



دی ماه ۱۴۰۲
۱۲۰ هزار تومان

چاپ تبریز

نخستین ماهنامه تخصصی
صنعت چاپ و بسته بندی در ایران



نقشینه چاپ تبریز
بنیانگذار کیفیت چاپ در ایران





KARINA PARS

FILMS



عرضه کننده انواع سلفون های واترپیس ۱۲ میکرون
سلفون های حرارتی

انواع فیلم های پلی اتیلن با کاربری استرچ

چسب سلفون واترپیس سرد و گرم

☎ ۰۲۱-۷۷۶۷۸۰۰۷

🌐 www.KARINAPARS.COM



تولید کننده انواع محصولات پشت چسبدار (هاتملت، آکروئال) Self Adhesive Products



محصولات

پشت چسبدار PP صدفی رول
گلاسه رول هاتملت آکرلیک
فیلم پشت چسبدار PP متالایز
فیلم پشت چسبدار ترانسپارنت
آرت رول هاتملت آکرلیک
کاغذ سیلیکون نچسب

موارد مصرف

صنایع چاپ و بسته بندی، دارویی،
غذایی، بهداشتی و صنعتی



دارنده گواهینامه ISO 9001

آدرس کارخانه: آذربایجان شرقی، منطقه آزاد تجاری ارس، فاز یک، خیابان A5، قطعه ۹، تلفن: ۰۴۱-۴۲۱۱۰۷۰۳
دفتر تهران: ایرانشهر، نرسیده به سمیه، پلاک ۱۱۴، طبقه ۴، واحد ۳، تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۲۳۲۵۷
ارتباط با فروش: ۰۹۱۲۸۶۹۳۲۳۰، info@almasnaab.com، www.almasnaab.com، Almas.naab



شرکت پوشان پلاستیک

تولید کننده انواع فیلم های پلی اتیلن چند لایه

جهت چاپ و بسته بندی

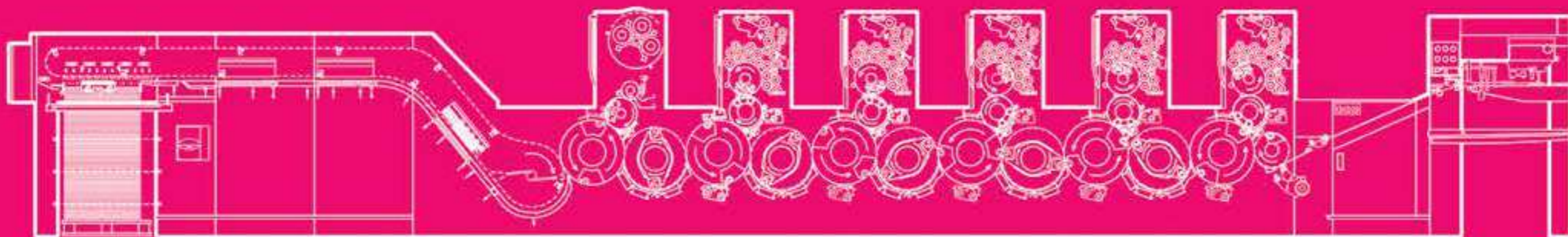
شرینگ، استرچ صنعتی، استرچ علوفه و استرچ خانگی



02142318231-6
09020510264 - 09022013466
www.pooshanplastic.com
instagram.com/pooshanplastic
Linkdin.com/company/pooshanplastic-co

XL 105

HEIDELBERG
SPEEDMASTER



105 x 75

CM
MAX. SHEET SIZE

قابلیت چاپ تا اندازه‌ی

۷۵ در ۱۰۵

سانتی‌متر

0.03 to 1

MM
THICKNESS

ضخامت کاغذ از

۰.۰۳ تا ۱

میلی‌متر

18.000

SHEETS/HOUR
PRINT OUTPUT

سرعت

۱۸.۰۰۰ برگ

در ساعت

5 COLORS

CONFIGURATION

پیکربندی

۵ رنگ

LX2

CONFIGURATION

پیکربندی

ورنی واتر بیس



کیلومتر ۱۵ جاددی مخصوص کرخ
بعد از پل ایران خودرو
خیابان انصار، کوچه‌ی دوم شرقی، پلاک ۳
تلفن: ۰۲۱۹۲۴۴۲۲ | دورنگار: ۰۲۱۹۲۴۴۴۳
تلگرام: ۰۲۱۲۳۴۴۴۲۲

SHADRANG
PRINTING CO.

SINCE 1993



شرکت چاپ
شادرنگ
(۱۳۷۳)

شرکت صنعتی اکوتابان پارس

با بیش از دو دهه فعالیت
در حوزه تولید مرکب‌های تخصصی چاپ



Printing inks
including:

- Offset / Process Colors
- Offset Pantone
- UV Offset
- UV Flexo
- Pantone UV Flexo
- Solvent Liquid
- Security
- IML

انواع مرکب‌های:

- افست
- پنتون افست
- یو وی افست
- یو وی فلکسو
- پنتون یووی فلکسو
- مایع حلالی
- امنیتی
- IML



www.eccopars.com
info@eccopars.com

نوین بودن در چاپ با

چاپ ایران نوین Chap Iran Novin

چاپ و تولید انواع لفاف بسته بندی
Flexible Printing and Packaging



چاپ فلکسو گرافی

- کلیشه سازی (فلکسو گرافی)
- سیلندر سازی (روتوگراور)
- طراحی گرافیک

چاپ روتوگراور

- لمینت (دو لایه و سه لایه)
- لمینت (چسب سرد)
- اسلیتر (برش)
- طراحی سه بعدی بسته بندی

- پاکت زنی (زیب کب، کواترو، انواع بانج، وسط دوخت، بغل و نه کاست)

تهران - شهرک صنعتی عباس آباد، بلوار ابن سینا، خیابان ۵۷، پلاک ۱۳۳۷
۰۲۱-۳۶۴۲۷۰۶۸-۹



هماهنگ با طبیعت
ECO BAGS IRAN
www.ecobagsiran.com

ECO-FRIENDLY
HELP THE PLANET FOR THE FUTURE
باکس بگ نسل جدید کیسه های پارچه ای
NONWOVEN BOX BAG MANUFACTURER
ECO BAGS IRAN



چاپ صیلاحي



تهران، خیابان انقلاب، دروازه دولت، خیابان خاقانی، ساختمان صلاحي، پلاک ۴۹
تلفن: ۵-۸۸۳۲۰۴۰۰ فکس: ۸۸۳۲۰۶۰۰ واتس آپ واحد فروش: ۰۹۲۱۸۵۷۵۸۶۵
ecobagsiran.com @ecobagsiran @ecobagsiran info@ecobagsiran



Apaden Plast
شرکت آپادن پلاست



A P A D E N P L A S T

چاپ و تولید انواع لفاف بسته بندی
Flexible Printing and Packaging

خراسان رضوی، مشهد، کیلومتر ۲۲ جاده مشهد-قوچان
22nd km of Mashhad-Quchan Road, Khorasan Razavi, IRAN
(+98)5132464040 | (+98)5132463494 (+98)5132464141
info@apadenplast.com www.apadenplast.com
9355135566 @apadenplast (+98)9159154979



Basteha[®]

Biennial Exhibition

The 5th BASTEHA
International Biennial
Competition 2024



Your Brand is OUR PROMISE



مجتمع چاپ و بسته‌بندی هودیس پارس
تأسیس: ۱۳۸۲
تهران، خیابان پانزدهم رقیب، دوستانه، بین المظفری، پستکده ۱۳۰۲
مجتمع چاپ هودیس پارس | تلفن: ۰۲۱ - ۹۱ ۲۴ ۲۴
@hoodispars | www.hoodis.co

ماد رول Maadroll

Label Printing Complex



Let's Print the Future



دنا چسب پلاست

WWW.DCPTAT.COM



کیفیت را از ما بخواهید!

بزرگترین تولید کننده

وینیل های چاپی

سفید مات و براق

۸۰ و ۱۰۰ میکرون

در عرض های مختلف

تولید کننده انواع فیلم های PVC پشت چسب دار مخصوص انواع چاپ و تبلیغات

DC JET, DCPCAL

تهران، خیابان فردوسی، بالاتر از خیابان سخایی، پلاک ۱۷۵

کد پستی ۱۳۴۶۱۳۴۶ / فکس ۲۹۳۹۳۸۵ / تلفن ۳۵۴۲

Automation
Kavan

اتوماسیون کاوان



← شفت فرکشنال و فرکشن های ساچمه ای

← تیغه های دگتر بلید



← شفت های بادی و لوازم یدکی



← پمپ های دیافراگمی



← روتاری جوینت



← استروپوسکوپ و دوربین های مشاهده چاپ



← سیستم های کنترل الکتریسته ساکن



← سیستم های کنترل کشش



← استاکر حمل رول نیمه برقی



← سیستم های کنترل لبه

📍 Tabriz, Iran
🌐 www.kavan-co.ir
📧 kavan.automation
✉ kavan.co@gmail.com
☎ (041) - 34408820 - 34415944

اتوماسیون کاوان



Flexography Co.
Asan Naghsh
Digital Flexo Plate

ساخت کلیشه دیجیتال فلکسو

۰۲۱-۵۶۵۴۹۸۳۰ / ۰۲۱-۵۶۵۴۹۸۴۰ / ۰۲۱-۵۶۵۴۹۸۵۰

www.AsanNaghsh.com



Navid Tejarat Isatis

کارخانجات تولیدی صنایع کاغذی
نوید تجارت ایساتیس

تولید کننده انواع کاغذ پشت چسبدار (هاتملت، آکرونال)

تولید انواع کاغذ پشت
چسبدار با سیستم های
کوتینگ چسب و لمینیت
به صورت رول و شیت



رول

گلاسه نیمه مات
صدفی
متالایز
شیشه ای
حرارتی

شیت

گلاسه براق
گلاسه مات
تحریر
شیشه ای
صدفی
متالایز
سنگی

تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام
کوچه آزادی خواه کوچه کاویانی، پلاک ۱۳
واحد ۳

۰۲۱۳۳۹۱۸۱۰۸
۰۲۱۳۳۹۳۳۳۴۸
۰۹۱۲۰۷۱۱۷۱

WWW.NTISATISCO.IR
NAVIDTEJARATISATIS





چاپ اندیشه آمل

چاپ رول فلکسو
۶ رنگ یووی
دایکات جامبو رول و اسلیتر ۲۰۲۳



چاپ تخصصی لیبل رول و شیت

لیبل پشت چسبدار: چاپی، خام، رول، شیت
در انواع کاغذ: صدفی، متالایز، ترنسپرنت و...
طلای گرم و سرد سلفون کشی



www.andisheprintamol.ir

andisheprint11@gmail.com

چاپخانه: آمل - کیلومتر ۵ جاده هراز

تلفن: ۰۹۱۱ ۷۳۴۹ ۳۰۰ - ۰۹۱۱ ۱۲۵ ۹۹۱۹

صنایع بام فیلم گستر ایرانیان

IRANIAN BAM FILM GOSTAR INDUSTRIES



تولید انواع فیلم و کاغذ پشت چسبدار (رول)
Pearlized / Silver / Transparent / Paper
کاغذ فیلم شفاف فیلم متالایز فیلم صدفی



تولید کننده (کاغذ و PET) یک و دو رو
سیلیکون در گرماژهای ۵۰ الی ۱۰۰
مناسب برای چسب های آکریلیک و هات ملت



Bam Film Gostar
 bam_film_gostar
 + 98 919 654 2328

www.bamfilm.ir
sale@bamfilm.ir info@bamfilm.ir

+98 21 46064831
+98 21 46065469
+98 21 46069386
+98 919 654 2328

حیدری پلاست

خریدار تمام ضایعات چاپخانه‌ها به بالاترین قیمت



گردآوری و امحای پسماندها و فاضلاب صنعتی چاپخانه‌ها و واحدهای تولیدی
با رعایت استانداردهای محیط‌زیستی، تخصص ماست

برای بررسی واحد صنعتی و ارائه مشاوره با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۲۸۳۹۵۲۳۷



- دستگاه چسب گرم ۵ خانه مولرمارتینی
- چند دستگاه سیمی اتوماتیک و پنج اتوماتیک خط کامل مفتول (منگنه) خروجی روزانه ۵۰,۰۰۰ عدد
- یک دستگاه ترتیب کن ۱۸ خانه اتوماتیک
- ۳ دستگاه برش پلار EMC برنامه‌دار
- ۳ دستگاه مفتول زن ریلی اتوماتیک ساده و لوپ
- ۴ دستگاه ورق تاکنی ۶شانه اشتال ۲ و ۳ ورقی گوشه گردکن کتاب، جلدسازی
- دستگاه سلفون‌کش حرارتی تا سایز ۱۰۰*۷۰
- بسته بندی و شرینگ پک
- طلاکوب و بیووی
- دایکات ۱۰۰*۷۰
- دستگاه لتر پرس ۵۰*۷۰
- لمینیت ۵۰*۷۰



www.simisaz.com
BINDING

مدیریت: داورزن ۰۹۱۳۳۰۸۷۲۸۰ ☑ مدیر داخلی: میلاد داورزن ۰۹۱۲۳۸۳۷۰۷۹

تهران، سرراه افسریه، شهرک مسعودیه، انتهای خیابان کلهر، کوچه هشت متری طالقانی پلاک ۱۰ ☎ تلفن: ۰۲۱-۳۳۵۷۰۴۸۴ و ۰۲۱-۳۳۵۷۰۹۱۶
☎ فکس: ۰۲۱-۳۳۵۷۲۵۸۸ ☎ تلگرام: ۰۳۸۷۲۸۰-۰۹۳۹ ☎ اینستاگرام: @simisaz_binding ☎ info@simisaz.com



AZARSUN
Development Industries Of Printing & Packaging



Asia Pack Azar
Flexible Film Ind.

آذرسان، پشوانه محصولات خوراکی، شیرینی و شکلات صادراتی
پیشرفته‌ترین امکانات سیلندر سازی و چاپ گراور



بالاترین دقت در چاپ و دایکات لیبیل IML



چاپخانه‌ای با استانداردهای روز اروپا
مناسب برای چاپ بسته‌بندی‌های لبنی و غذایی

- ماشین‌های چاپ جروتی و ویندهولر اند هولشر (۸ رنگ تا ۱۰ رنگ)
- سیلندر سازی تمام اتوماتیک دات و ابلر
- دستگاه‌های لمینیت و تریپلکس (با امکان کلد سیل)

Add.: Before Azarbaijan Shahid Madani Univ.
35th km of Azarshahr-Tabriz/Iran
Tel: (+98 41) 34 32 73 04-12
Fax: (+98 41) 34 32 73 10

آسیا پک آذر
اولین تولیدکننده فیلم‌های ۹ لایه در ایران
تولید فیلم و چندلایه‌ها، آنچه شما خواهید



9 Layer Film



- تولید انواع فیلم چندلایه
- با مقاومت بالا در برابر نفوذ اکسیژن OTR
- فیلم‌های مخصوص EVOH با ضخامت ده هزار برابر کمتر و همان میزان نفوذ ناپذیری اکسیژن
- فیلم‌های WTR پائین (مقاوم در برابر آب و رطوبت)
- لایه آخر (پلی‌استر یا BOPP) با چاپ‌پذیری عالی
- فیلم‌های Barrier با امکان متالایز کردن
- لثاف تک‌لایه متالایز با قابلیت چاپ طرف غیرمتالایز برای شکلات و آبنبات دوسریج
- فیلم‌های نازک‌تر و تک‌لایه با قابلیت نگهداری بیشتر که مصرف مواد پلاستیکی را کاهش می‌دهد
- فیلم‌های اسپتیک تک‌لایه با شاخص OTR کمتر از ۱ و مقاوم در برابر نور

Add.: The Main 45 Street, 35th km
of Azarshahr, Salimi Ind. Zone, Tabriz/Iran
Tel: (+98 41) 34 32 84 77 Tel: (+98 41) 34 32 84 96-97
Fax: (+98 41) 34 32 73 10



با ماشین آلات فینیشینگ دیجیتال SMAG خدمات ارزش افزوده بیشتری ارائه دهید



ساخت فرانسه



نماینده رسمی و انحصاری محصولات SMAG در ایران
 خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، خیابان نگار، شماره: ۴۷
 تلفن: ۸۸۷۷۱۷۷۶ فکس: ۸۸۷۷۱۷۷۲ ایمیل: info@iranshoraka.com



اینجا، یک تمایز بزرگ وجود دارد
 رشد و تحول، ابتکار و خلاقیت، همه زیر یک سقف

با افتخار میزبان شما در سی امین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران می باشیم.
 زمان: ۲۲ تا ۲۵ آذرماه ۱۴۰۲ مکان: سالن خلیج فارس (۴۴ب)، غرفه شماره ۲۵

شرکت مهر تابان ستاره ارس

فناوری های نوین صنعت چاپ

- فعالیتهای دانش بنیان
- تحقیق و توسعه
- بهبود روند

شرکت مهر نقش نگار آذربایجان

سیلندر سازی

- ساخت سیلندر فولادی شفت دار / بدون شفت
- ساخت سیلندر فولادی سبک (محصول جدید)
- ساخت سیلندرهایی خاص / سیلندر چاپ فلکسو

شرکت نگار حک

حکاک سیلندر چاپ / کلیشه سازی

- گرافیک
- کلیشه سازی
- حکاک سیلندر چاپ روتوگراور

دفتر تهران: بلوار آیتاله کاشانی، روبروی شهرداری منطقه ۵، پلاک ۴۳۰
 ساختمان آرمتا، واحد ۱۲ ایمیل: office@negarhak.com
 کارخانه: کیلومتر ۱۰ جاده تبریز-تهران، بعد از پلیس راه، جاده سرم دارو
 خیابان صنعتی سهند ایمیل: dabir@negarhak.com



www.negarhak.com



@negarhak

تلفن: ۵۹۴۱ (۰۴۱)

نگار گروه صنعتی نگار
 NEGAR INDUSTRIAL GROUP (NIG)

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مرتضی کریمیان
 سردبیر: مرتضی تفرشی
 مدیر اجرایی: داود شاهین آرا

گروه پژوهش: مرتضی اوجی، سیدجواد موسویان، محمود پیشعلی
 گروه گزارش: مریم رضائی
 زهرا عبدالهی، مریم نظری ولدی
 گروه ترجمه: بیتا توفیقیان، حسین یاراحمدی

واحد اشتراک: طیبه مزینانی
 واحد بازرگانی: مریم بصیرنیا - آرش صفری
 طراح و صفحه‌آرا: یاسمین یاوری
 نشانی: خیابان مفتاح جنوبی- روبروی ورزشگاه شیرودی-کوچه مرتضی ممیز (اردلان)- پلاک ۲۴- طبقه ۴
 کدپستی: ۱۵۹۹۹۵۵۶۱۱
 صندوق پستی: ۶۶۹۹ - ۱۵۸۷۵
 شماره تلفن: ۸۸۸۲۴۱۰۳ - ۸۸۸۲۴۲۲۷

پست الکترونیک: info@iranprint.com
 سایت: www.iranprint.com



تماس با واحد آگهی: @Iranprint_Ads
 تماس با واحد اشتراک: @Iranprint_Sub
 تماس با تحریریه: @Iranprint_News
 کانال خبری: @sanatchapnews
 اینستاگرام: @sanatchapnews

طرح روی جلد



شرکت صاف فیلم
 یکی از بزرگترین تولیدکنندگان انواع فیلم B.O.P.P در عرض‌ها و ضخامت‌های مختلف در ایران
 نقشینه چاپ تبریز
 بنیان گذار کیفیت چاپ در ایران
 تلفن: ۳۶۳۰۶۴۴۱ - ۳۶۳۰۶۴۴۱ (۰۴۱)

وعده‌های کاغذی و جشن خودکفایی

یکی از ویژگی‌های دولتمردان ما وعده‌هایی است که در آستانه انتخابات می‌دهند، بی‌خیال این که اجرایی باشند یا نه و بعد هم که بعضی از آن وعده‌ها تحقق نمی‌یابند، آن را به طریقی راست و ریس می‌کنند. این ویژگی در دولت سیزدهم، تقریباً از دولت‌های پیشین، بارزتر نمایان شده است. وعده ایجاد یک میلیون مسکن و یک میلیون شغل و اینترنت رایگان و غیره و غیره، نمونه‌هایی از این دست است.

