، با طول مناسب که ۶۶ درصد آن به داخل بلوک ها و یا قیدها بسته می شوند، محکم گردند. این پیچ ها باید حداقل ۱۵ باشند.



# 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 سه‌طرفه بر و هلنبرگ                 |
| ۱۱   | یک دستگاه شیرینگ پک                               |
| ۱۲   | یک دستگاه شیرینگ تک                               |
| ۱۳   | دو دستگاه گوشه‌گردکن                              |
| ۱۴   | یک دستگاه ۵ رنگ هایدلبرگ zp ۲۰۰۱                  |
| ۱۵   | یک دستگاه ۴ رنگ هایدلبرگ zp ۲۰۰۰                  |

ارائه‌دهنده انواع خدمات چاپ و صحافی کتاب،

سررسید و دفتر، ساخت انواع جلد، تولید انواع

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

تولید روزانه صد هزار جلد چسب گرم

تولید روزانه پانزده هزار جلد سررسید

تولید روزانه پنجاه هزار جلد مفتول

تولید روزانه ده هزار جلد کار پانچ و فنر

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

تلفن: ۳۳۸۸۲۳۰۲ - ۳۳۶۱۹۰۵۱

فکس: ۳۳۶۱۹۰۱۹

Email: sahafimomen@yahoo.com

همراه: ۰۹۱۲۵۰۶۱۷۱۴ - ۰۹۱۲۲۹۶۶۸۱۵



دستگاه های پرس گرم تخت ساده و پنیوماتیک

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 63m<sup>2</sup>/h - 58m<sup>2</sup>/h - 110m<sup>2</sup>/h
- ♦ **Ink Tank Capacity:** 1,500 ml



دستگاه پرس گرم غلطکی چند کاره (کلندر)

باقابلیت انتقال کاغذ رول سابلمیشن بر روی پارچه  
بصورت رول به رول و شیت

- ♦ **Printing Size:** 1.60m
- ♦ **Drum diameter:** 420mm



**Hansol**



**SUBLIMATION  
INK**

**K//AN**  
DIGITAL



**SUBLIMATION  
INK**

**MIRTEX**



**SUBLIMATION  
PAPER**

**WunderBoard**



**HD ALUMINIUM  
PHOTO PANEL**





## سیستم‌های بازرسی برای چاپ بدون نقص



■ نوشته: جولی گرین بام (Juli Greenbaum)  
ترجمه: محمود سمیعی

در زمانی که نیاز به افزایش کیفیت وثبات و پایداری یک محصول تولیدی برای صاحبان برند افزایش می‌یابد نیاز به داشتن سیستم‌های بازرسی دقیق با فن آوری‌های بالا از حالت لوکس آن به یک ضرورت برای مبدل‌ها تبدیل شده است. زمانی که به دنبال یافتن یک سیستم بازرسی کیفی می‌گردید، مبدل‌ها هم در حال بررسی و تحقیق در مورد سیستم‌های بازرسی کیفی هستند و در واقع به دنبال پیدا کردن بهترین سیستم بازرسی می‌باشند تا روی آن سرمایه‌گذاری کنند و در صددند که به بهترین آن دست یابند. نداشتن یک سیستم بازرسی با کیفیت می‌تواند تأثیرات منفی بر روی روند کاری شما داشته باشد، مثل افزایش احتمال اشتباهات و خطاها که بر روی کیفیت چاپ و افزایش ضایعات که ممکن است بر روی چاپ تأثیر بسیار ناخوشایندی بگذارد.

بر اساس گفته گای یوگو (Guy Yogeve) مدیر بازاریابی برای تکنولوژی پیشرفته بینایی (AVT Advanced Vision Technology) مناسب‌ترین راه برای پیدا کردن بهترین سیستم بازرسی، این است که نه تنها به نیازهای فوری شرکت توجه شود، بلکه مدیران شرکت هم بایستی نیازهای بالقوه ۵ سال آینده شرکت را هم در نظر داشته باشند. این روش می‌تواند راهگشای یک سیستم بازرسی مناسب باشد. شرکت (ISRA Vision) ایسرا ویژن برای تمام بخش‌های چاپی، در ارتباط با بازرسی، مواردی را در نظر گرفته است و کار بازرسی را تنها یک بازرسی فیزیکی نمی‌داند. یک سیستم بازرسی خوب و در خور توجه در یک متن چاپی هم وارد می‌شود، اشکالات متداول مثل تغییر در رنگ‌ها، ثبت نام‌های اشتباه، غلط‌های چاپی در مقالات، علامت گذاری‌های متون، مثل نقطه گذاری و ویرگول و... ثبت مطالب، از بین بردن موارد مخدوش شده مثل خط خطی‌ها و چک نویس‌ها، ویرایش کردن‌ها و تصحیح مطالب ناقص را برعهده می‌گیرد. بنابر این انتخاب یک سیستم بازرسی مناسب می‌تواند تأثیر خوبی را در کیفیت محصول و کنترل فرآیندها داشته باشد و فرصت‌های جدید کسب و کار را افزایش دهد. وی خاطر نشان کرد، زمانی که صاحبان برند به دنبال مشتریان خوب می‌گردند متصدیان و تهیه کنندگان بسته بندی، با یک سیستم بازرسی مطمئن در سود و مزایای آن شرکت شریک می‌شوند و زمانی که بازار کسب و کار تکانی می‌خورد، آن‌ها با سیستم بازرسی (AVT) تکنولوژی پیشرفته بینایی (Advanced Vision Technology) به عنوان یک نقطه بر جسته برای فروش وارد عمل می‌شوند. مالکان برند به نسبت

موارد دیگر می‌خواهند که به آنها از طرف مشتری این اطمینان داده شود که آنها نیز به نوبه خود به این بازار نیازمندند، همانطور که نمایندگان برند‌ها بیشتر از فروشندگان نمونه به این موضوع علاقه نشان می‌دهند.

بازرسی برای بسیاری از بازارهای سطح شهر مثل بازار تجهیزات پزشکی، تولیدات شیمیایی، محصولات غذایی، بازارهای بسته بندی لوکس خیلی مهم است. مثلاً بخش تولیدات دارویی تمایل دارند که بیشترین دقت را در کنترل مقررات دارو داشته باشند و این مسئله برای آنها لازم و ضروری است، چرا که تولید کنندگان دارو می‌گویند که بسته بندی بهداشتی برای آنان اهمیت زیادی دارد چون با سلامت مردم در ارتباط است و نیازمند پاکیزگی و تمیزی فراوان است. به همین دلیل بایستی دستور العمل‌های بی‌عیب و نقصی به اجرا در آید که سلامت مشتری را تضمین کند و به وی اطمینان دهد که کالای خریداری شده کاملاً سالم و بهداشتی است. البته جای تعجب نیست که شرکت‌های دارویی بواسطه محصولی که تولید می‌کنند با ترکیبات پیچیده، در واقع بر لبه یک تیغ چند لبه برای بازرسی و کیفیت و کنترل برای تولیدات زیست محیطی قرار گرفته اند و از نظر بازرسی کاری دشوار دارند و مسئله بازرسی برای آنها مسئله‌ای حیاتی در زنجیره ایمنی است.

بر اساس گفته امیر دکل (Amir Dekel) مدیر واحد کسب و کار شرکت ایسرا ویژن (ISRA Vision) وقتی به سیستم بازرسی در صنعت چاپ نگاهی اجمالی می‌کنیم، متوجه می‌شویم که موضوع چاپگرها، اندازه وسایز صفحات چاپی،





# Shima

# شیمای پرینت



ارائه دهنده ی جدید ترین  
چاپ های اروپا



چاپ انواع لوگو

چاپ لیزر بر روی  
چرم - چوب - کفش و ...



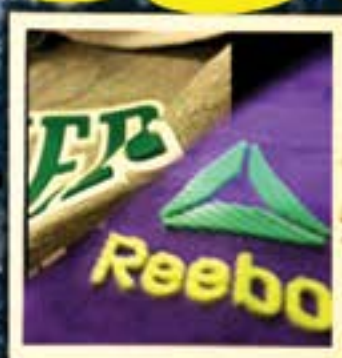
چاپ روی  
اجسام

چاپ لیوان - کیف - کلاه  
چرم - لباس - کفش - توپ

زیپ های پرسی  
بدون دوخت



چاپ روی لباس های  
تیره



چاپ ژلاتین



چاپ سابلیمیشن  
(کش - نوار - زیپ - لباس)

با مدیریت رنجبر  
۰۹۲۰۳۵۴۷۱۲۵  
۰۹۱۲۹۰۵۷۷۸۴

آدرس: تهران - میدان فتح جنب آتش نشانی سرای محله ی مهرآباد جنوبی  
شماره تماس: ۶۶۶۸۰۲۱۸



یک سیستم با کیفیت بالا مهم است، ممکن است شما با خرید یک سیستم ارزانتر مقداری از پولتان را هم پس انداز کنید. اما اگر فاز اجرایی را بخوبی به حساب نیاورید و به آن توجه نکنید امکان ندارد که به حداکثر مزایای در نظر گرفته شده با هزینه‌های عملیاتی بلند مدت برسید. وی استفاده از فرمت بزرگ رول اسکنر از شرکت گلوبال ویژن (Global Vision) را پیشنهاد کرد که کاربردهایی مثل چاپ اوراق، پوسترها، الحاقیات، لیبِل‌ها، کارتن‌ها، جعبه‌ها، فویل‌ها، ورقه‌های مرطوب، بسته بندی‌های انعطاف پذیر واسکن های ناملموس را در بر می‌گیرد.

خطر نداشتن یک سیستم بازرسی اتوماتیک در کار چاپ مثل این است که انسان خود بخواهد خطاهای کار را پیدا کند که ممکن است وقت زیادی تلف شود چرا که هر انسانی موارد مورد بازرسی را از زاویه دید خود می‌بیند انسان‌ها در بازرسی ممکن است. بدنیا ل موارد مختلفی باشند و نظر یک فرد با نظر دیگری ممکن است متفاوت باشد ولی برای ماشین همه یکسانند و استفاده نکردن از سیستم‌های پیشرفته بازرسی مکانیزه ممکن است در رقابت‌های کسب و کار، باعث به خطر افتادن کار شما شود.

هو (Hou) گفت: با نصب سیستم‌های بازرسی از



در آن چاپ تقابل رنگ سفید و سیاه در بعضی از قسمت‌های این آستین وجود می‌آید که براحتی قابل تشخیص با چشم انسان استفاده از شبکه وب نیست، اما این تصویر روی بطری که قرار می‌گیرد براحتی قابل تشخیص است. بنابر این همانطور که متوجه شدید سیستم بازرسی یک جفت چشم حساس را تهیه می‌کند که خیلی چیزها را فراتر از چشم انسان

پهنای باند شبکه وب و سرعت، بایستی به عنوان لایه‌های زیرین و فرعی چاپ در نظر گرفته شود. این‌ها برای موارد دلخواه مثل مقایسه فایل‌های pdf، کنترل فشار، اتمام کنترل کار ماشین، جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌شوند. من در میان سیستم‌های بازرسی موجود در بازار سیستم (AVT) را که سیستمی کاملاً اتوماتیک است و



مرحله پیش از چاپ با استفاده از تکنولوژی‌های برتر و پیشرفته‌تر یک شرکت می‌تواند از روی دادن خطاها از ابتدا جلوگیری کند. همانطور که می‌دانیم بررسی دقیق فایل‌ها، درجه بندی بارکدها و متون از جمله از تکنولوژی‌های جدید قبل از چاپ هستند که به ما در یافتن خطاها قبل از اینکه چاپ به مرحله پایانی برسد، کمک می‌کند.

چه گمان کنید که نیاز به سیستم بازرسی از بخش تولید و یا از بخش کنترل کیفیت دارید یا نه سیستم بازرسی به عنوان بخشی از تلاش مستمر کارکنان برای بهبود کارهای شرکت به حساب می‌آید و نشان می‌دهد که کارکنان چطور با استفاده از سیستم بازرسی می‌توانند کیفیت کارشان را افزایش دهند.

سیستم بازرسی دقیق باعث می‌شود که فرایند بازرسی تنها به بخش پایانی ختم نشود، بلکه نشان می‌دهد که تمام بازرسی‌ها با دقت فراوان از تمام مراحل یعنی از مرحله پیش از چاپ شروع و پول انداخته شما را در یک دوره بلند مدت حفظ می‌کند و در آخر به این نتیجه رسید که سیستم‌های بازرسی واقعا با گرفتن عیوب و نقایص به عنوان بیمه نامه عمل می‌کند و این یک سرمایه گذاری خوب است و نه یک هزینه.

می‌تواند ببیند و قبل از اینکه شبکه وب آن مورد را اضافی و ضایعه بدارد، به شما هشدار می‌دهد.

جاناثان هو (Johnathan Hou) مدیر تکنولوژی شرکت گلوبال ویژن (Golobl Vision) می‌گوید: چاپچی‌های بسته‌بندی بیشتر به دنبال، کیفیت واضح تصاویر و علامت‌های راهنما هستند در این مورد، دستیابی آسان و ارائه آموزش و پیشنهادها می‌تواند مفید باشد. شرکت‌های زیادی هستند که یک سیستم با مگا پیکسل بالا را نصب کرده‌اند که روی کاغذ بزرگ و خوب به نظر می‌رسد اما مردم کیفیت سنسورها و تاثیر منفی آنها را بر چشم نمی‌دانند و از آنجا که سلامتی افراد اهمیت زیادی در بازرسی دارد، چیزی را که برای سلامتی زیان آور باشد را نمی‌پذیرند. وی ادامه داد که سیستم بازرسی و دست اندکاران آن به مدیریت شرکت این تعهد را می‌دهند که آموزش خوب برای کارکنان و برنامه مناسب برای پیشرفت شرکت ارائه دهند و به دنبال آن برنامه اجرایی متناسبی را نیز برای همه موارد سازماندهی کنند. استفاده از سیستم بازرسی واقعا یک سرمایه گذاری است و با این وسیله شما می‌خواهید از ساختار آموزشی و اجرایی شرکت حمایت کنید تمام این موارد به شما کمک می‌کند که کار خود را به میزان زیادی افزایش دهید و از سیستم بازرسی مفید در چاپخانه خود نهایت استفاده را ببرید. البته خرید

در شبکه وب به عنوان یک برنامه کاربردی است را پیشنهاد می‌کنم.

امروزه سیستم‌های بازرسی چیزهایی را بیشتر از بازرسی چاپ در نظر می‌گیرند و در نتیجه به وسایل بیشتری هم نیاز دارند که برای اپراتورها و مدیریت خانه چاپ، برای کنترل ماشین‌های چاپ، رنگ‌های مناسب و مانا و پایا و جمع‌آوری اطلاعات در مورد محصولات تولیدی و نیز تولید آمار موثق را سیستم بازرسی باید انجام دهد و این باید به موارد بالا اضافه شود. اکثر بسته‌بندی‌های چاپی دارای تکنولوژی سریع شده‌اند اما در بعضی از موارد شاید که اپراتورها به آسانی به تکنولوژی سریع دست پیدا نکنند. البته اگر سیستم خوب کار کند این نگرانی به راحتی از بین می‌رود و اپراتورها وقتی می‌بینند که چقدر سریع، سیستم مورد نظر عیوب را پیدا می‌کند و تمامی نواقص توسط سیستم بازرسی شناخته می‌شود، آسوده خاطر می‌شوند. سازمانی که سیستم بازرسی فعال دارد، این مزیت را دارد که نواقص و معایب به راحتی برطرف شود و این مسئله بیشتر در پایان کار چاپ است که شناخته می‌شود و اپراتور بخوبی متوجه می‌شود که با استفاده از این سیستم تمامی نواقص رفع شده است و دیگر وجود ندارد.

تصور کنید که از آستین یک پیراهن برای معرفی یک شامپوی شوینده برای نشان دادن میزان شویندگی و پاک‌ی بعد از شستشو پرینت بگیرند و





# 110AX

www.110AX.com



FM 650

POFM 1100

دستگاه های لمینت  
ظولی



400

500C

دستگاه های چسب گرم  
صنعتی و رومیزی



4805

868

دستگاه های برش  
برقی و دستی



CST200 & C5630

CT1200 & CT630

دستگاه های کاتر پلاتر



LM-3300

LM-3301

LM-22 & 32

دستگاه های لمینت  
پرس کارت (رایسون و AX)



POFM360 & 480

360C

LBS700

دستگاه های لمینت  
و سلفون کشی اتوماتیک



9100

5800D

2800

دستگاه های اسکناس شمار AX



HP CW 7588

EB-30

TD-200R

دستگاه های صحافی دوکاره،  
دوبل، مارپیچ و پلاستیک



AZA4130

605C

SOB15B

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 ۵-۸۸۳۲۷۹۶۴-۸۸۴۵۵۱۱ دورنگار: ۸۸۴۵۵۱۱  
لطفاً برای مشاهده لیست کامل محصولات از سایت ما دیدن فرمایید.

www.110AX.com





## نخستین گام در کیفیت و بهره‌وری

■ مولف/مترجم: ایثار باتمان‌قلیچ

هر سال واژه‌های جدیدی در عرصه کیفیت و بهره‌وری متولد می‌شوند واژه‌هایی که برخی اشاره به بنیان‌های این علم داشته و برخی صرفاً پرطمطراق و دهان‌پرکن، جنبه تبلیغاتی برای شرکتهای مشاوره مدیریت دارند. در این بین اغلب مدیران ایرانی، غافل از تقدم/تاخر و چیستی این سیستم‌های مدیریتی، یکی را برای دستیابی به کیفیت و بهره‌وری برتر بر می‌گزینند تا شاید وصال مقصود حاصل شود! در این مقاله سعی خواهد شد اولین و مهم‌ترین گام در این مسیر از نظر اساتید مدیریت معرفی گردد.

خاطر ضعف مدیریت مالی بلکه به دلیل درگیر بودن ایشان در مشکلات تجدید ساختار سازمانی که البته نه به خاطر... و این رشته سر دراز دارد تا جایی که بعضاً چرخش نامناسب کواکب (!) هم به یکی از دلایل بروز مشکل بدل می‌شود.

واقعیت این است که به واسطه ماهیت سیستمی سازمان و تعامل اجزا با یکدیگر، نه تنها برای دستیابی به اهداف تولید بهنگام بلکه برای دستیابی به هر هدفی در زمینه بهبود کیفیت و بهره‌وری مثل نزدیک شدن به دوباره کاری و ضایعات صفر، زمان آماده‌سازی صفر، حمل و نقل و زمان تدارک صفر (Lead Time)، خواست و مشارکت همه اجزای سازمان امری ضروری است.

ابزار اصلی برای دستیابی به کیفیت و بهره‌وری برتر کدام است؟

شاید برای بسیاری از مدیران باهوش و متفکر این سوال پیش آمده باشد که هسته اصلی سیستم تولید تویوتا، تأثیرگذارترین سیستم تولید در چند دهه اخیر، سیستم تولیدی که بسیاری از مفاهیم نوین در زمینه کیفیت و بهره‌وری همچون تولید بهنگام (JIT: Total quality management)، مدیریت کیفیت فراگیر (TQM: just in time)، تولید کاملاً بی‌نقص (Zero defect)، کانبان (Kanban)، تولید ناب (lean production)، خطا ناپذیرسازی (Mistake proofing: poka yoke)، SMED (Single digit Minute Exchange of Dies)

و... از درون آن متولد گشته‌اند چیست؟ دکتر شینگو (Shigeo shingo) یکی از افراد مهم در تحول شرکت به تویوتای برتر امروزی در آغاز فصل ۵ کتاب «سیستم مدیریت تولید تویوتا» که کتاب مرجع در زمینه تولید ناب و بهنگام به حساب می‌آید این سوال مهم را مطرح می‌کند که واقعاً «سیستم تولید تویوتا چیست؟» در پاسخ می‌نویسد: «وقتی این سوال مطرح می‌شود ۸۰ درصد افراد می‌گویند «همان سیستم کانبان است»، ۱۵ درصد دیگر با اطلاع از عملکرد آن ممکن است بگویند «یک سیستم تولیدی است» و فقط ۵ درصد واقعاً از هدف آن اطلاع دارند و می‌گویند «سیستمی است برای حذف کامل همه موارد زائد و غیر ضروری». در ادامه می‌نویسد: «برخی تصور می‌کنند تویوتا مجموعه‌ای از لباس‌های زیبا در اختیار دارد لذا سعی می‌کنند همان لباس‌ها را بخرند و بپوشند. آنها خیلی سریع در می‌یابند که خیلی چاق‌تر از آن هستند که بتوانند چنین لباسی بپوشند! قبل از آنکه کان‌بان بتواند فایده‌ای برای آنها داشته باشد باید بتوانند موارد غیر ضرور را حذف و بهبودهای اساسی در سیستم تولید خودشان ایجاد کنند. ۸۰ درصد سیستم تولید تویوتا

شناسایی و حذف همه فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده و افزایش ارزش افزوده سایر فعالیت‌ها از مرحله تهیه مواد اولیه تا تولید و نهایتاً فروش، هدف غایی تمامی سیستم‌های ارتقاء کیفیت و بهره‌وری شامل تولید بهنگام، تولید کاملاً بی‌نقص، تولید ناب و... می‌باشد ولی برخی از سازمان‌ها ابزار اصلی برای دستیابی به این هدف را گم کرده و سر از ناکجآباد در می‌آورند.

برای مثال در اجرای تولید بهنگام یکی از اهداف مهم، حذف همه موجودی‌های مواد اولیه، نیمه ساخته و محصول می‌باشد. موجودی‌هایی که قسمت اعظم آن به خاطر ناکارآمدی زنجیره تولید نگهداری می‌شوند. مثلاً ذخیره اطمینان (safety stock) مواد اولیه به خاطر احتمال تاخیر در دریافت مواد اولیه در نظر گرفته شده است که مسلماً اگر تامین کننده (Supplier) از قابلیت اطمینان بالایی برخوردار باشد به طوری که احتمال تاخیرش به صفر میل کند نگهداری ذخیره اطمینان مواد اولیه، عقلایی و به صرفه نخواهد بود.

یا به خاطر احتمال خرابی ناگهانی هر یک از دستگاه‌های خط تولید که منجر به توقف تولید خواهد شد اقدام به نگهداری موجودی نیمه ساخته از محصول هر یک از دستگاه‌ها می‌گردد. همین طور به خاطر ناکارآمدی واحد فروش در پیش بینی تقاضای بازار، موجودی کالای ساخته شده در انبار نگهداری می‌شود.

در اجرای تولید بهنگام، گام به گام اقدام به حذف این موجودی‌ها می‌گردد تا ناکارآمدی بخش‌های مختلف نمایان شود و واحدهای مختلف به اصلاح عملکرد خویش بپردازند ولی اگر به معنای واقعی همه بخشهای سازمان برای حذف این ناکارآمدی‌ها و بهبود امور تلاش نکنند حذف موجودی‌ها نه تنها هیچ سودی ندارد بلکه باعث بوجود آمدن مشکلاتی بس عظیم‌تر خواهد شد. برای مثال خرابی یک دستگاه در خط مونتاژ باعث توقف خط تولید، افزایش هزینه‌های تولید، فشار بر کارکنان و دستگاه‌ها، تاخیر در تحویل محصول به مشتری و از دست رفتن اعتبار شرکت، کاهش سفارشات دریافتی و... خواهد شد و به این ترتیب به معنای واقعی، سازمان خود را در ناکجآباد گرفتاری‌های مضاعف تولید بهنگام خواهد دید! با پیگیری‌های بعدی مشخص خواهد شد خرابی دستگاه به خاطر نگهداری-تعمیرات نادرست دستگاه بوده البته نه به خاطر ضعف یا مسئولیت ناشناسی واحد نگهداری-تعمیرات بلکه به دلیل عدم تامین بموقع بودجه خرید قطعات یدکی که البته نه به خاطر ضعف واحد مالی بلکه به دلیل تخصیص دیر هنگام بودجه واحدهای مختلف که البته نه به



## ضرورت و نیاز چاپخانه‌ها



|Kodak | creo|
   
 |HEIDELBERG|

خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان زائدارمیری، پلاک ۸۲
   
 تلفن: ۰۹۱۲۲۰۲۲۴۷۸ - ۰۹۱۲۱۲۵۷۴۴۴ (خط ۵)
   
 همراه: ۰۹۱۲۲۰۲۲۴۷۸ - ۰۹۱۲۱۲۵۷۴۴۴
   
 تلفن آلمان: ۱۵۷۸۸۶۹۳۱۵۷ - ۱۵۷۸۴۰۵۸۵۶۰ (+۴۹)
   
 Email: ramintlitho@yahoo.com - ramtinaz@yahoo.com

مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی
   
 پلیت‌سترهای کرنو، هایدلبرگ و کدک
   
 تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰ وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات
   
 با کادر مهندسی دوره‌دیده و مجرب







HEIDELBERG SPEEDMASTER

# شاهکار هایدلبرگ

ماشین ۴/۵ ورقی هایدلبرگ ۱۲ رنگ  
با قابلیت چاپ ۵ رنگ با ورنی واترپس 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 ارداقي 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 واترپس)، فول اتومات
- چهارونیم ورقی هشت رنگ هایدلبرگ با قابلیت چاپ یووی و متالیز
- چهارونیم ورقی هشت رنگ هایدلبرگ ZP با CP2000
- چهارونیم ورقی دو رنگ ساکورایی ZP سه دستگاه
- دو و نیم ورقی چهار رنگ ساکورایی ZP
- دو و نیم ورقی ۶ رنگ رولند ZP با لاک (ورنی واترپس)
- BOBST چهارونیم ورقی دو دستگاه
- دو ورقی دو رنگ کوموری ZP
- لترپرس ۳ ورقی
- یووی سیلک اسکرین ساکورایی سایز ۸۰×۱۲۰
- 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





برای بهبود مستمر و هسته اصلی همه سیستم‌های برتر کیفیت و بهره‌وری معرفی می‌کنند: ترنر اظهار می‌دارد «احتمالا قبل از پروژه شش سیگما (Six sigma) بعدی، شما باید یک برنامه نظام پیشنهادها را مورد توجه قرار داده و اجرا کنید»

به عقیده میلر (Miller) «تولید ناب یک تفکر در کسب و کار است که همه را به بهبود روزانه متعهد می‌سازد... یکی از ابزارهای تولید ناب که به طرز خیلی بدی درک و به کار گرفته شده نظام پیشنهادات است.»

لونیس آرویو مدیر مهندسی تولید پیشرفته شرکت سنسورماتیک، برنده جایزه شینگو (Shingo prize) برای تعالی در تولید که اخیرا شرکت متبوعش بواسطه پیشنهادات ۱۲۰۰ کارمند شرکت ۷.۱ میلیون دلار صرفه‌جویی داشته معتقد است: «نظام پیشنهادها یک عنصر حیاتی و مهم در کمک به ما در اجرای تولید ناب می‌باشد. نظام پیشنهادات انجام کارهای اساسی را برای ما آسان‌تر می‌کند

بدون شک «نظام پیشنهادها یک عنصر اصلی برای همه سازمان‌هایی است که به طور مستمر در حال بهبود می‌باشند» هم اکنون در ژاپن ۹۱.۷ درصد از موسسات ثبت شده در بورس توکیو نظام پیشنهادها را اجرا می‌کنند. طبق قانون اداری آمریکا تمام موسسات دولتی، بودجه و تشکیلات خاصی برای اجرای نظام پیشنهادها دارند و همه ساله بهترین پیشنهاددهنده از دست رئیس جمهور آمریکا لوح تقدیر و جوایزی را دریافت می‌کند. «البته خوشبختانه اخیرا بر اساس مصوبه مجلس [۲] اجرای نظام پیشنهادات برای کلیه دستگاه‌های اجرایی الزامی گشته است.

«بهبود مستمر تمامی امور سازمان» کلید دستیابی به کیفیت و بهره‌وری برتر می‌باشد و این امر میسر نمی‌شود مگر با جلب مشارکت تمامی کارکنان. موثرترین سیستم شناخته شده برای جلب مشارکت کارکنان و سایر افراد مرتبط با سازمان، «نظام پیشنهادها» می‌باشد که با اجرای صحیح آن، اولین و مهم‌ترین گام در مسیر دستیابی به سیستم‌های برتر کیفیت و بهره‌وری برداشته شده است و بدون آن، کیفیت و بهره‌وری متعالی معنایی پیدا نخواهد کرد. سیستمی که براساس گزارش «انجمن مشارکت کارکنان» (EIA: employee involvement association) ۴ تا ۱۰ برابر مجموع هزینه‌های اجرایی و پاداش‌های اعطایی، سود و صرفه‌جویی به ارمغان می‌آورد. این انجمن تخمین می‌زند که میانگین صرفه‌جویی خالص از اجرای این سیستم به ازای هر کارمند، مقدار افسانه‌ای ۱۳۶۰ دلار در سال می‌باشد. «آیا از سرمایه‌گذاری برای بکارگیری فکر و ذهن انسانها غیر از این می‌توان انتظار داشت؟

سال به ۱۲ پیشنهاد در آن سال افزایش دادند. به این ترتیب توپوتا توانست با کاهش هزینه‌ها از بحران نجات یابد تا امروز که به عنوان سودده‌ترین و بزرگترین خودروساز در جهان (با ۱۹۲ میلیارد دلار سرمایه‌بازار) فراتر از دایملر-کرایسلر (۸۹ میلیارد دلار سرمایه)، هوندا (۶۲ میلیارد دلار) و فولکس واگن (۵۷ میلیارد دلار) قرار گرفته است. جالب است بدانید بیش از ۵۰ سال است که توپوتا تحت هیچ شرایطی هیچ کارمندی را اخراج نکرده است. «وقتی در کارخانه [واحد کنتاکی توپوتا] قدم می‌زنید رضایت و خشنودی را در چهره کارکنان و نحوه کارکردن ایشان می‌بینید»

«دیوار ژاپن» ساخته شده با مصالحی از جنس تفکر و خلاقیت

مجتبی کاشانی یکی از مدیران اجرایی کشور با بیان خاطره بازدیدش از یک کارخانه ژاپنی تولید کلاچ اتوموبیل در سال ۱۹۸۷ از ساخت «دیوار



ژاپن» در این کارخانه صحبت به میان می‌آورد. دیواری که برخلاف «دیوار چین» نه بر اساس ظلم و استبداد بلکه براساس اندیشه‌های شکوهمند کارکنان بوجود آمده است: «در حین مشاهده و بازدید از عجایب گوناگون در سالن تولید این کارخانه، متوجه یکی از دیوارهای این سالن به طول حدود ۵۰ متر و ارتفاع ۸ متر شدم که تمامی سطح آن از کاغذهای پرنوشته ای پوشانیده شده بود. کنجکاو می‌شدم سوال وادار کرد. در پاسخ دریافتیم که این کاغذها پیشنهادات کارکنان این واحد برای تبدیل تولید آن به CAD/CAM (ساخت به کمک کامپیوتر/طراحی به کمک کامپیوتر) می‌باشد و هر یک از کارکنان به طور متوسط ۱۱ پیشنهاد کتبی داده است. مدیریت نیز چون موفقیت در اجرای این طرح را مدیون پیشنهادات کارکنان در همه سطوح می‌داند برای تشویق و اشاعه سیستم مدیریت مشارکتی و نظام پیشنهادات، بزرگترین دیوار طولی این سالن را با اندیشه آنان آراسته است. می‌گفتند این کار هم به ما و هم به آنها انرژی، دلگرمی، انگیزه و سرفرازی می‌دهد...»

در واقع بر اساس همین مشاهدات است که محققان بسیاری نظام پیشنهادها را به عنوان نظام و ابزار اصلی

نظام پیشنهادها با بوجود آوردن فرصت رفع نیاز کارکنان به احترام، خودیابی، آزادی بیان و برابری، به علاوه توجه بیشتر به مشکلات کارکنان و کاهش مشکلات کاری ایشان با اجرای پیشنهادها و نیز با اعطای پاداش‌های مادی و احترامات عالی، باعث افزایش رضایت شغلی و احساس تعلق و نزدیکی بین کارکنان و سازمان می‌شود. نتیجه این حس نزدیکی، تلاش متقابل کارکنان برای رفع مسائل سازمان‌شان خواهد بود. شاهد این گفته تحقیقات دانشگاهی متعددی است که تاثیر مثبت نظام پیشنهادها بر رضایت شغلی کارکنان را تایید می‌کند برای مثال تحقیق حبیبی نشان می‌دهد که بین نظام پیشنهادها و رضایت شغلی کارکنان و نیز انگیزش کارکنان در حوزه ستادی سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت و توزیع کالا و خدمات رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همین‌طور در تحقیقات کریمی در شرکت برق

منطقه‌ای فارس وجود رابطه معنی‌دار و مثبت بین اجرای نظام پیشنهادها و رضایت شغلی کارکنان به اثبات می‌رسد. تحقیقات اورین (Orin) در صنایع خدماتی کلرادو آمریکا نیز نشان می‌دهد با اجرای تکنیک‌های تصمیم‌گیری مشارکتی میزان بهره‌وری و رضایت شغلی کارکنان صنایع افزایش می‌یابد.

اما این حس تعلق و نزدیکی کارکنان به سازمان‌شان تا آنجا می‌تواند پیش رود که کارمندان ژاپنی اغلب خود را با نام سازمان محل کارشان معرفی می‌کنند! عواید چنین نزدیکی متقابلی بین کارکنان و مدیران، بیش از آن چیزی است که در ابتدا به نظر می‌رسد آنچنان که توپوتا در شوک افزایش قیمت نفت به سال ۱۹۷۳ که بواسطه افزایش هزینه‌های تولید و کاهش فروش، ناگزیر به اخراج کارکنان برای کاهش ظرفیت تولید و هزینه‌های سربرابر بود، هیچ کارمندی را اخراج نکرد بلکه از کارکنانش درخواست کرد با همدلی و همراهی برای کاهش هزینه‌های تولید پیشنهاداتی بیشتری ارائه دهند. کارکنان نیز این درخواست را با جان دل شنیدند و با تلاش فکری مضاعف، سرانه پیشنهادها را از ۲-۳ پیشنهاد در



## صنایع بسته بندی واک

### 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 منتهای ایده آل با کربن پوشیده شده اند.
- المکت الکتریکی، المکت پنوماتیک و پاتاقان از برندهای معروف ایران المکت می باشد.
- مواد و قسمتهای مونتاژ شده دستگاه از کیفیت بالایی برخوردار است.

دایکات هکی در ابعاد مختلف



دایکات اتومات



دایکات طلاکوب اتومات



سلفون کشی مارپیچی تمام اتوماتیک



پنجره مسبانی اتومات



معبره و کارتن مسبانی نیمه اتومات



دوخت کارتن پدالی نیمه اتومات



دوخت دوچرخه تمام اتومات



استاکر



چک پالت در سایز مختلف



لمینت دستی



دستگاه لمینت اتومات







## اصول بهره‌وری و رابطه آن با کیفیت

■ مولف / مترجم: عبدالله آراسته

تاکنون مطالب زیادی در خصوص بهره‌وری، اهمیت و تعاریف آن، انواع و اهداف بهره‌وری نگاشته شده است. آنچه این گفتار در پی آن است، گذر از این مفاهیم و پرداختن به ابعاد تازه بهره‌وری است.

اگر بهره‌وری را استفاده مطلوب، موثر و بهینه از مجموعه امکانات، ظرفیت‌ها، پتانسیل‌ها، نیروها، منابع و فرصت‌ها تعریف کنیم و یا هر تعریف معتبر دیگری برای آن ارائه دهیم، همیشه سوء برداشت‌هایی در مورد بهره‌وری وجود دارد. این مقاله با بررسی برخی سوء برداشت‌ها در مورد بهره‌وری آغاز می‌کند و سپس مفهوم بهره‌وری بسزا رابطه بهره‌وری با کیفیت، استراتژی‌های جدید برای بهبود آن را شرح می‌دهد.

بعضی از بنگاه‌ها، گهگاه دست به اقداماتی می‌زنند و از این اقدامات نتایج حاصل می‌کنند و سپس این نتایج را به بهبود بهره‌وری نسبت می‌دهند. پس یک جزء لازم برای فهم بهره‌وری، داشتن ملاک‌هایی است تا بتوان بین دستاوردهای عادی یک بنگاه و بهره‌وری تمایز قائل شد.

■ **برخی سوء برداشت‌ها در مورد بهره‌وری**  
درباره مفهوم بهره‌وری گاهی اوقات تعابیر اشتباهی می‌شود. در زیر به اختصار برخی از این سوء برداشت‌ها را ذکر می‌کنیم.  
افزایش تولید لزوماً به معنای بهبود بهره‌وری نیست. محصول عبارت است از ستاده‌ای که در نتیجه ترکیب عوامل تولید و استفاده از آنها حاصل می‌شود. تولید به معنای فرایند تبدیل منابع به محصولات (کالاها و خدمات) است. معمولاً برحسب مقدار یا تعداد برون‌داد در واحد زمان تعریف می‌شود. در حالی که بهره‌وری کسری است که نسبت محصولات تولیدی را به نهاده‌های مصرفی نشان می‌دهد. ستانده یا برون‌داد را می‌توان به صورت واحد یا حجم یا ارزش و درون‌داد را می‌توان بر حسب مقدار یا تعداد یا ارزش پولی آنها اندازه گیری کرد.

بهبود کارایی ارتقای بهره‌وری را تضمین نمی‌کند. افراد غالباً فکر می‌کنند که اگر کارایی بهبود یابد، بهره‌وری بیشتر خواهد شد. کارایی شرط لازم بهره‌وری است اما کافی نیست. در واقع برای بهره‌ور بودن هم اثر بخشی و هم کارایی لازم است. کارایی نسبت محصول واقعی تولید شده به محصول مورد انتظار است، در حالی که اثر بخشی درجه تحقق اهداف در سازمان است. افزایش درآمد حاصل از فروش الزاماً بهبود بهره‌وری را تضمین نمی‌کند. اگر درآمد شرکتی افزایش یابد، به تنهایی این افزایش به این معنا نیست که آن شرکت از

بهره‌وری بالا برخوردار است. ممکن است سازمان به دلایلی (مثلاً افزایش قیمت) درآمدهایش به علت وجود بازار انحصاری زیاد شود، درحالی که بهره‌وری اش نسبت به قبل افزایش نیافته باشد و درآینده میزان سوددهی آن به شدت کاهش یابد.

■ **بهره‌وری فقط مختص بخش صنعت نیست**  
افزایش بهره‌وری نباید به بهای تنزل کیفیت انجام شود. شرکت ماتسوشیتای ژاپن یکی از بزرگترین تولیدکنندگان لوازم برقی و الکترونیک در جهان است. یکی از محصولات این شرکت انواع میکروفن است. وقتی ماتسوشیتا کیفیت خدمات و قابلیت اعتماد میکروفن‌های خود را به نحو قابل توجهی بهبود بخشید، در نتیجه آن بهره‌وری نیروی کار شرکت ۲۵ درصد افزایش یافت و هزینه نیروی کار برای هر واحد هزینه کل کاهش یافت و موجب شد قیمت فروش میکروفن‌ها ۲۷ درصد کاهش یابد. روشن است در این شرایط بهبود کیفیت به بهای کاهش بهره‌وری نبوده است، بلکه در عوض با بهبود کیفیت محصول، واقعاً بهره‌وری افزایش یافته است. بنابراین وقتی درباره بهره‌وری و کیفیت صحبت می‌کنیم، مهم این است که این واژه‌ها را به جای هم به کار نبریم یا متناقض با یکدیگر ندانیم.

■ **بهره‌وری سبز**  
تا چند دهه قبل، محیط طبیعی به عنوان متغیری مهم در سیستم‌های تولیدی مطرح نبود. اما به تدریج آسیب‌های محیطی دستاوردهای تمدن بشری را دچار مخاطره ساخت. ضایعات و پساب‌های تولیدی، آلودگی محیط زیست را به دنبال داشته است. آثار مخرب به جا مانده از استفاده‌های بی‌رویه از اکوسیستم‌ها و آسیب به منابع طبیعی بویژه منابع تجدیدناپذیر موجب بروز نگرانی‌های زیادی شد و انسان را بر آن داشت تا راهی برای پیشگیری از این پیامدهای ناگوار بیابد. بحث الگوی توسعه پایدار به طور جدی از اواخر دهه ۱۹۸۰ مطرح شد. مرکز فعالیت‌های «برنامه‌های صنعت و محیط زیست سازمان ملل متحد» در سال ۱۹۸۹ از عبارت تولید پاکیزه‌تر برای نشان دادن برداشت کلی و فراگیر «تولید و محیط زیست» استفاده کرد. بهره‌وری سبز در دستور کار بخش‌های تولیدی قرار گرفته است. بهره‌وری سبز به عنوان یک هدف دارای آثار گوناگون در توسعه پایدار است. به طوری که مفاهیم محیط زیست را با احیا و حفظ منابع طبیعی در امور فنی، اقتصادی و استراتژیک بهره‌وری، پیوند می‌دهد.

■ **اصول بهره‌وری و رابطه آن با کیفیت**  
آنچه مسلم است، نقش مهم را در بهبود بهره‌وری





# JAHANIAN INDUSTRY



گروه صنعتی مهندس

# جهانیاں

## اولین صادرکننده ماشین آلات سلفون کشی به خارج از کشور



### دستگاه یو-وی سیلندری

تولید و واردات ماشین آلات خدمات پس از چاپ  
دستگاه‌های سلفون کشی حرارتی، سلفون کشی چسب سرد  
شیت کن سلفون کشی، یو وی، لمینیت کارتن



دستگاه لمپنه کارتن ۴/۳ اتوماتیک



### دستگاه برش سینگل فیس



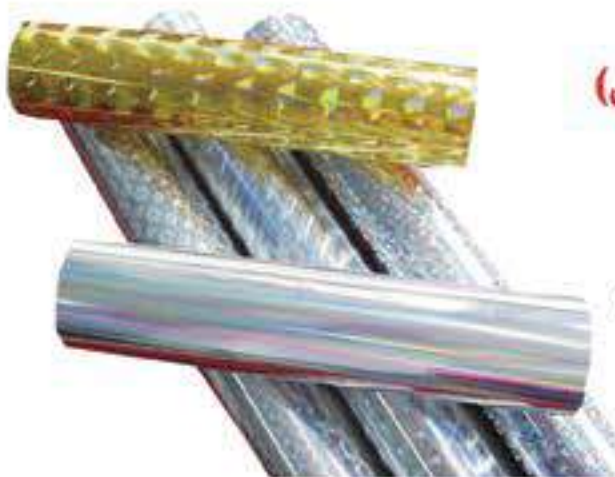
دستگاه سلفون کشی واتر بیس (چسبی)



سلفون گشی حرارتی به همراه شیت کن و سیستم روغنی



## امیاس



سلفون حرارتی  
سلفون واٹر بیس (جسبی)  
سلفون لیزری  
سلفون مخملی  
مات و براق  
دو رو جرقہ گیری شدہ  
کیفیت عالی  
قیمت مناسب



تهران - فلکه دوم صادقیه، ابتدای آیت اله کاشانی، برج مینا، طبقه ۸، واحد ۴۶

تلفن: ۴۴۰۶۴۲۱۵    دورنگار: ۴۴۰۶۲۹۸۲    همراه: ۰۹۱۲۱۲۴۰۷۷۰

[www.jhni.org](http://www.jhni.org)





در عرصه بازرسی و کنترل، در دوران پس از جنگ افزایش یابد و بعد از آن به تدریج سیستم‌های کیفی در جوامع صنعتی جهان مطرح شود. دکتر «دمینگ» که یک کارشناس کیفیت بود، پس از جنگ جهانی به ژاپن رفت و آموزه‌های خود را جهت افزایش توأم بهره‌وری و کیفیت در صنایع ژاپن در اختیار مدیران ژاپنی قرار داد و در اندک مدتی توانست صنایع ژاپن را به‌واقع متحول کند. به همین دلیل امروزه عالی‌ترین جایزه کیفیت ژاپن به نام او «جایزه دمینگ» نامیده می‌شود. تئوری دکتر دمینگ که بر مبنای ۱۴ اصل بنا نهاده شده تحولی عظیم در کشورهای در حال توسعه از خود به جای نهاد که بررسی این اصول بسیار مهم و راهگشا به نظر می‌رسد. در اینجا به اختصار به این ۱۴ اصل اشاره‌ای می‌کنیم:

**اصل اول:** بهبود محصولات و خدمات و برنامه ریزی برای آینده. مدیریت ارشد با توسل به کار گروهی مدیران میانی و با تمام قوا و تمامی امکانات موجود باید سعی کند که کیفیت محصولات و خدمات به طور مداوم بهبود یابد.

**اصل دوم:** قبول یک فلسفه جدید. ما در دورانی اقتصادی به شدت در حال پیشرفت و اطلاعات مدار زندگی می‌کنیم. در این دوران ارزش‌های فرهنگ اقتصادی توسط تمامی کارکنان شرکت نقشی اساسی را در موفقیت شرکت ایفا می‌کند و از بروز عواملی که ممکن است اقتصاد شرکت را وادار به سیری نزولی کند، جلوگیری خواهد کرد. بدین منظور باید حتماً فرهنگ سازی اقتصادی کارکنان و القای روحیه و فلسفه نوین تولید را در دستور کار مدیران ارشد سازمانی قرار داد.

**اصل سوم:** از وابستگی به بازرسی انبوه اجتناب کنید. باید دانست که بازرسی نهایی در ماهیت کیفیت محصولات ساخته شده تأثیر نمی‌گذارد و در نهایت تنها قادر است که محصولات منطبق و نامنطبق را شناسایی کند از این رو باید این نوع از بازرسی را به تدریج به سوی کنترل کیفیت فرایند سوق داد.

**اصل چهارم:** کیفیت مواد ورودی را بهتر کنید. بسیاری از مشکلات و معضلات مربوط به خط تولید و کیفیت نامناسب محصولات نشأت گرفته از مواد اولیه و ماشین آلات نامناسب است. از این رو استفاده از روش‌های آماری برای رسیدگی به وضع کیفی مواد ورودی و تصمیم‌گیری‌های مدیریست تدارکات در انتخاب منابع خرید ضروری به نظر می‌رسد.

عامل انسانی بر عهده دارد. برای استفاده مطلوب و بهینه از نیروی انسانی به سه اصل نیاز داریم: اصل آگاهی (دانش، تجربه و تخصص، پژوهش و تحقیقات) اصل انگیزه

اصل مدیریت (مدیریت و سازمان دهی منابع طبیعی و انسانی). افزایش بهره‌وری از ترکیب و تلفیق منابع مختلف، سازمان دهی و برنامه ریزی صحیح و جامع تحقق پذیر است. انتخاب مناسب افراد، تقسیم کار، ارزیابی، پرداخت حقوق و دستمزد متناسب با کار انجام شده، پشتوانه و ارکان بهره‌وری محسوب می‌شوند.

نیمه دوم دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ را شاید بتوان مدیریت در شرایط وجود اهداف متناقض برای مدیران نامید. همان طور که می‌دانیم مدیران آمریکایی و ژاپنی در واقع دو سیستم یا دو سبک مدیریتی مختلف را به کار می‌گیرند. مدیران شرکت‌های آمریکایی تأکید بیشتری بر بازده سرمایه و سود سرمایه برای سهام داران خود دارند. در حالی که رقبای ژاپنی آنها بر افزایش سهم فروش محصول خود در بازار، عرضه محصول جدید به بازار، ساختن تصویری مناسب از شرکت در اذهان و به برقراری نظام کیفیت مناسب در شرایط و محیط کار توجه بیشتری دارند.

وجود پیچیدگی‌ها و مشکلات در عصر حاضر، مدیریت امروز را به این حقیقت آگاه کرده است که حتی با اجرای مدیریت کیفیت فراگیر و مهندسی مجدد سازمان‌ها قادر نخواهد بود به صورتی سیستماتیک اهداف متناقض را برآورده سازد. بسیاری از این اهداف، اگر چه نه همه آنها در ذات خود متضاد هستند. مثلاً در عین حال که شرکت‌ها باید به دنبال نیروی کار وفادار باشند از طرف دیگر در صورت لزوم به اخراج کارکنان خود یا کاهش تعداد آنها به اندازه صدها یا هزاران نفر نباید اهمیتی بدهند.

فلسفه مدیریت بهره‌وری فراگیر، نه تنها اصول مدیریت بر مبنای هدف، مدیریت کیفیت فراگیر و مهندسی مجدد را در بر دارد، بلکه به مهمترین و بنیادی ترین هدف اصلی جوامع یعنی بهبود سطح رفاه انسان‌ها از نظر مادی و معنوی به طور مستمر تکیه دارد. به عبارتی مدیریت بهره‌وری فراگیر سازمان‌ها را از نادیده انگاشتن سیستم‌های انسانی در کنار سایر سیستم‌ها باز می‌دارد.

بازسازی اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم در ارتقای سطح کیفیت کالا و خدمات و گسترش فرهنگ مصرف تأثیر بسزایی داشت و باعث شد که سرعت تکامل و گسترش فعالیت‌های کیفی،

**اصل پنجم:** مشکلات را بیابید. جستجو برای یافتن مشکلات و تلاش در جهت رفع آنها باید مستمر باشد. از این رو، سیستم ممیزی مدیریت باید به طور دائم تمامی دستورالعمل‌ها و فرایندهای مربوط به برنامه‌ریزی، تدارکات، تولید و تضمین کیفیت را مورد بررسی و تجدید نظر قرار دهد.

**اصل ششم:** روش‌های مدرن آموزشی برقرار کنید. برای استفاده از توانمندی‌های مدیران و پرسنل باید از روش‌های مدرن آموزشی استفاده کرد. آموزش و یادگیری علوم و فنون مرتبط با صنعت شما برای آگاهی از تغییرات دائمی مواد، روش‌ها، طراحی محصول، ماشین آلات، تکنیک‌ها و خدمات باید اجباری باشند.

**اصل هفتم:** روش‌های مدرن سرپرستی را برقرار کنید. برای آنکه کارکنان بتوانند وظایف محول شده را به بهترین نحو انجام دهند، باید توسط مدیریت، پشتیبانی، هدایت و کنترل شوند. این اعتقاد باید بین مدیران قوت گیرد که بهبود سطح کیفیت محصولات باعث بهبود سطح بهره‌وری نیز می‌شود.

**اصل هشتم:** ترس و وحشت را دور کنید. استقرار روش‌های ارتباطی و اطلاعاتی صحیح در سطوح مختلف شغلی شرکت باعث می‌شود که ترس از تشکیلات سازمانی دور شود و زمینه‌های ارائه کار بهتر و بازدهی بیشتر برای تمامی کارکنان شرکت مهیا شود.

اصل نهم: سدها را بشکنید. مدیریت باید موانعی را که بر سر راه ارتباط و همکاری بین واحدها و قسمت‌های مختلف وجود دارد، از میان بردارد. در این صورت، واحدهای مختلف سازمان با یکدیگر هماهنگ‌تر و با روشن بینی بیشتری کار خواهند کرد.

**اصل دهم:** از اهداف پراکنده و بدون برنامه ریزی پرهیز کنید. مدیریت باید از شعار دادن و نصیحت کردن نیروی فعال در مواردی مانند: «همان بار اول کار را درست انجام دهید»، «کار بدون عیب و نقص»، «ارتقای سطح بهره‌وری» و... چنانچه راه حل عملی و روش‌های اجرایی مناسب برای آنها تهیه و برنامه ریزی نکرده است، بپرهیزد. این گونه شعار دادن بدون توجه به روش اجرایی، بیشتر ایجاد بی‌نظمی و نفاق می‌کند تا کارساز باشد. اصولاً مشکلاتی نظیر کاهش سطح کیفیت محصول و یا سیر نزولی منحنی بهره‌وری به خاطر ناکارایی و گردش نادرست سیستم به وجود می‌آیند که عموماً رفع و حل آنها خارج از حیطه قدرت کارکنان و در مواردی حتی خارج از حیطه قدرت سازمان است. پس باید واقع بین بود و انتظارات نابجا و فراتر از امکانات از پرسنل نداشت.

**اصل یازدهم:** از تغییر حجم کار استاندارد پرهیز کنید. اصولاً تعیین حجم کار استاندارد مانعی بر سر راه بهبود مداوم کیفیت و بهره‌وری است و هزینه‌های تمام شده محصول را افزایش می‌دهد و کارکنان را در انجام بهتر کار یاری و پشتیبانی نمی‌کند. البته این بدان معنا نیست که کارکنان را به حال خود رها کرد تا با هر سرعتی که دوست دارند تولید کنند؛ بلکه باید یک نوسان مناسب را تعیین کرد.



# ۱۳۹۷

## تقویم دیواری حصیری آسیا

(با بیش از نیم قرن سابقه)

با قابلیت چاپ سیلک روی گیره  
سفارشات اختصاصی پذیرفته می شود.



## انتشارات آسیا

تولید کننده تقویم و سررسید  
لوکس و فانتزی



## فروش چرم ترمو در ۷ رنگ با قیمتی مناسب



۳۳ ۹۰ ۲۰ ۱۴



۰۹۳۵ ۱۰ ۳۰ ۴۲۴

عطایی



www.asiapub.co

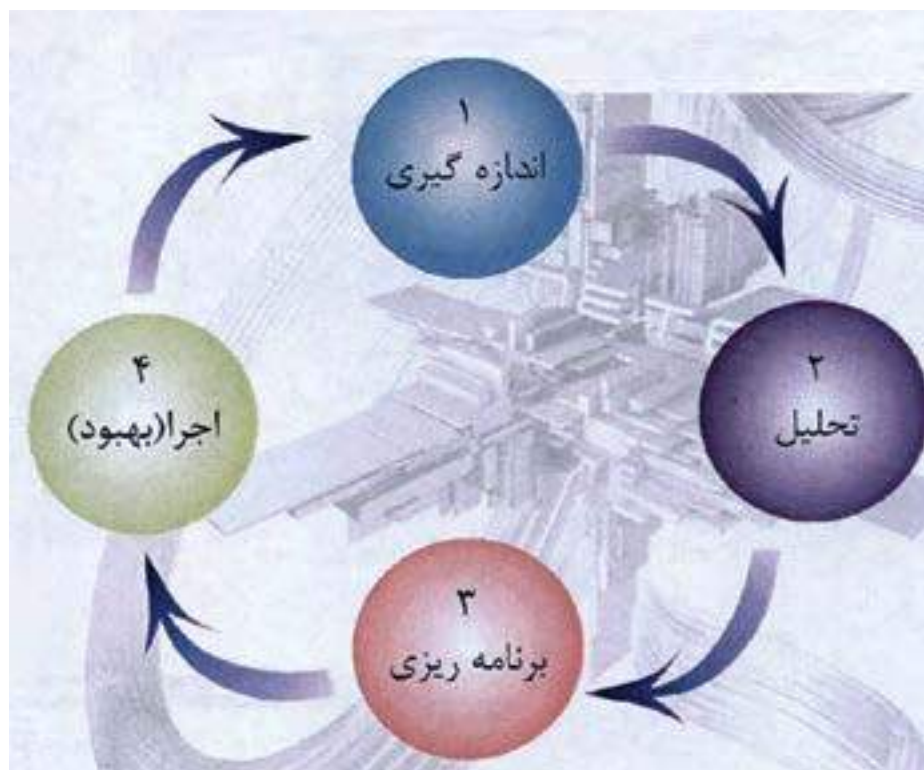


ataie@asia.com



ataie\_asia





**اصل دوازدهم:** موانع را برای رسیدن به سربلندی و افتخار از میان بردارید. مدیریت باید شرایط پیشرفت و تکامل همه جانبه را برای کلیه پرسنل فراهم کند و آنها را در رسیدن به این اهداف تکاملی یاری رساند.

**اصل سیزدهم:** برنامه‌های پرمحتوای آموزش برقرار کنید. یک شرکت برای رشد و پیشرفت مستمر نیاز به پرسنل خوبی دارد که دائما در حال آموزش، مطالعه و یادگیری باشند و باید توجه داشت که تمامی رقابت‌های سالم شغلی از علم و دانش ریشه می‌گیرد.

**اصل چهاردهم:** ایجاد ساختاری مناسب. این اصل مدیریت ارشد را موظف می‌کند که مسئولیت بهبود مداوم کیفیت و بهره‌وری را عهده دار شود و تلاش کند که ساختار سازمانی به گونه‌ای عمل کند که تمامی جزئیات اجرایی سیزده اصل قبلی انجام شود. نقطه شروع و پایان چهارده اصل دمیگ در همین اصل است. چرا که سیزده اصل قبلی بدون داشتن ضمانت اجرایی کافی از سوی مدیران ارشد که در قالب ساختار سازمانی نمود پیدا می‌کند، هرگز قابلیت اجرا نمی‌کند و کاربردی نخواهد داشت.

**سه استراتژی عمده برای بهبود بهره‌وری**  
زمانی که بهره‌وری کل افزایش یابد، هزینه تمام شده به ازای هر واحد، کاهش می‌یابد. بنابراین می‌توانیم با توجه به رابطه بین بهره‌وری کل و هزینه و اینکه «قیمت = هزینه تمام شده + حاشیه سود»، یکی از این سه راه را برای بهبود بهره‌وری در نظر بگیریم.  
۱. قیمت کمتر محصول به معنای افزایش سهم بیشتر از بازار و در نتیجه سود بیشتر در آینده  
۲. قیمت قبل اما کسب سود بیشتر به ازای هر واحد  
۳. همزمان قیمت کمتر و سود بیشتر

**استراتژی استفاده از نظام مدیریت بهره‌وری فراگیر**  
استراتژی که برای استفاده از مدیریت فراگیر بهره‌وری به عنوان ابزاری برای سنجش و اندازه گیری بهره‌وری استفاده می‌شود، در چهار سطح به شرح زیر انجام می‌شود.