اما از ابتدای شکل‌گیری دولت جدید، وزیر محترم ارشاد، زنگ خودکفایی کاغذ را به صدا در آورد. بعد این ادعا دقیق‌تر و محدودتر شد و صحبت از تولید کاغذ برای کتاب شد، اخیراً می‌گویند فقط خودکفایی کاغذ برای چاپ کتاب‌های درسی مراد بوده است و جشن خودکفایی کاغذ نیز اختصاص به همین مورد اخیر داشته است.

آنچه در این ارتباط از همان ابتدا محل پرسش بوده، این است که صنعت کاغذسازی چه ویژگی خاصی دارد که برخلاف دیگر صنایع، نه وزیر صمت و نه کارشناسان این وزارتخانه کاری به آن ندارند و این مهم را وزیر ارشاد به‌عهده گرفته است؟

اگر متهم به سیاه‌نمایی نشویم، باید پرسیم، چگونه است که تقریباً اغلب کارشناسان حوزه چوب و کاغذ و صنعت، شرایط طبیعی و جغرافیایی ایران را برای توسعه صنعت کاغذسازی مناسب نمی‌دانند، اما وزیر ارشاد برخلاف همه مطالعات آمایش سرزمین، یک تنه توانست حرف خود را به کرسی بنشاند و خودکفایی را دست‌کم برای چاپ کتاب‌های درسی محقق سازد؟

در اینجا از بررسی رضایت مصرف‌کننده کاغذ داخلی و آنچه در چاپخانه‌های کتاب‌های درسی (از نظر راندمان تولید) و بررسی نظر مصرف‌کننده یعنی دانش‌آموزان درباره کیفیت می‌گردیم و می‌پرسیم آیا افزایش تولید کاغذ در ازای چه مقدار ارز برای اقلام وارداتی حاصل شده و چرا این حجم بالای تولید به کاهش میزان واردات کاغذ تحریر نینجامیده است؟

این پرسش‌ها، چکیده بحث‌هایی است که در خانواده چاپ در جریان است. در این شماره (صفحه ۹۸) گزارشی داریم در این باره و البته باز هم برای طرح پرسش‌های جدید و پاسخ‌های وزارت ارشاد فرصت باقی است.

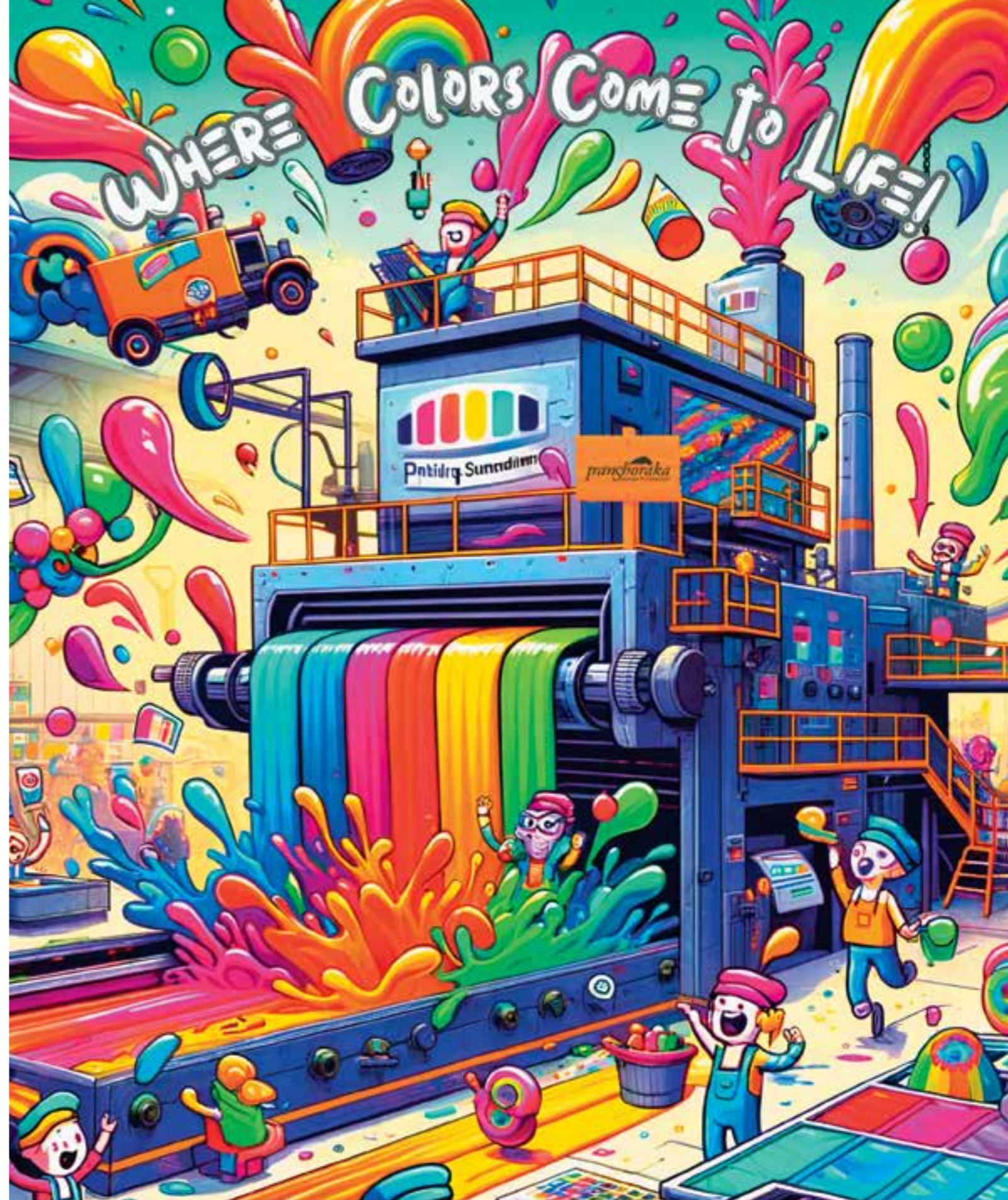
سردبیر



لت روی جلد

ویستا دیجیتال فرد

برای اولین بار در ایران ساخت کلیشه‌های آبشور با استفاده از مدرن‌ترین تجهیزات ارائه‌دهنده پیشرفته‌ترین نسل کلیشه در مجهزترین واحد کلیشه‌سازی ایران
 تلفن: ۸۸۸۶۶۷۰۰ - ۰۲۱
www.vista-digital.com



فهرست

ماهنامه فنی، مهندسی صنعت چاپ
سال چهل و یکم، شماره ۵۰۱، دی ۱۴۰۲

تاریخ

۷۸ جنگ‌های جهانی چه تاثیری بر صنعت چاپ گذاشت؟

چاپ سه‌بعدی

۸۲ سیلک‌اسکرین در خدمت صنعت اتومبیل

آموزش چاپ

۸۶ آشنایی با رشته چاپ در هنرستان امان صادق

وبگردی

۹۲ با دستت حرف بزن!

کاغذ

۹۸ ادعای خودکفایی کاغذ در آینه آمار

نمایشگاه

۱۰۴ ضرورت بازدید از نمایشگاه‌های تخصصی برای حرفه‌ای‌ها

۱۰۶ رئیس نمایشگاه سی‌ام، و پرسش‌های ما

۱۰۸ نظرخواهی از سه شرکت‌کننده

ماشین‌سازی و صادرات چاپی

۱۱۰ قابلیت ماشین‌های ساخت ایران در مقایسه با چینی‌ها

۱۱۴ بانوی عراقی-ایرانی، صادرکننده محصولات چاپی به عراق

یادداشت سردبیر

۲۷ وعده‌های کاغذی و جشن خودکفایی

دیدگاه

۳۰ رقابت‌های صنفی غیرمعمول در صنعت چاپ

۳۲ اهمیت برند در کسب‌وکارها و در محصولات هنری

۳۴ ضرورت حمایت چاپخانه‌های گراور از واحدهای سیلندرسازی

بازدید ماه

۳۶ برند گلستان و ارتقای صنعت چاپ ایران

روایت برند

۴۴ معرفی شرکت‌های عضو گروه پما

روندها و تازه‌ها

۵۴ پیشرفت‌ترین و جدیدترین واحد کلیشه‌سازی در ویستا دیجیتال

۵۸ رونق صنعت لیبل، این بار لیبل شفاف

۶۲ پویایی و دوام چاپ افست در بازار بسته‌بندی و تبلیغات

۶۶ به‌کارگیری فزاینده ربات‌ها در صنعت چاپ و بسته‌بندی

گرافیک

۷۰ گزارشی از نمایشگاه هفته تایپ تهران

محیط‌زیست

۷۴ چالش‌های بسته‌بندی و الزامات محیط‌زیستی



این عرصه رقابت صنفی است یا آکادمی هنرهای رزمی؟

مرغزی اوجی

رقابت‌های صنفی، در خانواده چاپ، نوعی کشمکش، زورآزمایی، رو کم‌کنی، پوززنی و عرصه یارگیری و گروه‌کشی‌هایی است که ارتباطات صنفی و حتی روابط دوستانه عادی را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد. چنین فضای چندقطبی و آمیخته با لجبازی و تخریب یکدیگر، موجب دلزدگی بسیاری از افراد عادی و حرفه‌ای از فعالیت صنفی می‌شود. همچنین به کاهش اعتبار نهادهای مدنی در جامعه منجر می‌شود. متأسفانه در خانواده چاپ، تمایل به پدرخواندگی، آن هم با اتکا به ارتباطات دولتی و حکومتی و به رخ کشیدن نسبت و پیوند خود با این یا آن وزیر و وکیل و حتی رده‌های پایین‌تر از آن، تبدیل به سنت شده است.

هر یک از قطب‌ها گرد هسته‌ای شکل گرفته‌اند و هر کدام قلمرو خود را علامت‌گذاری و هرگونه نفوذ و دست‌اندازی به آن را تجاوز به حوزه نفوذ خود قلمداد می‌کنند. برای بسیاری از کسانی که از دور به این ماجرا می‌نگرند، این پرسش مطرح است که آنها چه منافعی دارند که چنین سرسختانه به این صندلی‌ها می‌چسبند و برای تصاحب آن می‌جنگند؟ آیا به جای خدمت به صنف سفره‌ای در اینجا پهن شده که از آن بهره‌مند می‌شوند؟

بعضی چهره‌ها که در وسط میدان نیستند، نیز در اشتیاق رسیدن به این سفره نامرئی می‌سوزند و در تلاش‌اند نه به نام تشکلهای پابرجای صنفی، بلکه زیر‌عنوان‌های فرعی دیگر، قلمروی خود را به نام خود، سند بزنند تا عنوان و جایگاهی ویژه کسب کنند.

صاحب این قلم خبر ندارد که آیا در صنف‌ها و حرفه‌های دیگر نیز چنین مبارزه‌ای برقرار است یا نه، اما دست‌کم در تاریخ سی و پنج ساله قبل از این چند سال اخیر، چنین سطحی از رقابت و ستیز برای تصاحب کرسی‌های صنفی را شاهد نبوده است. در چنین فضایی، هرگونه استدلال علمی و منطقی نیز زیر سایه رقابت‌ها تفسیر می‌شود. دوستانی که تلاش می‌کنند مثلاً ادغام اتحادیه‌های مشاغل همگن را با معیارها و اصول مدیریت و آنچه در کتاب‌های سازمان‌های اداری نوشته شده و با تئوری‌های مشارکت مدنی تبیین کنند، خیلی زود با کامنت‌ها و برداشت‌هایی که از سخن آنها می‌شود، در می‌یابند که اینجا، جای این مباحث آکادمیک نیست و عرصه رقابت برای تصاحب پست‌های صنفی در خانواده چاپ، خودش یک پا آکادمی هنرهای رزمی است! از این بدتر، آن است که وقتی کسی فارغ از جانبداری‌های قطبی و تنها به انگیزه بیان نظر کارشناسی سخنی بگوید، به‌آسانی انگ سوگیری و تعلق به جبهه و اصحاب این یا آن طرف را می‌خورد و ناخواسته وارد جبهه‌گیری‌ها و قضاوت‌هایی می‌شود که اعتبار علمی و کارشناسی او را هم خدشه‌دار می‌سازد.

این روزها شبکه‌های اجتماعی خانواده چاپ پر است از بحث درباره تاریخ برگزاری انتخابات صنفی و نیز سرشار است از مزایا و مضرات ادغام اتحادیه چاپ و صحافی و نقل‌قول‌ها و مصداق‌های خارجی و داخلی درباره جایگاه اتحادیه مستقل لیتوگرافی یا انتساب این

یا آن رسته به این یا آن اتحادیه. حتی در مورد چاپ دیجیتال، کار به جایی رسید که نیروی انتظامی زحمت اسباب‌کشی این رسته را از اتحادیه لیتوگرافان به اتحادیه چاپخانه‌داران می‌کشد! همین رویداد انتظامی (!) هم خود موجب نقد و نفرین و طعن و توهین طرف‌ها به یکدیگر می‌شود و تا مدت‌ها انرژی صنف صرف تثبیت یا ابطال آن حکم می‌شود.

جالب است که در این نبرد هم هر یک از طرفین به دامن یکی از وزارتخانه‌ها می‌آویزند و قدرت وزیر فلان را به رخ وزیر بهمان می‌کشند. به فرض حسن‌نیت همه طرف‌های این ماجراها و قصد خدمت همه آنها، آنچه حاصل صنف می‌شود، نوعی دلزدگی است و تصویری که خانواده چاپ در برابر جامعه و صنف دیگر (و از جمله سفارش‌دهندگان و مشتریان چاپ) از خود به نمایش می‌گذارد، حاکی از عقب‌ماندگی و تنگ‌نظری است. با چنین تصویری نمی‌توان در جامعه کسب اعتبار کرد، حتی اگر چند وزیر شما را به حضور بپذیرند و چند وکیل در میهمانی شما شرکت کنند.

دوستان عزیز، در جوامع پیشرفته و در بین صنوف پیشرفته، این وزیر و وکیل‌ها هستند که اعتبار خود را از ارتباط و تایید جامعه مدنی می‌گیرند، نه این که مدیران بخش خصوصی به عکس یادگاری با مقامات دولتی بنازند.

به امید برقراری صلح و به‌کارگیری خرد در خانواده چاپ و خاورمیانه و هر گوشه جهان.

زمانی که خبر وام ارزی غیرعادی دو میلیارد و سیصد میلیون دلاری به یک شرکت بسته‌بندی چای در ماهنامه صنعت چاپ مطرح شد، هنوز پرده بعدی آن آشکار نشده بود. با تصحیح این رقم توسط برخی مقامات (!) تحت عنوان اختلاس و فساد ۳ میلیارد دلاری، لازم بود ما هم با اصلاحیه خبر و تصحیح رقم از خوانندگان (و البته از اختلاس‌گران نیز) پوزش بخواهیم که آن رقم را سی درصد کمتر اعلام کرده بودیم، ولی موجهی که همزمان با انتشار خبر ۳+ میلیارد دلاری راه افتاد، از نوع دیگری بود که دیگر شنا کردن در آن کار ما نبود.

رئیس دولت و روزنامه‌های حکومتی

یک‌صدا خود را کاشف و افشاگر این رانت‌خواری معرفی کردند و مدعی مبارزه با فساد شدند و اعلام کردند که دست‌اندرکاران دولتی این رسوایی را به قوه قضاییه سپرده‌اند. (گویی که به همین سادگی و بدون حمایت مقامات ارشد سیاسی و اقتصادی، کسی می‌تواند ۳ میلیارد دلار وام ارزی بگیرد.) اظهارات رئیس قوه قضاییه البته این ادعاها را رد کرد، ولی هر چه بود، دیگر قضیه آن اختلاس که به نام چای دبش معروف شده بود، «لوٹ» شد و مسیری دیگر گرفت و با یادآوری موارد مشابه که کمتر یا بیشتر از آن مبلغ بوده‌اند، به نوعی عادی‌سازی شد.

اینجا که نیروژ و فنلاند نیست که

شیرین‌کام باشید با سه میلیارد و... میلیون دلار

هیچ خبری نباشد و هر وقت چنین اقتضای بالا بیاید، وجدان همه درد بگیرد و تا چند ماه حرف آن را بزنند و خبر دادگاه آن را پیگیری کنند. هر ننگی با ننگ دیگر (نه رنگ)، پاک می‌شود. حادثه از پی حادثه می‌آید و همه چیز از یاد می‌رود، تنها خاطره‌ای می‌ماند برای مردمی که فکر می‌کردند، مچ رانت‌خواری را گرفته‌اند.

اختلاس‌گران هم این هیاهو را با صبوری و صرف چند استکان کمر باریک چای خوش‌رنگ با نبات زعفرانی، از سر می‌گذرانند.

چندی بعد بسیار کسان (حتی منتقدان) به آنها خواهند گفت: "شیرین‌کام باشید!"

تعجب نمی‌کنید از این همه اسکناس نو؟!

و پاداش همه کارکنان را فقط با اسکناس‌ها و چک‌پول‌های عمدتاً نو می‌دهند. می‌دانید در مقایسه با سال‌های گذشته چند برابر باید ظرفیت چاپ اسکناس در چاپخانه بانک مرکزی ایجاد شده باشد؟

مگر ماشین‌های چاپ در چاپخانه بانک مرکزی چند برابر شده باشند که بتوانند این همه پول نو چاپ کنند.

راستی این همه اسکناس کجا چاپ می‌شود؟

حتمن شما هم ۷-۶ ماه اخیر، چندین بار از عابربانک‌ها پول گرفته‌اید و حتمن چند بار قطعات نو و تا نخورده و تر و تازه را از دستگاه تحویل گرفته‌اید. واقعا جای تقدیر دارد که بانک مرکزی این‌قدر به شهروندان بها می‌دهد که هر روز مثل سرویس اتاق هتل‌ها، پول‌ها را برای ما نو می‌کند، از این پذیرایی دلچسب و لاکچری باید سپاسگزار باشیم. هر چه نمی‌توانیم وسایل و در و دیوار خانه و زندگی را نو کنیم، به جای آن، پول‌های نو به جیب می‌گذاریم. حیف که این اسکناس‌ها و چک‌پول‌های نو،

مثل برف آب می‌شوند و در جیب ما نمی‌پایند. حالا به یاد بیاورید سال‌های گذشته را که معمولا شب عید، باید منت کارمندان بانک را می‌کشیدیم تا چند دسته اسکناس ۵ تومانی و ده تومانی نو به ما بدهند.

راستی چه اتفاقی افتاده که این همه اسکناس و چک‌پول نو شتابش می‌کنند؟ هر چه باشد این رویداد به جای خوشحالی، جای نگرانی دارد. این یکی از موجبات به باد رفتن ارزش پول ملی است. به‌ویژه وقتی توجه کنید که هستند شرکت‌های بزرگی با هزار نفر پرسنل که حقوق

اهمیت جایگاه برندها در رشد اقتصاد هنر

مهرداد احمدی شیخانی



در مورد حراج آثار هنری تهران سخنان بسیاری گفته می‌شود که بعضاً حتی شاید بیشتر از آنکه مثبت باشد، منفی است؛ اما به گمان من این حراج نکات بسیار مثبتی دارد که لازم است تا اهالی صنوف هنرهای تجسمی از این رخداد، تمام قد دفاع کنند. دلایلم را برای این نظر در «نظربازی» روزنامه شروق توضیح داده‌ام

و نام‌هایی چون «محمد احمایی»، «سهراب سپهری»، «آیدین آغداشلو» و دیگرانی از این دست دارد، نمی‌توان انتظار داشت که سرمایه‌گذاری در ساحت هنرهای تجسمی تبدیل به یک سرمایه‌گذاری سودده شود و به این موضوع توجه کنیم که اگر سود و منفعت در یک رخداد اقتصادی را منظور نکنیم، چرا یک نفر باید پولی را که به هر زحمت به دست آورده، در جایی خرج کند که امیدی به سوددهی نداشته باشد؟

اما نکته سوم که به گمانم مهم‌تر از همه است و به همین یک دلیل هم که شده لازم است تا با قدرت تمام از رخدادی مانند حراج تهران حمایت کنیم، نتایجی است که به تبع این رویداد حادث می‌شود. نمی‌دانم یادتان هست یا نه؛ در سال‌های ابتدای پیروزی انقلاب، تقریباً در هر خانواده‌ای، فرزندان تشویق می‌شدند که با جدیت درس بخوانند تا بلکه در رشته پزشکی قبول شوند. این اصرار خانواده‌ها به دو سبب بود؛ اول از آن بابت که پزشکی جایگاه اعتباری و شأن شخصیتی برای صاحب آن پدید می‌آورد. دوم، با هر سختی که در مسیر تا پزشک شدن بود، خانواده‌ها اطمینان داشتند که فرزندان در آینده با مشکل مالی و اقتصادی روبرو نخواهد شد. همین

مدتی پیش شاهد برگزاری حراج آثار هنری تهران بودیم که اختصاراً به نام «حراج تهران» شناخته می‌شود. اتفاقی که چندین سال است که شاهد آنیم و پیرامونش حرف‌وحديث‌های بسیاری است. من در این نوشته قصدی در پرداختن به آن حرف‌وحديث‌ها ندارم، چون نه در موردشان اطلاعی دارم و نه خود را در جایگاهی می‌بینم که بتوانم آن‌ها را عیارسنجی کنم، اما به چند نکته باور قلبی دارم.

اولین و مهم‌ترین نکته که معتقدم بسیار باید بر ضرورت و اهمیت آن پای فشرده، نقش بخش خصوصی در این اتفاق است. به باور من در کشوری که سهم دولت در اقتصاد آن به گفته‌ای نزدیک به ۸۰ درصد است و بخش خصوصی در آن پیکری بسیار نحیف دارد و با کوچک‌ترین اراده صاحبان قدرت، از کمر می‌شکنند، اینکه مهم‌ترین و بزرگ‌ترین اتفاق در حوزه فروش آثار هنری کشور از سوی بخش خصوصی هدایت می‌شود، ویژگی بسیار مهمی است و باید و قطعاً باید از طرف هنرمندانی که مدعیان استقلال از قدرت است حمایت شود.

نکته مهم بعدی که لازم است به آن توجه کنیم این است که بدون برپایی و تداوم چنین رخدادی که تکیه بر برندها

شرکت پاک لایه سان

تولید کننده انواع پاکت‌های مختلف اسبیک غذایی شامل فراورده های لبنی و آشامیدنی در سایزهای مختلف

شرکت پاک لایه سان با هدف تولید انواع پاکت‌ها اسبیک و اخاف چند لایه بسته بندی در سال ۱۳۹۷ تأسیس شد و در سال ۱۴۰۰ مورد بهره برداری قرار گرفته اولین محصول تولیدی این شرکت پاکت ۲۰۰ گرمی اسبیک بود که به دلیل داشتن استانداردهای کافی پس از تولید مورد استقبال مصرف‌کنندگان قرار گرفت. این شرکت با استفاده از مواد اولیه با کیفیت و به کارگیری تجهیزات نوین و پیشرفته تولیدی و آزمایشگاهی ضمن همکاری با کارشناسان متخصص صنعت و مسئولان توانسته است نقش بسزایی در تولید محصولات اسبیک و اخاف چند لایه بسته بندی داشته باشد.



طراحی و تولید انواع محصولات تغذیه ای، دارویی، غذایی و آرایشی در بسته‌بندی اسبیک

شهرک صنعتی شکوهیه، فاز ۱، میدان صنعت، بلوار چمران، پونک ۲، پلاک ۷۸۱

۰۲۵-۲۲۲۲-۲۲۲۲ ۰۲۵-۲۲۲۲-۲۲۲۲ ۰۲۵-۲۱۷۸

sale@paklayehsun.com





مدیرعامل گروه صنعتی نگار:

توانمند و متحد، آماده رقابت با چینی‌ها هستیم

گروه گزارش

آقای ابرزاده، حضور گروه صنعتی نگار در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی آن‌هم با این قدرت و غرغه بزرگ و جذاب به دلگرم‌کننده است. با وجود این ظرفیت‌ها چگونه است که می‌شنویم شرکتی چینی برای سیلندرسازی در ایران سرمایه‌گذاری می‌کند؟

الان یک شرکت چینی که می‌خواهد مجموعه سیلندرسازی در ایران دایر کند، به‌راحتی دستگاه‌هایش را با کانتینر می‌آورد و مستقیم در محل کارخانه پیاده می‌کند. چون از نظر کشور خودش دارد صادرات می‌کند، از تسهیلات و حمایت کافی هم برخوردار است. او که یک اجنبی حساب می‌شود، در این‌جا تمام امکانات در اختیارش هست، همه امکانات در اختیار اوست.

اما ما ۱۵ سال است می‌خواهیم وام بگیریم، به سختی؛ می‌خواهیم جنس بیاوریم، به سختی. از چین خواستم جنس بگیریم، شرکتی که ما را شناخته بود، گفت چون شما ایرانی هستید، نمی‌شود. بعد گفتیم یک شرکت ترک معرفی می‌کنیم. باز گفتند چون در آن شرکت، ایرانی هم هست نمی‌توانیم به شما بفروشیم. باز رفتیم جستجو کردیم، یک شرکت ترک دیگر معرفی کردیم. می‌دانید که در این کارها چقدر ریسک هست و چه استرس‌هایی را باید تحمل کنیم.

سرانجام راضی شدند که ۴۸۰ تن لوله فولادی به ما بفروشند. وقتی محموله وارد شد، دیدیم ۴۱۰ تن است، چون وزن را با کانتینر حساب کرده بودند. ما رفتیم شکایت کردیم، آن‌قدر طول دادند تا

یک سال گذشت. ظاهراً در قوه قضائیه چین قانونی هست که اگر از شکایتی یک سال بگذرد، دیگر به آن رسیدگی نمی‌شود. به همین سادگی پول ما را خوردند. اظهارنامه دادن و شکایت هم خودش کلی هزینه روی دست ما گذاشت ولی چون به کرونا برخورد کرد، دیگر مشمول زمان شد و حق ما پایمال شد. دولت ما هم که در این موارد از ما حمایت نمی‌کند.

گرچه در تحمیل این شرایط، خود ما هیچ نقشی نداشته‌ایم، اما دولت که سیاست‌های کلی را تعیین می‌کند و ما به‌خاطر آن سیاست‌گذاری‌ها باید این مسیرهای پرریسک را طی کنیم، مسئولیتی در قبال ریسک‌ها و زیان‌هایی که بعضاً در این‌چور معاملات و انتقال ارز به خریدار وارد می‌شود، نمی‌پذیرد. وقتی از چنین طریقی کالای خارجی خریداری می‌کنیم، حتی اگر هیچ مشکلی پیش نیاید، باید کالا را ۱۵–۱۰ درصد گران‌تر بخریم و دیرتر دریافت کنیم و برای پیگیری مشکلات احتمالی هم دستانمان به جایی بند نیست.

چه نوع ارزی به شما تخصیص داده می‌شود؟

ما سه هفته پیش دستگاه گرفته‌ایم به امید این که ارز نیمایی به ما تعلق می‌گیرد. الان ثبت سفارش را رد کرده‌اند و می‌گویند دیگر برای ورود ماشین‌آلات ارز نمی‌دهند. ما این‌همه مشکلات را تحمل می‌کنیم، در حالی که همزمان یک شرکت چینی به راحتی می‌آید اینجا و بساط خود را پهن می‌کند.

آیا این مشکلات را جایی در وزارت صمت و استانداری و غیره

مطرح کرده‌اید؟

آن‌ها همه این مسائل را می‌دانند و بارها از سوی همکاران و فعالان حوزه‌های دیگر صنعت نیز مطرح شده، ولی مطمئن هستیم که رسیدگی نمی‌شود. اگر می‌خواستند به حرف ما عمل کنند که چنین دستورالعملی صادر نمی‌کردند. مطلبی که می‌خواهم عرض کنم این است که ما از دولت ناامیدیم، همه تولیدکننده‌ها کم‌وبیش همین نظر را دارند چون با تمام وجود دارند می‌بینند و احساس می‌کنند. تنها مساله این است که ما از خود مردم چه انتظاری داریم و چه کار می‌توانیم بکنیم؟

یعنی از مردم و مشتریان و بازار انتظار دارید از شما و از تولیدکننده حمایت کنند؟

دقیقا! همین خانواده چاپ باید هوای همدیگر را داشته باشند، چاپخانه‌ها باید ما را به آن طرف خارجی ترجیح دهند. یعنی تا جایی که می‌توانند - تاکید می‌کنم، تا جایی که می‌توانند، نه آنجا که چاره‌ای ندارند - به جای کارکردن با خارجی، در شرایطی که هموطن‌شان می‌تواند همان خدمات را بدهد، سراغ کارگاه و تولیدکننده ایرانی بروند. این گرایش باید به صورت یک نهضت ملی درآید و با درک حساسیت‌ها مورد توجه رسانه‌ها هم قرار گیرد.

به‌طور کلی صحبت شما و فراخوان برای این کمپین، پذیرفتنی است اما اجازه بدهید بپرسیم آیا کار آن شرکت خارجی ممکن است مزیتی هم برای مشتری داشته باشد که سیلندرسازی ایرانی نداشته باشد؟

از نظر کیفیت به‌طور قطع، هیچ مزیتی ندارند. این را با اطلاع از کیفیت خروجی آن‌ها در مقایسه با آنچه ما و مثلاً نقش مهر تولید می‌کنیم، می‌گویم. ما از نظر کیفیت هیچ‌چیز کم نداریم. ولی وقتی شرکتی از چین بلند می‌شود به اینجا می‌آید و همه‌چیز برای او فراهم می‌شود که بتواند بازار را بگیرد، احتمالاً تلاش خواهد کرد در برخی زمینه‌ها مزیتی ایجاد کند، حتی شاید در ابتدای کار قیمت‌شکنی هم بکند. منظور من از این سخنان این نیست که ما در رقابت با آن شرکت چیزی کم داریم، بلکه مبنای استدلال من، ضرورت همبستگی ملی و حمایت صنعتگران از یکدیگر در برابر حضور تهاجمی خارجی‌هاست. ما اصل رقابت را می‌پذیریم. یعنی باید بپذیریم و نباید به بهانه حمایت از تولید داخل، کیفیت پایین را به مشتری تحمیل کنیم. همان‌طور که گفتم ما همه‌چیز را از نظر دستگاه و نرم‌افزارها و آموزش متخصصان، برای تضمین کیفیت فراهم ساخته‌ایم و در عمل هم اثبات کرده‌ایم.

فراموش نکرده‌اید که تا ده، پانزده سال پیش سیلندرسازی و کلیشه، به خارج سفارش داده می‌شد. همچنان که لیبِل‌های IML در خارج از کشور چاپ می‌شد، ما توانستیم علی‌رغم همه مشکلات قابلیت‌های لازم را فراهم آوریم و با ترک‌ها رقابت کنیم.

می‌دانیم که سود بیشتر و منطق بازار خودبخود سفارش‌دهندگان را به سمتی می‌کشاند که صرفه بیشتری برای آن‌ها داشته باشد، اگر قرار باشد رقیب خارجی قیمت یا خدمات بهتری به چاپخانه‌دار ایرانی بدهد، با چه منطقی می‌توان او را از رفتن به سوی او برحذر داشت؟

خیلی ساده؛ با این منطق که اگر چاپخانه‌ها از واحدهای پیش از چاپ ایرانی حمایت نکنند، فردا عرصه چاپ را هم به چینی‌ها خواهند باخت. ما باید اتحاد خود را حفظ کنیم و به منافع بلندمدت خود و اقتصاد کشور بیندیشیم. البته ضروری است که پیوسته به ارتقای کیفیت، کاهش قیمت تمام‌شده و بهبود خدمات خود همت گماریم. حفظ توان تولید و رقابت در کیفیت، باید در دستور کار همه ما باشد. در واقع آنچه من مطرح می‌کنم نظر بسیاری از دوستان دیگر در خانواده چاپ و بسته‌بندی هم هست و روشن است که در حرکتی مسئولانه و روبه‌جلو قابل‌اجراست، نه این‌که بخواهیم درجا بنزیم و نسبت به کیفیت و انتظارات مشتری بی‌توجه باشیم و بگوییم؛ همین که هست! **خوشبختانه علی‌رغم همه مشکلات واحدهای پیشرو در زمینه پیش از چاپ و سیلندرسازی و کلیشه‌سازی و نیز چاپ گراور و فلکسو، کارنامه قابل‌قبولی داشته‌اند. چگونه می‌توان این بخش را در رقابت با خارجی‌ها توانمند ساخت که جایگاه خود را حفظ کند؟** همان‌طور که گفتم این کار را باید با هماهنگی همه دست‌اندرکاران بالادستی و پایین‌دستی پیش ببریم. این کار موقعی امکان‌پذیر است که مدیر چاپخانه آگاهانه از سیلندرسازی ایرانی حمایت کند با این تفکر که آنجا کارگر ایرانی مشغول کار است. همه‌جا تقریباً همین‌طور است. در همین کشور ترکیه، ما این رفتار را به چشم خود



دیده‌ایم، آن‌ها کارکردن با هموطنان خود را نوعی وظیفه یا اولویت قلمداد می‌کنند. از یکدیگر حمایت می‌کنند و یکی از راه‌های توسعه چاپ و بسته‌بندی در ترکیه همین همبستگی ملی بوده، البته حمایت‌های دولت ترکیه هم به جای خود موثر بوده است.