**سطح اول - در این وضعیت روند بهره‌وری کل در برابر نقطه سر به سر بنگاه را بررسی می‌کنیم. اگر مقدار بهره‌وری کل در دوره زمانی خاصی از نقطه سر به سر تجاوز کند، تجزیه و تحلیل سطح دوم را انجام می‌دهیم. با توجه به نمودارها، روند شاخص‌های بهره‌وری جزئی را در سازمان بررسی می‌کنیم.**

**سطح دوم - به منحنی‌های روند بهره‌وری کل در نقطه سر به سر به تفکیک هر واحد عملیاتی توجه می‌کنیم. برای آن واحدهای عملیاتی که مقدار بهره‌وری آنها زیر نقطه سر به سر قرار دارد، تجزیه و تحلیل مرحله سوم را انجام می‌دهیم.**

**سطح سوم - روند شاخص‌های بهره‌وری جزئی برای کلیه واحدهای عملیاتی که مقدار بهره‌وری کل آنها زیر نقطه سر به سر است را تجزیه و تحلیل می‌کنیم. معمولا در عمل، یک یا بیشتر از یک شاخص بهره‌وری جزئی در حال کاهش است.**

سطح چهارم - منابع و نهاده‌ها را در ارتباط با بهره‌وری آنها تجزیه و تحلیل می‌کنیم. در این استراتژی از اصل مدیریت بر اساس حالات استثنایی که به خودی خود بر بهره‌وری کل تأثیر می‌گذارد، استفاده می‌شود.

#### ■ مرحله بهبود بهره‌وری

مهم‌ترین فاز در تجزیه و تحلیل بهره‌وری در سازمان «مرحله بهبود» است. منظور از بهبود بهره‌وری، بهره‌وری کل (TP) و بهره‌وری جامع کل (CTP) است. حدود ۷۰ روش متفاوت برای بهبود TP و یا CTP وجود دارد. این روش‌ها در فهرست (۱) تحت ۵ دسته اساسی نشان داده شده‌اند. روش‌ها در عمل بسیار وسیعتر از ابزارها هستند. روش‌ها در واقع ابزارها را در بر می‌گیرند. مثلاً روش‌های مهندسی صنایع از نمودارهای جریان، تجزیه و تحلیل پارتو و سایر ابزارهای دیگر که در مدیریت کیفیت فراگیر قابل استفاده هستند، سود می‌برند.

مرحله بهبود بهره‌وری فرایندی دو مرحله‌ای است: انتخاب مجموعه‌ای از روش‌های بهبود بهره‌وری مندرج در فهرست (۱). طراحی برنامه‌ای اجرایی و عملیاتی برای اجرا و پیاده سازی روش‌های منتخب بهبود بهره‌وری

**مرحله اول: انتخاب روش‌های مناسب**  
از تعداد بسیاری از روش‌های در دسترس، هر شرکتی باید معدودی از این روش‌ها را که قابل اداره هستند، انتخاب کند. به طوری که مجموعا بتواند سازمان را به هدف بهره‌وری کل که در مرحله برنامه‌ریزی تعیین شده است، برساند. مجموعه این روش‌ها بستگی به نوع سازمان، اندازه شرکت و بسیاری عوامل دیگر دارد. در انتخاب مجموعه‌ای از روش‌های مناسب سه روش پیشنهاد می‌شود.  
۱. بر اساس شم کارشناسی و تجربه  
۲. روش‌ها و مدل‌های کمی  
۳. روش‌های نیمه کمی، ترکیبی از دو روش فوق است.

در روش‌های کمی با استفاده از معادلات رگرسیون چند متغیره همبستگی با بهره‌وری کل عوامل را مشخص می‌کنیم، یا بهره‌وری کل عوامل را به وسیله برنامه ریزی حداکثر می‌کنیم. تابع هدف، حداکثر بودجه، سودها و حداقل کردن دوره بازگشت سرمایه است.

مرحله دوم: عملی ساختن برنامه بهبود بهره‌وری در این مرحله با توجه به فرمول بهره‌وری پنج استراتژی مختلف برای بهبود بهره‌وری داریم. افزایش محصول با استفاده از همان مقدار نهاده افزایش محصول همراه با کاهش نهاده‌های مصرفی تولید همان مقدار محصول با کاهش نهاده‌های مصرفی

افزایش مقدار محصول، سریعتر از افزایش نهاده‌های مصرفی  
کاهش بیشتر نهاده‌ها در قبال کاهش محصول. استراتژی ۳ و ۵ واکنشی هستند، بویژه استراتژی پنجم. اما استراتژی‌های ۱ و ۴ آینده نگرانه هستند. مؤسسه‌ای که دارای مدیریت و رهبری ضعیف هستند، استراتژی پنجم را انتخاب می‌کنند تا بقا داشته باشند. بسیاری از روش‌های کوچک کردن سازمان‌ها در استراتژی سوم و پنجم تجلی می‌یابند. شرکت‌هایی که دارای رهبری قوی و مدیریت عالی هستند از استراتژی‌های ۱ و ۲ استفاده می‌کنند. سازمانی که استراتژی ۴ را دنبال می‌کند، وضع بسیار ایده آلی دارد، اگر این شتاب بتواند حفظ شود.

#### ■ نتیجه گیری

سال‌های متمادی است که مفهوم مدیریت بهره‌وری فراگیر در بسیاری از قسمت‌های جهان به کار برده می‌شود. برخی از منافع ناشی از اجرای مدیریت بهره‌وری فراگیر مورد توافق همه افراد است. این منافع را به طور فهرست وار می‌شمریم و از ذکر توضیحات بیشتر پیرامون آنها پرهیز می‌کنیم.

۱. پاسخ گویی به نیازهای مشتریان
  ۲. رقابت پذیری در کیفیت
  ۳. رقابت پذیری در هزینه کل
  ۴. ایجاد گروه‌های کاری و پاسخ گویی و مسئولیت پذیری
  ۵. برنامه ریزی تکنولوژی
  ۶. تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاری
  ۷. برنامه ریزی برای شروع فعالیت جدید یا الحاق به شرکت دیگر
  ۸. بودجه بندی و تخصیص منابع
  ۹. هدف گذاری برای کسب سود به صورت خودکار
  ۱۰. سازگاری دستورالعمل جمع آوری اطلاعات به نحو مطلوب.
- امید است با اجرای دقیق و هدفمند برنامه‌های مدیریت بهره‌وری فراگیر شاهد رشد چشمگیر بهره‌وری در سازمان خود باشید.



# پرسش و پاسخ های حقوقی

بی هیچ سخن اضافه‌ای شما را دعوت می‌کنیم به خواندن این صفحه که شاید مساله اصلی شما باشد. دریافت مستمری بازماندگان، موضوعی است که بسیاری با آن دست به گریبان‌اند.



واعلام نتیجه توان‌بخشی یا اشتغال چنانچه طبق نظر کمیسیون‌های پزشکی مذکور در ماده ۹۱ قانون تأمین اجتماعی توانایی خود را کلاً یا بعضاً از دست داده باشند می‌توانند از مستمری از کارافتادگی در صورت احراز شرایط قانونی بهره‌مند گردند.

## به درخواست‌های مستمری از کارافتادگی، چگونه رسیدگی می‌شود؟

حساب ماده ۷۰ قانون تأمین اجتماعی بیمه شده‌ای که طبق نظر پزشک معالج، توانایی خود را به صورت کامل یا جزئی از دست دهد، پس از مراجعه به شعب تأمین اجتماعی به کمیسیون پزشکی (موضوع ماده ۹۱ قانون تأمین اجتماعی) معرفی خواهد شد؛ این کمیسیون پس از معاینه بیمه‌شده و بررسی سوابق پزشکی وی نسبت به صدور رأی با تعیین درصد از کارافتادگی اقدام و مراتب را به شعبه ذی‌ربط اعلام می‌کند تا در چارچوب مقررات و در صورت احراز شرایط قانونی، حکم برقراری مستمری برای او صادر شود.

اگر درصد از کارافتادگی بیمه‌شده بین ۱۰ تا ۳۳ درصد باشد و بیمه‌شده بر اثر حوادث ناشی از کار، دچار آسیب شده باشد، استحقاق دریافت غرامت مقطوع نقص عضو را خواهد داشت. اگر میزان کاهش توانایی انجام کار بیمه‌شده براساس نظر کمیسیون پزشکی بین ۳۳ تا ۶۶ درصد باشد. در صورتی که صدمه وارده به بیمه‌شده بر اثر حوادث ناشی از کار باشد، از کارافتاده جزئی شناخته می‌شود.

اگر بیمه‌شده طبق نظر کمیسیون پزشکی ۶۶ درصد یا بیشتر توان کاری خود را از دست داده باشد، چه این صدمه بر اثر حادثه ناشی از کار باشد، چه بر اثر حوادث و بیماری‌های عادی باشد، بیمه‌شده از کارافتاده کلی شناخته می‌شود.

صادر شده باشد قابل اعتراض نخواهد بود. اعتراض بیمه شده همراه مدارک لازم از طرف شعبه تأمین اجتماعی به کمیسیون پزشکی تجدید نظر ارسال می‌گردد. آراء کمیسیون‌های تجدید نظر قطعی و لازم الاجرا ست و قابل اعتراض نمی‌باشد.

## برای درخواست مستمری از کارافتادگی، چه شرایطی باید داشت؟

مستمری از کارافتادگی یکی از تعهدات سازمان تأمین اجتماعی به شمار می‌رود. سازمان تأمین اجتماعی تمامی بیمه‌شدگان تحت پوشش خود را بدون توجه به میزان سابقه پرداخت حق بیمه در مقابل حوادث ناشی از کار مورد حمایت (غرامت مقطوع نقص عضو، از کارافتادگی جزئی و کلی) قرار می‌دهد، چنانچه بیمه شده‌ای بر اثر حوادث غیرناشی از کار یا بیماری عادی، آسیب‌دیده و توانایی خود را حسب نظر کمیسیون‌های پزشکی به صورت کامل از دست دهد در چارچوب قانون و یا احراز شرایط قانونی مورد حمایت قرار خواهد گرفت.

مستمری از کارافتادگی کلی غیرناشی از کار تنها به بیمه شده‌ای تعلق می‌گیرد که ظرف ۱۰ سال قبل از وقوع حادثه غیرناشی از کار یا شروع بیماری منجر به از کارافتادگی کلی حداقل دارای یک سال سابقه پرداخت حق بیمه نزد سازمان باشد و ظرف یک سال قبل از وقوع حادثه یا بیماری مورد بحث دارای حداقل ۹۰ روز سابقه پرداخت حق بیمه باشد.

بنابراین بیمه‌شدگانی که در برابر حوادث ناشی از کار دچار حادثه گردند و یا طبق نظر پزشک معالج غیرقابل علاج تشخیص داده شوند، پس از انجام خدمات توان‌بخشی

## بیمه شده برای شرکت در کمیسیون پزشکی چه اقداماتی را می‌بایست انجام دهد؟

بیمه شده می‌تواند با در دست داشتن گواهی پزشک متخصص معالج که به صراحت حاکی از درج نوع بیماری یا عارضه، خلاصه درمان‌های انجام شده، نتیجه اقدامات تشخیصی و درمانی، خاتمه درمان (درمان مؤثر در بهبودی) و غیر قابل علاج بودن بیماری یا عارضه باشد به شعبه تأمین اجتماعی محل بیمه پردازی مراجعه و با ارائه مدارک لازم و مستندات درمانی مربوطه درخواست شرکت در کمیسیون پزشکی را ارائه نماید.

شعبه تأمین اجتماعی ضمن احراز هویت و بررسی وضعیت بیمه پردازی بیمه شده از لحاظ نوع بیمه، مدت سابقه پرداخت حق بیمه، نرخ حق بیمه، سوابق شرکت در کمیسیون‌های پزشکی و در صورت احراز شرایط قانونی، مکاتبات مورد نیاز با پزشک معالج و مراکز درمانی مربوطه صورت گرفته و در نهایت پس از تکمیل مدارک، بیمه شده توسط شعبه به کمیسیون پزشکی معرفی می‌گردد.

## به درخواست های کمیسیون پزشکی، چگونه رسیدگی می‌شود؟

پس از وصول پرونده در کمیسیون پزشکی: تاریخ تشکیل کمیسیون پزشکی جهت حضور بیمه شده به وی اعلام خواهد گردید، بیمه شده موظف است در روز و ساعت تعیین شده، در محل برگزاری جلسه کمیسیون پزشکی حاضر شود.

کمیسیون پزشکی با توجه به مدارک و اقداماتی که لزوماً بر اساس ضوابط قانونی بعمل می‌آورد مبادرت به صدور رأی می‌نماید. رأی کمیسیون پزشکی بدوی پس از صدور در روز برگزاری توسط کمیسیون مربوطه به بیمه شده حاضر در جلسه ابلاغ خواهد شد. در صورتیکه بیمه شده به رأی صادره معترض باشد می‌تواند ظرف مدت یکماه از تاریخ ابلاغ اعتراض کتبی خود را به شعبه تأمین اجتماعی مربوطه تسلیم نماید. آراء کمیسیون پزشکی بدوی که جهت ادامه درمان





تعهد، توجه و ایجاد انگیزه

## راهکارهای افزایش بهره‌وری

■ مولف / مترجم: ناصرالدین احدی نیا

با وجود تعاریف زیاد درباره بهره‌وری، به منظور اجرایی کردن آن می‌بایست تعریفی هماهنگ و سازگار با شرایط و نیازهای معین سازمان به کار برد و از طریق مشارکت کلیه کارکنان قدم‌های موثری را در این راه برداشت. استمرار یک سیستم بهره‌وری، مستلزم اقداماتی چند نظیر تسهیم منافع، اصلاح ساختار سازمانی، توسعه منابع انسانی و... است. راهکارهای افزایش بهره‌وری مستلزم شناخت کافی وضعیت موجود و فرهنگ کاری شرکت‌هاست. با توجه به تفاوت‌های مهم در فرهنگ کاری شرکت‌ها و وضعیت موجود آنها می‌توان گفت راهکارهای افزایش بهره‌وری نیز در آنها متفاوت خواهد بود. از جمله راهکارهای افزایش بهره‌وری می‌توان به کاهش ضایعات، ایجاد تعهد در کارکنان، توجه به کارکنان، استفاده بهینه از استعدادها، ایجاد انگیزه در کارکنان، توجه به تغییرات و... اشاره کرد. درجه تاثیر هر یک از این راهکارها در افزایش بهره‌وری به وضعیت موجود شرکت در آن زمینه و ضرورت پرداختن به هریک از این موارد بستگی دارد، که می‌بایست به شکل ماهرانه‌ای شناسایی و اولویت بندی شده و بر آن اساس اقدام شود. به عنوان مثال، در سازمانی ممکن است کاهش ضایعات در اولویت اول قرار گیرد و در سازمانی دیگر توجه به کارکنان و ایجاد انگیزه در اولویت اول باشد. عدم شناخت کافی از وضعیت موجود شرکت‌ها و بی توجهی به اولویت‌ها می‌تواند اثرات معکوسی در میزان بهره‌وری به وجود آورد. از این رو قبل از هرگونه اقدامی در افزایش بهره‌وری بر روی شناخت کافی وضعیت موجود و اولویت بندی صحیح راهکارها تاکید می‌شود.

برای آگاهی از میزان افزایش بهره‌وری می‌بایست آن را در قالب شاخص‌های مختلف و در دوره‌های معینی اندازه‌گیری کرد. با اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری می‌توان مشخص ساخت که تلاش‌های بهره‌وری تا چه حدی مفید بوده است. اندازه‌گیری بهره‌وری نیز می‌بایست براساس یک سیستم مناسب و اصولی انجام گیرد، در غیر این صورت نمی‌توان به نتایج آن اطمینان و انتظار بهبود در آن را داشت. یکی از موارد مهم در اندازه‌گیری بهره‌وری مشخص کردن صحیح طول دوره ارزیابی است که به عواملی نظیر دسترسی به اطلاعات، ماهیت عملیات تولیدی و اهداف مدیریت بستگی دارد. از نتایج اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری می‌توان به عنوان ابزاری مناسب جهت برنامه ریزی‌های بلندمدت مدیریت در سطح سازمان استفاده کرد.

سرعت رشد صنایع بویژه صنعت خودرو و توسعه آن در دهه‌های اخیر حاکی از آن است که کشورمان در حال گذر از یک اقتصاد نیمه صنعتی به یک اقتصاد صنعتی است. توجه به تولید و بهره‌ور بودن آن می‌تواند ضمن سرعت بخشیدن به رشد و توسعه صنعتی آن را در مسیری صحیح و اصولی هدایت کند. از این رو به آشنایی شرکت‌ها با مفاهیم بهره‌وری و راهکارهای افزایش آن تاکید می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت درجه توسعه یافتگی صنایع به میزان قابل توجهی به بهره‌گیری مطلوب و بهینه از منابع و امکانات تولید بستگی دارد. از این رو بهره‌وری و افزایش مستمر آن در شرکت‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. به این ترتیب مشخص می‌شود که برای رشد و توسعه صنایع می‌بایست به بهره‌وری و افزایش مستمر آن در شرکت‌ها توجه و اهمیت بیشتری داده شود. بررسی شرکت‌ها نشان می‌دهد که توجه به بهره‌وری در شرکت‌های مختلف به شکل‌های متفاوتی صورت گرفته و می‌گیرد. البته با توجه به شرایط شرکت‌ها و سیاست‌های مدیریتی طبیعی است که به راه‌های مختلف و متناسب با وضعیت موجود می‌بایست اقدام کرد. به همین خاطر در این مقاله سعی بر آن شده است تا ضمن اشاره به مفاهیم اصلی بهره‌وری، به رویکردها و راهکارهای مختلف افزایش بهره‌وری پرداخته شود.

### رویکردها

قبل از پرداختن به رویکردهای افزایش بهره‌وری و اندازه‌گیری شاخص‌های آن، علی‌رغم اینکه امروزه کمتر کسی است که واژه بهره‌وری را نشنیده و درباره آن نوشته‌هایی چند نخوانده باشد، بهتر است ابتدا به تعریف آن از دیدگاه‌های مختلف پرداخته سپس به اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری و رویکردهای افزایش آن بپردازیم.

بهره‌وری (PRODUCTIVITY) در لغت به معنی «قدرت تولید و بارور بودن و مولد بودن» به کار رفته و در ادبیات فارسی به بهره‌وری، با فایده بودن و سود برندگی معنی شده است. در رابطه با تعریف کاربردی بهره‌وری نیز تعاریف مختلفی ارائه شده که برخی از آنها به قرار زیر است.

استیگل در تعریف بهره‌وری می‌گوید: «نسبت میان بازده و مرتبط به عملیات تولیدی مشخص و معین است.»

ماندلا بهره‌وری را چنین تعریف کرده است: «بهره‌وری به مفهوم نسبت بازده تولید به واحد منابع مصرف شده است که با یک نسبت مشابه دوره پایه مقایسه شده و به کار می‌رود.»

بنابراین، اگر ما در هر موردی نسبت خروجی به ورودی را محاسبه کنیم، در واقع میزان بهره‌وری را برای آن موضوع به دست آورده‌ایم که جهت بررسی آن می‌توانیم به شاخص‌های مهمی که در این زمینه در سطح جهانی از سوی شرکت‌های مهم و پیشرفته به کار رفته است اتکا کنیم. البته بهتر است بجای برگزیدن بهترین شاخص یک الگو (BENCHMARK) برای شرکت خود برگزینیم و جهت دستیابی به آن حرکت کنیم.

در اینجا بد نیست به تعریفی در این زمینه که از سوی سازمان بین المللی کار (ILO) به کار رفته است بپردازیم: بهره‌وری عبارت از رابطه بین ستاده حاصل از یک سیستم تولیدی با داده‌های به کار رفته مانند زمین، سرمایه، نیروی کار و غیره به منظور تولید آن ستاده است.

گرچه تعاریف عمومی زیادی برای بهره‌وری وجود دارد ولی به منظور قابلیت اجرایی کردن آن، تعریف بهره‌وری می‌بایست هماهنگ و سازگار با نیازهای ویژه و معین سازمان باشد تا بتواند محیطی بهره‌ور جو با کارکنانی مشوق برای اجرای بهره‌وری ایجاد کند و اگر مکانیسمی مناسب برای مشارکت کلیه کارکنان تدوین و به کار گرفته شود می‌توان گفت قدم‌های موثری در ایجاد بهره‌وری برداشته شده است. ولی تداوم و افزایش مستمر آن، مستلزم مواردی چند نظیر تسهیم منافع حاصل از بهره‌وری بین کارکنان، اصلاح ساختار سازمانی و ایجاد یک ساختار سازمانی مناسب برای به فعل درآوردن برنامه‌های افزایش بهره‌وری، توسعه و بهسازی نیروی انسانی متناسب با ساختار سازمانی ایجاد شده و توسعه و نوسازی فناوری‌های موجود است. تجربه نشان داده است که سازمان‌های گوناگون به منظور افزایش بهره‌وری خود، روش‌های متفاوتی را به کار گرفته‌اند. بنابراین، به کارگیری الگوی خاصی از روش‌های بهره‌وری بدون در نظر گرفتن شرایط حاکم، شاید مفید فایده واقع نیفتد. از این رو، ضروری است ابتدا شناخت کاملی از وضعیت موجود شرکت به دست آورده سپس شروع به بررسی راه‌های افزایش بهره‌وری کرد. البته باید گفت اگر چه هر کشوری باید متناسب با سن ملی، فرهنگ و آداب و رسوم خود به بهبود بهره‌وری بپردازد، لکن بهره‌وری اکنون دیگر فقط یک مسئله ملی و داخلی نیست بلکه یک موضوع جهانی است و در جهان امروز سازمان‌هایی به حیات خود ادامه خواهند داد که بهره‌ورتر تولید می‌کنند.

ولی به طور کلی می‌توان گفت راه‌های افزایش بهره‌وری در شرکت‌های مختلف متفاوت است که در زیر به برخی از رویکردهای آن می‌پردازیم.



همه چیز دیجیتال خواهد شد

Everything will be Digital



# هشتمین نمایشگاه حالت دیجیتال و سررومیری

# Iran Digital Printing Exhibition

19-22 Jun-Tehran-Goftegou Park 2018

تهران، بزرگراه شهید چمران،  
پارک گفنگو، محل دائمی  
نمایشگاههای شهرداری تهران

۲۹ خرداد تا ۱ تیر ۱۳۹۷  
ساعت بازدید: ۱۸ تا ۱۸

تجهیزات و خدمات:

چاپ فضای باز

چاپ فضای داخلی و در تیر کیم

تکمیلی، صفحاتی، تجهیزات جانبی

تابلموهای تبلیغاتی نوری

کالاهای تبلیغاتی

تجهیزات نشر روزمیری

نمایشگاههای مرتبط

[www.idpex.ir](http://www.idpex.ir)  
6 6 1 2 3 5 3 2



## کاهش ضایعات

یکی از راه‌های افزایش بهره‌وری کاهش ضایعات است. ضایعات و افزایش روزافزون آن، یکی از پدیده‌های تولید انبوه است که کشورهای صنعتی از جمله اروپاییان در جستجوی یافتن راه‌هایی برای جلوگیری و قطع این جریان هستند. کاهش ضایعات یکی از اصول اساسی زندگی اجتماعی بشری است که از هزاران سال قبل بدون آنکه آگاهی از مفهوم آن داشته باشند به کار می‌پستند. به عنوان مثال انسان وقتی با کم آبی روبرو می‌شد از مصرف غیرضروری آن خودداری می‌کرد، زارعان اگر زمین کمتری برای کشت داشتند تلاش بیشتری برای بهره‌برداری از تمامی آن به خرج می‌دهند. و ده‌ها مثال از اینگونه زندگی اجتماعی بشری همه و همه حکایت از ضایعات دارند. موضوع قطع جریان ضایعات و یا کاهش آن و همچنین دورسازی ضایعات اجتناب ناپذیر، به دلیل حجم بالای منابع تولیدی تلف شده و خسارت محیطی بالقوه از اهمیت خاصی برخوردار است. اهمیت کاهش ضایعات در اقتصاد ملی به قدری است که بسیاری از رسانه‌های کشوری گاه و بی‌گاه به بیان مطالبی از ضایعات منابع کشوری پرداخته و اهمیت آن را به مردم گوشزد می‌کنند.

با کاهش ضایعات و در نتیجه کاهش هزینه‌ها، سود بیشتری عاید شرکت می‌شود که بخشی از آن نیز به عنوان بهره‌وری به کارگران و کارکنان پرداخته می‌شود. در نتیجه آنها نیز می‌توانند با داشتن درآمد بیشتر زندگی بهتری را برای خود و خانواده خود و در نتیجه افراد جامعه فراهم آورند. از این رو، تولید بهتر و با ضایعات کمتر علاوه بر آنکه سطح زندگی کارگران را بهبود می‌بخشد موجب شکوفایی اقتصاد مملکت نیز می‌گردد.

اگر این اصل را که برای کاهش ضایعات باید برنامه‌ای مناسب و کارآمد داشته باشیم، قبول کنیم، تهیه یک برنامه جامع اجرایی برای هماهنگ ساختن اقدامات و تلاش‌های همه بخش‌ها و واحدهای سازمان ضرورتی اجتناب ناپذیر است. این برنامه موجب هدایت تلاش‌های سازمان در جهت تامین نیازها و ابزارهای کاهش ضایعات می‌گردد. کاهش ضایعات موجب کاهش تنش‌های موجود در سازمان و ایجاد فضایی سرشار از اعتماد و اطمینان در بین کارکنان می‌گردد که آنها را به همکاری هرچه بیشتر با یکدیگر تشویق می‌کند. حال که کاهش ضایعات را به عنوان یکی از راه‌های افزایش بهره‌وری بررسی کردیم، می‌پردازیم به چگونگی کاهش ضایعات در شرکت‌ها.

کلیه کارکنان باید ضمن استفاده از توانایی‌های شخصی خود، با تشکل در گروه‌های کاری، نظرات و پیشنهادات سازنده‌ای را در ارتباط با کاهش ضایعات و افزایش بهره‌وری ارائه کنند. در این رابطه می‌توان به ایجاد و اجرای نظام پیشنهادات و تشکیل گروه‌های کوچک کاری، نظیر گروه‌های کنترل کیفی، گروه کاهش ضایعات، گروه افزایش بهره‌وری و گروه‌های حل مشکل که متناسب با شرایط خاص سازمان باشد اشاره کرد. در کارهای گروهی علاوه بر غنای نظریات و عقاید ایجاد شده با تعامل گروهی، احتمال زیادی وجود دارد که تصمیمات گروه به عمل منجر شود. زیرا این اعضای گروه بوده‌اند که راهبردهای موردنظر را ایجاد و تصویب کرده‌اند. هرچه گروه‌ها موثرتر و تعدادشان بیشتر باشد، کار با کارآیی بیشتری انجام می‌شود، چون افراد بیشتری برای سرنوشت خود مسئولیت تقبل کرده‌اند. در کارگروهی سازمان در مواجهه با چالش در رقابت، از تعدد عقاید و نظریات بهره می‌برد و تک تک اعضای گروه نصیب بیشتری

از آن می‌برند. اینکه عقاید و نظریات افراد را دیگر اعضای گروه می‌شنوند و می‌پذیرند، اعتماد به نفس آنان را تقویت می‌کند. مهمتر از همه، فرد از تنهایی خود خارج می‌شود.

## کاهش ضایعات، نوسازی و توسعه فناوری

یکی دیگر از راههای کاهش ضایعات نوسازی و توسعه فناوری است. هرگونه توسعه تکنولوژیک مستلزم افزایش مهارت کارکنان است که می‌بایست به همراه سایر زمینه‌های موردنیاز مربوط به تغییرات تکنولوژیک به‌مورد اجرا درآید. فناوری‌های جدید بر روی ساختار سازمانی، مهارت‌ها، روابط کارکنان و مشاغل تاثیر خواهد گذاشت. لذا کلیه موارد فوق و سایر زمینه‌های مرتبط با آن‌ها می‌بایست مورد تجزیه و تحلیل دقیق قرار گرفته و اصلاحات یا تغییرات لازم جهت استفاده بهینه از آنها داده شود.

## ایجاد تعهد در کارکنان

یک کارمند متعهد برای سازمان فوق العاده ارزشمند است. او می‌تواند با انجام به موقع کارها و حس مسئولیت در افزایش تولید و بهره‌وری موثر باشد. لذا سعی کنید کارمندان متعهدی برای



سازمان خود تربیت کنید.

مدیران می‌توانند با برآورده کردن نیازهای اساسی کارکنان، برقراری اعتماد متقابل میان خود و آن‌ها و ایجاد یک فرهنگ عاری از سرزنش، آنها را نسبت به سازمان متعهد کنند. تا زمانی که نیازهای روحی و روانی کارکنان برآورده نشود، هرگز به طور کامل نسبت به سازمان احساس تعهد نخواهند کرد.

تنها متعهد ساختن کارکنان به سازمان کافی نیست بلکه باید تعهد آنها را به سازمان همواره حفظ کرد. یکی از موثرترین راه‌های حفظ تعهد در کارکنان و نگه داشتن آنها در سازمان، غنی سازی شغل و افزایش انگیزه در آنان است. قدردانی از افراد به خاطر عملکرد برترشان انگیزه‌ای است در حفظ تعهد کارکنان و ایجاد رضایت شغلی در آنان. استفاده از محرک‌های مالی نظیر افزایش حقوق (مزایا)، پرداخت‌های موردی تشویقی و غیره برای عملکردهای استثنایی و دارای بهره‌وری بالای کارکنان از لحاظ حفظ تعهد کارکنان حائز اهمیت است. لازم به توضیح است که هرگز ارزش و تاثیر عمیق استفاده از اصطلاحات ساده متشکرم، دستتان درد نکند... در مقابل انجام کارهای ساده را دست کم نگیرید زیرا این کارها سبب ایجاد تعهد در کارکنان و به دنبال آن افزایش فعالیت و بهره‌وری در آنها می‌گردد.

## توجه به کارکنان

تجربه نشان داده است که یک سازمان فقط با اتکا به کارکنان خود می‌تواند موفق باشد. از این رو

سازمان‌های نیک اندیش همواره بر بهبود مستمر کیفیت کاری کارکنان خود توجه خاصی می‌کنند و این الگوی رفتاری در مدیران سازمان‌ها، کاهش ضایعات و بهبود کیفیت محصول را به همراه دارد که نتیجه نهایی آن نیز افزایش بهره‌وری است.

دادن مشاغل جدید یا بهتر به افراد نشان دهنده آن است که شما برای موفقیت‌های آنان ارزش قائل هستید. این کار شما آنها را به کسب موفقیت‌های بیشتر تشویق می‌کند. یکی از روش‌های ساده و اثربخش برای ارتقای کارکنان با توجه به دو سوال مهم زیر اعمال می‌شود. اول آنکه آیا آن‌ها 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 می‌تواند بهره‌وری شرکت را افزایش دهد. ولی اگر فردی بدون استحقاق لازم ارتقاء یافته باشد علاوه بر اینکه باعث رنجش خاطر و نارضایتی سایر کارکنان شایسته‌تر می‌شود، خود نیز احساس ناامنی کرده و دائماً در دلهره به سر خواهد برد که همه این موارد باعث فعالیت کمتر و کاهش بهره‌وری خواهد شد.

بعضی از مدیران نیازهای تولید را به سایر نیازهای سازمانی مقدم می‌شمارند و برعکس عده‌ای دیگر به افراد بیش از تولید اهمیت می‌دهند. هر دو سبک مذکور اشتباه است. تغییر یا به کارگیری شیوه‌ای جدید زمانی اثربخش خواهد بود که هر دو گروه به یک اندازه مورد توجه قرار گیرند. توجه به کارکنان به عنوان انسان و ابراز علاقه نسبت به رفاه، سلامتی، امیال و آرزوهای آنان، موجب عملکرد بهتر آنها شده و سبب می‌شود که بهره‌وری افزایش یابد.

## استفاده از استعدادها

تشخیص و استفاده از استعدادهای فردی یکی از سازنده‌ترین و ارضاکنده‌ترین کارهای یک مدیر است که می‌تواند به شکل ابزاری قوی در راه افزایش بهره‌وری به کار گرفته شود. در سازمانها بویژه سازمانهای بزرگ، اغلب اوقات استعدادهای فردی به طور کامل مورد بهره‌برداری کامل قرار نمی‌گیرند و گاهی اوقات کاملاً ناشناخته باقی می‌مانند. یعنی استعدادهای بالقوه در راستای افزایش بهره‌وری به کار گرفته نمی‌شوند که خود یک نوع فرصت از دست رفته افزایش بهره‌وری محسوب می‌شود. بنابراین، لازم است مدیران سعی کنند توانمندی‌هایی را که به‌طور کامل مورد استفاده قرار نگرفته‌اند کشف و راه‌های بهتری برای استفاده بیشتر از آنها در راستای افزایش بهره‌وری پیدا کنند.

## انگیزه

مسلماً پول تنها عامل انگیزش افراد نیست. اما اگر حقوق افراد خیلی نازل باشد باعث از بین رفتن انگیزه آنها می‌شود. در نتیجه پاداش مالی همچنان به صورت یک انگیزش قوی برای آنها باقی می‌ماند. از این رو، سعی کنید از پاداش‌های تشویقی به عنوان راهی برای سهمی کردن کارکنان در موفقیت‌های سازمان و بهره‌وری حاصل از آن استفاده کنید نه به عنوان عامل ایجاد انگیزه. به عبارتی برای کارکنان تفهیم شود در بهره‌وری کاری که انجام می‌دهند سهم‌اند. بزرگترین ایجاد عامل انگیزه در افراد این است که به آنها نشان داده شود به نحوی در مالکیت سازمان شریک هستند و این همان سهمی کردن کارگران در بهره‌وری حاصل از کارشان است که به نوبه خود موجب افزایش بهره‌وری می‌گردد.



تخصصی ترین مرکز تولید ساعت دیواری و تبلیغاتی

# ایران زمان







و حفظ توان رقابتی آنهاست. بنابراین، می‌توان گفت جهت رشد سازمان‌ها، تغییر امری اجتناب ناپذیر است و افراد سازمانی باید با روند تغییرات سازگاری داشته باشند. این سازگاری می‌تواند از طریق فراگیری مهارت‌های جدید حاصل شود. در بسیاری از موارد ممکن است یادگیری تغییر، خود یک تغییر عمده محسوب شود، در این صورت یکی از بهترین روش‌های ایجاد شیوه کار و تفکر جدید و سازگار، تشکیل یک «سازمان یادگیرنده» است. سازمان یادگیرنده، سازمانی است که در آن شیوه تفکر تغییر گرا برای همه افراد به یک عادت تبدیل می‌شود. به همین علت تغییر همواره در حال رخ دادن است و کلیه فرایندها و سیستم‌ها به طور طبیعی در معرض بازنگری مستمر قرار می‌گیرند. این نوع رویکرد، توسعه سازمان را تسهیل می‌کند و این اطمینان را به وجود می‌آورد که در مواقع اضطراری، سازمان آمادگی کامل برای مدیریت بحران را دارد. اما برای اثربخش‌تر شدن تغییرات عمده، لازم است این نوع تغییرات به همه افراد و همه موارد تسری داده شوند. امروزه تغییر مهمترین عامل موثر در مدیریت کسب و کار موفق است. سازمان‌ها و افراد شاغل در آن‌ها باید نگرش مثبتی نسبت به مسئله تغییر داشته باشند، تا از این طریق توان رقابتی خود در بازارهای تهاجمی امروزی را حفظ کنند. بی‌توجهی به یک روند درحال تغییر ممکن است بسیار پرهزینه باشد. تغییر برای سازمان‌ها راهی برای رشد افزایش بهره‌وری و حفظ توان رقابتی است. درمورد افراد فرصت‌های به وجود آمده در اثر تغییر، موجب غنی‌سازی زندگی شغلی و خصوصی آنها می‌شود. انسان‌ها باید به نحوی خود را با تغییر هماهنگ کنند، چرا که در غیر این صورت بهره‌وری آنها کاهش یافته و توان رقابتی خود را از دست خواهند داد.

#### اندازه‌گیری بهره‌وری

برای بشر آگاهی از نتایج تلاش‌هایش یک نیاز ذاتی است و مدیران نیز باید بدانند سیستم سازمانی که آن

از طرفی پاداش‌های پرداختی یا سهم کردن کارگران در بهره‌وری کارشان باید عادلانه باشد، در غیر این صورت ممکن است نتیجه عکس بدهد. به عبارتی ساده باید گفت ثمرات و مزایای حاصل از بهره‌وری باید به طور عادلانه بین مدیریت و کارگران تقسیم شود. بهره‌وری بسیار بالای افراد بیش از پرداخت‌های اضافی به آنها ارزش دارد. ولی همه افراد پاداش عادلانه را دوست دارند. افراد مایلند پاداشی که دریافت می‌کنند متناسب با تلاش آنها باشد. در این صورت آنها تعهد بیشتری نسبت به شیوه‌های جدید کار از خود نشان خواهند داد. در غیر این صورت، آنها در مقابل پرداخت‌های ناعادلانه و افکار شما مقاومت نشان خواهند داد و ممکن است این مقاومت به صورت منفعل بوده و موجب کاهش بهره‌وری گردد. اگر به افراد احتیاج دارید ولی نمی‌توانید آنها را پیدا کنید، اگر آنها در جلسات حضور پیدا نمی‌کنند و در صورت حاضر بودن در بحث‌ها مشارکت نمی‌کنند، اگر از انتقال اطلاعات خودداری می‌کنند، اگر پیغام‌ها را به تأخیر می‌اندازند یا آنها را بلوکه می‌کنند، یا چنانچه به ظاهر از ایده‌های شما حمایت می‌کنند ولی در عمل جلوی آن را می‌گیرند، در آن صورت باید نسبت به وجود مقاومت منفعل ظنین باشید.»

با هدف ایجاد انگیزه در کارکنان و رضایتمندی بیشتر آنها از کارشان، عملکردشان را ارزیابی کنید. بنابراین، به قدردانی از موفقیت‌های افراد و مهارت‌های منحصر به فرد آنان اهمیت بدهید و آنها را درخصوص شیوه‌های بهبود عملکردشان در راستای افزایش بهره‌وری راهنمایی کنید. به جای انتقاد بیش از حد و مقصر قلمداد کردن افراد، سعی کنید به آنها پیشنهادهای سازنده بدهید زیرا در این صورت درجه پذیرش آنها بالا رفته و موجب افزایش فعالیت در نتیجه افزایش بهره‌وری می‌گردد.

#### توجه به تغییر

تغییر برای سازمان‌ها راهی برای افزایش بهره‌وری

را مدیریت می‌کنند چگونه عمل می‌کند. اندازه‌گیری بهره‌وری ابزاری موثر در تجزیه و تحلیل عملکرد شرکت بوده و ضمن آنکه مشخص می‌کند تلاش‌های بهره‌وری تا چه حدی مفید بوده است، محل‌های قابل بهبود را نیز نشان می‌دهد. اندازه‌گیری بهره‌وری زمانی موثر بوده و به بهبود سازمان کمک می‌کند که براساس یک سیستم صحیح و اصولی انجام گیرد. در غیراین صورت، یعنی از اندازه‌گیری‌های پراکنده و غیرسیستماتیک نمی‌توان انتظار بهبود مستمر داشت. برای اندازه‌گیری درست بهره‌وری باید به نکات زیر توجه کرد:

مدیران و کارمندان باید سیستم بهره‌وری را درک کرده و به آن اعتماد داشته باشند.  
اندازه‌گیری بهره‌وری باید تمام منابع و فعالیت‌های کسب و کار را دربرگیرد.

نتایج اندازه‌گیری باید منبع سود را مشخص کند. مثلاً این که سود حاصل ناشی از بهره‌وری واقعی است یا تورم قیمت‌ها.

نتایج حاصل باید نشانه‌های روشنی برای تصمیمات مدیریت داشته باشد.

در هر موردی می‌توان براساس ورودی و خروجی آن سیستم، میزان بهره‌وری آن را اندازه‌گیری کرد. هدف از این اندازه‌گیری، مشخص کردن میزان استفاده از ورودی‌ها یا منابع مورد نیاز در تولید یک کالا یا ارائه خدمات است که با مقایسه آن با شاخص‌های جهانی یا استاندارد، می‌توان استفاده از منابع را بهینه و موثر کرد که در واقع همان افزایش بهره‌وری است. به طور کلی نتایج بهره‌وری را می‌توان در سطح جزئی و کلی محاسبه کرد. در صورتی که نسبت ستاده را با یکی از عوامل تولید محاسبه کنیم، آن را بهره‌وری جزئی و اگر این نسبت را برای کل عوامل تولید محاسبه کنیم، آنگاه بهره‌وری کلی را مورد مطالعه قرار داده‌ایم.

برای معنی دار بودن و تحلیل بهتر شاخص‌های بهره‌وری لازم است این شاخص‌ها براساس یک اطلاعات پایه برای همان ورودی و خروجی‌های موردنظر برای دوره‌های مشخص مانند ماهانه، فصلی یا سالانه محاسبه و مورد مقایسه قرار گیرند. طول دوره ارزیابی تأحد زیادی به عوامل زیر بستگی دارد.

الف - سهولت دسترسی به اطلاعات.

ب - ماهیت عملیات تولیدی.

ج - اهداف مدیریت از ارزیابی بهره‌وری.

د- تعداد شاخص‌هایی که باید تعیین شوند.

به منظور محاسبه به موقع شاخص‌های بهره‌وری لازم است سیستمی با اهداف زیر تدوین گردد:

ایجاد ساختار مناسب اطلاعاتی، جهت دسترسی به اطلاعات بهره‌وری در مقاطع زمانی مختلف.

تعیین سیکل زمانی ارسال اطلاعات از طرف واحدهای مختلف شرکت.

تدوین رویه‌های اجرایی انجام فعالیت‌های بهره‌وری. اندازه‌گیری شاخص‌های بهره‌وری جهت سنجش عملکرد شرکت‌ها، می‌تواند به عنوان ابزار مناسبی جهت برنامه ریزی‌های بلندمدت مدیریت در سطح سازمان باشد. به طور کلی هر سازمان برای اجرای برنامه‌های بهره‌وری از اندازه‌گیری بهره‌وری شروع می‌کند. شاخص‌های به دست آمده از اندازه‌گیری را براساس یک مبنا که قبلاً توضیح آن داده شد ارزیابی کرده و براساس نتایج ارزیابی، برنامه‌های بهره‌وری را







www.photobahman.net



PhotoBahman commerce's company

# شرکت بازرگانی فتو بهمین

بزرگترین تولید کننده ماشین آلات و ملزومات چاپ سابلمیشن در ایران

مجهز به کارخانه اجرای کوتینگ جهت تولید انواع ملزومات چاپ سابلمیشن

تولید کننده مستقیم تیرت

بزرگترین ارائه دهنده خدمات چاپ رول پارچه در ایران

نماینده انحصاری شرکت FEDAR در ایران

حداکثر سرعت چاپ ۵۰ متر مربع در ساعت

**FEDAR** F9200  
Printhead: Epson 5113  
Printhead Quantity: 4  
Nozzle Quantity: 3200  
Print Width: 1900mm  
Ink Color: CMYK  
Print Height: 2.5mm  
Ink Type: Dispense Ink  
Print Media: Transfer Paper



جوهر سابلمیشن NEXT



یکی از بهترین جوهرهای سابلمیشن جهت کاربرد صنعتی در چاپ سابلمیشن

پلتفرم EPSON در مدل های F9200, F7200, F6200 مخصوص چاپ سابلمیشن



**EPSON**

Printing with 190 cm  
Maximum Printing Speed 110 m/h  
High Quality (1440 x 720 dpi)

ارائه دهنده انواع پلتفرم های mutoh در ایران



Print Technology: Drop-on-demand Micro Piezo Inkjet  
Print Head2 (staggered setup)  
Nozzle Configuration: 160 nozzles x 6 lines / head

**MUTOH** 1936WX

کاغذ رول سابلمیشن

**Hansol**

برند هانسول (اصل)

در ابعادهای ۵۰ x ۵۰ x ۱۳۰ و ۱۰۰ x ۱۰۰ x ۱۳۰  
در ابعادهای ۵۰ x ۵۰ x ۱۳۰ و ۱۰۰ x ۱۰۰ x ۱۳۰



انواع پرس های حرارتی سطوح صاف



پرس حرارتی همه کاره سابلمیشن



دستگاه سه بعدی سابلمیشن

roll to roll transfer machine

جدیدترین دستگاه های ترانسفر رول به رول

(انتقال رنگ از کاغذ رول سابلمیشن به رول پارچه)



roll to roll transfer machine

ارائه جدیدترین ماشین آلات کلندر ساخت کشور ترکیه

برندهای GUCLU MACHINE و DIFERRO



|                    |               |
|--------------------|---------------|
| طول دستگاه         | ۱۳.۰۰         |
| قطر دستگاه         | ۵۰.۰          |
| توان               | ۳.۰           |
| وزن                | ۳۰۰.۰         |
| برای تولید در ساعت | ۱۵۰۰ (۱۰۰۰)   |
| مدل                | 2950X1500X150 |
|                    | 1850 KG       |

021 4495 6147 - 8  
021 4496 6235 - 6  
0910 266 6657

Photobahman1  
Photobahman12

تهران فلکه دوم صادقیه ابتدای بلوار فردوس شرق خیابان ولیعصر بین پست رجایی پلاک ۳





بهره‌وری ژاپن بوده و تا به حال هم با آن سازمان رابطه خود را قطع نکرده است در سال ۱۹۸۰ گفت: ۲۵ سال پیش ما جنبش بهره‌وری را با این عقیده که هدف نهایی و غایی آن باید افزایش سطح رفاه و آسایش کارکنان باشد آغاز کردیم، زیرا ما معتقدیم که تنها بهره‌وری فیزیکی نمی‌تواند به این هدف کمک کند مگر آنکه کارکنان با علاقه برای شرکت کار کنند و با این احساس که کار آنها مهم است نسبت به انجام آن تمایل و انگیزه لازم را داشته باشند. در آن ایام ژاپن مایل بود که با تقلید از غرب روش‌ها و نگرش‌های مدیریت علمی را به موردا اجرا بگذارد. اما به نظر ما که مدیریت نه تنها شامل فناوری است، بلکه اعتقاد داریم مدیریت، به دست آوردن قلوب انسان‌ها را نیز شامل می‌گردد.

از این رو چون تلاش‌هایی که در غرب به منظور افزایش بهره‌وری صورت گرفته صرفاً به جنبه‌های فنی توجه کرده، ما با شناخت این اشکال، تمام تلاش خود را روی افزایش سطح رضایت کارگران در محیط کاری استوار کردیم. به بیان دیگر، افزایش بهره‌وری تنها از جانب فنی کافی نخواهد بود، چرا که ما به قلوب انسان‌ها می‌اندیشیم. بنابراین، ما معتقدیم که مشکل افزایش بهره‌وری را باید در قالب یک نگرش فرهنگی مورد بررسی قرار دهیم. از این رو جنبش بهره‌وری در ژاپن با رعایت این ویژگی‌ها رشد یافت و با استفاده از تکنیک‌های انسان‌گرای مدیریتی مثل همکاری کارکنان با مدیریت، روحیه جمع‌گرایی، فعالیت گروه‌های کوچک کاری، فعالیت گروه‌های کنترل کیفی و سایر مشخصات ژاپنی به حد اعلای رشد خود رسید. بنابراین، فرهنگ بهره‌وری، یکی از بزرگترین دستاوردهای ژاپن پس از جنگ است که ما با افتخار آن را به سایر کشورهای جهان صادر کرده‌ایم.

#### اهداف اساسی بهره‌وری

تلاش بشر همواره در راستای ایجاد امکانات بهبود زندگی، بهره‌مندی از شرایط عادی، فرهنگی و اجتماعی بهتر و بیشتر بوده و برای رسیدن به آن تولید بیشتر و بهینه‌تر هدف اساسی خود قرار داده است. از طرفی تولید بیشتر و بهینه‌تر میسر نمی‌شود مگر از طریق تولید بهره‌ور. افزایش بهره‌وری ضمن اینکه سبب افزایش کیفیت محصول شده و قیمت تمام شده آن را کاهش می‌دهد، بازدهی سرمایه را نیز افزایش داده و توان پرداخت دستمزدهای بالا برای شرکت‌ها را فراهم می‌سازد که این هر دو از عوامل اصلی ایجاد ثروت ملی محسوب می‌شوند. بنابراین، می‌توان گفت که افزایش بهره‌وری بهترین ابزار برای افزایش بهبود سطح زندگی مردم و ایجاد ثروت ملی است. از دیدگاه سیستمی با گسترش این تفکر در سطح منابع اقتصادی جامعه می‌توان نتیجه گرفت که افزایش بهره‌وری شرکت‌ها موجب افزایش بهره‌وری ملی شده و آن نیز به بالا رفتن قدرت خرید مردم، رونق اقتصادی، افزایش درآمد ملی، کاهش تورم و همچنین افزایش اشتغال در درازمدت منجر خواهد شد.



با بهبود وضعیت اقتصادی، منابع لازم برای سرمایه‌گذاری‌های جدید تامین و توسعه فعالیت‌ها به نوبه خود به اشتغال زایی منجر می‌شود. به عبارتی افزایش بهره‌وری به توسعه فرصت‌های شغلی برای افراد منجر می‌گردد.

بد نیست نگاهی به مفهوم بهره‌وری از دیدگاه «کوهنی گوشی» مؤسس مرکز بهره‌وری ژاپن بیندازیم. کوهنی گوشی مؤسس مرکز بهره‌وری ژاپن بر روی کارت تبریک‌ی که برای دوستانش می‌فرستد می‌نویسد «بهره‌وری هدفی است که از طریق بهسازی مستمر تجهیزات مادی و نیروی انسانی قابل حصول است. این جمله ساده و درعین حال پرمعنی، روشن‌ترین تعریفی است که واقعیت بهره‌وری را نشان می‌دهد، زیرا در بهره‌وری پیشرفت روحی و روانی انسان‌ها به اندازه مواد و تجهیزات مورد توجه قرار می‌گیرد. به علاوه، تجربه نشان می‌دهد که جدیدترین تکنیک‌ها و یافته‌های مهندسی و مدیریتی تنها زمانی موثر واقع می‌شوند که فضای کاری آنقدر مناسب باشد که کارکنان بتوانند ضمن سازگاری و تطابق خود با این تکنیک‌ها، همگام با مدیریت در جهت افزایش بهره‌وری تلاش کنند.

در نتیجه روشن است که اولین گام در افزایش بهره‌وری جلب همکاری و حمایت کارگران از تلاش‌هایی است که به این منظور انجام می‌شود. بنابراین، پیش از آنکه شرکت‌ها برای افزایش بهره‌وری خود بهترین شعار را انتخاب کنند، لازم است که کارگران ضمن آشنایی کامل با بهره‌وری از این موضوع حمایت کنند، چرا که بهره‌وری مزایایی دوجانبه برای آنها دارد.

کارگران شرکت‌های ژاپنی که برنامه‌های افزایش بهره‌وری آنها با موفقیت روبرو بوده است اظهار می‌دارند که آنها این نکته مهم را کشف کردند که می‌توانند با مدیریت همکاری کنند. در این شرایط آنها اصل جدایی بین کارگران و مدیریت را کنار گذاشتند و به این موفقیت رسیدند که همکاری با مدیریت لزوماً به استثمار آنها منجر نخواهد شد و می‌توان ضمن همکاری با مدیریت، منافع شرکت را زیاد و از این طریق سود خود را نیز افزایش دهند.

کوهنی گوشی که زمانی مدیر سازماندهی مرکز

تنظیم می‌کند که با اجرای آن برنامه‌ها معمولاً بهره‌وری بهبود می‌یابد.

به منظور نهادینه کردن بهره‌وری و تبدیل آن به یک فرهنگ، حمایت بی‌چون و چرای مدیران ارشد و اتحادیه‌های کاری (در صورت وجود) قبل از هر چیز امری لازم و ضروری است.

#### چرخه بهره‌وری

ادامه فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌ها بدون اطلاع از وضعیت موجود آن، علی‌رغم صرف هزینه‌های هنگفت برای بهبود بهره‌وری اگر نه غیرممکن ولی مشکل بوده و همواره با بحران‌هایی نظیر وجود ضایعات، افزایش دوباره کاری‌ها و پایین بودن کیفیت محصولات تولیدی دست به گریبان خواهد بود. یکی از راه‌های رایج از این معضل استفاده از چرخه بهره‌وری است. چرخه بهره‌وری فرایندی است که اندازه‌گیری و برنامه‌های بهره‌وری در هر سازمان بر اساس آن انجام می‌شود. یک چرخه بهره‌وری شامل چهار مرحله زیر است که به شکل یک سیکل بسته عمل می‌کند.

اندازه‌گیری بهره‌وری.

ارزیابی و تحلیل شاخصها.

برنامه ریزی بهره‌وری.

بهبود بهره‌وری (انجام فعالیت‌های بهبود).

با اجرای صحیح چرخه بهره‌وری همواره می‌توان وضع موجود شرکت را تحت کنترل قرار داده و در جهت بهبود آن کوشید.

#### سنجش بهره‌وری از طریق ارزش افزوده

هر چه تولید بیشتر باشد، امکان بهبود زندگی مردم، بهره‌مندی از شرایط مادی، فرهنگی و اجتماعی بهتر و امکانات زیربنایی و دفاعی بیشتر و موثرتر فراهم می‌شود. تولید بیشتر امکان سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی برای تولید بازم بیشتر ایجاد کرده، در نتیجه زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتر برای نسل آینده را امکان‌پذیر می‌سازد. از این رو، کشورها در تلاش‌اند با تدوین و اجرای برنامه‌های درست و خردمندانه، تولیدات خود را ارتقا و وضع زندگی مادی و معنوی خود را بهبود بخشند. با افزایش بهره‌وری توان پرداخت دستمزدهای بالا برای شرکت‌ها ایجاد شده و بازدهی سرمایه را افزایش می‌دهد که این هر دو، عوامل اصلی ایجاد ثروت ملی محسوب می‌شوند.

به نظر اقتصاددانان افزایش بهره‌وری بهترین اهرم برای افزایش بهبود استانداردهای زندگی و مقابله با تورم است. تجربه نشان داده است که افزایش بهره‌وری کل می‌تواند به کاهش قیمت‌ها منجر شود. افزایش بهره‌وری به مفهوم کاهش قیمت تمام شده، افزایش کیفیت و برآوردن بهتر خواسته‌های مشتری است. با ابزار کاهش قیمت‌ها و افزایش کیفیت می‌توان سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص داده و در یک بازار رقابتی از رقبای سبقت گرفت.

داشتن سهم بیشتر بازار به مفهوم افزایش سود بوده و آن نیز به افزایش درآمد کارکنان و بالا رفتن قدرت خرید آنها و در نهایت افزایش استاندارد زندگی آنها منجر می‌شود. از دیدگاه سیستمی با گسترش این تفکر در سطح کل یک اقتصاد ملی، می‌توان نتیجه گرفت که افزایش بهره‌وری ملی به بالا رفتن قدرت خرید مردم، رونق اقتصادی، افزایش درآمد ملی، کاهش تورم و همچنین افزایش اشتغال در درازمدت منجر خواهد شد. چرا که



# بازرگانی جلیلی

واردات و توزیع انواع کاغذ و مقوا



تحويل به صورت ارسال از بندر

تحریر به صورت رول و شیت

رول کپی گرید و سائز A3 A4 A5

انواع مقوا پشت طوسی، ایندل بورد و گلاسه

قیمت نهایی را از ما بگیرید

۳۳۹۴۹۴۵۸-۳۳۹۳۴۶۰۷-۳۳۹۲۲۷۵۴

۳۳۹۴۹۴۲۵

۰۹۱۲۲۱۴۱۴۴۹

[www.jalilipaper.com](http://www.jalilipaper.com)





## افزایش بهره‌وری در بخش خدمات

■ مولف/مترجم: جواد محبوبی

بهره‌وری، استفاده موثر و کارآمد از ورودی‌ها یا منابع برای تولید یا ارائه خروجی‌ها است. ورودی‌ها یا نهاده‌ها، منابعی (نظیر انرژی، مواد اولیه، سرمایه و نیروی کار) هستند که برای خلق خروجی یا ستانده (که عبارت است از کالاهای تولید شده با خدمات ارائه شده توسط یک سازمان) استفاده می‌شود. بهره‌وری برای هر کشور و سازمانی، ضروری بوده و اساس رشد اقتصادی است. بهره‌وری، تولید ناخالص داخلی را افزایش داده، رقابت پذیری را بیشتر می‌کند و در نهایت باعث زندگی بهتر می‌شود.