در واقع شما که گفتید از حمایت دولت برخوردار نیستید، می‌خواهید خود چاپخانه‌ها و مراکز پیش از چاپ هوای همدیگر را داشته باشند.

این درد بزرگی است که دولت هوای ما را ندارد و حتی برعکس، به هر طریقی برای ما هزینه و مشکل درست می‌کند. این روزها می‌بینید فغان همه از مالیات بلند است. برخی ادارات دیگر هم کم‌وبیش هزینه و گیروگرفتاری‌های خودشان را به واحدهای تولیدی تحمیل می‌کنند. بانک‌ها هم اصلا همکاری دلگرم‌کننده‌ای ندارند. در اینجا قصد پرداختن به این مشکلات و انتقاد از دولت را ندارم، روی سخن من با همکاران و چاپخانه‌داران و مدیران واحدهای اقتصادی و تولیدی کشور است. ما باید هوای همدیگر را داشته باشیم. همچنین هوای کارکنان خود را داشته باشیم. همان‌طور که گفتم چاپخانه‌ها تا جایی‌که می‌توانند، واحد پیش از چاپ ایرانی را به خارجی ترجیح دهند، همان‌طور هم باوردارم تا آنجا که بتوانیم باید هوای کارکنان خود را داشته باشیم. ما به نوبه خود حتی‌الامکان، در نیمه امسال بدون این که منتظر پایان سال و اعلام افزایش دستمزدها بمانیم، افزایش حقوق معینی داشته‌ایم. البته مشکلات اقتصادی بسیار کمرشکن است، هم برای کارفرما و هم کارگر. اما در حد توان باید در این زمینه هم از همکاران حمایت شود.

بالاخره جذب سرمایه خارجی، اتفاقی است که در ایران هم مثل همه جای دنیا خواهد افتاد. باید صنعت چاپ ما برای رقابت در این بازار آماده باشد.

بله، این فرمایش شما به‌طور کلی درست است. ولی در هر کشوری هم سرمایه خارجی وارد می‌شود، شرایط و ضوابط خاص خود را دارد. معمولاً سرمایه در جایی جذب می‌شود که ظرفیت خالی باشد و کاری زمین مانده باشد. اما جایی‌که توان کار هست، نمی‌توان دست تولیدکننده را بست ولی راه را برای خارجی باز کرد. نباید به تولیدکننده ایرانی گفت برای دستگاه به تو ارز نمی‌دهم ولی شرکت چینی به نام جذب سرمایه بدون هیچ مانعی آن دستگاه‌ها را وارد کند. این رقابت نابرابر است.

جذب سرمایه باید با هدف انتقال فناوری و ایجاد اشتغال در داخل و تقویت اقتصاد کشور باشد، نه این‌که بدون هیچ‌یک از این ملاحظات، فرش قرمز پیش پای آن‌ها بگسترانیم در حالی‌که مسیر تأمین ماشین و مواد مصرفی برای تولیدکننده داخلی مثل مسابقه دو با مانع یا حرکت در میدان مین باشد.

همان‌طور که از اول بحث اشاره کردید، انتظاری از دولت نیست، امیدوارم با ارتقای قابلیت‌های خود و حفظ همبستگی، نه تنها شاهد رقابت با واحدهای خارجی، بلکه موفقیت صنعت چاپ ایران در عرصه صادرات هم باشیم.

ان‌شاءالله. ما امیدواریم و به همراه واحدهای پیشرو صنعت چاپ، به سهم خود برای توسعه این صنعت می‌کوشیم. از حمایت ماهنامه صنعت چاپ هم سپاسگزاریم.



شرکت گلستان بیش از هفتاد سال قدمت دارد که شروع کارش با چای بود و الان حدود دویست قلم مواد غذایی را عرضه می‌کند

نوع چاپ و بسته‌بندی که هزینه بیشتری دارد، مهم است؟

گلستان مجموعه‌ای است ارزشی، و این هم شاید به خاطر روح معنوی مرحوم گرامی - که انسان خیر و شایسته و مثبت‌اندیشی بودند - باعث شده به کیفیت اجناس و سلیقه مشتری اهمیت بدهد و اعتباری برای مجموعه کسب کند. همین ارزش‌گذاری برای محصول و مشتری باعث شده که گلستان دنبال چاپ باکیفیت باشد و گرنه بسیاری از شرکت‌ها از مقوای پشت طوسی استفاده می‌کنند و مشتری خودشان را هم دارند.

تامین مواد مصرفی مرغوب و سالم آن‌قدر برای مجموعه گلستان اهمیت داشت که مرحوم گرامی حتی در سال‌های جنگ تحمیلی با وجود محدودیت‌هایی که بود، برای رفع مشکل تهیه مقوا، مدتی به واردات مقوای فیلی از کره اقدام کرد. اکنون هم گاهی مطرح می‌شود به دلیل نیازی که بازار ایران در زمینه مقوا دارد، یک‌بار دیگر مستقیماً به واردات مقوا روی آوریم اما من اعتقادی به این کار ندارم. به نظر ما در کار بسته‌بندی مواد غذایی هستیم و نباید در تولید یا واردات مقوا یا فیلم بسته‌بندی وارد شویم در عوض هر چه بتوانیم بیشتر در کار خودمان پیشرفت کنیم، برنده هستیم و باید شرکت‌های بازرگانی و تامین‌کنندگان به چنین اموری رسیدگی کنند.

در مورد چاپ هم همین‌طور است. وقتی خودتان چاپخانه داشته باشید از خودتان ایراد نمی‌گیرید و یک روز می‌دانید ماشین خراب است و یک روز هم کارگر دچار مشکل،

گلستان شاید اولین شرکتی باشد که برای بسته‌بندی چای از مقوای ایندربرد استفاده کرد. همچنین درصد چاپ استاندارد انولوپ چای کیسه‌ای برآمد.

از ۲۵ سال پیش برای اینکه چاپ خوبی برای انولوپ تی‌بگ‌هایمان داشته باشیم، این کار را به شرکت‌هایی در ایتالیا و اسپانیا سفارش می‌دادیم که ناچار بودیم مجوز وزارت صنایع را بگیریم و این کار هم آسان نبود. مرحوم سید محمد گرامی به شدت پیگیر این موضوع بودند که چرا چنین کاری در ایران انجام نمی‌شود. برای انجام این کار بارها به کشورهای خارجی سفر کردیم تا بتوانیم دستگاهی که این محصول را تولید می‌کند، وارد کنیم. ابتدا به آقای مصطفایی مدیر شرکت مسعود مارک مراجعه کردیم. ایشان قالب‌ها و ابزار این دستگاه را از استرالیا وارد کرد تا کار را شروع کنیم. در عین حال خواست خود را برای چاپ انولوپ با چاپخانه‌های پیشرو در میان می‌گذاشتیم تا این که سرانجام ده سال پیش به همت مسعود مارک اول بار این سد شکسته شد. جا دارد از تلاش‌های آقای مصطفایی تشکر کنیم. خوشبختانه امروز چندین چاپخانه این خدمات را انجام می‌دهند.

اکنون آن‌قدر دستگاه‌های چاپ در ایران خوب هستند که دیگر نیازی به سپردن کارمان به اروپایی‌ها نداریم.

به نکته جالبی اشاره کردید که به نظر من بسیار مهم است: جدا از محصولی که داخل بسته‌ها است، شما به سلامت و ایمنی و ظاهر کار نیز بها می‌دهید. چرا برای شما این

شرکت گلستان بیش از هفتاد سال قدمت دارد که شروع کارش با چای بود و الان حدود دویست قلم مواد غذایی را عرضه می‌کند. بنده چهل سال است در این مجموعه کار می‌کنم. بیش از هفتاد درصد کار من در چای گلستان، مربوط به چاپ است.

شرکت گلستان همیشه به دنبال نوآوری است و کار گسترده‌ای در زمینه هم فلسکو و گراور و هم در زمینه افست چاپ انجام می‌دهد. زمانی چاپ افست را شروع کردیم که چاپخانه‌ها معمولاً دستگاه تک‌رنگ داشتند و برای هر کار رنگی، می‌بایست چهار بار این کار را تکرار می‌کردیم تا اینکه دستگاه‌های دو رنگ و چهار رنگ آمد و الان هم که دستگاه‌های ده رنگ وارد ایران شده است.

بسته‌بندی، امروزه حرف اول را در جذب مشتری می‌زند. شاید شرکت گلستان در ظاهر ربطی به چاپ نداشته باشد، اما شرکت ما تلاش می‌کند علاوه بر تهیه و تولید چای و محصولات غذایی و بهداشتی باکیفیت، بسته‌بندی را نیز مدنظر قرار بدهد؛ هم برای جذب مشتریان و هم برای استفاده راحت مصرف‌کنندگان.

بیش از بیست سال قبل ما مصاحبه‌ای با ماهنامه صنعت چاپ داشتیم و از مشکلات بسته‌بندی چای کیسه‌ای حرف زدیم، درحالی‌که برای خیلی از شرکت‌ها این مسائل اهمیت چندانی نداشت و یا اگر هم به این نواقص پی برده بودند، تلاش چندانی برای رفع آن نمی‌کردند. شرکت



گلستان برند محبوب ایران؛ طعم، رنگ و چاپ وقتی چای، صنعت چاپ را به پیش می‌راند

چای گلستان، قدیمی‌ترین برند چای و چای کیسه‌ای است که بسیاری از ایرانیان از آن خاطره دارند. شهرت و اعتبار گلستان با عطر و رنگ چای در ضمیر ایرانیان نشسته و چه سرمایه‌ای بالاتر از این برای یک برند؟

این سرمایه معنوی و اعتبار نام گلستان، پایه‌ای شد برای توسعه شرکتی که حالا ده‌ها قلم از کالاهای پرمصرف خانواده‌های ایرانی را در بسته‌بندی‌های شکل‌دار عرضه می‌کند. از برنج و زعفران گرفته تا پسته و ادویه و شوینده‌ها.

گلستان از روند توسعه خود، به هلدینگ بزرگی فراروییده که فروشگاه‌های زنجیره‌ای هفت یکی از شرکت‌های آن است.

چای و محصولات گلستان علاوه بر کیفیت خوب، دارای بسته‌بندی و چاپ زیبا، کارآمد و خوش‌پرداخت هستند که مصرف‌کننده با آن‌ها احساس صمیمیت و راحتی می‌کند. این ویژگی حاصل چند دهه همکاری با طراحان خوش‌ذوق و چاپخانه‌های پیشرو و استفاده از مواد مصرفی مرغوب و کنترل کیفیت دقیق و بهادادن به سلیقه و نظر مشتریان است.

گلستان، نه تنها معیار کیفیت مواد غذایی و محصولات پرمصرف بسته‌بندی شده، که شاخصی برای کیفیت چاپ و بسته‌بندی است، فراتر از این‌ها برند گلستان در سرزمین چاپ و بسته‌بندی به‌عنوان پیشران توسعه صنعت چاپ ایران شناخته شده است. مطالبه کیفیت و استقبال از نوآوری‌ها و ماشین‌های پیشرفته چاپ از سوی گلستان، زمینه‌ساز و انگیزه‌ای قوی برای توسعه واحدهای چاپ و بسته‌بندی کشور بوده است. روایت این همدلی و تعامل سازنده بین گلستان و خانواده چاپ را از زبان موبد بوشهری؛ مدیر چاپ و بسته‌بندی گلستان بشنوید.





گلستان علاوه بر تهیه و تولید چای و محصولات غذایی و بهداشتی باکیفیت، ارتقای بسته‌بندی را نیز مدنظر قرار می‌دهد

به ناچار مسامحه می‌کنید اما اگر این کار را به دیگران بسپارید، کیفیت خوب را مطالبه خواهید کرد.

چاپخانه هدر خواهیم داد. چه بهتر که این کار را برون‌سپاری کنیم. مشکلات چاپ از سال ۶۳ تا کنون بسیار کم شده است اما باز هم مشکلات خودش را دارد.

شما کنترل کیفیت دقیقی بر کارهای چاپی اعمال می‌کنید، حتی به انبار و مراحل مختلف آماده‌سازی و چاپ از نزدیک نظارت دارید، در مورد کیفیت مواد غذایی و چای

که در اختیار خودتان است هم چنین کنترل سخت‌گیرانه‌ای دارید؟

کنترل کیفیت در مورد چای و برنج و غیره بسیار جدی‌تر از چاپ، اعمال می‌شود. اصلاً حفظ اعتبار برند گلستان بدون کنترل کیفیت دقیق ممکن نیست. ما معتقدیم این چای یا غذایی که دست مردم می‌دهیم، همین غذا را بچه‌های خودمان هم می‌خورند پس موظف هستیم که بهترین غذا را با کیفیت مطلوب به دست مردم بدهیم. ۲۵ سال قبل وارد تهیه و بسته‌بندی و فروش پسته شدیم و دستگاه‌های خاصی برای آزمایشگاه خریدیم تا بتوانیم کیفیت پسته را بررسی کنیم مبدا ناخواسته پسته آلوده‌ای را به دست مردم بدهیم.

یعنی شما از ۲۵ سال قبل بسته‌بندی پسته را هم داشتید؟

بله! همان‌طور که گفتم شروع کار ما با تولید، تهیه و بسته‌بندی چای بود اما به دلیل نگرش مرحوم گرامی و البته کم شدن چای در ایران، به کالاهای دیگر هم روی آوردیم. یکی از آن‌ها پسته بود. ابتدا صرفاً صادرات پسته به فرمان رسید و بعد هم به فکر بسته‌بندی پسته افتادیم. بعد هم به فکر صادرات و بسته‌بندی برنج و پس از آن زعفران افتادیم. گروه GBG مجموعه‌ای با بیش از هفت‌هزار نفر پرسنل است و بزرگ‌ترین شالی‌کوبی در ایران را منطقه جویبار دارد. شما دقت کنید که

محصول برنج ما نباید بیش از دو درصد برنج شکسته داشته باشد و علاوه بر رعایت دیگر موارد، اگر بار برنج ما بیش از دو درصد شکستگی داشته باشد آن را مرجوع می‌کنیم. حتی اگر به دست فروشگاه برسد و گزارشی دریافت کنیم، آن را برمی‌گردانیم و پیگیر می‌شویم ببینیم چرا چنین مشکلی پیش آمده است. ما تا رسیدن محصول به دست مشتری، پاسخگو هستیم. فروشگاه‌های زنجیره‌ای هفت با بیش از ششصد فروشگاه زیرمجموعه گروه صنعتی GBG است. گاهی پیش‌آمده که مشتری به خاطر اندکی تفاوت رنگ در دو کارتن یک محصول، از ما پرس‌وجو کرده است و ما هم پاسخگو بوده‌ایم.

به جرات می‌توانم بگویم اولین بسته‌بندی پنجاه گرمی و صد گرمی پسته و نیز بسته‌بندی چند کیلویی برنج، که هر دو از محصولات اصیل ایرانی هستند، توسط شرکت گلستان انجام شد. به موازات آن برای چاپ بهتر کیسه‌های برنج تلاش کرده‌ایم.

هرچه کیفیت بالاتر می‌رود، مردم می‌فهمند که کاری با کیفیت بالاتر نیز می‌تواند باشد و همان را مطالبه می‌کنند.

بله! چاپ و بسته‌بندی معرف محصول است. همان‌طور که من به‌عنوان یک انسان اگر لباس کثیف بپوشم، من را با همان لباس قضاوت می‌کنند، محصولات هم اگر

بسته‌بندی خوب و باکیفیتی نداشته باشند، یقیناً در نگاه اول با همین دید، قضاوت می‌شوند. شرکت گلستان تمام تلاشش این است که ظاهر و باطن محصولاتش خوب باشد. مسئولین کنترل کیفیت، تمامی مراحل را از تهیه تا تولید و بسته‌بندی، نظارت می‌کنند تا بهترین محصول به دست مشتری برسد.

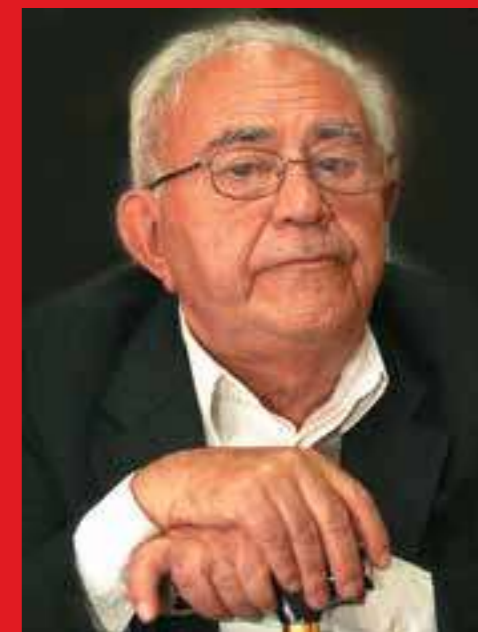
تا آنجا که می‌دانیم، گلستان علاوه بر

همکاری موردی با طراحان، آتلیه بزرگ طراحی هم دارد. آیا در این بخش ملاحظات پیش از چاپ و اصلاح فایل‌ها برای خروجی انجام می‌شود یا ضمن رفت و برگشت با لیتوگرافی، کارها اصلاح می‌شوند؟

بله، ما طراحی چاپ را در مجموعه خودمان انجام می‌دهیم. آقای علیمحمدی مسئول این کار است که طراحی را کاملاً بررسی می‌کند. خوشبختانه سابقه و تبحر ایشان در

ارزش‌گذاری برای محصول و مشتری باعث شده که گلستان دنبال چاپ باکیفیت باشد

مسئولیت‌های اجتماعی گلستان



کسب و کارها اجزای قدرتمند جامعه به شمار می‌آیند و موفق‌ترین، قابل‌احترام‌ترین و مطلوب‌ترین کسب و کارها آن‌هایی هستند که کاری فراتر از درآمدزایی ایجاد کنند؛ آن‌هایی که آمده‌اند تا از تجربه و امکاناتشان برای حل مشکلات جامعه و محیط زندگی خود استفاده کنند

شرکت گلستان با نگاه ویژه‌ای که بنیان‌گذار آن، مرحوم حاج سید محمد گرامی، به امور خیریه و نیکوکاری داشت، همواره تلاش دارد تا شرکتی مسئول در قبال جامعه‌ای باشد که در آن رشد کرده است. مدیران گلستان اعتقاد دارند که ایجاد تغییرات مثبت در جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، از وظایف اصلی آن‌هاست. ساخت مدارس، مراکز پزشکی و خدمات درمانی، مراکز نگهداری سالمندان، مراکز نگهداری و حمایت از کودکان بی‌سرپرست و عقب‌ماندگان ذهنی،

ساخت و تجهیز مراکز علمی و از همه مهم‌تر سرمایه‌گذاری عظیم و آغاز ساخت بیمارستان خیریه مهدی کلینیک در مجتمع امام خمینی که بزرگ‌ترین و مجهزترین بیمارستان خاورمیانه خواهد بود؛ بخشی از مسئولیت‌های اجتماعی گلستان محسوب می‌شود.