بهبود بهره‌وری، مسئولیت اصلی مدیریت است. افزایش بهره‌وری مقدور نیست، مگر با شناخت و تحلیل آن. اندازه‌گیری یک روش دستیابی به شناخت قابل اطمینان است. اندازه‌گیری بهره‌وری به ما کمک می‌کند تا عوامل موثر در بهبود بهره‌وری را شناسایی کرده و دریابیم که فرصت‌های افزایش بهره‌وری را در کجا جستجو کنیم. اهمیت اندازه‌گیری بهره‌وری به حدی است که براساس تجربیات به دست آمده در کشورهای صنعتی گفته می‌شود «می‌توان صرفاً با برقراری و اجرای یک سیستم اندازه‌گیری بهره‌وری و حتی بدون هیچ گونه تغییری در سازمان یا سرمایه گذاری، گاهی ۵ تا ۱۰ درصد بهره‌وری را افزایش داد». بخش خدمات یکی از بخش‌های اصلی اقتصاد هر کشور است. کشورهای پیشرفته جهان پس از مجهز شدن به نیروی صنعت، معدن و کشاورزی، اکنون به اهمیت روزافزون خدمات به عنوان نیروی محرکه رشد و ترقی پی برده‌اند. سهم روزافزون خدمات در تولید ناخالص ملی، اشتغال، هزینه مصرف شخصی و بازرگانی خارجی، گواه این مدعا است. هم اکنون خدمات حداقل نیم تا سه چهارم تولید ناخالص ملی و اشتغال این کشورها را تشکیل می‌دهد.

تنها سهم بخش خدمات از تولید ناخالص داخلی نیست که با اهمیت است، بلکه این واقعیت که بخش خدمات در حال تبدیل شدن به عامل رقابتی تعیین کننده در بازارهای جهانی است، نیز اهمیت این بخش را بیش از پیش آشکار می‌کند. لذا بهبود بهره‌وری در بخش خدمات، تأثیر زیادی بر رشد و توسعه اقتصادی و همچنین افزایش توان رقابتی کشورها خواهد داشت. همچنان که گفتیم، پیش نیاز بهبود بهره‌وری، اندازه‌گیری آن است. در ادامه مفاهیم مرتبط با بخش خدمات و اندازه‌گیری بهره‌وری در این بخش بیان می‌شود.



### مباحث مفهومی مرتبط با بخش خدمات

برای شناخت بخش خدمات باید ابتدا «خدمت» را شناخت. «خدمت» یعنی کالایی اقتصادی و غیرفیزیکی که شخص، بنگاه یا صنعت برای استفاده دیگران تولید کرده است و هر بنگاهی که محصول آن، کالایی غیر مرئی و غیر ملموس باشد. به عنوان یک بنگاه خدماتی شناخته می‌شود. بخش خدمات بسیار گسترده بوده و معمولاً در برابر بخش تولید مطرح می‌شود. این دو بخش شالوده اقتصاد هر کشور را تشکیل می‌دهند. به طور سنتی چند ویژگی در مورد خدمات ذکر می‌کنند که آنها را از کالاهای و محصولات فیزیکی (خروجی‌های بخش تولید) تفکیک می‌کند. این ویژگی‌ها عبارتند از:

- در خدمت یک تجربه یا محصول نامشهود و غیرفیزیکی ارائه شده و به فروش می‌رسد.
- خدمات قابلیت ذخیره شدن ندارند.
- خدمت از ذی نفع آن جدایی پذیر نبوده و نمی‌تواند مورد دادوستد جدید واقع شود.
- بین ارائه خدمت و مصرف آن، فاصله زمانی وجود ندارد.
- خدمت به عنوان یک محصول از فرآیند آن قابل تمیز نیست.

بنابراین، مشاهده می‌شود که خدمت، ماهیتی متفاوت از کالا دارد و همین تفاوت در ماهیت باعث شده است که مطالعه آن قدری پیچیده باشد.

به صورت تئوریک، تعریف بهره‌وری در بخش خدمات همانند بهره‌وری در بخش تولید بوده و عبارت از نسبت خروجی (ستانده) به ورودی (نهاده) است. اما مشکل اصلی در سنجش بهره‌وری خدمات در عمل، نحوه تعریف و اندازه‌گیری خروجی نهایی است. بسیاری از سازمانهای خدماتی فاقد خروجی ملموس و فیزیکی هستند. لذا تعریف خروجی، معیارها و شاخص‌های اندازه‌گیری خروجی در بخش خدمات از پیچیدگی بیشتری نسبت به بخش تولید و صنعت (که خروجی آنها به صورت کالا و محصولات فیزیکی است) برخوردار بوده و نیازمند دقت و کنکاش بیشتری است. از سوی دیگر، هر نوع خدمت دارای خصوصیات و مسیر حرکت مجزا و مخصوص به خود بوده و اهداف، مقاصد و روش‌های هریک با دیگری متفاوت است. لذا معیارهای بهره‌وری در خدمات مختلف، متفاوت است.

### ابزارهای اندازه‌گیری بهره‌وری

بهره‌وری در حقیقت یک معیار کارایی است. مسلماً اندازه‌گیری کارایی، بسیار دشوار است در خط تولید، کارایی را می‌توان به راحتی براساس تخمین حجم فیزیکی خروجی‌ها و ورودی‌های به کار رفته در





**کالای چاپ**

هلدينك بازرگانی بین المللی



دستگاه کاتر کاغذ FRONT



انواع دستگاههای چند کاره سابلمیشن



ملزومات چاپ سابلمیشن



دستگاههای لمینیتور A4 و A3 پانچ سیعی کن



فلکس / بنر / استیکر / مش  
چسب بنر / پانچ بنر



روز رنگ / شیرنگ / ورق پلکسی



جوهر سالونت و اکو سالونت / حلال



پایه استند / کانتر نمایشگاهی



ملزومات تابلو سازی / نوار چنلپوم ورق PVC و ...

@kalayechap01

kalayechap

تلفن تماس : ۰۲۱- ۳۳۹۹۶۰۵۶  
۳۳۹۹۶۵۷۰



تولید خروجی‌های مزبور، اندازه‌گیری کرد. اما اندازه‌گیری کارایی یک سازمان یا شرکت خدماتی بسیار دشوار است. حتی در بعضی موارد ممکن است اندازه‌گیری دقیق کارایی غیرممکن باشد. این امر به دلیل این واقعیت است که نهادهای به کار رفته در خلق خدمات (یا ستانده)، ماهیتاً نامتجانس بوده و همچنین قابل اندازه‌گیری نیستند. باوجود این، تلاش‌هایی برای توسعه تکنیک‌های اندازه‌گیری بهره‌وری، صورت گرفته است. تاکنون تکنیک‌های زیادی در این ارتباط توسعه یافته‌اند. این تکنیک‌ها را می‌توان تحت دو عنوان کلی روش‌های سنتی / قدیمی و روش‌های ساختار یافته / مدرن، دسته‌بندی کرد.

### روش‌های سنتی

الف - معیار بهره‌وری جزئی: بهره‌وری جزئی، میزان ستانده به ازای هر واحد از یک نهاد منفرد (مثلاً ارزش افزوده به ازای هر کارمند) را اندازه می‌گیرد.

ب - معیار بهره‌وری جزئی توام با ضریب سطح کیفیت: در اینجا بهره‌وری از حاصلضرب ضریب سطح کیفیت در معیار بهره‌وری جزئی به دست می‌آید. ضریب سطح کیفیت بین صفر تا یک متغیر است. از این ضریب برای منظور کردن تاثیر کیفیت خدمت بر بهره‌وری استفاده می‌ود.

ج - معیار بهره‌وری کل عوامل: در این روش تنها یک معیار واحد مطرح بوده و در محاسبه آن سعی می‌شود که از کلیه نهادهای مهم و مجموع ستانده‌ها (البته ستانده‌های خالص) استفاده شود.

د - شاخص بهره‌وری: عبارت است از نسبت معیار بهره‌وری جزئی در دوره جاری به معیار بهره‌وری جزئی در دوره زمانی مبنا. این معیار به مدیریت امکان می‌دهد که بهره‌وری دوره جاری را با بهره‌وری دوره مبنا مقایسه کند. اگر بهره‌وری کاهش یابد، مدیریت متوجه می‌شود که باید برای بهبود اقدام کند.

### روش‌های ساختار یافته

الف - فرآیند تحلیل سلسله مراتبی: یک تکنیک مدیریتی است که توسط پرفسور «توماس ساعتی» در اوایل دهه هفتاد میلادی در آمریکا مطرح شد. برای استفاده از این فرآیند، تحلیلگر باید هدف کلی را مشخص کرده و معیارهای دستیابی به آن هدف را انتخاب کند. فرآیند تحلیل مستلزم آن است که تحلیلگر مقایسه‌ذهنی در مورد اهمیت نسبی معیارهای مختلف در دستیابی به هدف کلی انجام دهد.

سپس تحلیلگر باید سلسله مراتبی از معیارهای تصمیم‌گیری یا عوامل موثر بر تصمیم ایجاد کند، به طوری که عوامل یا معیارهای خاص تر یا جزئی تر در قسمت‌های پایین تر سلسله مراتب قرار گیرند. در انتهای سلسله مراتب نیز، گزینه‌های نهایی تصمیم‌گیری یا اهداف ارزیابی قرار می‌گیرند. این فرآیند با محاسبه اولویت‌ها یا وزن‌های نسبی در هر سطح از سلسله مراتب، رتبه کلی یا سراسری هریک از گزینه‌های تصمیم یا اهداف ارزیابی را تعیین می‌کند. بسیاری از مسائل کسب و کار پیچیده بوده و نمی‌توان آنها را به راحتی با استفاده از روش‌های کمی حل کرد. این فرآیند راهکاری شهودی و در عین حال علمی برای حل مسائل پیچیده کیفی در بسیاری از شرکت‌های خدماتی ارائه می‌کند. کیفیت حل و زمان مورد نیاز برای یافتن حل باتوجه به منابع مورد نیاز در فرآیند حل، بسیار مناسب است. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در بخش خدمات، کاربردهای متعددی دارد، از جمله: ارزیابی عملکرد کارکنان حرفه‌ای؛ تجدید ساختار سازمانی؛ گزینش تجهیزات اطلاعاتی؛ ارزیابی پروژه بهره‌وری؛ انتخاب بازار هدف؛ برنامه ریزی استراتژیک؛ انتخاب مکان فروش (خرده فروشی).

تحلیل پوششی داده‌ها: نیز یک تکنیک مشهور در علم مدیریت است. از این تکنیک برای اندازه‌گیری کارایی نسبی واحدهای عملیاتی، (با اهداف و منظورهای یکسان) استفاده می‌شود. واحدهای عملیاتی اکثر سازمانها دارای نهادهای متعدد (نظیر تعداد کارکنان، حقوق، ساعت‌های عملیات، بودجه تبلیغات) و همچنین ستانده‌های متعدد (نظیر سود، سهم بازار و نرخ رشد) هستند. در این گونه موارد برای مدیریت تعیین واحدهای عملیاتی ناکارآمد در تبدیل نهادهای چندگانه به ستانده‌های چندگانه معمولاً دشوار است. این روش به عنوان ابزاری قدرتمند برای اندازه‌گیری بهره‌وری فرآیندهای دارای نهادهای و ستانده‌های چندگانه، شناخته شده است. هم اکنون از تحلیل پوششی داده‌ها در اندازه‌گیری انواع خدمات استفاده می‌شود، از جمله:

کارایی نسبی پزشکان یک بیمارستان؛ کارایی نسبی کلینیک‌های بهداشت عمومی؛ کارایی نسبی شعبات یک بانک؛ کارایی نسبی فروشگاه‌های زنجیره‌ای غذای آماده؛ تحلیل بهره‌وری بیمارستان‌های دولتی و خصوصی.

ج - تحلیل شکاف: مدلی مفهومی است که توسط پرفسور PARASURAMAN و همکارانش در ۱۹۸۵ و ۱۹۸۸ در آمریکا مطرح شده است.

لذا اهداف آنها نیز متفاوت است. بنابراین، تعیین اهداف یک سازمان خدماتی، تابعی از متغیرهای مختلف خواهد بود.

سازمان خدماتی با تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از نظر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و تکنولوژیکی به تعیین اهداف خود جهت برآورده کردن نیازها و خواسته‌های مشتریان، سهامداران و سایر افراد ذی نفع، مبادرت می‌ورزد. هدف سازمان باید به صورت واقع بینانه تعیین شده و دارای ویژگی‌های زیر باشد: اختصاصی و قابل بسط؛ قابل اندازه‌گیری؛ دست یافتنی؛ واقع بینانه؛ دارای افق زمانی.

### راهکار بهبود بهره‌وری کل

عملکرد بخش خدمات بر بهره‌وری بخش تولید تاثیر می‌گذارد. از سوی دیگر هر دو بخش به هم وابسته بوده و خروجی یک بخش، ورودی بخش دیگر است. مطالعات انجام شده، نشان می‌دهد که بخش تولید حداقل به میزان ۲۵ درصد به بخش خدمات وابسته است. لذا حتی برای بهبود بهره‌وری بخش تولید لازم است که بهره‌وری بخش خدمات افزایش یابد. بنابراین، بهبود بهره‌وری در بخش خدمات، موضوعی کاملاً جدی است. پیش نیاز بهبود بهره‌وری در بخش خدمات، اندازه‌گیری بهره‌وری است. با اندازه‌گیری بهره‌وری در بخش خدمات، می‌توان



سطح بهره‌وری و اثربخشی تلاش‌های بهبود بهره‌وری را معین کرد. برای اندازه‌گیری بهره‌وری باید نواحی بهبود بهره‌وری را شناسایی کرده و انعطاف‌پذیری عملیاتی را از نظر به کارگیری فرآیند و نیروی انسانی، تقویت کرد. اندازه‌گیری بهره‌وری باید هم در سطح افراد و هم در سطح سازمانی باشد. در سطح سازمانی، اندازه‌گیری بهره‌وری باید شامل مراحل زیر باشد:

شناسایی خدمات اصلی سازمان مربوطه  
تعیین شاخص‌های کارایی / بهره‌وری. شاخص‌ها باید مبتنی بر خدمات اصلی فروخته شده توسط سازمان باشند. بهتر است برای هر نوع خدمت، شاخص‌های مختلفی تعریف شود. در تعیین شاخص‌ها باید به نکات زیر توجه کرد:  
اطلاعات مورد نیاز در دسترس بوده و جمع‌آوری آن آسان باشد.

شاخص‌های انتخابی باید شفاف بوده و فهم آن آسان باشد.

در شاخص‌ها از متغیرهای هزینه، کیفیت و زمان استفاده شود.

تحلیل شکاف ابزاری مدیریتی برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات است. که در آن از یک فرآیند تحلیلی صرف در جمع‌آوری دریافت‌ها و انتظارات مشتریان، کارکنان خدماتی و مدیران استفاده می‌شود تا شکاف میان گروه‌های مزبور در صورت وجود مشخص شود. پنج نوع شکاف در این مدل باید تجزیه و تحلیل شود. اگر هریک از شکاف‌ها از سطح پیش تعریف شده، فراتر رود، کیفیت خدمت رضایت‌بخش نیست، لذا برخی اقدامات اصلاحی برای بهبود کیفیت خدمات باید انجام شود. از تحلیل شکاف در تحلیل کیفیت خدمات زیر استفاده شده است:

بانکها: فروشگاه‌های بزرگ؛ خدمات دولت در ازای پرداخت مالیات؛ مسیرهای مهم خطوط هوایی داخلی، چاپخانه‌ها و غیره.

### هدف‌گذاری

صنایع خدماتی با یکدیگر تفاوت داشته و ماهیتاً یکسان نیستند. این صنایع براساس میزان سرمایه‌گذاری، به کارگیری نیروی انسانی، فرآیند تولید، خدمات ارائه شده و غیره، متفاوت بوده و



برای محاسبه بهره‌وری (بادر نظر گرفتن کیفیت)، میزان ستانده (O) در نمره کیفیت کل (K) ضرب و بر میزان نهاده (I) تقسیم می‌شود.

#### خدمات برای حفظ قابلیت رقابت

در گذشته اتکای فعالیت‌های مربوط به بهره‌وری، بر عملیات تولیدی بوده است. اما امروزه خدمات از نظر هزینه (برای حفظ قابلیت رقابت) و از نظر بهره‌وری کارگران خدماتی، به عنوان عامل مهمی برای موفقیت شرکت مد نظر قرار می‌گیرد. در حقیقت، رشد بهره‌وری کارگران خدماتی و بخش خدمات، زیربنای سلامت کل اقتصاد را با فراهم آوردن نیروی لایق برای بخش تولید و تقاضا برای محصولات آن، محکم می‌سازد. مدیران ژاپنی باتشخیص این نکته، توجه خود را به طور روز افزون بر تامین نیروهای لایق و کارآمد در بخش‌های اداری و بهبود فرآیندهای کار در عملیات دفتری معطوف داشته اند. این تلاش‌ها، مکمل سرمایه‌گذاری روزافزونی است که در اتوماسیون اداری و مدرنیزه کردن امکانات صورت می‌پذیرد.

بخش خدمات در کشور ما نیز رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. طبق برآوردهای صورت گرفته در سال ۲۰۰۱ میلادی، سهم این بخش از کل تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور ۵۶ درصد بوده و بدین ترتیب بزرگترین بخش اقتصادی کشور را تشکیل می‌دهد. گسترش بخش خدمات، به این معنا است که عملکرد آن، تاثیر بسزا و روزافزونی روی اقتصاد خواهد داشت. رشد ضعیف بهره‌وری در این بخش، بهره‌وری اقتصاد در سطح کلان را به طور اجتناب ناپذیری تنزل می‌بخشد. علاوه بر این، فقدان یک بخش خدماتی کارآمد که از دانش و تکنولوژی بالایی برخوردار باشد، تلاش‌های خردگرایانه در بخش تولید را ضعیف خواهد کرد. بنابراین، لازم است مسئولان و سیاستگذاران اقتصادی کشور، توجه بیشتری به بخش خدمات کرده و بهبود بهره‌وری در این بخش را در اولویت قرار دهند.



جمع آوری اطلاعات (اطلاعات خدمت اصلی باید مرتباً جمع آوری شود).

ارزیابی بهره‌وری جاری. هر سال باید داده‌ها جمع آوری شده و مرتباً ارزیابی شوند. در ارزیابی باید رئیس سازمان و کارمندان مشترکاً همکاری کنند. اگر احساس شود که بهره‌وری در حال کاهش است، لازم است دلایل این امر بررسی شده و اقدامات اصلاحی انجام شود.

اندازه‌گیری بهره‌وری فردی باید در مراحل زیر انجام شود:

تعیین خدمت انجام شده توسط فرد مورد نظر تعریف استاندارد عملکرد یا نرم‌های کار برای هر واحد از خدمات ایجاد شده.

جمع آوری اطلاعات براساس استانداردها / نرم‌های بهره‌وری. بنابراین، براساس داده‌های جمع آوری شده، سطوح فعلی بهره‌وری افراد را می‌توان تعیین کرد. برای افزایش پاسخگویی به مشتریان، باید بهبود بهره‌وری کل (نه بهره‌وری جزئی) در بخش خدمات را مد نظر داشت. برای دستیابی به این هدف باید تلاش شود که از کلیه نهاده‌های مهم و از مجموع ستانده‌ها در قالب یک معیار واحد استفاده شود. متدولوژی ۱۲ مرحله‌ای زیر (که توسط ELLEN DOREE ROSEN در آمریکا معرفی شده است) می‌تواند در بهبود بهره‌وری کل در بخش خدمات مفید فایده باشد:

انتخاب واحد کاری یا سازمان برای اندازه‌گیری. انجام ارزیابی‌های مقدماتی: آیا کارشناسان اندازه‌گیری در دسترس هستند؟ آیا حمایت لازم برای سوق دادن بنگاه به اندازه‌گیری وجود دارد؟

چه کسانی درگیر این مسئله می‌شوند؟ به چه کسانی باید گزارش داده شود؟ تعیین شالوده و اصول کار از طریق مباحثه و گفتگو با افراد مربوطه و جمع آوری معیارها.

بررسی و مطالعه رسالت سازمان و شناسایی خدمات اصلی (مرتبط با رسالت سازمان) واحد کاری. انتخاب یک (یا چند) خدمت از میان خدمات فوق برای شروع کار اندازه‌گیری.

تصمیم‌گیری برای تعیین چگونگی اندازه‌گیری ستانده؛ مقدار ستانده در چه واحدهایی و برای چه دوره زمانی اندازه‌گیری شود؟

تصمیم‌گیری برای تعیین نوع نهاده مورد استفاده؛ اندازه‌گیری بهره‌وری کل عوامل دشوار است. لذا بهتر است هربار یکی از منابع مدنظر قرار گیرد، که اغلب موارد نیروی کار است. باید مشخص کرد که چه

واحدهایی از نهاده در تولید ستانده نقش دارد. تصمیم‌گیری برای تعیین روش جمع‌آوری داده‌های کمی نهاده و ستانده و سپس جمع‌آوری داده‌ها.

اگر تنها معیار کارایی مدنظر است، در این مرحله توقف کرده و نسبت خروجی به ورودی محاسبه می‌شود.

اگر کیفیت هم مهم باشد باید تصمیم‌گیری کرد که:

الف - چه معیارها و ملاک‌هایی استفاده شود؛ چه وزنی به هر معیار داده شود سطح استاندارد یا ایده آل هر معیار چقدر باشد. تصمیم‌گیری برای تعیین چگونگی جمع‌آوری اطلاعات هر معیار و جمع آوری آنها.

به هر معیار براساس نسبت کیفیت حاصل شده به کیفیت مطلوب، نمره کیفیت داده شود؛ در صورت نیاز به رتبه بندی کلی کیفیت، باید نمرات مزبور را پس از اعمال وزن‌های مربوطه با هم جمع کرد. بدین ترتیب نمره کیفیت کل به دست می‌آید.











### ■ فرآیند تجزیه و تحلیل ریسک

فرآیند تجزیه و تحلیل ریسک اساساً به فرآیند حل مشکل گفته می‌شود. ابزار کیفیت و ارزیابی برای تعیین و اولویت‌بندی ریسک‌ها، به منظور ارزشیابی و حل‌وفصل آنها به کار می‌روند.

### ■ شناسایی ریسک

در این مرحله با بررسی فهرستی از منابع خطر احتمالی و همچنین تجربیات تیم پروژه و دانش آنها، همه‌ی خطرات بالقوه شناسایی می‌شوند؛ با استفاده از یک ابزار سنجش، این خطرات باید طبقه‌بندی و اولویت‌بندی شوند. تعداد ریسک‌ها معمولاً از ظرفیت زمانی تیم پروژه برای تجزیه و تحلیل آنها و طراحی برنامه‌ی اضطراری تجاوز می‌کند. روند اولویت‌بندی به آنها کمک می‌کند تا خطراتی که هم تأثیر بیشتری دارند و هم احتمال وقوع آنها زیاد است، مدیریت شوند.

### ■ ارزیابی ریسک

راه‌حل سستی برای مشکلات این‌گونه است که از شناسایی مشکل به سوی حل آن حرکت می‌کند. با این حال قبل از تلاش برای اینکه تشخیص داده شود مدیریت ریسک‌ها چگونه بهتر انجام می‌شود باید ابتدا علل ریشه‌ای ریسک‌های تعیین‌شده شناسایی شوند. در این راستا ممکن است پرسش‌های زیر برای تیم پروژه مطرح شود: علل این ریسک‌ها چه مواردی هستند؟ این ریسک‌ها چگونه می‌توانند بر پروژه تأثیر بگذارند؟

### ■ پاسخگویی به ریسک

حالا تیم آماده‌ی شروع روند بررسی راه‌حل‌های ممکن برای مدیریت ریسک یا پیش‌گیری از وقوع احتمالی آن است. تیم پروژه ممکن است پرسش‌های زیر را مطرح کند:

برای کاهش احتمال وقوع این ریسک‌ها چه کارهایی می‌توان انجام داد؟

در صورت وقوع ریسک چگونه می‌توان آن را مدیریت کرد؟

تدوین یک برنامه‌ی اضطراری یا اقدامات پیش‌گیرانه برای ریسک: تیم پروژه ایده‌هایی را که برای کاهش یا از بین بردن احتمال وقوع ریسک تعیین شده بودند، به وظایف تبدیل خواهد کرد. وظایفی که برای مدیریت ریسک تعیین شده‌اند، به برنامه‌های اضطراری کوتاه‌مدت تبدیل می‌شوند که می‌توانند کنار گذاشته شوند. هنگامی که ریسک رخ داد، این برنامه‌ها روی کار می‌آیند و به سرعت اجرا می‌شوند. در صورت اجرای به‌موقع این برنامه‌ها نیازی به مدیریت بحران ریسک نخواهد بود.

### ■ برنامه اضطراری

برنامه‌ای است که در آن اعضای تیم روی فرآیند حل مشکل احتمالی کار می‌کنند. نتیجه‌ی نهایی طرحی است که درست در لحظه‌ی وقوع ریسک چاره‌ساز خواهد بود.

هدفی که تیم پروژه برای دستیابی به آن تلاش می‌کند، توانایی مقابله با موانع و محدودیت‌هایی است که اجازه نمی‌دهند کار پروژه (به دلیل اتمام زمان یا بودجه) با موفقیت انجام شود. برنامه‌ی اضطراری به تیم اطمینان می‌دهد که اگر در مسیر پیش‌رو با مشکلاتی مواجه شدند، بتوانند به سرعت راه‌حلی برای آن بیابند و بدون مشکل به کار خود ادامه بدهند.

### ■ چهار هدف اصلی مدیریت ریسک

شناسایی ریسک‌های احتمالی؛ کاهش یا تعدیل ریسک‌ها؛ فراهم کردن اصول منطقی برای تصمیم‌گیری بهتر در رابطه با ریسک‌ها؛ برنامه‌ریزی.



ارزیابی و مدیریت ریسک‌ها بهترین راه مبارزه با حوادث ناگوار سر راه پروژه است. با ارزیابی برنامه برای مشکلات بالقوه و راهبردهایی برای رفع آنها، شانس موفقیت تیم بهبود خواهد یافت.

با مدیریت صحیح، ریسک‌های با اولویت بالاتر شناسایی می‌شوند و هزینه‌های احتمالی ناشی از آنها در طول اجرای پروژه مدیریت خواهند شد.

### ■ چگونگی انجام مدیریت ریسک ها

برای چگونگی مدیریت ریسک، ابتدا باید تمام منابع مختلف ریسک را در نظر گرفت. این منابع بسیار زیادند و نمی‌توان به سادگی فهرست جامعی از آنها تهیه کرد. اما همین فهرست می‌تواند یک راهنمای ذهنی اولیه برای تیم پروژه باشد تا با مراجعه به آن بتوانند بخش عمده‌ای از خطرات

ممکن بر سر راه پروژه را شناسایی کنند.

منابع مختلف ریسک شامل موارد زیر هستند:

بخشی که به مدیریت پروژه مربوط است. مدیر ارشد، فعالیت مربوطه را به عنوان یک پروژه به رسمیت نمی‌شناسد؛ پروژه‌های زیادی هم‌زمان در دست اقدام هستند؛ تعهدات برنامه غیرممکن است؛ ورودی‌های عملی در مرحله‌ی برنامه‌ریزی وجود ندارد؛ هیچ‌کس مسئول کلی اجرای پروژه نیست؛ کنترل ضعیف تغییرات طراحی؛ کنترل ضعیف تغییرات مشتری؛ درک ضعیف از کار مدیر پروژه؛ انتصاب نادرست مدیر پروژه؛ عدم برنامه‌ریزی و کنترل یکپارچه‌ی پروژه؛ سازمان قادر به فراهم کردن منابع نیست؛ برنامه‌ریزی پروژه واقع‌گرایانه نیست؛ ناتوانی در رسیدگی به هزینه‌های پروژه؛ وجود تضاد در اولویت‌های پروژه؛ دفتر سازمان‌دهی ضعیف پروژه.

### ■ منابع خارجی

۱. منابع خارجی غیرقابل پیش‌بینی: الزامات قانونی پیش‌بینی نشده؛ بلایای طبیعی؛ خراب‌کاری، کارشکنی و اثرات جانبی پیش‌بینی نشده.

۲. منابع خارجی قابل پیش‌بینی: ریسک بازار یا ریسک عملیاتی؛ ریسک اجتماعی؛ ریسک محیطی؛ تورم؛ نوسانات نرخ ارز؛ رسانه‌ها.

۳. منابع خارجی فنی: تغییرات فناوری؛ ریسک‌های ناشی از فرآیند طراحی.

۴. منابع خارجی قانونی: تخلف در علائم تجاری و مجوزها؛ شکایت به دلیل نقض قرارداد؛ مشکلات کارگر یا محل کار؛ دعوی قضایی به دلیل قانون مسئولیت‌های مدنی؛ قانون گذاری.







## مدیریت استراتژیک چیست و به کارگیری آن چه ضرورت‌هایی دارد؟

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید که چرا بعضی از شرکت‌های بزرگ و موفق در مدت زمان کوتاهی با از دست دادن سهم بزرگی از بازار خود به موقعیتی معمولی و حتی تاسف بار تنزل یافته‌اند و چرا برخی از شرکت‌های کوچک و گمنام به یکباره به جایگاه‌های ممتازی در صحنه رقابت بین‌الملل رسیده‌اند؟ آیا در این مورد فکر کرده‌اید که چرا برخی از موسسات نوسان‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی را به راحتی تحمل نموده و بر آنها غلبه می‌کنند و در مقابل برخی از سازمان‌ها طعم تلخ شکست را چشیده و از ادامه راه باز می‌مانند؟ به عقیده بسیاری از متخصصان علم مدیریت، پاسخ بسیاری از اینگونه سوالات را باید در مفاهیمی به نام استراتژی و مدیریت استراتژیک جستجو کرد.

تاکنون تعاریف مختلف و گاه ناسازگاری از استراتژی و مدیریت استراتژیک ارائه شده است. به تعبیر یکی از متخصصان مدیریت این عبارات مانند هنر است که وقتی آن را می‌بینیم تشخیص دادن آن آسان است اما وقتی در پی تعریف کردن و توضیح دادن آنیم بسیار مشکل به نظر می‌رسد؛ با همه اینها سعی کرده‌ایم تا تعاریفی که جوهره کلیه مفاهیم را دارا باشد ارائه دهیم.

### ■ استراتژی چیست؟

الگویی بنیادی از اهداف فعلی و برنامه‌ریزی شده، بهره‌برداری و تخصیص منابع و تعاملات یک سازمان با بازارها، رقبا و دیگر عوامل محیطی است. طبق این تعریف یک استراتژی باید سه چیز را مشخص کند:

- ۱- چه اهدافی باید محقق گردد.
- ۲- بر روی کدام صنایع، بازارها و محصولات باید تمرکز نمود.
- ۳- چگونه برای بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی و مواجهه با تهدیدهای محیطی به منظور کسب یک مزیت رقابتی، منابع تخصیص یابد و چه فعالیت‌هایی انجام گیرد.

### ■ مدیریت استراتژیک چیست؟

تصمیمات و فعالیت‌های یکپارچه در جهت توسعه استراتژی‌های موثر، اجرا و کنترل نتایج آنهاست. بنابراین مدیریت استراتژیک فعالیت‌های مربوط به بررسی، ارزشیابی و انتخاب استراتژی‌ها، اتخاذ هر گونه تدابیر درون و بیرون سازمانی برای اجرای این استراتژی‌ها و در نهایت کنترل فعالیت‌های انجام‌شده را در برمی‌گیرد.

### ■ ضرورت‌های استفاده از مدیریت استراتژیک چیست؟

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم یکارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیش از گذشته ملموس می‌شود. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسائل سازمانهای امروزی است. پایه‌های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، بستانکاران، سهامداران و مشتریانی که در سراسر دنیا پراکنده‌اند، دارند و این عوامل، تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهمترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره گیرند مدیریت استراتژیک خواهد بود.

### ■ مزایای به کارگیری مدیریت استراتژیک چیست؟

مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه‌ای خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریت باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیت‌هایش به گونه‌ای درآید که اعمال نفوذ نماید (نه اینکه تنها در برابر کنش‌ها، واکنش نشان دهد) و بدینگونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.

از نظر تاریخی، مزیت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان کمک می‌نماید تا از مجرای استفاده نمودن از روش منظم‌تر، معقول‌تر و منطقی‌تر راه‌ها یا گزینه‌های استراتژیک را انتخاب نماید و بدینگونه استراتژی‌های بهتری را تدوین نماید. تردیدی نیست که این یکی از منافع اصلی مدیریت استراتژیک است ولی نتیجه تحقیقات کنونی نشان می‌دهد که این فرایند می‌تواند در مدیریت استراتژی‌ها نقش مهم‌تری ایفا کند.

مدیران و کارکنان از طریق درگیر شدن در این فرایند خود را متعهد به حمایت از سازمان می‌نمایند. یکی دیگر از مهمترین منافع مدیریت استراتژیک این است که موجب تفاهم و تعهد هر چه بیشتر مدیران و کارکنان می‌شود. یکی از منافع بزرگ مدیریت استراتژیک این است که موجب فرصتی می‌شود تا به کارکنان تفویض اختیار شود. تفویض اختیار عملی است که به وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب می‌شوند در فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال‌پردازی را تمرین نمایند و بدین گونه اثربخشی آنان افزایش خواهد یافت.

### ■ فرآیند مدیریت استراتژیک شامل چه مراحل است؟

فرایند مدیریت استراتژیک را می‌توان به چهار مرحله تقسیم نمود:

- ۱- تحلیل وضعیت
- ۲- تدوین استراتژی
- ۳- اجرای استراتژی
- ۴- ارزیابی استراتژی

### ■ تحلیل وضعیت

اهداف بلندمدت، مأموریت سازمان (علت وجودی و اینکه چه هستیم)، چشم‌انداز سازمان (چه می‌خواهیم باشیم) تجزیه و تحلیل محیط داخلی و قابلیت‌های سازمان. تجزیه و تحلیل محیط خارجی.

### ■ تدوین استراتژی

در تدوین استراتژی باید ابتدا مجموعه استراتژی‌های قابل استفاده را لیست کرده و سپس با استفاده از مدل‌های مختلفی که در بحث‌های مدیریت استراتژیک آمده است و با توجه به نتایج بدست آمده در تحلیل وضعیت که در مرحله اول آمده است استراتژی برتر را انتخاب می‌کنیم. در این مرحله باید مدیران میانی و حتی رده پایین سازمان را نیز مشارکت داد تا در آنها ایجاد انگیزش کند.

### ■ اجرای استراتژی

برای اجرای استراتژی‌ها باید از ابزار زیر بهره گرفت: ساختار سازمانی متناسب با استراتژی‌ها. هماهنگ‌سازی مهارت‌ها، منابع و توانمندی‌های سازمان در سطح اجرایی. ایجاد فرهنگ سازمانی متناسب با استراتژی جدید سازمان. اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی به همکاری مدیران همه بخش‌ها و واحدهای وظیفه‌ای سازمان نیازمند است.

### ■ ارزیابی استراتژی

برای تعیین حدود دستیابی به هدف‌ها، استراتژی اجرا شده باید مورد کنترل و نظارت قرار گیرد. ارزیابی استراتژی شامل سه فعالیت اصلی می‌شود: بررسی مبانی اصلی استراتژی‌های شرکت. مقایسه نتیجه‌های موردانتظار با نتیجه‌های واقعی. انجام دادن اقدامات اصلاحی به منظور اطمینان یافتن از اینکه عملکردها با برنامه‌های پیش‌بینی شده مطابقت دارند. اطلاعاتی که از فرایند ارزیابی استراتژی به دست می‌آید باید به گونه‌ای باشد که عملیات و اقدامات را تسهیل نماید و باید کسانی یا واحدهایی را معرفی نماید که نیاز به اصلاح دارند.





## خرید و فروش کلیه ماشین های چاپ و صحافی

- فروش ترتیب کن ۲۴ خانه مولر مارتینی مدل بالا
- چسب گرم ۵ خانه ۳۲۰ آلمانی ۳ عدد
- ورق تاکنی افست کارد برقی و کارد مکانیک ۴ عدد
- لاین منگنه زن با سه طرف برش مدل بالا
- دستگاه چاپ ولتر پرس در داخل تلگرام

کانال ارتباطی اطلاعات دستگاه های فروش و چاپ و صحافی و

وارداتی وهم داخلی سراسر ایران

مشاوره جهت خرید و نصب و راه اندازی دستگاه در محل کار شما

معرفی بهترین تکنسین های برقکار، مکانیک و پشتیبانی و همراهی

هموطنان و همکاران عزیز

راه های ارتباطی:

خرید و فروش ۰۹۱۲۴۰۸۰۲۷۸

فنی و مهندسی ۰۹۳۵۴۰۸۰۲۷۸

آی دی ارتباطی تلگرامی

@baharlo - 09354080278

آی دی کانال تلگرامی

<https://telegram.me/baharlo09124080278>



# 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 هشت رنگ)  
به صورت رول و شیت با پوشال‌برداری  
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

فاکس ۵۵۲۵۷۲۹۱  
۵۵۲۶۲۲۸۰-۸۱

www.Ashenalabel.com

Email: info@ashenalabel.com



## چاپ مهر

Mehr print

UV سیلندری

سلفون حرارتی (مات، براق، مخملی)

کیفیت، دقت، سرعت

تا ۴/۵ ورق

نشانی: خیابان انقلاب، ابتدای سعدی شمالی

کوچه حمیدالدوله، پلاک ۱۲

تلفن: ۰۱ ۷۷۵۳۳۶۰ تلفکس: ۷۷۶۲۳۵۰۳

همراه: ۰۹۱۲-۲۹۵۸۵۳۶ مهر داد



## تکنو گرافیک



### لیست دستگاه‌های موجود

|                                   |                                 |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| ورق ناکنی اشتال ۴.۵ ورقی KC       | نه دوزی مولر عارضینی زنجیری     |
| ورق ناکنی اشتال ۳ ورقی KD         | نه دوزی مولر عارضینی با آپارات  |
| ورق ناکنی اشتال ۲ ورقی KC         | آستر چسبایی هنکدر               |
| چسب گرم ۱۰ خانه مولر عارضینی      | لاین ملنول دوزی مولر عارضینی    |
| چسب گرم تک خانه بورد فراتسه       | شعاره زنی مرگاتا                |
| چسب گرم تک خانه سیسلرم تایوان     | ترتیب کن ۱۰ و ۱۲ خانه دپلو      |
| ترتیب کن ۲۴ خانه مولر عارضینی T1۰ | برگ شمار واکيوماتیک             |
| ترتیب کن ۱۶ خانه برمر با استکر    | ترتیب کن قوریزان با منگنه و برش |
| برش سه طرفه مولر عارضینی ۳۶.۷۰    | برش دهته ۶۶                     |
| برش پلار دهته ۷۶                  | بروشور ناکنی مرگاتا             |
| نه دوزی آستر ایتالیا              | خط زن و پرفراز مرگاتا           |

تلفن: ۰۶۶۲۵۸۸۳۴ - ۶۶۲۶۷۳۵۰ - ۰۹۱۲۱۱۳۶۷۶۴



واردکننده و تامین کننده لامپ یووی در ایران  
بیش از ۱۵ سال تجربه در خدمات UV

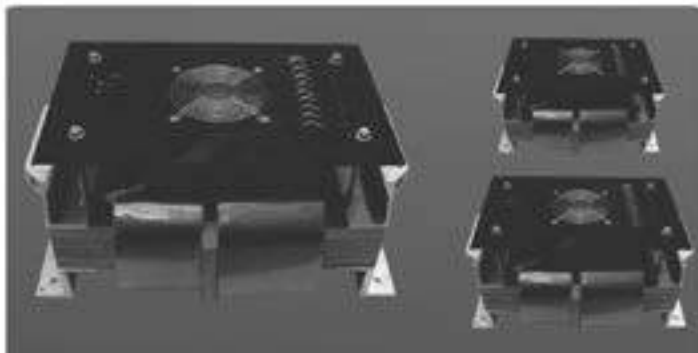


یووی سان  
UV.SUN



نصب و راه اندازی سیستم های یووی  
تعمیرات انواع درایر و سیستم های یووی

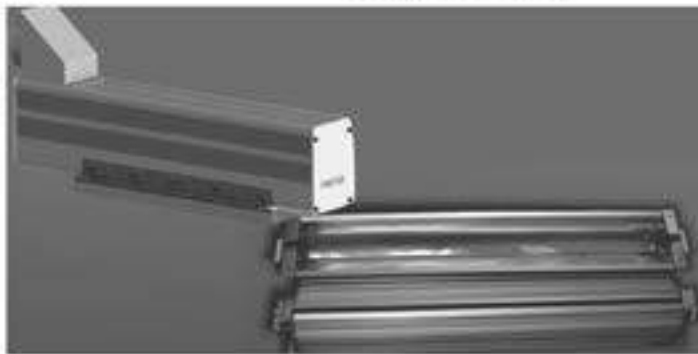
واردکننده انواع ورنی UV تایوانی در ایران



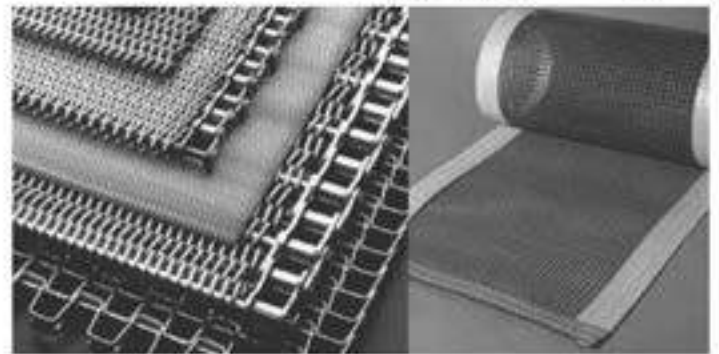
فروش انواع ترانس یووی در ولتاژ و کیلووات مختلف  
با ضمانت نامه ۵ ساله



فروش انواع لامپ های یووی و لامپ قیدکبی  
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 کبی شابلون چاپ سیلک  
نور ماورابنفش - نور از پایین - دارای وکیوم - تایمر دیجیتال



سازنده دستگاه خشک کن شابلون مخصوص چاپ سیلک  
حرارت ۴۵ درجه - دونوع ایستاده و خوابیده - ظرفیت ۵ عدد شابلون به بالا

آدرس: تهران خیابان زمزم، کوچه ۱۵، پلاک ۱۱

تلفن: ۰۲۱-۵۵۶۰۶۰۹۸ فکس: ۰۲۱-۵۵۸۸۱۲۰۰

همراه: ۰۹۱۲-۱۳۳۱۵۴۴ ۰۹۱۰-۱۳۳۱۵۴۴

uv\_sun@yahoo.com

uv\_lamp@yahoo.com





# شرکت رنگین پلاست ایران



پخش عمده انواع حلالهای چاپ  
(ایزو پروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول)

از شرکتهای معتبر دنیا

❖ یونی کم

❖ ساسول

❖ پتروکم

خیابان خالد اسلامبولی (وزرا سابق) کوچه چهار

کوچه نادر پلاک ۱۰ واحد ۱۶

۸۸۷۱۵۸۳۸

تلفن: ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴ ۸۸۷۱۲۰۶۴ ۸۸۷۱۲۰۳۶

فکس: ۸۸۷۱۰۷۵۰ موبایل: ۰۹۱۲۱۹۰۵۹۰۶ ۰۹۱۲۱۸۶۵۶۳۰

## پارس پلکان

■ چسب سلفون:

برای دستگاه چینی - هندی - ایرانی

■ چسب لب چسب:

برای کارهای یووی خورده، سلفون کشیده شده

■ چسب صحافی:

اعم از زودخشک یا دیرخشک با فیلم نرم

■ یووی آماده وارداتی:

مخصوص سیلک و سیلندر

آموزش راه اندازی تولید چسب سلفون  
در کارگاههای سلفون کشی

تلفن: ۷۷۵۲۳۶۹۶ - ۷۷۵۳۲۵۰۱

تلفکس: ۷۷۵۱۰۳۹۰

همراه: ۰۹۱۲۳۳۰۵۷۵۳



تیغ زنی، نیم تیغ، پرفراژ، خط تا و برجسته  
شماره زنی در تیراژهای بسیار بالا، فارسی و لاتین  
با لتر پرس ۲/۵ ورق، صحافی اوراق اداری  
افست یک ورق دو رنگ

طراحی، لیتوگرافی، چاپ

خیابان حافظ، خیابان رودسر، نبش خیابان به آفرین، پلاک ۱  
تلفن: ۸۸۹۳۷۵۶۱ تلفکس: ۸۸۹۴۴۷۰۵ همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۹۱۵۰



# صحافی فنر دویل حسن پور

با بیش از ۱۵ سال تجربه  
مجهز به دستگاه های برقی فنر دویل

انجام کلیه امور مربوط به صحافی فنر دویل شامل :

- تقویم رومیزی، دیواری، فانتزی
- سررسید، سالنامه، دفتر تلفن
- دفتر یادداشت و دفاتر مختلف
- کاتالوگ، بروشور و...

● انجام لمینت طلق تا قطع A3

خ انقلاب، بین میدان فردوسی و ویلا، بن بست شاهرود، پلاک ۵ واحد ۸

۸۸۹۰۰۲۹۸ حسن پور

۰۹۳۵۶۰۱۶۴۶۵



## جعبه چسبانی میعاد

- تیغ و چسب انواع جعبه های داروئی / آرایشی بهداشتی
- مجهز به دود دستگاه لتر پرس ۷۷
- دود دستگاه ماشین جعبه چسبانی دیانا

سرعت و کیفیت را با ما تجربه کنید

با مدیریت محمد رضایی

۰۹۱۲۳۲۶۹۰۵۳ ۰۹۳۹۲۳۶۹۰۵۳

۳۳۳۸۲۱۸۷ فکس: ۳۳۳۹۸۱۰۸

آدرس جدید: خیابان فداییان اسلام، بعد از چهارراه فروشگاه هایپر سان، کوچه سرزغیم، کوچه دوم، کوچه وهاب، اولین در، پلاک ۱

## مجتمع چاپ و صحافی دلتا

لپست ماشین آلات صحافی

- بانج 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

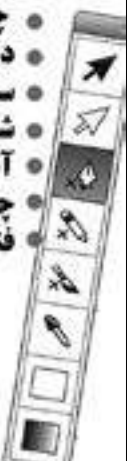
خدمات صحافی

- ساخت انواع جلدهای چرمی
- و گالینگور و لبه گرد
- صحافی جلد سخت
- صحافی بانج و فنر
- صحافی چسب گرم

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

● ابتدای جاده ابعلی، روبروی خیابان اتحاد پلاک ۲۰۰  
۸۰ - ۷۷۰۰۹۵۷۹ - ۷۷۳۵۶۲۸۴ - ۷۷۳۵۶۴۳۹  
Deltacalendar.co@gmail.com ۰۹۰۲۵۹۲۳۰۱۱







**هوشمند نو**

چاپ و بسته‌بندی



# مجهزترین دستگاه تهام 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 ۱۲۰×۱۰۰  
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

سلفون مات و  
براق حرارتی،  
سانتی ۴۳ ریال

آدرس: کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج -  
جنب نفت پارس - زیر گذر سرخه  
حصار خیابان کیمیا پژوهان - کوچه  
پمپ گاز - پ ۶



فکس: ۴۶۸۶۱۵۵۰

تلفن: ۴۶۸۸۰۴۱۹-۲۰ ۴۶۸۶۲۶۰۰







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 اشتال ۲ و ۳ ورقی
- ◀ گوشه‌گردکن کتاب، جلدسازی و طلاکوب
- ◀ بسته‌بندی و شرینگ‌پک
- ◀ جدیدترین دستگاه سلفون‌کشی حرارتی تا حداکثر سایز ۷۰ × ۱۰۰

تلفن ۹۱۶ ۵۷۰ ۳۳

۵-۴۸۴ ۵۷۰ ۳۳

فکس ۵۸۸ ۷۲۵ ۳۳

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  
پلست ۲/۵ ورقی Crea ۶ مد آلفا این سوپر  
تلفن: ۳۶۶۱۶۸۳۴ - ۳۶۶۱۶۸۳۰  
همراهی در تعطیلات: ۰۹۱۴۱۰۰۳۷۱۸  
vieiractp@gmail.com  
vieiractp@yahoo.com

## خدمات چاپ

### مجتمع تبلیغاتی مقدم چاپ

انجام کلیه سفارشات چاپ روی  
انواع سطوح (سابلیمیشن)  
و هدایای تبلیغاتی مستقیم  
با چاپخانه

چاپ روی لیوان سرامیکی ویژه  
همکاران گرامی  
با ظرفیت ۲۰۰۰ عدد در روز  
(نقد و اقساط)  
کارگاه: ۲۶۳۲۹۵۱۸  
مدیریت: ۰۹۱۲۶۰۹۰۸۵۵  
برای مشاهده قیمت ها به سایت  
مراجعه کنید.

www.moghadamprint.com

### چاپ نباتی

کاتالوگ، بروشور، کتابچه در  
تیراژ بالاتر از ۱۵۰ عدد  
افست با قیمتی پایین تر از  
دیجیتال  
چاپ کاغذ پلاست تا ۵۰۰  
میکرون و مقوا تا ۵۰۰ گرم  
۳۳۹۴۱۸۲۱  
۳۳۹۰۴۹۹۱

مجتمع چاپ و صحافی هدف نوین  
(لیتوگرافی، چاپ و صحافی)  
دستگاه پلیت ستر ۴/۵ ورقی  
۱ دستگاه ۸ رنگ ۲ ورقی  
هایدبرگ پشت و رو زن  
همزمان (اسپیدمستر)  
۲ دستگاه ۴ رنگ ۴ ورقی  
هایدبرگ (اسپیدمستر)  
۴۴۹۹۷۲۰۱ - فکس:  
۴۴۹۹۷۲۰۲  
www.hadafnovinco@gmail.com

شرکت نقش رنگ خجستانگان  
چاپ یووی ۴/۵ ورقی ۸ رنگ  
سایز ۱۰۰×۷۰  
با امکان خشک کن در تمام برج ها  
و تحویل چاپ روی PVC، متالایز  
و سلفون چسبدار  
هایدبرگ ۴/۵ ورقی ۸ رنگ  
پشت و رو زن با ۱۲۰×۸۰ سایز  
(ده خط) ۶۶۳۹۷۶۹۶  
Email: info@khojastegan.com

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 پلیت ستر  
دو ورقی  
۷۷۶۲۰۸۶۳-۷۷۶۸۱۴۴۰۴  
Email: SAVE@  
ENEKASPRINTING.COM

چاپ مهیار  
دستگاه افست GTO ۴  
رنگ هایدبرگ  
دستگاه افست GTO ۲  
رنگ هایدبرگ  
دستگاه افست GTO تک  
رنگ هایدبرگ  
۳۳۱۱۹۶۷۴  
۳۳۱۱۹۴۰۱  
www.faktorprint.com  
info@faktor.print.com

### چاپ آریایی

طراحی/لیتوگرافی/چاپ/  
تیغ زنی/انیم تیغ/پروفرآز/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

## چاپ و نشر برای معرفی توانمندیهای شماست

## به کانال مادر تلگرام پیوندید

@chap\_o\_nashr

### لیتوگرافی دیجیتال ایده

-امکان تهیه زینک از سایز GTO  
تا ۴/۵ ورقی با بالاترین کیفیت  
-تهیه فیلم وزینک با دستگاه  
ایمیج ستر با بهترین کیفیت و  
بالاترین تیراژ

۳۳۹۴۵۷۵۵ -  
idehgraphic@gmail.com  
www.idehgraphic.ir



اصفهان  
**چاپ مرکزی**  
۰۳۱-۳۶۲۶۸۳۸۸  
مرکز تخصصی چاپ و رو روی اچ اس ام متنوع

چاپ سورنا گرافیک  
مرکز تخصصی چاپ انواع کارت  
ویزیت  
چاپ انواع فرمهای تجاری و  
اداری در ۴ ساعت (بصورت عمومی و  
اختصاصی)

۰۳۱-۳۲۶۶۰۴۰۸  
۰۳۱-۳۲۶۴۰۸۸۱  
www.sorenaprint.com  
sorenaprint@yahoo.com

### مجتمع چاپ نقش الماس

دو دستگاه دو ورقی دو رنگ و تک رنگ  
چاپ سیلک ساکورایی UV شابلونی  
یووی دیجیتال برجسته ۹۰-۶۰  
لتری پرس طلاکوب دو ورقی  
ماشین پانچ دور گرد کارت ویزیت

(۱۰ خط) ۳۳۵۲۳۲۷۲  
info@naghshealmas.com  
www.naghshealmas.com

### گروه ساروبن

چاپ دیجیتال لبیل بارنگ سفید و  
UV امکان چاپ تمام رنگی، انواع  
پلاک و لبیل دیجیتال

۲۲۲۶۰۷۰۰  
۸۸۰۷۵۱۶۰  
www.sarobon.ir  
www.sarocard.com

شرکت کلیشه سازی نقش  
گوهر هنر  
انجام امور طراحی،  
کلیشه سازی و مونتاژ

۰۹۱۰۱۱۸۳۹۷۷  
۸۸۴۶۱۷۲۴  
tarahan.nemooneh.co@gmail.com

### انواع فوتک چاپ و صحافی

۰۹۱۲۵۴۷۴۵۵۲  
@malzoomat-chap

چاپ اردیبهشت نو  
دستگاه ماشین سلفون کشی  
حرارتی اتوباند  
ماشین طلاکوب اتوماتیک ۳  
ورقی هایدبرگ  
ماشین طلاکوب اتوماتیک  
۲/۵ ورقی هایدبرگ  
ماشین یووی موضعی  
اتوماتیک ساکورایی  
و...  
ماشین المباس  
۷۷۵۲۶۰۵۱-۷۷۵۳۲۱۲۵

چاپ پرسه  
مجهز به افست دو ورقی  
چهار رنگ

۳۳۹۷۶۴۳۳  
۳۳۹۷۲۸۱۶  
۰۹۳۳۳۸۱۲۹۶ تلگرام

### موسسه چاپ و گرافیک مهرگان

۷۷۶۵۵۳۲۸

صنایع چاپ مادرول  
ماشین چاپ هشت رنگ  
فلکسو، دستگاه دایکات،  
برش و طلاکوب  
قابلیت چاپ بر روی انواع  
کاغذ پشت چسبدار و...