سلامت، برای ایرانیان

پروژه منحصربه‌فرد احداث بیمارستان مهدی کلینیک با هدف ارائه خدمات پزشکی و بهداشتی یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های خیریه ملی و غیرانتفاعی است که از حمایت مستقیم شرکت گلستان برخوردار است. موسسه خیریه مهدی موعود به‌عنوان مجری اصلی این پروژه یکی از مجموعه‌های خیریه‌ای است که به وصیت مرحوم حاج سید محمد گرامی مؤسس و بنیان‌گذار گروه تجاری گلستان و در راستای



تحقق بخشیدن به تعهد اجتماعی و دیدگاه بشردوستانه این گروه تأسیس شده است.

موسسه نیکوکاری حضرت فاطمه الزهرا (س)

بنیان‌گذاران گلستان با هدف بشردوستی و با نیت خیرخواهانه، اقدام به حمایت از مؤسسات خیریه کرده‌اند تا علاوه بر ادای دین و وظیفه ملی در دستگیری از قشر کم‌توان،

مصرف‌کنندگان کالاهای خود را نیز در این امر خیر شریک کرده باشند. تأسیس موسسه نیکوکاری حضرت فاطمه الزهرا (س) واقع در تفت یزد را می‌توان نمونه‌ای از این فعالیت‌های خیرخواهانه معرفی کرد.

آموزش کودکان

باور گلستان این است که تنها با تربیت نسلی آگاه و توانمند می‌توانیم فردایی بهتر داشته

باشیم. این باور، گلستان را بر آن داشته تا در ساخت چندین مدرسه و موسسه آموزشی همچون مجتمع آموزشی حضرت سیدالشهدا یزد مشارکتی فعال داشته باشد. تأسیس چند موسسه آموزشی در نقاط محروم و دورافتاده کشور حاصل تلاش‌های «سید محمد گرامی» و هیات‌مدیره گلستان در تلاش برای ساختن ایرانی آباد و توانمند است.



ما معتقدیم این چای یا غذایی که دست مردم می‌دهیم، همین غذا را بچه‌های خودمان هم می‌خورند پس موظف هستیم که بهترین غذا را با کیفیت مطلوب به دست مردم بدهیم

کار لیتوگرافی و چاپ، بسیار موثر است و جلوی بسیاری از خطاها را می‌گیرد. به هر حال مرحله لیتوگرافی و چاپ، خارج از اختیار شماسست. آنجا چگونه کیفیت چاپ و یکدستی رنگ لوگو و بسته‌ها را کنترل می‌کنید؟

امروزه اگر چاپخانه‌ای، لیتوگرافی نداشته باشد یا سایر امکانات لازم مثل دایکات و غیره را یکجا نداشته باشد، ما اصلاً با آن کار نمی‌کنیم. علاوه بر این سعی داریم سفارش را به چاپخانه‌های معتبر و شناخته‌شده بدهیم. برخی چاپخانه‌ها سنتی کار می‌کنند و کارشان هم خیلی خوب است اما ما با شرکت‌هایی مثل فراننگ آریا و آقای پیشعلی کار می‌کنیم چون ایشان دنبال دانش چاپ هستند و کار را به‌صورت علمی پیش می‌برند و با فناوری روز دنیا در این حوزه پیش می‌روند. چاپ، علمی است که انتها

ندارد. ایشان از پرسابقه‌ترین‌ها در این صنعت هستند، با این حال برای یک مشکل کوچک به متخصصین مراجعه می‌کنند، حتی اگر نیاز باشد، به خارج از کشور سفر می‌کنند تا ایراد کار را بفهمند. شما انواع و اقسام محصولات را دارید پس باید انواع و اقسام بسته‌بندی و چاپ را نیز داشته باشید. می‌توانید این موارد را طبقه‌بندی کنید؟

حدود هشتصد قلم کالا باید در این مجموعه تولید شود تا چرخ این کارخانه بچرخد. این کار هم مشکلات خاص خود را دارد. جدای از مواد غذایی، اگر در مورد بسته‌بندی و چاپ صحبت کنیم، از بزرگ به کوچک باید به این صورت کار را طبقه‌بندی کرد؛ کارت‌ن، جعبه، داخل جعبه، انولوپ و تگ، همچنین انواع و اقسام سلفون با لایه‌های متعدد و متریال متفاوت برای بسته‌بندی شکر و ادویه و موارد دیگر.

خودش را دارد. جدای از مواد غذایی، اگر در مورد بسته‌بندی و چاپ صحبت کنیم، از بزرگ به کوچک باید به این صورت کار را طبقه‌بندی کرد؛ کارت‌ن، جعبه، داخل جعبه، انولوپ و تگ، همچنین انواع و اقسام سلفون با لایه‌های متعدد و متریال متفاوت برای بسته‌بندی شکر و ادویه و موارد دیگر.

به نظر می‌رسد یکی از پیچیده‌ترین کارهای چاپی تولید شما، تولید تی‌بگ باشد، که کوچکترین کار شما هم هست. اگر بخواهیم اجزای یک تی‌بگ را برای ما تشریح کنید، چه توضیحاتی دارید؟

برای این که بتوانیم یک تی‌بگ با کیفیت را تولید کنیم و به دست مشتری برسانیم، ده نوع مواد مصرفی باید به کار گرفته شوند. شرح اجزای یک چای کیسه‌ای به اختصار چنین است: یک کاغذ با لایه متالایز داریم که چاپ روی طرف کاغذ انجام می‌شود. سپس آن کاغذ روی لایه OPP که متالایز شده، لمپنه می‌شود. سپس دستگاهی دیگر، نخ تی‌بگ را که صددرد پنبه است، به وسیله حرارت (هیت‌سیل)، نه چسب، به تگ متصل می‌کند. جنس بسیار نازک کیسه چای، یک کاغذ ۱۳ تا ۱۵ گرمی سلولوزی است که هیچ چاپی روی آن انجام نمی‌شود و به‌عنوان نگه‌دارنده و محافظ چای استفاده می‌شود. این کاغذها همه وارداتی هستند و ابتدا انگلیس و پس

از آن آلمان تولیدکننده‌اش بودند اما اکنون ترکیه و چین هم وارد این صنعت شده‌اند.

آیا کاغذ کیسه چای، بهداشتی است و گواهی و مجوز خاصی دارد؟ بله. این کاغذ مجوز دارد. هر چیزی که تماس مستقیم یا غیرمستقیم با محصولات غذایی داشته باشد باید گواهی‌ها و مجوزهای مخصوص خودش را داشته باشد تا وارد چرخه تولید شود. ما نیز ابتدا مجوزها را بررسی می‌کنیم و پس از آن، اجازه استفاده در تولید را می‌دهیم.

مردم اطلاعاتی درباره این مسائل ندارند و اغلب به دنبال ارزانی هستند، بی‌خبر از اینکه چه مسائلی مهمی پشت پرده این ارزانی است. بله، قدرت خرید مردم کاهش یافته است و بعضی از مردم تلاش می‌کنند چیزی را تهیه کنند که ارزان‌تر باشد و اطلاع ندارند اگر محصول یک برند گران‌تر است، مسلماً هزینه بیشتری بابت آن شده است.

با توجه به وارداتی بودن کاغذهای کیسه چای و بسته‌بندی تکی آن، آیا نگران تأمین آن نیستید؟ چرا بعضی بسته‌های تکی چای کیسه‌ای در بازار از جنس opp شده‌اند؟ بله. چندین سال به دنبال این بودیم که مواد اولیه این محصول را وارد کنیم چراکه آن زمان نیمی از تولید چای کیسه‌ای توسط شرکت چای گلستان تولید می‌شد و دیگر شرکت‌ها حداکثر نیم دیگر از بازار تولید چای کیسه‌ای را در اختیار داشتند به همین دلیل ما ناچار بودیم این مواد را تهیه کنیم.

به نظر می‌رسد از آنجا که چای گلستان برند معتبر و شناخته‌شده‌ای است که همیشه سلامت محصول و محیط‌زیست برایش حائز اهمیت بوده است، اگر بتواند همچنان از محصولات کاغذی بهداشتی در بسته‌بندی‌هایش استفاده کند، کار بهتری باشد. به هر حال استفاده از پلاستیک به ضرر محیط‌زیست است.

درست می‌فرمایید اما کاغذ تی‌بگ از محصولاتی است که خیلی وقت‌ها در ایران به سختی پیدا می‌شود و در ددرس‌های زیادی دارد درحالی‌که در مورد opp چنین مشکلی را نداریم و به راحتی پیدا می‌شود و تهیه فیلم هم کار بسیار راحت‌تری است. ما وابسته به

واردات این محصول کاغذی هستیم. ما محدودیت زیادی برای این کار داریم.

شما اشاره کردید که برای چاپ تگ کیسه‌ای ابتدا سراغ مسعود مارک رفتید، بعد با چه شرکت‌ها و چاپخانه‌هایی برای تولید تی‌بگ وارد کار شدید؟

آسان‌پک، رایان لیبیل، فرارنگ آریا، طلایه مرجان، چاپخانه‌هایی بودند که دستگاه‌های مربوط به تی‌بگ را وارد کردند و ما هم با آن‌ها ارتباط گرفتیم.

آیا شما محصولاتی دارید که با دو درجه متفاوت عمومی و لاچبری تولید شود؟

بله. برخی محصولاتمان این‌گونه هستند اما عموماً کار را برای اغلب مشتریان در نظر می‌گیریم و تمرکز تولیداتمان برای عموم مردم است. به‌عنوان مثال در تولید تی‌بگ، قیمت نوع لاچبری برخی محصولاتمان به دلیل گران‌تر بودن نوع بسته‌بندی و کیفیت محصول یا ترکیب چند طعم مختلف چای، درصدی بالاتر از نوع معمولی آن است که در توان خرید مردم نیست. مهم‌ترین دلیل این تفاوت قیمت را باید نوع بسته‌بندی کالا دانست نه از کیفیت محصول. اما برخی مشتریان به ظاهر کالا اهمیت زیادی می‌دهند گاهی به دلیل تفاوت دیدگاهشان است و گاهی هم به دلیل نوع استفاده از آن که اغلب برای هدیه دادن استفاده می‌شود و ظاهری شکیل‌تر برایشان مهم است.

آیا شما این کارهای لوکس و لاچبری را برای صادرات تولید می‌کنید؟ خیر؛ این کارهای لاچبری برای صادرات نیست مگر اینکه یک مشتری خاص بپاید و به دنبال صادرات این کار باشد و ما برایش محصولی خاص را با بسته‌بندی ویژه و لاچبری انجام بدهیم.

آیا بسته‌بندی برنج چندکیلویی گلستان، روش چاپ مخصوصی دارد؟

می‌توانیم بگوییم دستگاهی در ایران نیست که ما از آن استفاده نکنیم. حوزه تأمین وسیعی در زمینه چاپ و بسته‌بندی داریم اما در مورد بسته‌بندی برنج که برخی از آن‌ها به‌صورت کیسه‌های پارچه‌ای است، جریان خاصی دارد و هنوز دستگاهی نداریم که چاپ بسیار خوبی را روی این کیسه‌ها انجام بدهیم و معمولاً پیمانکاران ما با تغییراتی در دستگاه‌های چاپ افست قدیمی، نیاز ما را برطرف می‌کنند.

بسته‌بندی زعفران و نبات زعفرانی هم

دارید؟ بله، نبات زعفرانی را اخیراً تولید می‌کنیم.

آیا در کار چاپ و بسته‌بندی هم دچار مشکل شده‌اید؟

بله؛ گاهی اوقات کار را بنا به دلایلی، مثلاً حتی اندکی تغییر رنگ و تلرانس مرجوع کرده‌ایم. اغلب هم با کسانی کار می‌کنیم که کارشان را توجیه نکنند. چاپخانه‌هایی که ما با آن‌ها کار می‌کنیم معمولاً بی‌اشکال هستند و اگر مشکلی باشد، به جای توجیه کردن، آن را جبران می‌کنند.

آیا سلیقه مشتریان را مدنظر قرار می‌دهید؟

بله! ما درباره جامعه مشتریانمان و سلیقه و ذائقه‌شان تحقیق می‌کنیم. تمام این کارها قبل از تولید و ارائه محصول توسط بخش‌های دیگر شرکت و تیم بازاریابی انجام می‌شود. گاهی آمار رقبا را بررسی می‌کنیم. گاهی هم به صورت محدود با برخی متخصصان و مردم در مورد آن صحبت می‌کنیم تا بازخورد کار را بدانیم.

چگونه با مشتریانتان ارتباط برقرار می‌کنید؟

اغلب شماره و راه ارتباطی خاصی داریم که مشتریان می‌توانند شکایات، انتقادات و نظراتشان را با ما در میان بگذارند و کارشناسان ما نیز به خوبی پیگیر این موارد هستند، چراکه اگر انتقادی شود،

با درست شدن آن مورد و رفع آن ایراد، در نهایت گلستان پیشرفت می‌کند و اگر هم کسی نظر مثبتی درباره محصولمان بدهد می‌دانیم که خوب عمل کرده‌ایم و نباید با سهل‌انگاری، آن مزیت را از دست بدهیم.

آیا باید منتظر محصول پرمصرف جدیدی از گلستان باشیم؟

بله، فعلاً روی مایعات شوینده بهداشتی مانند بدن‌شوی، شامپو، مایع ظرف‌شویی کار می‌کنیم که تا چند ماه دیگر وارد بازار می‌شوند. بسته‌بندی آن‌ها به صورت ظروف پلاستیکی است که به جای چاپ مستقیم روی ظرف، لیبیل چاپ شده روی آن چسبیده خواهد شد.

تا اینجا همه صحبت از برند گلستان بود. بد نیست در پایان چند کلمه‌ای هم از هلدینگ خانواده گرامی بگویید.

هلدینگ GBG؛ مخفف انگلیسی گروه تجاری گرامی است که با مرحوم سید محمد گرامی کارش را شروع کرد و اکنون سومین نسل این خانواده به مدیریت آقای سید علی گرامی مشغول کار است. گلستان، زیرمجموعه گروه تجاری گرامی است. شرکت اتومبیل‌سازی فرداموتور نیز از دیگر اعضای گروه تجاری گرامی است. کارهای دیگر، حتی کارهای خیریه (مثل ساخت بیمارستان) نیز از دیگر اقدامات این گروه است.



در شرکت گلستان مسئولان کنترل کیفیت، تمامی مراحل را از تهیه تا تولید و بسته‌بندی، نظارت می‌کنند تا بهترین محصول به دست مشتری برسد



صحافی معین

تولید کننده زیباترین هارد باکس

تلفن: ۴۴۱۹۱۱۱۴

hamidpourkalbassi_



BIG CARPETS
Aladdin & Eslimi



صحافی معین





روایتی امیدبخش از زبان مدیر هلدینگ پما PMA

هلدینگ پما؛ درختی پر بار و برندی پر اعتبار

در خانواده چاپ و بسته‌بندی



دلیل اینکه بیشترین سهم را در بازار داریم، باید کیفیت بالا و تولید فیلم‌های تخصصی باشد

چه خوب شد که «امیرحسین گیوه‌چی» جوان، از صنعت نساجی به صنعت فیلم‌های بسته‌بندی کشیده شد و چه نیکو اتفاقی که تعاونی ماکارونی ایران سال ۱۳۶۸ تداوم شرکت ثبت‌شده پلاستیک ماشین الوان را به این مهندس مکانیک و ارشد صنایع سپرد و چه همکاران دانش‌پژوه و خوش‌فکری گرد او جمع شدند و ایده‌های خلاقانه خود را به هم گره زدند تا پلاستیک ماشین الوان (پما) ستون هلدینگ باشد که ده شرکت پویا و نوآور را زیر چتر خود گرفته است. خانواده چاپ و بسته‌بندی ایران می‌تواند به خود ببالد که چنین گروه فناورانه، خالق و جسوری دارد که سدشکن محدودیت‌ها و حامی صنایع دیگر به‌ویژه صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی است.

گروه صنعتی پما علیرغم همه محدودیت‌ها و فاصله چشمگیر شاخه‌های تخصصی چاپ و بسته‌بندی ما با کشورهای اروپا، شیردلانه و آگاهانه و پیگیر، پروژه‌های مهمی را به نتیجه رساند. یکی از اساسی‌ترین محصولات این شرکت، پاکت‌های اسپتیک است که سالیان سال، به نام تتراپک مهر شده بود و کمتر تصور می‌رفت که سازنده دیگری در جهان بتواند طلسم تتراپک را بشکند، حال مدت‌هاست که شرکت پاد الوان پاک؛ عضو این گروه صنعتی، نیمی از مصرف بسته‌بندی‌های اسپتیک کشور را با بهترین کیفیت تولید می‌کند و در بعضی رشته‌ها مثل تولید فیلم‌های پلی‌اتیلن و CPP دست بالا در تولید و ارائه فیلم‌های تخصصی دارد.

هلدینگ پما حالا در صنایع سلولزی هم جای پای خود را سفت کرده و خارج از مقوله چاپ و بسته‌بندی، در صنعت دارو نیز با تولید داروهای بیماری‌های خاص، نامی پرآوازه را کسب کرده است.