۴۴۹۹۲۶۹۵-۹۷  
فکس: ۴۴۹۸۰۲۵۹

چاپ طراحان آزادی  
کلیه امور چاپی  
(اختصاصی - عمومی)  
کارت ویزیت، تراکت، ست  
اداری و...  
مدیریت محمدخانی  
ارتباط مستقیم با چاپخانه ها  
۳۳۹۵۲۵۸۵  
۳۳۹۵۲۱۰۶  
۳۳۹۴۳۷۹۷

مرکز چاپ و بسته بندی  
همدان  
چاپ لبیل و لفاف های  
بسته بندی  
مدرن ترین ماشین چاپ اروپا  
بدون نیاز به کلیشه و سیلندر  
تیراژ دلخواه  
تحویل فوری

۰۸۱-۳۴۵۸۶۷۳۱-۳

چاپ سبا  
افست چهار و نیم ورقی پنج  
رنگ اسپیدمستر  
افست دو ورقی چهار رنگ  
اسپیدمستر

۹۵۱۱۹۶۴۱-۲

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

لیتوگرافی رنگین  
خروجی ۴۰ زینک در یک  
ساعت - مجهز به دستگاه پلیت  
ستر creokodak ۴/۵ ورقی  
online مدل ۲۰۱۰ با استیکر و  
پروسسور Raptor و...  
۷۷۶۹۹۸۲۱-۳  
litorangin@yahoo.com  
litorangin@gmail.com

هر کادر پایه  
فقط ۲۰ هزار تومان

## دریافت آخرین اخبار و رویدادهای چاپی در سایت

www.chaponashr.com



|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>چاپ و نشر هودیس پارس</p> <p>– چاپ افست دو ورقی چهار رنگ</p> <p>– چاپ افست چهار و نیم ورقی</p> <p>– آتلیه طراحی /خدمات لیتوگرافی</p> <p>– سلفون کشی، دایکات، بسته بندی</p> <p>– جعبه سازی دهنه ۷۰ cm</p> <p>– لتری پرس ابعاد (۸۲×۵۶)</p> <p>تلفن ۴۴۱۸۴۹۳۶</p> <p>فکس ۴۴۱۹۴۰۰۶</p> | <p>نقش آوران تندیس مهر</p> <p>چاپ پلات و لمینیت چاپ دیجیتال</p> <p>درفرهای استاندارد/استندهای</p> <p>نمایشگاهی ثابت و متغیر میز کانتر،</p> <p>پاپ آپ، رول آپ طراحی آتلیه گرافیک</p> <p>تلفن ۸۸۲۰۲۴۴۷</p> <p>فکس ۸۸۲۰۲۴۴۹</p>                                                            | <p>چاپ افرنک</p> <p>مرکز تخصصی چاپ کارت</p> <p>رمزدار و لیبل های قرعه کشی</p> <p>تلفن: ۳۳۹۸۹۵۸۶</p> <p>www.afrangco.com</p> <p>info@afrangco.com</p>                                                                                                                                                                         | <p>خدمات پس از چاپ</p> <p>صحافی هشت</p> <p>جلد، جعبه، لوح، پانچ و فنر،</p> <p>ته چسب، دوخت، مفتول</p> <p>https://t.me/sahafi8</p> <p>۰۹۱۲۳۰۸۷۹۳۳</p>                                                                                           |
| <p>مجتمع چاپ نامی نقش</p> <p>لیتوگرافی – چاپ – سلفون</p> <p>حرارتی – صحافی</p> <p>تلفن ۳۳۱۱۴۳۶۳</p> <p>فکس ۳۳۹۷۶۳۳۷</p> <p>www.naminaghshprint.com</p>                                                                                                                              | <p>چاپ هادی</p> <p>ماشین چاپ افست کوموری ۲ ورقی</p> <p>۵ رنگ ۲۰۱۰</p> <p>ماشین چاپ هایدلبرگ ۲ ورقی ۴</p> <p>رنگ پرینت مستر</p> <p>تک رنگ هایدلبرگ و پلیت ستر ۲</p> <p>ورقی حرارتی اسکرین</p> <p>تلفن ۳۳۹۰۳۱۳۹</p> <p>تلفن ۳۳۱۱۲۵۸۶</p>                                                  | <p>هنر نوین</p> <p>خدمات تخصصی و منحصر</p> <p>به فرد</p> <p>چاپ مستقیم روی اجسام</p> <p>امکان چاپ دیجیتال مستقیم</p> <p>روی اجسام مختلف</p> <p>مانند پلکسی، شیشه، چوب،</p> <p>ام دی اف، استیل، سنگ،</p> <p>سرامیک، کاشی کامپوزیت،</p> <p>پارچه، فلز و غیره</p> <p>خدمات چاپ عریض</p> <p>۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۶</p> <p>۰۲۱-۲۶۳۱۳۸۱۷</p> | <p>خدمات پس از چاپ</p> <p>سلفون حرارتی و چسب سرد</p> <p>و چسب گرم فول اتومات تا</p> <p>ابعاد ۱۶۰×۱۲۰ با حمل رایگان از</p> <p>چاپخانه جهت کارهای تیراژدار</p> <p>در خدمت همکاران گرامی می</p> <p>باشد</p> <p>۰۹۱۱۳۱۲۴۹۳۳</p> <p>۰۹۱۹۸۰۳۰۰۷۵</p> |
| <p>چاپ و صحافی کریمی</p> <p>چاپ دو رنگ ۲ ورقی zp</p> <p>چاپ دو رنگ ۴/۵ ورقی zp</p> <p>مجهز به ۲۰۰۲ cpc</p> <p>صحافی ماشینی اتومات چسب گرم</p> <p>مفتول، گالینگور، جلد سخت، پانچ و فنر</p> <p>تلفن ۷۷۳۵۷۵۷۴</p>                                                                      | <p>آشنا برچسب</p> <p>تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسبدار</p> <p>به صورت رول و شیت با پوشال برداری،</p> <p>تولید انواع لیبل پشت چسبدار کاغذی،</p> <p>حرارتی، متالایز، شبرنگ و پی وی سی</p> <p>تلفن ۵۵۲۷۷۱۲۱</p> <p>فکس ۵۵۲۵۷۲۹۱</p> <p>www.Ashenalabel.com</p> <p>info@ashenalabel.com</p> | <p>چاپ و صحافی معراج</p> <p>چاپ و صحافی معراج</p> <p>ارائه دهنده کلیه خدمات چاپ</p> <p>و صحافی</p> <p>۳۳۹۳۱۶۳۰</p> <p>۳۳۱۱۲۳۳۹</p>                                                                                                                                                                                           | <p>خدمات پس از چاپ یزدان</p> <p>تیغ و چسب جعبه</p> <p>۰۹۱۲۱۵۳۰۴۲۰</p> <p>۰۲۱-۳۳۴۸۵۷۷۳</p>                                                                                                                                                      |
| <p>چاپ و صحافی محمد</p> <p>چاپ سه ورقی و دورقی MBO اشتال</p> <p>چسب گرم پنج خانه مولر مارتینی یا</p> <p>قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب</p> <p>در روز</p> <p>خط کامل مفتول و...</p> <p>تلفن ۷۷۴۵۲۲۲۴</p>                                                                           | <p>شرکت خانه چاپ چکاوک</p> <p>عضو انجمن بین المللی</p> <p>تولید کنندگان هولوگرام،</p> <p>صادرات هولوگرام به اروپا و</p> <p>کشورهای آمریکای جنوبی،</p> <p>پیشرفته ترین و بالاترین ضریب</p> <p>امنیتی هولوگرام تولید داخل</p> <p>۶۶۹۷۱۴۰۲-۴</p> <p>۶۶۹۷۱۴۰۵</p>                           | <p>چاپ و صحافی سلیک</p> <p>سلیک تمام اتوماتیک دو</p> <p>ورقی (UV)</p> <p>سلفون حرارتی تمام اتوماتیک</p> <p>UV سیلندری</p> <p>۶۶۳۴۰۳۵۹</p> <p>۶۶۳۴۰۳۱۶</p>                                                                                                                                                                    | <p>خدمات پس از چاپ سلمان</p> <p>سلفون کشی مات (۴۲ ریال) و</p> <p>براق (۳۲ ریال) و حمل رایگان</p> <p>سلمانی ۰۹۱۹۵۷۲۱۴۴۷</p>                                                                                                                     |
| <p>نقش پردازان آسیا</p> <p>چاپ برچسب اموال چاپ</p> <p>برچسب های صنعتی، pvc، کاغذ</p> <p>متالایز، شبرنگ و روز رنگ</p> <p>چاپ وینیل، مش، شبرنگ</p> <p>outdoor-indoor</p> <p>۶۶۹۴۸۲۲۳</p> <p>www.npaprint.com</p> <p>ighani.label@yahoo.com</p>                                        | <p>شرکت رنگین طیف پرشین</p> <p>تولید کننده برچسب های</p> <p>لیزری (هولوگرام)</p> <p>ضد کپی، ضد تقلب، غیر قابل</p> <p>انتقال</p> <p>۶۶۷۸۴۹۳۸</p> <p>۸۹۷۷۰۸۱۹</p>                                                                                                                         | <p>صنایع بسته بندی والا</p> <p>دستگاه تیغ زنی در ابعاد مختلف /</p> <p>لامینیت نیمه اتوماتیک</p> <p>۵۵۸۹۶۷۸۴</p> <p>۵۵۵۷۶۳۸۲-۳</p> <p>فکس: ۵۵۵۷۰۶۶۲</p>                                                                                                                                                                       | <p>خدمات پس از چاپ</p> <p>سلفون کشی مات (۴۲ ریال) و</p> <p>براق (۳۲ ریال) و حمل رایگان</p> <p>سلمان ۰۹۱۹۵۷۲۱۴۴۷</p>                                                                                                                            |
| <p>مجتمع چاپ رنگین نقش</p> <p>اولین دستگاه های چاپ افست</p> <p>و UV مدل ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳،</p> <p>چاپ از ۲۰ گرم تا ۵۵۰ گرم، با</p> <p>سرعت ۱۵۰۰۰ برگ در ساعت</p> <p>۷۷۲۶۷۹۰۱-۳</p> <p>ranginnaghsh@yhao.com</p> <p>ranginnaghsh@gmail.com</p> <p>info@ranginnaghsh.com</p>                | <p>کارتی نو</p> <p>مجتمع چاپ و صحافی</p> <p>۵۶۵۳۷۴۲۰</p> <p>۵۶۵۳۷۴۱۶</p> <p>۵۵۸۱۷۹۹۷</p>                                                                                                                                                                                                | <p>چاپ و صحافی سیمی ساز</p> <p>ما به کمتر از عالی رضایت</p> <p>نمی دهیم!</p> <p>انجام کلیه خدمات صحافی</p> <p>شامل: چسب گرم، مفتول ساده</p> <p>و لوپ تا، سیمی تقویم دیواری</p> <p>و رومیزی با بهترین کیفیت و</p> <p>بالاترین سرعت</p> <p>۳۳۵۷۰۴۸۴-۵-۳۳۵۷۰۹۱۶</p> <p>داورزن ۰۹۱۲۳۰۸۷۲۸۰</p> <p>صمدزاده ۰۹۱۲۳۱۱۹۵۵۶</p>        | <p>چاپ و صحافی مهر</p> <p>چاپ پلات و لمینیت چاپ دیجیتال</p> <p>درفرهای استاندارد/استندهای</p> <p>نمایشگاهی ثابت و متغیر میز کانتر،</p> <p>پاپ آپ، رول آپ طراحی آتلیه گرافیک</p> <p>تلفن ۸۸۲۰۲۴۴۷</p> <p>فکس ۸۸۲۰۲۴۴۹</p>                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                |



## کانون تبلیغات و دفاتر فنی

سیب آبی  
مشاوره و مجری ایده‌های 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

## تابلوهای تبلیغاتی

تابلوسازی مقدم  
تولیدکننده انواع  
تابلوهای LED روان  
ویژه همکاران  
نقد و اقساط  
کارگاه: ۲۶۳۲۹۵۱۸  
مدیریت: ۰۹۱۲۶۰۹۰۸۵۵  
www.moghadamprint.com

به کانال مادر تلگرام پیوندید  
chap\_o\_nashr

## سررسید و هدایای تبلیغاتی

صنعت شیرازه کتاب  
قابل توجه تولیدکنندگان محترم  
دفاتر تحریر مدارس و دانشگاه در  
سراسر ایران  
مجهزترین کارگاه تولید  
فهرهای صحافی تک لوپ و  
دو لوپ نقره‌ای (استیل وایر)  
روکش‌دار در طول، گام، ضخامت  
و رنگ‌های سفارشی  
www.starline.ir  
۸۸۷۲۶۵۷۲-۸۸۷۱۵۲۳۸  
۰۹۱۳۱۵۴۸۳۴۶

کاغذ و مقوای شاهین  
پخش انواع کاغذهای A۴، A۵ و  
A۳ نمایندگی فتوگلاسه، کتد،  
AGFA، HART wll، A۴  
و A۳ و رول کالر کپی تحریر،  
گلاسه، چسب‌دار  
۳۳۹۷۳۴۹۵-۳۳۹۱۳۳۲۴

مقواسازی موسوی  
تولید و پخش مقوای صنعتی-کرجی  
۰۹۱۲۵۳۲۵۰۳۰  
۰۹۱۲۱۴۰۱۲۳۶  
موسوی

کاغذ و مقوای رستمی  
خرید و فروش انواع کاغذ و مقوا  
عرضه‌کننده مستقیم انواع  
مقوای پشت طوسی کره و چینی  
(گلاسه، تحریر، چسب‌دار،  
کارتن)  
۳۶۶۱۱۱۳۲  
۳۳۱۱۴۳۴۸  
۳۳۹۳۵۹۸۰  
۰۹۱۲۵۹۰۵۹۹۲  
۰۹۱۲۵۰۰۴۹۵۴

کاغذ و مقوای دلال‌زاده  
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 جمع‌آوری و انتقال  
مستقیم به کارخانجات  
تولیدکننده تیشو و مقوا  
در سراسر ایران، آماده  
همکاری و عقد قرارداد  
جهت خرید بی‌واسطه پوشال  
کاغذ، کتاب و... با چاپخانه‌ها،  
صحافی، جعبه‌چسبانی،  
ناشرین، بانک‌ها و ادارات  
دولتی و خصوصی می‌باشد  
۰۹۱۲۱۴۹۹۷۰۱  
با ما تماس بگیرید

## جعبه، کارت پاکت

کارتن‌سازی حسینی  
تولید انواع کارتن با بیش از  
۳۰ سال سابقه  
ساخت انواع کارتن دفاتر  
۵۰ برگ، ۱۰۰ برگ، ۲۰۰ برگ،  
تهدوخت و فن‌دار  
ارسال رایگان ۲۰۰۰ عدد  
کارگاه: ۲۱-۹۵۱۲۵۰۲۰-۰۲۱  
دفتر: ۲-۵۵۰۸۱۷۵۱-۰۲  
۰۹۱۲۱۸۶۸۸۴۶

چاپ‌نشر  
chap\_o\_nashr

جعبه‌سازی میعاد  
تیغ و چسب انواع جعبه  
های دارویی، آرایشی و  
بهداشتی  
مجهز به دو دستگاه  
لتر پرس ۷۷  
دو دستگاه ماشین جعبه  
چسبانی دینا  
۳۳۷۷۲۵۶۱  
۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳

جعبه‌سازی هیراد  
تولیدکننده انواع جعبه‌های  
فانتزی با مقوای سخت با  
استفاده از ماشین‌آلات  
شاهوندی ۰۹۱۲۱۲۵۵۷۹۳  
اکبری ۰۹۱۲۶۵۴۴۶۶۵  
www.hiradbox.com  
info@hiradbox.com

لمینت و کارتن مبارکه  
ساخت انواع جعبه و  
کارتن‌های صادراتی  
لمینتی، مقوایی، E فلوت،  
سه لایه، پنج لایه  
۴۴۹۰۵۰۵۰  
۴۴۹۰۱۲۹۱  
۰۹۱۲۱۰۸۴۴۵۵  
www.mobarake.com  
Email: info@mobarake.com

## کاغذ و مقوا

کاغذ و مقوا ملک  
جزئی و کلی با ارسال به  
تمام نقاط  
۳۳۹۹۹۷۷۴-۵  
۰۹۱۲۱۷۷۰۹۵۲

## قالب‌سازی، تیغ و برش

قالب‌سازی بیس  
طراحی قالب‌های خود را به  
ما بسپارید  
بهترین کیفیت و نازل‌ترین  
قیمت را از ما بخواهید  
مجهز به دستگاه برش لیزر،  
خم‌کن اتوماتیک  
ساخت انواع قالب‌های لیبل،  
کارتن، جعبه‌های آرایشی و  
بهداشتی و...  
۳۶۰۵۷۹۴-۳۶۶۱۶۲۸۸

هر کادر پایه  
فقط ۲۰ هزار تومان  
۷۷۲۴۰۶۹۰

قالب‌سازی ملت  
ساخت انواع قالب برش  
جعبه، کارتن، لیبل و پلکسی  
مجهز به برش لیزر و خم‌کن  
اتوماتیک  
di.mellat@gmail.com  
تلفن: ۳۶۶۱۱۷۶۶-  
۳۶۶۱۲۸۰۴  
۰۹۱۹۴۸۰۸۸۴۱  
خ ملت، برج بهارستان، بلوک  
A، طبقه دوم، واحد ۳۰۳

موسسه قالب‌سازی کیهان  
مجهز به سیستم برش لیزری  
و خم‌کن اتوماتیک  
سازنده انواع قالب‌های برش  
لیزری  
جعبه، کارتن، اتیک واشر  
۶۶۷۲۶۴۸۸-۶۶۷۱۶۶۹۵  
۶۶۷۵۷۸۲۰  
فکس: ۶۶۷۵۰۷۳۷  
ghalehsazi\_keyhan@  
yahoo.com

موسسه قالب‌سازی فجر  
مجهز به سیستم برش لیزر و  
خم‌کن تمام اتوماتیک  
سازنده انواع قالب‌های:  
جعبه، اتیکت، کارتن، قالب  
تیغ (۸ میلی‌متر، ۱۲ میلی‌متر)  
و...  
۳۳۹۲۲۲۷۹  
۳۶۶۱۶۰۷۴  
fajr1389@yahoo.com

قالب‌سازی اطلس  
سازنده انواع قالب‌های برش،  
جعبه، کارتن، اتیکت، واشر و  
کارهای سراجی و ملابین و مجهز  
به دستگاه برش لیزر و خم‌کن  
اتوماتیک  
تلفن ۵۵۶۹۰۱۵۷  
تلفکس ۵۵۶۹۰۷۶۸

خدمات پس از چاپ نفیس  
یووی تمام‌اتومات تا ابعاد  
۵۰×۷۰  
موضعی، برجسته، اکلیلی،  
شنی  
سلفون حرارتی تمام‌اتومات  
تا ابعاد ۱۰۰×۷۰  
لتر پرس دهنه ۷۷  
۳۳۱۱۵۵۰۲  
۳۳۱۱۵۶۲۸

چاپ اعتماد  
طلاکوب، یووی، برجسته  
طلاکوب سه بعدی برای  
اولین بار  
۳۳۱۱۹۴۰۰  
۳۳۹۲۳۸۳۶  
www.etemadprint.com

پوشش چاپ نگین‌آرا  
با ما متفاوت شوید  
سلفون حرارتی، سلفون واترپرس  
(مات، براق، متالایز، نقره، طلا و  
طرح‌دار)  
یووی الکل، شنی، برجسته  
چاپ سیلک اسکرین  
یووی سیلندری آج‌زن طرح چرم  
۵۵۰۲۰۰۲۰-۵۵۰۲۰۰۱۰  
neginara@yahoo.com

هنر سبز نوین  
صحافی مجهز به ماشین‌آلات:  
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 واترپرس  
ظرفیت روزانه ۱۵۰ هزار برگ  
۷۰×۱۰۰  
۴۴۱۹۰۲۲۶-۷

چاپ هوشمند  
متالایز سلفون حرارتی و چسبی  
۴۶۸۸۰۴۱۹  
۴۶۸۸۰۴۲۰  
۴۶۸۶۲۶۰۰



فروشی  
یک دستگاه لاین مفتول  
چهارخانه در حال کار به فروش  
می‌رسد  
رضایی ۰۹۱۲۶۸۷۶۳۲۲

فروشی  
GTO دورنگ مدل ۱۹۹۹ و  
GTO تک‌رنگ  
مدل 2000 - D.D.S به فروش  
میرسد  
فوق العاده تمیز و سالم و  
در حال کار  
تلفن: ۰۹۱۳۱۹۹۶۸۲۰  
رحیم نادری - چاپ ۲۲ بهمن  
نشانی: تهران - خ شهید نجات  
اللهی (ویلا)، بالاتر از خ طالقانی، خ  
سپندغریبی، پ ۶۶

فروش  
دستگاه چاپ UV-فلت بد  
ابعاد ۱۳۰×۱۳۰ کم کارکرد  
چاپ سفید و رنگی تا  
ضخامت ۱۲ cm  
۰۹۱۲۳۸۴۴۳

هایدلبرگ آلمان، ۱/۵ ورقی  
ایستاده  
شماره دستگاه ۵۰۷۳۷۰۰  
کد دستگاه ۱۱۳  
۰۹۱۹۹۲۰۰۴۷۲

ماشین آلات و  
ملزومات پیش  
از چاپ

فروش دستگاه لیتوگرافی  
۴/۵ ورقی هایدلبرگ  
online  
با تجهیزات کامل اضافی  
۰۹۱۳۱۱۵۷۴۹۳ توکلی

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

فروش دستگاه لمینیتور ico  
عرض ۱۲۰، سرد و گرم  
در حدنو  
۰۹۱۸۵۸۴۸۳۸۰  
ساریخانی

فروش و خدمات  
پس از فروش سیستم  
لاک‌باتم ۴ و نقطه خطی  
Nordson  
hhs,melton,KAS  
هات (گرم)  
وکولد (سرد) ۲۰۱۷ به  
سراسر ایران  
خانی ۰۹۳۵۸۹۵۱۲۷۸  
۰۹۱۰۶۱۸۸۰۵۶

فروش  
خشک‌کن UV آلمانی مارک  
feket دو لامپ با IR  
(زاویه‌دار مناسب افست)  
۶۶۳۴۰۳۱۶

۱. افست دوورقی ۲ رنگ شیوا مدل ۹۶  
مناسب برای چاپ روزنامه و کارهای رنگی  
۲. افست اورقی ۲ رنگ هامادا  
مدل ۹۸  
۰۹۱۸۸۳۱۳۸۸۷

فروش پلیت ستر  
پلیت ستر ۴/۵ ورقی آنلاین کرلو  
Trendsetter Creo Online  
با پرسسور Glunz & Jensen  
رولپ، Tornnet  
لوان تولید، ۱۷ رنگ ۴ ورقی در ساعت  
۱۶ رنگ ۴/۵ ورقی در ساعت  
در محل کار بسیار تمیز  
۰۹۱۶۱۳۸۰۸۹۸

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  
۶۶۹۶۲۰۴  
www.samansephrco.ir

فروشی  
دستگاه UV سیلندری در  
حال کار به فروش می‌رسد  
۶۶۳۴۰۳۱۶

فروشی  
یک دستگاه طلاکوب  
سه ورقی هایدلبرگ  
بسیار سالم و در حال کار  
۰۹۱۲۱۹۵۵۹۵۰  
۰۲۱۳۳۹۰۲۷۷۱

ماشین آلات و  
ملزومات چاپ

فروشی  
ماشین دو ورقی ۲ رنگ سرم  
مدل ۲۰۰۰ به فروش می‌رسد  
۰۹۱۳۱۱۹۶۸۸۱

چاپ نقش آفرین مهر  
تولیدکننده سالنامه، دفتر تلفن  
نفیس  
۸۸۸۳۶۸۴۵  
۸۸۸۴۵۴۹۲-۳  
www.naghshafarinmehr.  
com  
info@naghshafarinmehr.  
com

گرافیت پارسه  
تولیدکننده اصلی تیغه‌های  
گرافیتی پمپ و کیوم و انواع  
ذغال‌های صنعتی در ایران  
با ۲۵ سال سابقه ساخت  
۰۹۱۲۹۳۳۵۷۳۷  
۰۲۱۳۳۹۱۹۱۳۵  
www.parsehgraphite.ir

دو عدد دستگاه CD  
چسبان اورحال شده و یک  
دستگاه لاک‌باتم دهانه ۷۰ نو،  
در حال کار به فروش می‌رسد.

فروش سلفون سلمان  
از ۱۲ تا ۲۰ نیترتون  
فروش چسب امگا مخصوص  
کارهای پودر خورده  
۰۹۱۹۵۷۲۱۴۴۷

تکنسین فنی و  
نصاب دستگاه‌های  
چاپ وب‌سته بندی

برای اشتراک  
نشریه  
چاپ و نشر  
تماس بگیرید  
۷۷۲۴۰۶۹۰

فروش

۱- برش پلار EMC 115، پلار CE 92، پلار  
E 92، وهلنبرگ 92 مانیتور  
۲- تاکنی اشتال 5/2، 5/4، 3 ورقی برقی،  
مکانیکی  
۳- دستگاه پانچ اتومات کوگلر آلمان  
عرض 50 سانت و 36 سانت، قالب گرد، مربع و...  
۴- دستگاه فنانداز اتوماتیک رنز آلمان  
مدل RSB 360  
سال ساخت 2000 و 2004 بسیار تمیز به همراه  
10 قالب  
۵- دستگاه ترتیب‌کن 24 خانه  
۶- دستگاه طلاکوبی هیدرولیک، برقی، دستی  
و...  
۷- چسب گرم 5 خانه مولر مارتینی

۸۸۵۰۲۱۲۴  
۰۹۱۲۱۹۴۷۸۱۸

یک عدد لترپرس هایدلبرگ  
مشکی دهانه ۸۲ در حال کار به  
فروش می‌رسد.  
۰۹۱۲۳۰۸۱۱۰۸  
میر اسماعیلی ۳۶۹۲۱۰۳

فروشی  
ماشین طلاکوب سائز  
۷۷×۵۷ مدل ۲۰۰۶ (steuer)  
آلمان به فروش می‌رسد  
۰۹۱۲۱۱۹۶۸۸۱

فروش فوری  
ماشین دوورقی ۲ رنگ ۷۴ sm  
پشت و روزن مدل ۲۰۰۰ در حال کار  
۰۹۲۱۳۷۰۵۷۳۹-۷۷۳۲۶۹۴۴  
تلگرام

نشریه چاپ و نشر  
آمادگی درج  
آگهی‌کاربایی  
رایگان در بخش  
نیازمندیها جهت صنف  
چاپ را دارد

فروشی  
ماشین لترپرس دهانه  
۷۲ بسیار تمیز و در  
حال کار به فروش  
می‌رسد  
بازدید = خرید  
۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

فروشی  
ماشین لترپرس دهانه  
۷۲ بسیار تمیز و در  
حال کار به فروش  
می‌رسد  
بازدید = خرید  
۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

سرویس، تعمیر و ارتقاء  
دستگاه‌های چاپ بنر، اکو  
سالونت و فلت بد  
۰۹۱۲۸۴۷۱۲۴۷ حسینی

فروشی  
ماشین لترپرس دهانه  
۷۲ بسیار تمیز و در  
حال کار به فروش  
می‌رسد  
بازدید = خرید  
۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

فروشی  
ماشین لترپرس دهانه  
۷۲ بسیار تمیز و در  
حال کار به فروش  
می‌رسد  
بازدید = خرید  
۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹

فروشی  
ماشین لترپرس دهانه  
۷۲ بسیار تمیز و در  
حال کار به فروش  
می‌رسد  
بازدید = خرید  
۰۹۱۲۱۴۳۱۵۰۹



**فروش یا معاوضه**  
یک دستگاه سلفون چسب  
سرد عرض ۷۰ سالم در حال  
کار در کرمان  
یکدستگاه UV سیلندری  
عرض ۷۰ سالم در حال کار  
در کرمان  
معاوضه با یک دستگاه  
سلفون چسب گرم حرارتی با  
قیمت کارشناسی

تماس:  
فردوسی ۰۹۱۳۱۴۰۵۴۸۲  
نوذری ۰۹۱۳۳۴۲۳۶۱۸

**آگهی کاریابی رایگان در بخش نیازمندیها**  
**نشریه چاپ و نشر آمادگی درج**  
**جهت صرف چاپ را دارد**  
**Email: chaaponashr@yahoo.com**

**بازرگانی ماشین**  
**آلات و ملزومات**  
**چاپ و بسته بندی**

فروشگاه آزاد  
ارائه دهنده کلیه ملزومات  
چاپ و لیتوگرافی واردکننده  
سلفون حرارتی مات و براق  
(picco)  
۰۹۱۲۶۸۴۷۵۰۱  
۰۹۱۲۵۷۷۶۴۴۷  
۷۷۶۱۴۴۷۹ - ۷۷۶۱۴۷۰۴  
محمد صادق

موسسه نگارین طیف آوران  
تهیه و توزیع ملزومات چاپ  
و لیتوگرافی، چاپ افست  
و فلکسو، انواع ژلاتین،  
فیلم های خطی و ایمیج ستر

۷۷۶۰۶۲۰۴  
۷۷۵۲۴۴۷۰

تسهیل ماشین صنعت  
تولیدکننده لیفتراک و  
تجهیزات انبارداری  
استکر تمام برقی  
لیفتراک دیزلی، بنزینی گازی،  
برقی  
- پالت تراک دستی  
- استکرنیمه برقی  
۸۸۵۱۴۳۵۴-۶  
۸۸۷۵۵۸۴۱-۳

**ایران یک پلاست**  
ارائه کننده دستگاه های تسمه کش  
نیمه اتوماتیک - پرتابل و دستی  
ساخت تایوان

۳۳۹۵۶۲۵۵  
۳۳۹۵۶۲۹۴  
iranpack@gmail.com

بازرگانی شالچیان  
تنها واردکننده انحصاری محصولات  
perfect  
فنرهای دوبل  
دستگاه های صحافی  
دستگاه های لمینت  
۵۵۸۱۶۱۱۰-۱۱  
meghdad134@yahoo.com  
www.datis-co.com

فروشگاه سلفون بهاری  
عرضه کننده سلفون واترپیس و  
حرارتی مات و براق

تلفن ۳۳۵۰۶۶۴۷  
فکس ۳۳۹۱۱۲۴۵

ارگ سیستم  
نمایندگی انحصاری  
- لمینتور طولی سرد و گرم RSM  
- لمینتورهای پیشرفته جهت انواع  
لمینت سرد و شاسی کشی  
- دستگاه های حرارتی هشت کاره و  
تک کاره  
۸۸۱۷۳۷۴۱  
۳۳۹۹۷۴۱۵-۱۷

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...  
(خط) ۰۳۱۱۱۶۶۴  
raminlitho@yahoo.com  
ramtinass@yahoo.com

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 کارتن با دایکات  
روتاری ۲ رنگ، ۴ رنگ  
سلفون کش حرارتی و واترپیس  
اتومات و نیمه اتومات  
۸۸۸۳۵۰۶۳  
۸۸۸۶۳۹۵۳

**سیمای شهر**  
بزرگترین مجتمع طراحی و مونتاژ  
دستگاه های چاپ فلکسو و بنر  
بزرگترین مجتمع تولید دستگاه های  
برش لیزر و سی ان سی و...