هر یک از این شاخه‌ها، قصه‌هایی دارد. اکنون زیر سایه درخت پرشاخ و برگ و سرسبز پما، امیرحسین گیوه‌چی، قصه این درخت پربار و برند پُراعتبار را برای ما روایت می‌کند.



من از حوزه نساجی آمده‌ام. پدرم نساج بود در کارخانه‌های ایرانشوف و درخشان، کمابیش با این رشته‌آشنایی داشتم، پس از فارغ‌التحصیلی در رشته مهندسی مکانیک حدود سال ۱۳۶۸ وارد کارخانجات درخشان قم شدم و در همان حال ارشد مهندسی صنایع را هم تمام کردم. دیدگاه‌های مهندسی و نوگرایانه‌ای داشتم که با بعضی مدیران آن مجموعه سازگار نبود. به فکر کار دیگری بودم که از یکی از دوستان شنیدم که به‌تازگی تعاونی ماکارونی ایران، کارخانه‌ای برای تولید CPP جهت تأمین مواد بسته‌بندی ماکارونی تأسیس کرده و شرکتی به نام پلاستیک ماشین الوان به این منظور ثبت شده و چند پروفرما از یک شرکت کره‌ای برای دو دستگاه تولید فیلم CPP و چاپ و لمینت گرفته‌اند. ظاهراً شرایط تعاونی طوری بود که نمی‌توانستند آن کارخانه را به سرانجام برسانند. سال ۱۳۷۳ بود که خانواده گیوه‌چی سهم تعاونی ماکارونی ایران را خریده و اداره شرکت پلاستیک ماشین الوان را به دست گرفتیم.

با توجه به نیاز تجهیزات پزشکی به این فیلم‌ها، ابتدا بعضی فیلم‌های موردنیاز تجهیزات پزشکی مثل فیلم فورمینگ، کاغذ مدیکال، لفاف دستکش‌های پزشکی، نخ سوزن و غیره را شروع کردیم.

آیا در آن زمان اساساً فیلم CPP در ایران تولید می‌شد؟ و این دستگاه‌ها به درستی انتخاب شده بودند؟

اولین تولیدکننده CPP در ایران ما بودیم. در عمل متوجه برخی کاستی‌های این دستگاه‌ها شدیم و بعد در سفری به اروپا، یک دستگاه تولید فیلم رفرنهایزر آلمانی خریداری شد و توانستیم محصول باکیفیت‌تری را تولید کنیم.

در همان سال‌ها شرکت پوشینه هم شروع به تولید CPP کرد.

مدیران پوشینه هم از خانواده نساجی آمده بودند. این شرکت ابتدا BOPP تولید می‌کرد. قسمت بود که در زمینه تولید فیلم همکاری مشابه داشته باشید؟

بله؛ برادران نجفی که قبلاً زمینه کاری مشترکی با ما داشتند، قبل از ما وارد این صنعت شده بودند و BOPP تولید می‌کردند، بعد تصمیم گرفتند CPP هم تولید کنند. حدود ۸-۷ سال فقط ما دو شرکت تولیدکننده CPP بودیم.

شما فرمودید که خط تولید پلاستیک ماشین الوان برای تولید مواد مصرفی بسته‌بندی ماکارونی تأسیس شد. پس چرا همه محصولات که برشمردید، در حوزه تجهیزات پزشکی بود؟

چون ابتدا موفق نشدیم فیلم مناسب با مشخصات فنی موردنیاز بسته‌بندی ماکارونی را تولید کنیم، ابتدا فیلم CPP را در صنعت تجهیزات پزشکی وارد کردیم و اوایل دهه ۸۰ با خرید دستگاه‌های اروپایی این امکان فراهم شد و از آن به بعد امکانات چاپ و لمینت ما هم بهتر و قوی‌تر شد.

در واقع در مرور سرگذشت پلاستیک الوان ماشین، باید اعتبار ویژه‌ای به دست‌اندرکاران صنعت ماکارونی بدهیم که هم در تأسیس آن نقش داشتند و هم بعدها با مطالبه فیلم‌های مورد نیاز خود، مسیر توسعه شرکت را جهت دادند.

بله، دقیقاً؛ قبل از اینکه خط تولید CPP اروپایی در پلاستیک ماشین الوان راه‌اندازی شود، معمولاً برای بسته‌بندی ماکارونی، دو

شیوه‌هایی را که حتی المقدور آسیب کمتری به محیط‌زیست بزند و ردپای کربن کمتری داشته باشد، انتخاب می‌کنیم

شرکت‌های عضو گروه PMA

- کاغذ پایپروس کاوه
- پوشان پلاستیک
- پاک ساتر وارنا
- پاد الوان پاک
- زیست دارو دانش
- شفا دانش آریا
- پاک مدیران آزاد
- پلاستیک ماشین الوان
- کارخانجات درخشان قم





یک محصول مهم ما پاکت اسپتیک است تقریباً ۵۰ درصد مصرف این پاکت‌ها در کل کشور را ما تولید می‌کنیم

فیلم OPP را لمینه می‌کردند. بعد که ماشین‌های با سرعت بالا پُرکن ماکارونی آمد، آنالیز اصلی برای لایه داخلی، از CPP استفاده کنند. همین باعث شد که تولید CPP رشد قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. احتمالاً به جز ماکارونی مصارف دیگری هم به توسعه CPP دامن زد. درست است؟

بله، در حال حاضر برای بسته‌بندی‌های مختلف به‌ویژه مواد صلب و سنگین مثل حبوبات، نبات و حتی پیچ و مهره و مصارف گوناگون از CPP استفاده می‌شود. CPP به خاطر خاصیت کشسانی بالا برای چنین کاربردهایی مناسب است، زیرا در برابر پارگی مقاوم است.

به این ترتیب در سرزمین ماکارونی نیز تحولی ایجاد شد و ماشین‌های پرسرعت به کار گرفته شدند. ابتدا با کدام برندهای ماکارونی شروع کردید؟

ما با لرد ماکارون شروع کردیم. البته فیلم‌ها را به چاپخانه‌ها می‌دادیم چون کار چاپ و لمینت در چاپخانه‌ها انجام می‌شد.

پس از راه‌اندازی خط CPP جدید، توسعه شرکت چه مسیری را پیمود؟

راستش من زیاد سفر می‌رفتم و در نمایندگان‌های مختلف و بازدید از کارخانه‌ها، در کشورهای دیگر به‌ویژه ایتالیا و آلمان با کنجکاو، روند جدید صنعت چاپ و بسته‌بندی انعطاف‌پذیر را زیر نظر داشتم.

یکی از دوستان صاحب‌نظر خارجی، مرا به

بازدید یک کارخانه و خط تولید فیلم‌های بادی برد (BLOWING). همان‌جا ایده شرکت پوشان پلاستیک شکل گرفت. این شرکت ابتدا با تولید کیسه فروشگاه‌های (Shopping bag) شروع کرد ولی بعد، دیدیم این شاخه مناسب کسب‌وکار ما نیست و وارد تولید فیلم‌های تخصصی پلی‌اتیلن و استرچ شدیم. امروز در صنعت پلی‌اتیلن، با ظرفیت روزانه ۵۵ تن، تولیدکننده اول فیلم پلی‌اتیلن هستیم. کارخانه پوشان پلاستیک در قم قرار دارد.

لطفاً در چند کلمه توضیح دهید که بیشترین مصرف فیلم‌های پلی‌اتیلن در چه مواردی است و چه خاصیتی به بسته‌بندی می‌افزاید؟

بیشترین مصرف فیلم‌های پلی‌اتیلن در صنعت لمینت است. کاربرد پلی‌اتیلن در چندلایه‌ها به خاطر فودگری بودن و سیل‌پذیری (یعنی دوخت‌پذیری) بسیار خوب آن است. بنابراین به عنوان لایه داخلی لفاف بسته‌بندی غذایی، بیشترین کاربرد را دارد. بیش از ۷۰ درصد ضخامت ساشه‌های موجود در بازار را فیلم پلی‌اتیلن تشکیل می‌دهد.

می‌دانیم که تولیدکنندگان فیلم‌های پلی‌اتیلن در ایران کم نیستند. مزیت محصولات پوشان پلاستیک چیست؟

بله، تولیدکننده زیاد است. دلیل اینکه بیشترین سهم را در بازار داریم، باید کیفیت بالا و تولید فیلم‌های تخصصی باشد؛ مثل فیلم‌های ایزی‌پیل که راحت باز می‌شود یا فیلم‌های خاصی که در تیوپ خمیردندان و

غیره کاربرد دارد.

چون شما تولیدکننده اول فیلم‌های پلی‌اتیلن هستید، چا دارد در مورد بازیافت آن هم بپرسیم، آیا جنبه‌های محیط‌زیستی این محصول، دغدغه شما هست یا در کشور ما فکری برای آن شده است؟

ببینید در واقع تولید فیلم‌های پلیمری زیست‌تخریب‌پذیر در ایران جایگاه قابل‌توجهی ندارد. چون چین کاری مثل بسیاری از کشورها، حمایت دولت را طلب می‌کند. تخریب‌پذیر شدن انواع فیلم‌ها هم بدون حمایت دولت در شرایط فعلی امکان‌پذیر نیست زیرا مستلزم افزودن موادی در فرایند تولید است که این مهم را ایجاد نماید. چنین موادی هزینه قابل‌توجهی ایجاد می‌کند. ما در این مورد مطالعاتی انجام دادیم و از شرکت‌های اروپایی اطلاعات مربوطه را دریافت کردیم ولی استفاده از این مواد، قیمت تمام‌شده ما را بالا می‌برد. در حالی که شرکت‌های دیگر چنین کاری را نمی‌کنند، اگر ما فیلم پلی‌اتیلن سازگار با محیط‌زیست تولید کنیم، قدرت رقابت در بازار را نخواهیم داشت. چون ظاهر فیلم‌ها تفاوتی ندارد. ما ضمن پیگیری این مساله و در جستجوی راه‌حلی برای تولید فیلم‌های پلی‌اتیلن سازگار با محیط‌زیست، به سازمان بازیافت مراجعه کردیم ولی دیدیم هیچ‌گونه حمایتی نمی‌کنند.

در شرایط کنونی بدون حمایت دولت، هیچ شرکتی از نظر اقتصادی نمی‌تواند چاره‌ای بیاندیشد. ظاهراً زیست‌تخریب بودن فیلم‌های پلیمری و اساساً ملاحظات محیط‌زیستی در اولویت‌های دولت جایی ندارد. همان‌طور که جایگزینی اتومبیل بنزینی با برقی اولویت نیست و بسیاری از اتومبیل‌هایی که به بازار می‌آیند، کم‌مصرف نیستند، در نتیجه شاهد آلودگی شدید هوا در بسیاری از شهرهای ایران هستیم. اینگونه مسائل بدون برنامه‌ریزی و حمایت دولت حل نمی‌شوند. ما به سهم خود داریم مطالعه می‌کنیم و در فرایند تولید خود، شیوه‌هایی را که حتی‌المقدور آسیب کمتری به محیط‌زیست بزند و ردپای کربن کمتری داشته باشد، انتخاب می‌کنیم.

در حال حاضر در کشورهای اروپایی استانداردهای سفت و سختی برای رعایت مسائل محیط‌زیستی اعمال می‌شود و شاهد کوچ صنایع بسته‌بندی از مواد پلاستیکی به سوی مصرف مواد سلولزی هستیم. آیا چنین گرایش‌هایی را در ایران نیز باید انتظار داشته باشیم؟

بله در اروپا بسیاری از بسته‌بندی‌ها به سوی

سلولزی شدن می‌رود. ولی در ایران همچنان از PE-PP و PET مصرف می‌شود و حجم قابل‌توجهی از این مواد، سرانجام به خاک و رودخانه‌ها وارد می‌شود.

با این توضیحات علیرغم روند جهانی که اشاره کردید و محدودیت‌هایی که در کشورهای اتحادیه اروپا برای فیلم‌های بسته‌بندی و چندلایه‌ها اعمال می‌شود، شما همچنان ناچار هستید به توسعه فیلم‌های بسته‌بندی و چندلایه‌ها ادامه دهید، درست متوجه شدم؟

بله، ما تابع تقاضای بازار هستیم و در حرفه تولید فیلم و لمینت و چاپ لفاف، مجموعه‌ای توانمند ایجاد کرده‌ایم و برای حفظ بازار هم باید طرح‌های توسعه خود را اجرا کنیم. تغییر این روند و شیفت کردن به سوی مواد سلولزی یا تمهیدات دیگر، همان‌طور که گفتم، از این یا آن شرکت ساخته نیست و حمایت دولت و فرهنگ‌سازی را نیاز دارد.

به نظر می‌رسد هلدینگ پلاستیک ماشین الوان (پما) هم در راستای همسویی با روند جهانی، به ایجاد خط تولید سلولزی اقدام کرده است. شرکت کاغذ پاپیروس کاوه عضو جدید هلدینگ شما، چه ویژگی‌هایی دارد و توسعه آن به چه سمتی است؟

شرکت کاغذ پاپیروس هم مثل اغلب شرکت‌های عضو هلدینگ پما، با هدف تولید محصولات جهت صنعت بسته‌بندی آغاز به کار کرده و بخش مهمی از محصولات آن برای تأمین نیازهای سایر واحدهای هلدینگ به

کار خواهند آمد. اکنون دو سال از شروع به کار کاغذ پاپیروس می‌گذرد و تولید مقوای مخصوص بسته‌بندی‌های اسپتیک را هم در دستور کار دارد که مورد نیاز یکی از شرکت‌های هلدینگ ماست.

جدای از شیفت کردن از فیلم به سوی مواد سلولزی، در صنعت فیلم‌های پلیمری نیز شاهد گرایش خاصی برای تولید فیلم مونومتریال یا تک‌پایه هستیم. آیا این روند در ایران هم مشاهده می‌شود؟

من همین یک ماه پیش از چند نماینده کارخانی در ارتباط با کار خودمان بازدید داشتم و دیدم که تقریباً PET (پلی‌استر) کم‌وبیش کنار گذاشته شده و آنچه از فیلم‌های بسته‌بندی تولید می‌شود، عمدتاً با گرید خاصی از پلی‌اتیلن ساخته می‌شوند و تولید چندلایه‌های متفاوت به شدت کاهش یافته است.

این روند در کارخانه‌های تولید فیلم در ایران، هنوز رایج نشده و اگر هم باشد، بیشتر در حد مطالعات واحد R&D است.

ضمن صحبت‌ها، اشاره کردید که شرکت‌های گروه پما، معمولاً محصولات تخصصی و جدیدی تولید می‌کنند. ممکن است توضیح بیشتری در این زمینه بدهید؟

رسالت اصلی و استراتژی ما در صنایعی که داریم کار می‌کنیم، این است که محصولات ویژه و جدید تولید شده، تمام محصولاتی که تا این ساعت در گروه پلاستیک ماشین الوان



تاکنون تولید کرده‌ایم، معمولاً انحصاری هستند یا دست‌کم ما اولین تولیدکننده آنها بوده‌ایم. تمام درب‌های پلی‌پروپیلن مثل فرمند و غیره، لفاف‌های آلوالو، زیر قرص‌ها و کپسول‌ها، بیلیسترهای غذایی و دارویی تولید پلاستیک الوان ماشین است، که به نوعی انحصاری‌ست.

ما عموماً فیلم‌های مخصوص بسته‌بندی‌های تخصصی را مهندسی معکوس می‌کنیم و با کسب دانش فنی لازم، آن‌ها را تولید و به بازار معرفی می‌کنیم.

آیا وجود پتروشیمی به‌عنوان صنعت بلا دستی در ایران، به این معنی است که شما می‌توانید همه مواد اولیه خود را از پتروشیمی‌ها دریافت کنید؟

خیر؛ پتروشیمی صنعتی بسیار گسترده است و طیف محصولاتی که صنایع مختلف از پتروشیمی‌ها تقاضا دارند، بسیار وسیع و متنوع است و نمی‌توانند یا نمی‌صرفد که همه چیز را تولید کنند. بنابراین بخشی از مواد اولیه پلیمری خاص در کشور ما هنوز هم وارداتی است. مخصوصاً در زمینه تولید اسپتیک در شرکت پاد الوان نیاز به بعضی گریدهای ویژه داریم که الزاماً باید از خارج کشور وارد شوند.

شما چند قلم محصول تولید می‌کنید؟

CPP، فیلم‌های پلی‌اتیلن و استرچ تولید می‌کنیم، علاوه بر این‌ها، یک محصول مهم

ما به صدای مشتری خیلی اهمیت می‌دهیم و چنانچه مشکلی گزارش شود، به سرعت مورد بررسی قرار می‌گیرد



در حال حاضر چند شرکت عضو گروه پما در حال دانش‌بنیان شدن هستند

ما پاکت اسپتیک است (که اغلب به اسم تتراپک می‌شناسند)، تقریباً ۵۰ درصد مصرف این پاکت‌ها در کل کشور را ما تولید می‌کنیم. ترموفرمنینگ‌ها، فیلم فرمینگ‌های پزشکی و کاغذ مدیکال هم در زمره محصولات انحصاری ماست.

آیا فیدبک درستی از مشتری دارید و موارد نارضایتی مشتریان رسیدگی می‌شود؟ آیا جنس مرجوعی هم دارید؟ از این پرسش‌ها عمدتاً کیفیت ورق‌های اسپتیک پاد الوان موردنظر است؟

ما به صدای مشتری خیلی اهمیت می‌دهیم و چنانچه مشکلی گزارش شود، به سرعت مورد بررسی قرار می‌گیرد. مورد مرجوعی به خاطر ندارم علت شاید این باشد که ما کنترل کیفیت (QC) بسیار خوبی داریم که هم مواد اولیه و هم فرایند تولید را طبق استانداردهای معتبر جهانی، کنترل و بازرسی می‌کند.

هرگاه کمترین اشکالی در محصول مشاهده شود، آن را از مسیر تولید کنار می‌گذاریم. همچنین در صورت صحت ادعای مشتری، آن را مرجوع می‌کنیم ولی تا آنجا که من به یاد دارم، اشکالی از این نوع گزارش نشده است. به جرات می‌توانم بگویم که پاکت‌های اسپتیک پاد الوان از بالاترین کیفیت برخوردار است.

لطفاً توضیحی در مورد تولید پاکت‌های اسپتیک در مجموعه پاد الوان بدهید. چه عملیاتی را شما انجام می‌دهید و چه عملیاتی در کارخانه‌های لبنیات و آبمیوه و غیره صورت می‌گیرد.

آنچه مربوط به لمینت، تولید ورق، چاپ و

خطزنی (Crease) است در کارخانه پاد الوان پاک انجام می‌شود. در نهایت رول چاپ شده و خط‌خورده، حاوی مثلاً ۵ هزار بدنه پاکت، تحویل کارخانه لبنی یا نوشیدنی می‌شود. سپس در خط تولید آن کارخانه‌ها، هنگام عملیات پرکنی (Filling)، پاکت‌ها یکی‌یکی، جدا شده و بر اساس خطا یا Crease خود، فرم می‌گیرند و پر می‌شوند که پس از دوخت و سیل شدن، وارد مسیر بسته‌بندی چندتایی قرار می‌گیرند.

به نظر می‌رسد که مصرف ظروف اسپتیک رشد چشمگیری دارد. از نظر فرم و اندازه نیز نوع زیادی در محصولات به چشم می‌خورد. آیا شما هر نوع ظرف اسپتیکی را تولید می‌کنید؟ و آیا می‌توان گفت دیگر نیازی به واردات آن نیست؟

اینکه رشد مصرف ظروف اسپتیک قابل توجه است، حرف درستی است ولی ما همه نوع آن را تولید نمی‌کنیم، می‌دانید که قالب خطا یا Crease هر یک از کارها بر اساس ابعاد و شکل آنها متفاوت است. مثلاً ظرف ۱۲۵، ۲۰۰، ۲۵۰ و ۱۰۰۰ سی‌سی و غیره و غیره. روی هر یک از پاکت‌ها در قفسه فروشگاه‌ها می‌توانید نشان تجاری سازنده آن مثلاً پاد الوان یا تتراپک و غیره را ببینید. عمده‌سایزها را ما داریم.

لطفاً در مورد سازوکار واحد R&D در مجموعه پما هم توضیح دهید.

هر یک از شرکت‌ها تیم D&R خاص خود را دارد. عمده کار این واحدها به مهندسی معکوس تولید برخی محصولات اختصاص

دارد. در مواردی هم تحقیقات R&D بر تولید محصولی با فرمولاسیون جدید و اختصاصی متمرکز بوده که دستاوردهای خاص خود را داشته‌اند.

آیا این محصولات ابدعی پلاستیک ماشین الوان ثبت شده یا در ژورنال‌های معتبر خارجی معرفی شده‌اند؟

تاکنون چنین کاری نکرده‌ایم ولی در حال حاضر چند شرکت عضو گروه پما در حال دانش‌بنیان شدن هستند. در زمینه ترموفرمنینگ و بعضی فیلم‌های ایزوپیل دستاوردهایی داشته‌ایم ولی هنوز هم جای کار در این زمینه بسیار است.

بد نیست چند کلمه‌ای هم درباره استانداردهای تولید و به‌ویژه با توجه به مصرف محصولات گروه پما در صنایع غذایی و دارویی، در مورد استاندارد GMP بگویید.

دو شرکت گروه پما که در کار تولید پاکت‌های اسپتیک و بسته‌بندی تجهیزات پزشکی فعالیت دارند، استاندارد GMP را گرفته‌اند. البته استانداردهای مختلف ISO را هم برای واحدهای مختلف گرفته‌ایم، مثل ISO ۹۰۰۱، ISO ۲۲۰۰۰ و ISO ۱۳۴۸۵ که برای محصولات غذایی و تجهیزات پزشکی هستند. استاندارد GMP را از شرکت KAS سه سال پیش گرفته‌ایم و هر سال با حضور بازرس اعزامی و نماینده ایرانی این شرکت، بازرسی و تأیید می‌شود.

آیا از سهم خود در بازار داخل و میزان موفقیت در بازارهای خارجی راضی هستید؟

ما سهم قابل‌ملاحظه‌ای در بازار داخل داریم،

حدود نیمی از بازار پاکت‌های اسپتیک را در اختیار داریم. روی صادرات هم خیلی فعال شده‌ایم، ظرفیت‌ها را افزایش می‌دهیم، تقریباً ۱۵ درصد تولید کل شرکت‌های ما صادر می‌شود. به احتمال زیاد برای سال آینده بین ۵ تا ۱۰ درصد افزایش سهم صادرات خواهیم داشت. پاکت‌های اسپتیک پاد الوان در بازارهای صادراتی منطقه، تقاضای خوبی دارد ولی استراتژی ما فعلاً صادرات بیشتر نیست. فیلم‌های CPP، پلی‌اتیلن و استرچ هم به مقدار قابل‌توجهی صادر می‌شوند.

با توجه به ظرفیت علمی و تراکم تجربه و دانش فنی در گروه پما، ظرفیت کافی برای ایجاد مرکز آموزشی هنرستانی یا علمی-کاربردی وجود دارد. آیا تمایلی به این کار دارید؟

تاکنون به این مورد فکر نکرده بودیم. چنین کارهایی هم باید توسط دولت صورت گیرد و ما حمایت کنیم. البته ما در امر مدرسه‌سازی در کنار دولت، کمک‌هایی داشته‌ایم که از نوع اقدامات خیریه محسوب می‌شود، نه مستقیماً مشارکت در آموزش.

آیا پایان‌نامه‌های دانشجویی در رشته پلیمر و رشته‌های مرتبط، با همکاری گروه پما انجام شده است؟

بعضی پایان‌نامه‌های دانشجویی در صنعت داروسازی داشته‌ایم، ولی در حوزه چاپ و بسته‌بندی نه. شاید دلیلش آن باشد که رشته چاپ، در آموزشگاه عالی جایگاه مناسبی پیدا نکرده است.

دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های داروسازی و پلیمر، با ما همکاری داشته‌اند و بعضی از آنها در مشاغل مختلف در کارخانه‌های گروه پما جذب شده‌اند، تعدادی در واحدهای R&D، در فروش، در کنترل کیفیت و غیره با ما همکاری دارند.

شرکت دارویی در مجموعه پما، قدری دور از سایر فعالیت‌ها در زمینه چاپ و بسته‌بندی به نظر می‌آید. با توجه به اینکه قبلاً فرمودید شرکت‌های مختلف برای تأمین نیازهای یکدیگر توسعه یافته‌اند، رو آوردن به داروسازی چه توجیهی داشته است؟

سال ۱۳۸۴ یکی از دوستان از من پرسید که با توجه به مشکلات تأمین برخی اقلام داروهای خاص و همچنین تحریم‌ها چرا شما در این زمینه سرمایه‌گذاری نمی‌کنید؟ بیماران MS از این بابت خیلی رنج می‌کشند. به هر حال سخن حق ایشان ما را برانگیخت و به اتفاق ایشان سفری به انگلستان داشتیم و دانش فنی و لیسانس یک شرکت تخصصی انگلیسی را گرفتیم. در محل پارک علم و

فناوری دانشگاه تهران شروع به کار کردیم. پس از ۴ سال موفق شدیم اولین داروی تخصصی MS را تولید کنیم. تا امروز پیوسته کارهای مطالعاتی و تخصصی در این شرکت دارویی به نام «زیست دارو دانش» جریان دارد و اکنون بالای ۳۰ قلم داروی تخصصی MS، داروی ضدسرطان و داروی اورفان را در سید

محصولات این شرکت داریم. همه درآمدهای این شرکت، برای توسعه خود شرکت و امور خیریه صرف شده است. تقریباً از ۲۲۰ نفر پرسنل این شرکت، حدود ۳۵ داروساز هستند. ساختمانی حدود ۴۰۰ متر در نزدیکی دانشگاه تهران به R&D شرکت زیست دارو دانش اختصاص دارد که بعضی دانشجویان برای انجام کارهای تحقیقاتی خود، به آنجا مراجعه می‌کنند. البته کارخانه داروسازی هم در شهرک صنعتی بهارستان مستقر است. دانشجویان به رایگان از امکانات این مرکز استفاده می‌کنند، بعضی از آنها هم جذب شرکت می‌شوند.

چه می‌شد اگر چنین خدماتی به دانشجویان رشته چاپ هم می‌دادید که در شرکت‌های تخصصی چاپ و بسته‌بندی پایان‌نامه خود را بگذرانند و آموزش تخصصی ببینند؟

چنین فرصتی فراهم نیامده، شاید در آینده ان‌شاءالله بتوانیم شیوه مناسبی برای حمایت از دانشجویان چاپ در بعد علمی و تجربی پیدا کنیم. البته بزرگان صنعت چاپ حتماً پیش از ما پیش قدم خواهند شد.

سپاس از نکته‌ها و توضیحات تخصصی شما. خواهش می‌کنم. صحبت‌های من بیشتر بیان خاطرات بود. امیدوارم نکته‌هایی برای خوانندگان ماهنامه صنعت چاپ در بر داشته باشد.

زمینه فعالیت و اشتغال

بیش از یک هزار نفر به صورت مستقیم در زمینه تولید فیلم و چندلایه و چاپ و نیز بسته‌بندی مواد غذایی، بهداشتی، دارویی، همچنین تولید دارو، کالای خواب، کاغذ، مقوا و مرکب در شرکت‌های عضو گروه پما مشغول به کار هستند.



دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های داروسازی و پلیمر، با ما همکاری داشته‌اند

هلدینگ پما

۰۲۱ - ۴۲۳۱۸۰۰۰

سایت www.pma-pma.com

● گروه دارویی

شماره تماس: ۰۲۱ - ۴۸۲۴۱۰۰۰

۰۲۱ - ۴۲۳۱۸۷۰۰



● گروه غذایی

شماره تماس: ۰۲۱ - ۴۲۳۱۸۲۰۰

۰۲۱ - ۰۲۱۴۵۹۵۱۰۰۰



● گروه فیلم و سلفون حرارتی

شماره تماس: ۰۲۱ - ۴۲۳۱۸۲۰۰

۰۲۱ - ۴۲۳۱۸۳۰۰



CONVERTING and FINISHING MACHINERY

شرکت RHYQUAN یکی از بزرگترین و با کیفیتترین تولید کنندگان ماشین آلات پیشرفته تکمیلی و پس از چاپ لیبل با استاندارد اروپایی می باشد این شرکت بواسطه کیفیت و راندمان بالای ماشین آلات و رضایت مندی مشتریان، خود را در جایگاهی خاص قرار داده است سراغ ما را از تولید کنندگان با کیفیت بگیرید

WON	اسلیتر	Smart HMS	بازرسی چاپ	Kiss SD	دایکات تخت
-----	--------	-----------	------------	---------	------------

اسلیتر با سرعت ۳۰۰ متر در دقیقه full servo

بازرسی کیفیت چاپ و ذخیره اطلاعات با سیستم AIS

دایکات تخت با سرعت ۴۰۰ ضرب در دقیقه



Kiss HF	دایکات تخت و طلا کوب	TOP 2	دایکات روتاری IML	Top Plus	دایکات روتاری
---------	----------------------	-------	-------------------	----------	---------------

دایکات تخت و طلا کوب گرم با سرعت بالا

دایکات روتاری مخصوص IML و لیبل های آبچسب

دایکات Semi rotary و Full rotary



Kiss Plus 1	چند منظوره ۱	TOP Plus 2	چند منظوره ۲	TOP Plus 3	چند منظوره ۳
-------------	--------------	------------	--------------	------------	--------------

چاپ فلکسو تک رنگ
لمینیت
دایکات تخت
اسلیتر

چاپ فلکسو تک رنگ
لمینیت
دایکات روتاری
اسلیتر

سیلک تخت
چاپ فلکسو تک رنگ
طلاکوب
لمینیت
دایکات روتاری



دستگاه های تخصصی پانچ رول



Aluminium Lid
IML & TIML
Cone sleeve
Induction seal



طراحی و تولید انواع
ماشین آلات چاپ و انواع لمینت و برش



کوتینگ لیل پشت چسب دار AK720C

KAVIANI INDUSTRIES

DESIGNING
PRINTING, LAMINATE
AND COATING AND
SLITTER MACHINES

تهریز- کیلومتر 17 جاده تهران - روبروی داروسازی دانا- کوی ارژی ماشین

041-36300235-236

info@kavianico.com

www.kavianico.com

09149143026



09149143026



وکس وت- هات لمینت AK767



ویستا دیجیتال؛ به‌روزترین واحد کلیشه‌سازی ایران

فصل جدیدی در خدمات کلیشه‌سازی

فناوری، پیاده‌سازی استانداردها و تعامل با چاپخانه‌ها

بسیار شنیده‌ایم که سرنوشت چاپ در مرحله پیش از چاپ رقم می‌خورد و کلیشه‌سازی قلب چاپ فلکسو است. اما معنی واقعی این عبارت‌های دقیق که حاصل سال‌ها تجربه است، امروز با به‌کارگیری فناوری و جدیدترین ماشین‌آلات پیشرفته اروپایی و نرم‌افزارهای تخصصی در مجموعه‌ای جدید به نام «ویستا دیجیتال» دارد در کشور ما تحقق پیدا می‌کند. پای صحبت دکتر علیرضا یوسفی؛ مدیرعامل و داوود بیات؛ مدیر فنی و تولید این شرکت می‌نشینیم تا با خدمات ویژه این شرکت در زمینه کلیشه‌سازی آشنا شویم.



آقای دکتر یوسفی از سابقه شما در واردات مواد مصرفی و تجهیزات پیش از چاپ و چاپ‌های بسته‌بندی باخبریم، اما چه شد که به فکر ارائه خدمات کلیشه‌سازی افتادید؟ در این صنعت کدام جای خالی را پر می‌کنید؟

هدف از راه‌اندازی شرکت ویستا دیجیتال، برطرف کردن چالش‌های کلیشه‌سازی در ایران و به حداقل رساندن مشکلات پیش از چاپ، برای چاپخانه‌های فعال در کشور است. واقعیت این است که در زمینه دستگاه‌های چاپ فلکسو، سرمایه‌گذاری‌های خوبی در کشور ما صورت گرفته و قابلیت‌های فنی و تخصصی قابل‌توجهی فراهم آمده است.

اما فناوری پیش از چاپ به‌روز نشده است. درحالی‌که بدون یک کلیشه مناسب، نمی‌توان از ماشین‌های چاپ، بهترین چاپ را به دست آورد و برعکس وقتی کلیشه‌سازی به‌صورت علمی و تخصصی صورت بگیرد، حتی ماشین‌های قدیمی‌تر هم می‌توانند چاپ باکیفیت و قابل‌قبولی داشته باشند.

ویستا دیجیتال چه امکانات و قابلیت‌هایی برای برطرف کردن مشکلات پیش از چاپ فلکسو و تضمین بالاترین کیفیت ساخت کلیشه و ارتقای چاپ فلکسو فراهم آورده است؟

قبل از پاسخ به این پرسش، اجازه بدهید

کلیشه‌سازی پایه‌پای پیشرفته‌ترین واحدهای پیش از چاپ فلکسو در اروپا، قرار داده است. بنابراین انتظار می‌رود پیشرفته‌ترین و آخرین فناوری کلیشه‌سازی در مجموعه تازه تأسیس ویستا دیجیتال به کار گرفته شده باشند.

همین‌طور است. ما با درک نیاز کلیشه‌سازی ایران به نوسازی، از چند نمایشگاه تخصصی و نیز چاپخانه‌ها و واحدهای پیش از چاپ اروپایی بازدید کردیم و پس از مطالعه دقیق فناوری‌های ارائه‌شده در زمینه دستگاه‌ها، تجهیزات، نرم‌افزارها، موادمصرفی و سیستم گردش کار و غیره، پیشرفته‌ترین و کارآمدترین سیستم کلیشه‌سازی را با کسب دانش فنی مربوطه و تضمین پشتیبانی معتبر، خریداری، نصب و راه‌اندازی کرده‌ایم.

خوشبختانه حضور آقای بیات در جمع سهامداران شرکت انتخاب بهترین فناوری‌ها را تسهیل کرد. ایشان مدیریت تولید و بخش فنی ویستا دیجیتال هستند و با تجربه و تخصص خود، امکان بالاترین بهره‌وری و استفاده از قابلیت‌های سیستم جدید را فراهم می‌سازند. همچنین بر اجرای دقیق طرح‌های ویژه در ارائه خدمات به چاپخانه‌ها، نظارت خواهند داشت. ممکن است لطفاً درباره ایده‌های ویژه ویستا دیجیتال در ارائه خدمات کلیشه‌سازی توضیح دهید؟

چاپ فلکسو مثل هر روش دیگری و شاید بیشتر از آن‌ها وابسته به مرحله پیش از چاپ است. بنابراین سرنوشت بسیاری از کارهای چاپی در مرحله پیش از چاپ رقم می‌خورد، اما حتی ساخت یک کلیشه مرغوب، با بهترین مواد و پیشرفته‌ترین فناوری هم در صورتی می‌تواند بالاترین کیفیت را به دست دهد که با شناخت دقیق شرایط ماشین‌های چاپ

و عملکرد چاپخانه هماهنگ باشد. بنابراین تعامل بین کلیشه‌سازی و چاپخانه بخشی از روند کلیشه‌سازی ماست و کلیشه‌ها بر اساس کالیبراسیون و ساخت پروفایل برای دستگاه‌های چاپ ساخته می‌شوند.

لطفاً درباره پروفایل‌سازی و تعامل کلیشه‌سازی ویستا دیجیتال با چاپخانه‌ها بیشتر توضیح دهید.