۰۳۱-۳۵۳۱۷۰۵۰  
۰۳۱-۳۵۳۱۷۰۶۰  
www.simayeshahr.com  
info@simayeshahr.com

اسپیرال کو  
تولید و فروش فنرهای ماریچ و  
دوبل روکش دار خارجی و آویز تقویم  
دیواری

۵۵۴۰۹۹۰۴

لیتوگرافی بهروز  
نماینده رسمی فروش و سرویس  
پروسسورهای گلنز

۰۱۱-۳۲۲۸۴۰۴۰  
www.bazarchap.com

شرکت ساتا (سمندان دیشه تابان)  
ارائه کننده دستگاه های تکمیلی چاپ  
ساخت اروپا

۸۸۰۷۵۱۶۰  
۸۸۳۶۴۶۶۴  
www.satagroup.ir

تکنوگرافیک  
فروشنده دستگاه های چاپ و  
صحافی  
مرکب پایه گیاهی مارتینز اسپانیا  
OMEGA  
تلفن دفتر ۰۶۶۲۶۷۳۵۰  
Email: beygi\_mohamad@yahoo.com

تولیدی مهندس گاوافیان  
تولیدکننده و واردکننده انواع  
ملزومات مرکب و مواد مصرفی  
چاپ افست

۰۲۱-۷۷۳۲۹۲۶۴  
فکس: ۰۲۱-۷۷۹۶۴۸۱۱

هدایای خاص کاویا  
انواع فلش مموری پلاستیکی،  
فلزی، استیل و...  
فلش کارت و فلش مموری های hp

۵۵۵۷۶۴۴۹  
kaviapen@yahoo.com  
com.www.kavia۵

ایران ریسو  
مرکز تخصصی واردات و خدمات  
ریسوگراف های دیجیتال تمام  
رنگی HC ۵۵۰۰  
۶۶۹۱۷۸۵۶  
۰۹۳۳۷۰۴۴۷۷۰  
اینستاگرام viso-comcolor

شرکت بازرگانی دنیای تجارت  
ارم  
نماینده انحصاری مرکب  
کالرگراف ایتالیا  
مرکب های چهار رنگ افست  
ساخت ایتالیا  
مرکب طلایی / مرکب نقره ای /  
مرکب چهار رنگ یووی  
۷۷۲۷۶۳۴۶-۷  
۰۹۱۲-۱۲۶۸۷۶۴  
www.colorgraf.ir

داد و ستد پویان  
انواع واترپیس های براق، خیلی  
براق، مات دو رو، طلایی، نقره ای  
و متالایز و پرایمر  
انواع UV بدون بو  
انواع LML  
انواع مرکب چاپ فلکسو جهت  
چاپ کارتن  
۲۲۹۲۱۳۵۷-۲۲۲۲۴۱۹۵  
(عباس سپاهی)  
۰۹۱۲۳۵۷۴۹۳۳  
E-mail: pouyan@sepahi-co.com

شرکت تهران فوکا  
زینک حرارتی LH-PTE  
ساخت هلند  
داروی ظهور زینک حرارتی  
ساخت بلژیک

۲۲۲۵۴۸۱۰-۱۹

شرکت میر تک  
بهترین انتخاب شما برای  
ملزومات چاپ دیجیتال  
تنها مرکز تخصصی برای ملزومات  
چاپ حرارتی  
پرس گرم، جوهر و کاغذ  
سابلیمیشن  
تلفن: ۰۱۷-۸۸۳۶۲۵۱۰  
فکس: ۸۸۳۶۲۵۱۸  
www.mirtedigital.com

**فرارنگ**  
جوهرهای های لایت مخصوص  
تمامی دستگاه های چاپ بنر و فلکس

(خط) ۰۵۰-۶۶۵۶۵۰  
www.fararang.com  
www.witcolor.ir

شرکت TMS  
با ما مطمئن به هدف بزنید  
مشاوره خرید، فروش و تعمیرات  
دستگاه های چاپ بنر و فلکس

۰۲۱-۶۶۱۲۰۷۴۳  
۰۹۱۲۸۱۲۸۷۱۷  
۰۹۱۲۸۱۲۸۷۱۸

فروشگاه راستگو  
تنها نماینده رسمی فروش  
مرکب مارتینز اسپانیا، مرکب  
کریک کره، مرکب های  
افست هواخشک جهت  
سطوح غیر جذبی، مرکب های  
پایه گیاهی جهت موارد و  
خوراکی و دارویی  
۷۷۶۸۶۴۱۴  
۷۷۶۱۸۸۹۴

سوپروایدپر شیا  
چاپگرهای فلت بد فیتون با  
هدا پسون با قابلیت چاپ سفید  
جوهر uv با ماندگاری بالا و رنگهای  
شفاف ساخت ژاپن  
قابلیت نصب کامپیوتر و مانیتور بر روی  
دستگاه

۸۸۷۵۷۰۷۷-۸  
۸۸۷۵۲۴۲۶  
فکس

**دوگل**  
واردکننده عمده انواع: فنر دوبل  
فلزی (رول و شیت) کلیپس، آویز  
تقویم دیواری، قفل های ۲ و ۴ و  
۶ و ۲۶ حلقه با بهترین کیفیت و  
گارانتی

تلفن ۰۳-۵۵۵۸۴۳۶۱  
info@dogolco.com



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>شرکت پیروزان</div> <div>تنها تولیدکننده رولاپ در ایران</div> <div>تولید انواع استند، سه پایه بوم، جابروشوری، اسپیس، میز کانتتر، پاپ آپ، لوله و گوشه قاب فتری، رول ماکت، ماکت های دو بعدی چسب و پانچ</div> <div>۷۷۳۱۳۶۱۷</div> <div>۰۹۱۲-۵۵۴۵۶۳۸</div>                                                               | <div>ترنج</div> <div>تولیدکننده انواع پلاک های فلزی</div> <div>با قالب های مختلف و اختصاصی</div> <div>با قابلیت حک لیزری جهت استفاده بر روی سررسید، هدایا و غیره</div> <div>۰۹۳۷۶۵۱۱۱۵۱</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <div>بازرگانی رایا شقایق آسیا</div> <div>نماینده انحصاری فروش جوهرهای فول کالر در ایران</div> <div>انواع جوهر مخصوص هدهای: زار ۱۲۶، ۱۲۸، ۳۸۲، ۳۶۰</div> <div>سیکو ۵۱۰ و PI۳۵</div> <div>اسپکترا ۲۵۶ و پلاریس PI۱۵ و ۳۵</div> <div>۰۲۱-۲۲۶۵۰۰۷۹-۲۶۲۱۵۲۹۱</div> <div>www.fullcolorinks.com</div> | <div>شرکت رها گستران</div> <div>عرضه کننده چاپگرهای عریض دستگاه های حرارتی و مواد مصرفی دستگاه حرارتی سابلمیشن چاپگر فلت بد</div> <div>کلیه ملزومات و مواد مصرفی چاپگرهای عریض با بالاترین کیفیت</div> <div>۰۲۱-۸۸۹۲۶۶۷۱-۲</div> <div>rahagostaran.rg@gmail.com</div> <div>www.rahagostaran.com</div> | <div>بازرگانی ۱۱۰</div> <div>واردات و فروش ویژه دستگاه های لمینیت</div> <div>انواع کاغذ خردکن AX و صحافی پولشمار طلق پرس و...</div> <div>۸۸۳۲۷۹۶۴-۵</div> <div>۸۸۸۳۳۳۱۱</div> <div>info@110ax.com</div> <div>www.110AX.com</div>                           |
| <div>اتود</div> <div>طراحی، چاپ، دکوراسیون تولید لایت باکس کریستال، استندهای نمایشگاهی چاپ دیجیتال و افست چاپ لارج فرمت، طراحی گرافیک</div> <div>۸۸۱۴۱۴۰۱-۳</div> <div>etod.group@yahoo.com</div> <div>www.etodgroup.com</div>                                                                                           | <div>گروه مهندس جهانیان</div> <div>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</div> <div>۴۴۰۶۴۲۱۵</div> <div>www.jhni.com</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <div>پارس پلیکان</div> <div>چسب سلفون – چسب لب چسب چسب صحافی – یووی آماده وارداتی</div> <div>۷۷۵۳۳۵۰۱</div> <div>۷۷۵۲۳۶۹۶</div>                                                                                                                                                                | <div>بازرگانی کیهان</div> <div>مشاوره، خرید و فروش ماشین آلات چاپ افست واردات با وام فانیانس</div> <div>نقد و اقساط</div> <div>۰۱۱۳۲۳۶۷۶۱۲</div> <div>۰۹۱۱۱۱۳۳۲۲۱</div>                                                                                                                               | <div>دوستان شیمی</div> <div>تولیدکننده و واردکننده انواع ملزومات مرکب و مواد جانبی چاپ</div> <div>۷۷۹۶۴۸۱۱</div> <div>۷۷۳۲۹۲۶۴</div>                                                                                                                       |
| <div>کیما جاوید</div> <div>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</div> <div>۰۲۱-۸۸۶۵۳۷۰۰</div>                                 | <div>صنایع ماشین سازی حرفه وفن</div> <div>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)</div> <div>۳۳۹۹۳۲۵۷</div> <div>۳۳۹۷۴۰۵۴</div> <div>WWW.HERFOFAN.COM</div> <div>INFO@HERFOFAN.COM</div>                                                                                                                                                                                                                                      | <div>شرکت تهران ماشین ابزار (TMC)</div> <div>واردکننده دستگاه پس از چاپ (سلفون کشی – یووی) ماشین آلات لیبل، ملزومات چاپ و مواد مصرفی</div> <div>۰۲۱-۸۸۲۴۱۵۰۳-۷</div> <div>۰۲۱-۸۶۱۱۰۶۷۷</div> <div>telegram.me/tmc74</div> <div>www.tmcmachine.com</div>                                        | <div>گروه آفتاب پارسه</div> <div>فروش و تبدیل کلیه دستگاه های قدیمی</div> <div>ارائه جوهر، قطعات یدکی اصل انواع چاپگر فضای باز</div> <div>۸۸۷۳۳۸۷۶</div> <div>تلفکس: ۰۲۱-۸۸۹۷۵۸۸۱-۲</div> <div>Email: info@psg-net.com</div>                                                                          | <div>بازرگانی اسکوئی</div> <div>واردکننده ملزومات چاپ و لیتوگرافی</div> <div>۸۸۳۴۵۱۳۸ و ۴۰</div> <div>۸۸۳۴۸۲۰۳</div>                                                                                                                                       |
| <div>گروه تولیدی بازرگانی بهتا پارس</div> <div>انواع مدیا بنر ۶ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۳ انس</div> <div>انواع مدیا کره ای و چینی فلکسی انواع مدیا استیکر، مش، وینیل انواع مدیا کوتر، لمینت PVC و PP انواع مرکب چاپ لارج فرمت (فضای داخلی و خارج) تولیدکننده انواع رول آپ، پاپ آپ، کانتر و...</div> <div>۳۳۲۸۸۱۱۵-۳۳۲۸۸۱۰۱</div> | <div>مازند سیستم</div> <div>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</div> <div>کلیه لوازم جانبی و یدکی دستگاه های فوق (ترانس، لامپ، توری، سیلندر لاستیکی و فلزی، تیغه دکتربیلد، رفلکتور) موجود می باشد</div> <div>۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱-۵۵۸۵۱۶۶۰</div> | <div>شرکت سیما آذر سهند</div> <div>نماینده رسمی لاستیک سیلندرهای Kinyo ژاپن در ایران</div> <div>وارد و توزیع کننده ملزومات چاپ</div> <div>۸۸۹۰۶۸۵۱</div> <div>۸۸۹۲۲۸۲۱</div>                                                                                                                   | <div>هوورز</div> <div>واردکننده انواع ماشین آلات چاپ، جعبه سازی و کارتن سازی</div> <div>۸۸۵۳۵۲۱۴-۶</div> <div>۰۹۱۲۷۶۴۰۳۲۶</div> <div>۰۹۱۲۱۲۷۲۷۴۶</div> <div>www.hoowerzpack.com</div>                                                                                                                 | <div>اریکه تجارت پایتخت – واردکننده انواع دستگاه های چاپ حرارتی</div> <div>دستگاه های چاپ سه بعدی – سابلمیشن نسل جدید دستگاه های چاپ حرارتی – دستگاه چاپ همه کاره هشت قابله</div> <div>۲۲۸۵۴۲۵۰</div> <div>۲۲۸۵۵۰۹۱</div> <div>info@ariketejarat.com</div> |
| <div>شرکت رزینهای صنعتی ایران</div> <div>اولین و بزرگترین تولیدکننده چسب و رزین در ایران</div> <div>تلفن ۸۸۷۱۳۰۴۵</div> <div>email: info@iirc-co.com</div> <div>www.iirc-co.com</div>                                                                                                                                    | <div>تولید کنندگان ملزومات چاپ و بسته بندی</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <div>تولیدکننده دستگاه مخمل پاش سپهر (چاپ فلوک) makhmalpash.ir</div> <div>۷۷۸۴۴۳۹۹</div>                                                                                                                                                                                                       | <div>توتالیا</div> <div>صحافی مجله DBMI دستگاه صحافی مجله مدل DBMI سیستم حرفه ای و اتوماتیک شامل ترتیب کن، خط تای جلد تاکن، مفتول زن و برش</div> <div>۸۸۷۳۱۰۴۲</div> <div>۸۸۷۴۲۳۱۰</div> <div>www.totaliaco.com</div>                                                                                 | <div>صنایع بسته بندی والا</div> <div>دستگاه تیغ زنی (دایکات) در ابعاد مختلف</div> <div>لامینیت نیمه اتوماتیک</div> <div>۵۵۸۹۶۷۸۴</div> <div>۵۵۵۷۶۳۸۲-۳</div> <div>۵۵۱۶۷۴۴۰-۱</div> <div>info@Hi-pack.ir</div>                                              |
| <div>مجتمع صنعتی کیهان سپهر شمال</div> <div>تولیدکننده ورق و کارتن های چاپی و لمینیتی</div> <div>۰۱۱-۴۴۲۰۴۰۱۱-۱۴</div> <div>www.keyhansepehr.com</div>                                                                                                                                                                   | <div>گروه طراحان فروار آرا</div> <div>تولیدکننده سازه های تبلیغاتی و نمایشگاهی اسپیس فریم، پاپ آپ، استند تنظیمی</div> <div>استند رومیزی، استند فلکه ای و...</div> <div>تلفکس: ۰۴۱۱-۴۲۱۱۳۱۹</div> <div>تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۸۴۶۵۶</div> <div>همراه: ۰۹۱۲۳۲۴۰۶۹۹</div> <div>Email: farvarara.sazeh@gmail.com</div>                                                                                                                                                                                                                               | <div>شرکت آویژه</div> <div>اولین تولیدکننده سریال و اسکرچ در سایز ویزیت با بروزترین تجهیزات و نازلترین قیمت تحویل در حداقل زمان</div> <div>۳۳۹۱۵۸۰۱</div>                                                                                                                                      | <div>بازرگانی هفت نقش</div> <div>واردکننده نوارهای طلاکوب و نقره کوب</div> <div>در رنگ ها، طرح ها و سایزهای مختلف</div> <div>مرکب فلکسو آبشور مخصوص کارتن</div> <div>۴۴۱۹۷۰۰۳-۴</div> <div>۰۹۱۲۱۸۷۰۷۱۵</div>                                                                                          | <div>رنگین پلاست ایران</div> <div>پخش عمده انواع حلال های چاپ (ایزوپروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول) از شرکت های معتبر دنیا</div> <div>۸۸۷۱۰۲۱۳</div> <div>۸۸۷۱۰۲۱۴</div>                                                                              |



# 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

۰۹۱۲۲۰۴۹۹۸۵-۰۹۱۲۱۰۵۹۰۴

بروجردی

چاپخانه فروشی با ۲۵ سال سابقه در مرکز شهر با جا و بدون جا، ملخی پروانه قدیمی

۰۹۱۲۷۰۱۱۴۷۹-۶۶۴۰۹۱۹۹

دباغی

فروش مجوز چاپخانه در تهران و ماشین هایدلبیگ خوابیده

۰۹۱۲۱۳۵۵۷۶۷

اجاره محل چاپخانه حدود ۴۰۰متر همکف خ انقلاب- خ وصال

۰۹۱۲۱۱۴۸۶۴۵-۰۹۳۳۱۳۷۵۶۳۴

فروش چاپخانه جواز، ملخی، برش

۷۷۲۴۲۷۴۱-۲

۰۹۱۲۵۷۰۹۴۷۶

مهربان

# استفاده

به یک کارگر ماهر ماشین یووی (چاپ سیلک) مسلط به عکاسی و شابلون گیری نیازمندیم

ضلع شمال شرقی میدان امام خمینی، پ ۱۳

تلفن ۳۳۹۴۸۰۴ - ۳۳۹۴۵۳۸۷

پوشش چاپ مرکزی

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: ۶-۳۷۱۴۵۰۶۳

۰۹۱۲۳۹۰۶۸۶۳

علاقمندان 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

۷۷۳۲۶۹۴۴ نادری

لیتوگرافی دیجیتال موعود، به نیروی آقا، متعهد و مسئولیت پذیر، مسلط به کورل، فتوشاپ، ایندیزاین و فرم بندی و آشنا به نرم افزارهای گرافیکی و امور چاپ، به صورت تمام وقت، نیاز دارد.

واجدین شرایط جهت اعلام همکاری با شماره های ذیل تماس حاصل نمایند.

۳۳۹۵۰۱۷۱ - ۰۹۱۲۱۳۹۹۲۰۹

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

کارگر صحاف باز نشسته جهت امور برش کاری، ترتیب کردن و منگنه کردن به صورت ساعتی مورد نیاز است.

چاپ گلبرگ

۵۵۹۳۲۶۱۳ -۵۵۹۰۵۷۲۲

هر کادر پایه فقط ۲۰ هزار تومان

۷۷۲۴۰۶۹۰

به تعدادی ماشینچی و کمکی وارد و مبتدی رولند ۳۰۰ و ۲۰۰ جهت کار در محدوده جاده قدیم شیر

پاستوریزه 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 باز نشسته 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

افست چی هایدلبیگ تک رنگ و دورنگ، پارچه و آب الکل با ۲۴ سال سابقه

مسلط به کارهای فانتزی، آماده به کار در شهرستان و تهران

تلفن: ۰۹۱۹۱۹۲۰۸۷۱ - ۰۹۱۹۲۹۳۳۲۲۱ آریا

اپراتور مجرب لیتوگرافی آماده به کار جهت فرم بندی و خروجی فایل با ۱۵ سال سابقه کاری

شیفت بعد از ظهر ۱۷/۳۰ الی ۲۰/۳۰

۰۹۳۶۹۷۰۸۲۲۱

اینجانب مبتدی وارد هایدلبیگ آماده همکاری می باشم

شماره تماس: ۰۹۳۵۴۶۶۷۱۱۵

اپراتور ماهر ماشین های دو ورقی و چهار و نیم ورقی هایدلبیگ 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 هستم آماده به کار مسلط به لاک باتم و چهار نقطه و انواع جعبه ها در صورت نیاز تماس بگیرید

۰۹۱۹۱۳۸۰۵۴۱

اپراتور رولند ۷۰۰ هستم، مسلط به رنگ سازی و سابقه کار بالا، آماده همکاری

۰۹۱۲۹۳۵۲۰۲۸ هادی زاده

اپراتور ماهر چاپ سیلک ساکورایی (UV) با ۱۲ سال سابقه مفید، آماده همکاری می باشم.

تلفن تماس: ۰۹۱۲۸۰۱۲۷۱۱

ماشینچی ماهر رولند ۲۰۰ چهار رنگ یا دو رنگ، با بیست سال سابقه آماده همکاری می باشم

۰۹۱۹۱۷۵۸۶۳۴

لیتوگرافی

قیمت باور نکردنی

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

HUAGUANG

فقط با برند هاگوانگ

۰۹۱۲۱۰۹۰۷۵۸

تخفیف ویژه

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

به تعدادی کارگر آقا ماهر حقوقی و کنتراتی محدوده شهر قدس نیازمندیم

۰۹۱۲۱۴۴۶۶۵۳

فروشی محل چاپخانه

۱۰۰متر سالن همکف

با ۵۰ متر نیم طبقه

در میدان بهارستان

۶۱-۷۷۱۲۳۳۶۰

داخلی ۲



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

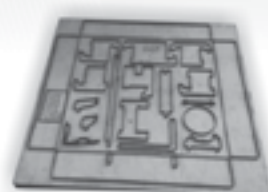
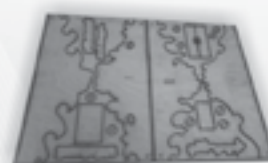
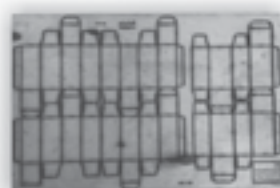
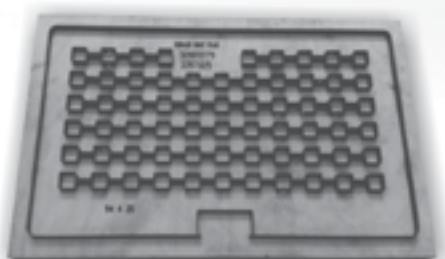
جعبه

اتیکت

کارتون

قالب تیغ (۸ میلیمتر ، ۱۲ میلیمتر)

و ...



ایمیل: [Fajr1389@yahoo.com](mailto: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 چهار و نیم ورقی

امکانات چاپ: دستگاه ۴ رنگ هایدلبرگ ۲۰۰۵

دستگاه کومری پشت و رو زن ZP

دستگاه سلفون کشی با دهنده 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 ۱۵۰۰ جلد کتاب در روز

لاین مفتول ۶ خانه مولر

ترتیب کن 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

## جعبه چسبانی حکمت

جعبه چسبانی کلیه جعبه های دارویی، بهداشتی و لمینتی

از کوچکترین سایز تا طول ۷۰ سانتیمتر

با دستگاه تمام اتوماتیک

سرعت - دقت

و خدمات ام باس (عاج زنی)



خیابان خیام جنوبی خیابان جعفری پلاک ۶۷

تلفن: ۵۵۵۹۲۲۴۶ همراه: ۰۹۱۲ ۳۰ ۵۰ ۴۴۸

## صحافی نیک اندیش

تولید کننده انواع سالنامه و تقویم (رومیزی)

انجام کلیه امور پانچ فتر:

• تقویم رومیزی، تقویم دیواری، کاتالوگ و...

• انجام صحافی دوخت و جلد سازی

مجهز به دستگاههای:

• یک دستگاه برش پلار

• دستگاه پانچ و فتر

• دستگاه تاکنی اشتال افست دو ورقی

• دستگاه دوخت پلی گراف

• دستگاه شیرینگ پک

• دستگاه مقوا بر

• دستگاه گوشه گردکن کتاب



مسعودیه، خیابان کلهر، بعد از چهارراه چهارم، خیابان ثقفی، پلاک ۶

تلفن: ۳۳۵۷۰۸۳۷

فلاحي: ۰۹۱۲۶۲۰۵۲۹۰





# 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 ورقه و ۲ ورقه  
تمام اتوماتیک سیمی | دستگاه اتوماتیک شیرینگ | دستگاه برش دیجیتال Polar



تهران ، مسعودیه ، خیابان شیرازی ، پلاک ۱۲۷ | تلفن : ۳۳۴۵۲۰۱۶ - ۳۳۴۵۱۹۹۸ | دورنگار : ۳۳۸۶۵۷۷۲

[haramsahafi@yahoo.com](mailto:haramsahafi@yahoo.com)

مستطقی صمدزاده : ۰۹۱۲ ۵۵۷ ۴۵۰۰





چاپ و بسته بندی ریما



چاپ و بسته بندی مبارکه

# RIMA PACK

ریما پک

|www.rimapack.ir|

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

کیلومتر ۱۸ جاده قدیم کرج

ضلع جنوب جاده . پلاک ۸۵۴

تلفکس : ۶۶۲۸۱۵۰۹ (۱۰ خط)



# لِقَائِدِ رُؤَسَا الْيَمِينِ بِرَحْمَةٍ

الْحَمْدُ لِلَّهِ وَ الشُّكْرُ لِلْعَمَلِ بْنِ عَبْدِ الْعَزِيزِ وَلِلَّهِ مِنَ الْخَطَايَا وَ ادْخَلْهُ فِسْحَ جَنَّتِكَ

جناب آقای هادی میرسایان  
مدیریت محترم بازرگانی اسپیرال کو

با اندوه فراوان درگذشت پدر کرامی تان را به جنابعالی و خانواده محترم تسلیت عرض نموده، از خداوند متعال برای  
آن مرحوم، طلب آمرزش و برای خاندان معزز، صبر و شکیبایی مسئلت داریم.

چاپ و نشر

تحويل فوری  
تیراژ دلخواه

**پشتاز**  
PISHTAZ PRINT

2018  
NEW MODEL  
افست رول

پشتاز چاپ

# لیبل

برجسته

- ✓ پشت چسبدار .... ✓ گلاسه
- ✓ متالایز ✓ ترانسپارنت ✓ طلاکوب
- ✓ پلی گور ✓ صدفی ✓ UV ✓ سلفون
- ✓ پوشال برداری و .....

☎ ۴۴۱۸۱۷۹۵-۹  
☎ (نصرانی) ۰۹۱۲۵۴۳۰۰۹۲  
✉ PISHTAZPRINT@YAHOO.COM

بابا پشتاز باشد

**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





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 دستی



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



ماشین سازی کیامرشی



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



# دستگاه سلفون کش تمام اتوماتیک دو ورقی

حداکثر اندازه کاغذ  
( $60 \times 90$  cm)  
حداقل اندازه کاغذ  
( $21 \times 30$  cm)

مجهز به  
**طلاکوب**

آپارات قدرتمند  
سیستم الکترومگنتیک  
(ماکرو ویو)



- نصب شده در معتبرترین چاپخانه های سراسر کشور
- به همراه سرویس دوره ای رایگان در تمامی نقاط ایران





# اریکه تجارت پایتخت

AAA

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: ۰۹۰۳۸۳۸۹۴۴۴  
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 هایدرلیک ۲ ورقی ۴ رنگ پرینت مستر
- تک رنگ هایدرلیک 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 پیک - ریچستر و سیستمی اتوماتیک
- مجهز به میکروکنترل مرکزی
- شروع سریع از زمان پست 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 شگراف در کیفیت کارهای چاپی



# بازرگانی هفت نقش

وارد کننده نوار های طلا کوب و نقره کوب  
در رنگها ، طرح ها وسایزهای مختلف و  
مرکب فلکسو آبشور مخصوص کارتن



W.P.O.

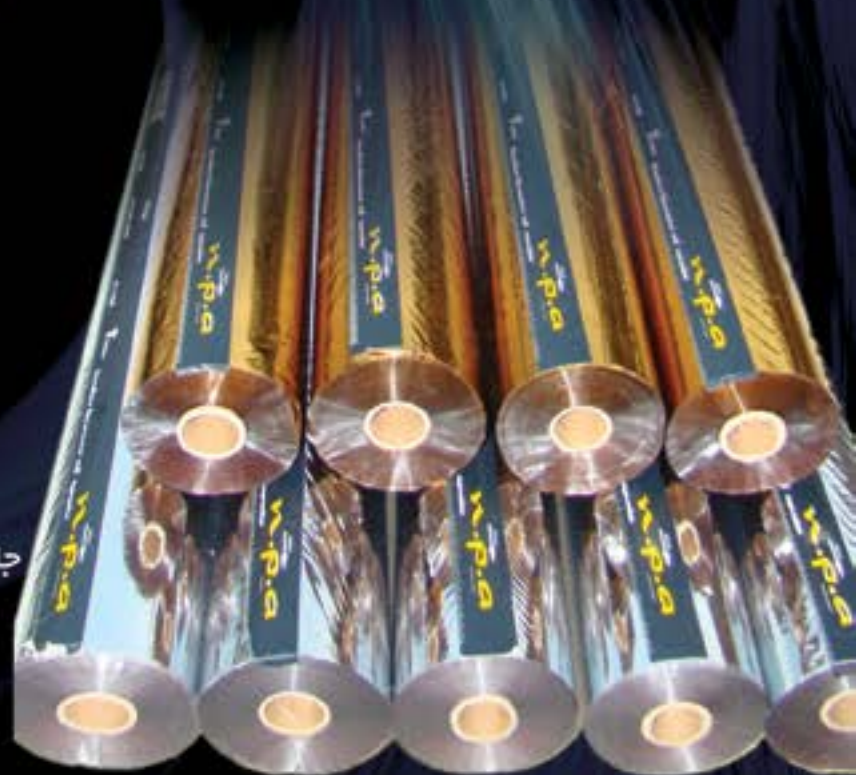


COMPACK  
INKS

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



چاپ و صحافی حمید

۴۴ ۱۹۵ ۳۹۵ - ۴۴ ۱۸۰ ۱۰۵

پذیرش سفارشات چاپ و صحافی جلد سخت

در کوتاه ترین زمان



# 2018

new collection



مجمع  
چاپ و  
صحافی  
نقشینه

کاملترین و مجهزترین مجموعه چاپ و تولید  
سالنامه در کشور اضراسی و ساخت طلاهاق وارداتی

سالنامه  
نقشینه



[www.naghshineco.com](http://www.naghshineco.com)  
658 11 132 658 11 510 658 11 619 658 11 842