بله، فکر می‌کنم این بخش نیاز به توضیح مختصری دارد. با توجه به شرایط متفاوت دستگاه‌های چاپ، کلیشه هم باید متناسب با ویژگی و عملکرد ماشین‌های چاپ ساخته شوند تا بالاترین کیفیت را ارائه دهند.

به این منظور ما با مراجعه به چاپخانه مشتریان و نمونه‌گیری بر پایه گردش کار «اسکو کریستال» ترام مناسب و پروفایل خاص هر چاپخانه یا دقیق‌تر بگویم پروفایل خاص هر ماشین چاپ در هر چاپخانه‌ای را به دست می‌آوریم و آن را ذخیره می‌کنیم تا هنگام ریپ‌کردن اطلاعات برای خروجی سیستم کلیشه‌سازی دیجیتال، جزئیات ترام‌گذاری روی کلیشه بر آن اساس صورت گیرد.

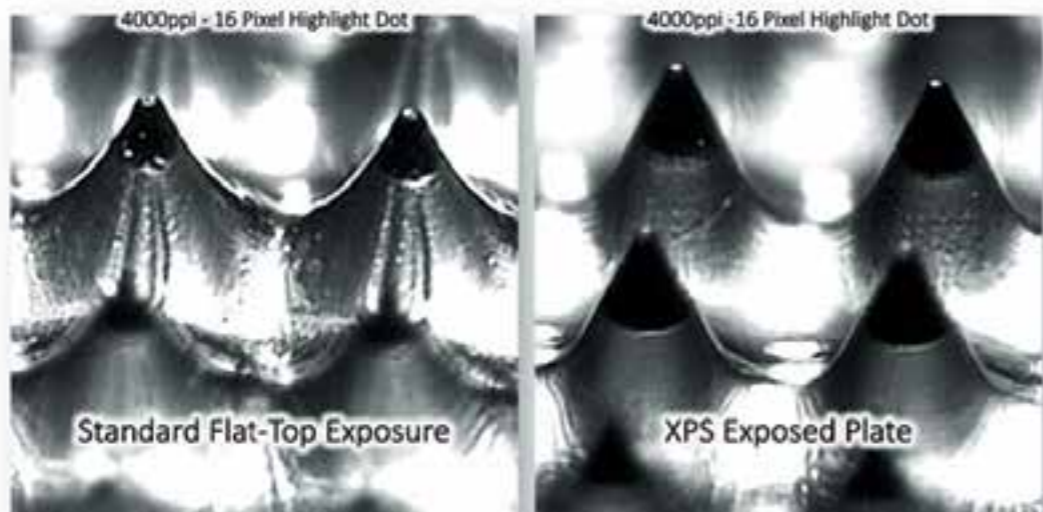
دلیل این کار این است که ماشین‌های چاپ هر کدام با توجه به شرایط فنی و نحوه نگهداری و تعمیرات طی چند سال، از نظر انتقال مرکب و فشارها و غیره متفاوت هستند و به اصطلاح هر ماشین اثر انگشت خودش را دارد. بنابراین ما سعی می‌کنیم با چاپ کلیشه تست، ترام مناسب و پروفایل اختصاصی هر ماشین چاپ را ثبت کنیم تا در تنظیم فایل در مرحله پیش از چاپ و گرفتن خروجی، از آن استفاده کنیم. بدیهی است که این کار مراحل و جزئیات فنی دقیقی دارد که به جای خود در جلسه دیگری توضیح خواهیم داد.

با توجه به تعدد ماشین‌های چاپ و چاپخانه‌های فلکسو و هزینه‌بر بودن تعیین پروفایل آن‌ها، آیا این اقدام عملی خواهد بود؟ هزینه، فاکتوری تعیین‌کننده است، اما هزینه پروفایل‌سازی برای چاپخانه‌ها در درآمدت جبران می‌شود. ضمن اینکه این خدمات برای واحدی که هر از چند گاه یک سفارش دارد، ضروری نیست و کلیشه‌های استاندارد بدون پروفایل هم کیفیت قابل‌قبولی دارند، اما برنامه ویستا دیجیتال کار کردن با چاپخانه‌های پیشرو و درگیر در کارهای صادراتی و مراکز است که پایه‌پای ما برای ارتقای سیستم‌ها و نیز کیفیت چاپ تلاش می‌کنند. برای چنین چاپخانه‌هایی، تفاوت ۵-۴ درصدی کیفیت هم مهم است.

ما باور داریم که کلیشه‌سازی و چاپ در ادامه یک روند هستند و تعامل چاپخانه‌ها با ویستا دیجیتال، حتی فراتر از پروفایل‌سازی، ضروری است.

ما با این همکاری می‌توانیم کیفیت چاپ فلکسو را به سطح بهترین واحدهای اروپایی برسانیم و موفقیت محصولات غذایی، بهداشتی، آرایشی و غیره را در بازارهای صادراتی تضمین کنیم.

ضمن صحبت‌ها به ضرورت همکاری کلیشه‌سازی و چاپخانه، فراتر از پروفایل‌سازی هم اشاره کردید، منظور کدام خدمات است؟ چاپ، فرایندی پر از جزئیات است. حتی آنچه به تعامل کلیشه‌سازی و چاپخانه مربوط می‌شود، ریزه‌کاری‌های خاص خودش را دارد. اگر بخواهیم به جنبه‌های مهمی از کار اشاره کنیم، می‌سیم به کالیبراسیون ماشین چاپ که عملیاتی است داخل چاپخانه، در واقع با چاپ کلیشه است که برخی اشکالات در



ESKO

DUPONT

FLE NEX

برای اولین بار در ایران ساخت کلیشه‌های آبشور تا ابعاد ۱۵۲ * ۱۲۶ سانتی متر با کیفیت بسیار بالا و استقامت ترام‌ها

ترام‌های Crystal عمر طولانی و پایداری بسیار بالای ترام‌ها در نقاط روشن تصویر



گمان نمی‌کنم هزینه ما بالاتر باشد. برخی از هزینه‌های ما به منظور رعایت استانداردهایی است که خود را ملزم به رعایت آن‌ها می‌دانیم و به آن‌ها اطمینان داریم و در درازمدت با جذب مشتریان وفادار، جبران می‌شوند اما بخش زیادی از این مزایا به خاطر اتوماسیون است که در عین دقت و کیفیت بالا، هزینه نیروی انسانی را کاهش می‌دهد.

و کلیشه خوب عمل کنند. اتفاقاً در مواردی مثل کلیشه‌های آب‌شور، شاهد برتری کیفیت کلیشه، پایداری ترام‌ها، کیفیت چاپ و دوام کلیشه هستیم.

همان‌طور که عرض کردم، حلال‌های جدیدی که در تولید کلیشه استفاده می‌کنیم، هم در کیفیت و پایداری ترام‌ها و طول عمر کلیشه مؤثر هستند، هم سازگار با محیط‌زیست می‌باشند.

مزیت دیگر فناوری جدید، سیستم‌های ترام‌گذاری Crystal است که علاوه بر دقت و کیفیت چاپ تا ۱۲ درصد موجب صرفه‌جویی در مصرف مرکب می‌شود.

فناوری LED و سایر دستگاه‌های جدید که در صنعت پیش از چاپ ارائه شده و در ویستا دیجیتال به کار گرفته شده‌اند نیز

حتی در مرحله چاپ موجب صرفه‌جویی در زمان و مصرف انرژی و کاهش چشمگیر ضایعات می‌شود. بنابراین از هر جهت به نفع چاپخانه‌داران است که از فناوری‌های جدید و نیز حفاظت محیط‌زیست استقبال کنند. یک نمونه آن کاهش مصرف مرکب با استفاده از سیستم ترام‌گذاری کریستال، حدود ۱۲ درصد است که خودش رقم قابل‌ملاحظه‌ای است.

جا دارد حالا بپرسم با این خدمات و مزایایی که برای کلیشه‌سازی ویستا دیجیتال برش‌مردید، قیمت تمام‌شده و هزینه کلیشه‌های شما برای چاپخانه‌ها گران‌تر از دیگران نیست؟

اتوماسیون دستگاه‌های خود اقدام کند، با استفاده از خدمات ویستا دیجیتال و خدمات کلیشه‌سازی با پیشرفته‌ترین دستگاه‌ها، از مزایای فناوری جدید و اتوماسیون بهره‌مند می‌شود. وقت و انرژی و هزینه نیروی کار که باید صرف برش چندین کلیشه برای رنگ‌های مختلف و بعد صرف رجیسترشدن و تنظیم رنگ می‌شود، با کلیشه‌سازی جدید، منتفی می‌شود و چاپخانه‌ها برای هر کار رنگی حدود دو ساعت در کار جلو می‌افتند. این مزیت کمی نیست.

یعنی کلیشه‌سازی شما موجب صرفه‌جویی در وقت و هزینه‌های چاپخانه‌ها می‌شود؟ چگونه؟

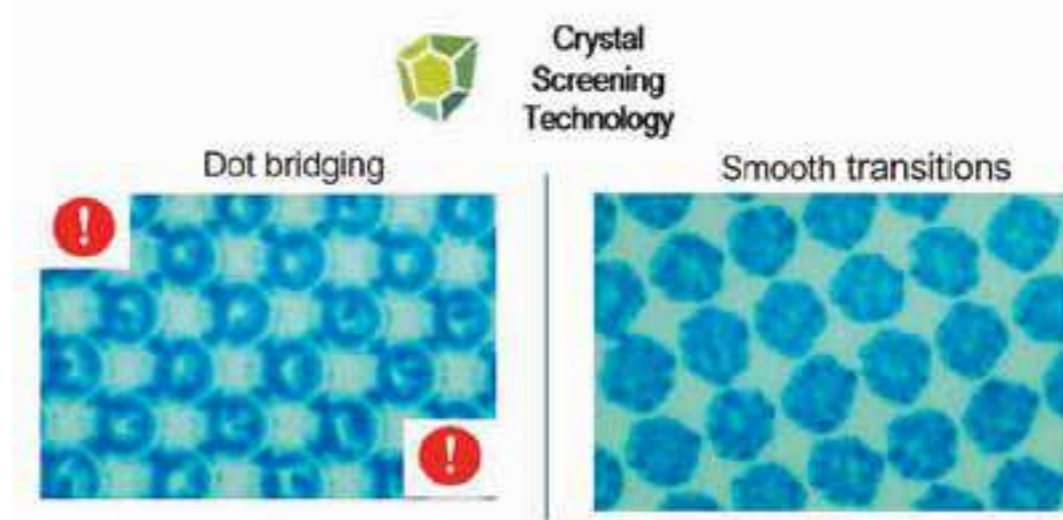
همان‌طور که اشاره شد، علاوه بر رجیسترشدن سریع چاپ رنگی به خاطر برش بسیار دقیق کلیشه و تحویل آن به چاپخانه، تنظیم اولیه ماشین به سرعت صورت می‌گیرد و ظرف مدت کوتاهی ماشین برای چاپ اصلی آماده می‌شود.

تنظیمات از نظر میزان مرکب و رعایت Dotgain و کیفیت ترام‌ها در مناطق سایه و روشن (پر نشدن ترام ۹۵ درصد و استحکام ترام‌های ۵ درصد) با این فناوری و روش کلیشه‌سازی، به راحتی صورت می‌گیرد. بنابراین باطله کار چاپی به حداقل می‌رسد. بد نیست اشاره کنم که برای اولین بار در ایران فناوری دیجیتال را برای ساخت کلیشه‌های آب‌شور به کار گرفته‌ایم که ظریف‌ترین ترام‌های زیر ۵ درصد را هم با استحکام خوب برای چاپ فلکسو عریض تولید می‌کند.

می‌بینید که وقتی کار بر اساس استاندارد و به روش اصولی صورت گیرد، هم کیفیت، هم سرعت و هم صرفه‌جویی در مواد مصرفی و در نهایت رضایت مشتری را در پی دارد.

علاوه بر همه این مزایا از نظر محیط‌زیست هم مزایای قابل‌توجهی برای فناوری‌های جدید می‌توان برشمرد.

مسائل محیط‌زیستی امروز در اروپا و کشورهای صنعتی در محور توجه قرار دارد. هیچ صنعتی بدون رعایت برنامه‌ها و هدف‌گذاری‌های محیط‌زیستی امکان توسعه ندارد. صنعت چاپ هم در این راستا پیشرفت‌های چشمگیری داشته است. اما نکته مهم این است که برخلاف تصور بسیاری از مدیران در کشور ما، استفاده از مواد سازگار با محیط‌زیست (مثلاً حلال‌های کلیشه‌سازی)، مانع دستیابی به کیفیت نیست و این‌طور نیست که تنها حلال‌های قوی و مخرب محیط‌زیست می‌توانند برای ساخت پلیت



رجیستر دقیق‌تر چاپ هم می‌شود. درست است؟

بله، دقیقاً! می‌دانید که رجیسترشدن رنگ‌ها در چاپ رنگی کارتن، کاری حساس است. با امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری پیشرفته‌ای که در ویستا دیجیتال برای کلیشه‌سازی و برش کلیشه به کار گرفته می‌شود، چاپکاران به راحتی ظرف چند دقیقه می‌توانند ماشین را برای چاپ پرسرعت و تیراژ بالا آماده کنند.

یکی از مهم‌ترین کارها در زمینه چاپ کارتن، مونتاژ کلیشه‌های کوچک و چند قطعه‌ای است که دقت رجیستری این قطعات با هم، کار بسیار ظریف و وقت‌گیری است. این کار تا کنون به روش پلاتر یا دستگاه مانتر انجام می‌شد که نقش عامل انسانی در آن‌ها زیاد بود و علی‌رغم صرف چند ساعت وقت یک

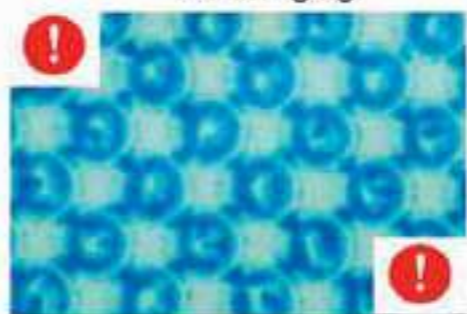
استادکار ماهر، باز هم رجیستر شدن چاپ، کار آسانی نبود. با این دستگاه برش کلیشه که برای اولین بار در ویستا دیجیتال نصب شده، کلیشه‌چسبانی و رجیسترشدن چاپ به سهولت و با دقت بالا امکان‌پذیر شده است.

بنابراین با این توضیحات درمی‌یابیم هم برش کلیشه و هم تعیین پروفایل ماشین چاپ هر چاپخانه، در کاهش زمان تنظیمات اولیه و در نهایت بهره‌وری و افزایش تولید چاپخانه‌ها مؤثر هستند.

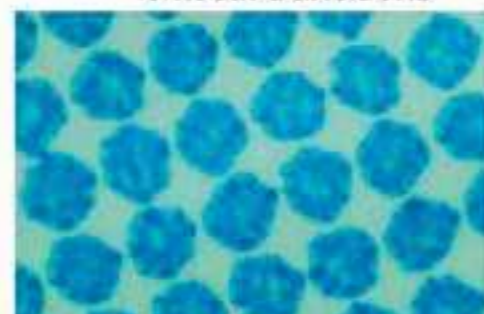
بله، به نکته مهمی اشاره کردید. در واقع این مزیت فناوری جدید در همه کارهای صنعتی و از جمله در صنعت چاپ است که موجب افزایش سرعت، دقت و راندمان بالاتر می‌شود. با کاهش زمان کار و حذف کارهای دستی و وقت‌گیر، مزیتی است که مدیران چاپخانه‌ها قدر آن را می‌دانند. در واقع به جای این که هر چاپخانه‌ای برای نوسازی و

Crystal Screening Technology

Dot bridging



Smooth transitions



و دستگاه XPS را داریم که با منبع نور LED کار می‌کند و کمترین میزان خطا را دارد. دو خط تولید سایز بزرگ (طول ۲ متر) و پروسورهای دوپونت DUPONT و گلانز، از دیگر تجهیزات مدرن ویستا دیجیتال است. همچنین دستگاه برش کانگزیبرگ (۳ متر در ۲/۸۰ سانتی‌متر) برای برش کلیشه‌های چاپ لفاف و لیبل و کلیشه چاپ کارتن با دقت بالا نصب شده است. گفتنی است که این خط تولید، بالاترین سرعت کلیشه‌سازی را برای انجام سفارش چاپخانه‌ها میسر می‌سازد. حلال‌هایی که مصرف می‌کنیم نیز با آنچه در بازار هست، متفاوت است زیرا هم سازگار با محیط‌زیست هستند، هم کلیشه با بهترین کیفیت تولید می‌شود.

این دستگاه‌های برش پرسرعت برای اولین بار در ایران نصب شده است که بالاترین دقت را برای برش کلیشه‌ها فراهم آورده است.

آقای بیات لطفاً در مورد مزایای فنی سیستم برش کلیشه توضیح بدهید.

بله این دستگاه‌ها برای اولین بار در ایران نصب و راه‌اندازی شده‌اند. توسعه این فناوری به‌منظور رفع مشکلات کلیشه‌چسبانی، صرفه‌جویی در زمان و دقت و زیبایی هرچه بیشتر چاپ است. برش کانگزیبرگ در هر زاویه‌ای (از صفر تا ۱۸۰ درجه) امکان فوق‌العاده‌ای است برای

برش‌های پلکانی با دقت بالا و همچنین تنپلات‌های دو طرف را که کنار هم قرار می‌گیرند، با کمترین فاصله موبی کنار هم قرار می‌دهد. این کارها معمولاً در چاپخانه، بسیار حساس، دشوار و وقت‌گیر است و امکان آسیب‌رساندن به کلیشه‌های گران‌قیمت نیز موجب نگرانی چاپکاران می‌شود.

در واقع می‌گویید برش دقیق کلیشه موجب

تنظیمات ماشین چاپ هم روشن می‌شود که می‌توان آن‌ها را اصلاح کرد. چون که تست‌های کیفی ما با هیچ ماشین چاپی تعارف ندارد و چنانچه مدیریت چاپخانه خواستار بهینه‌سازی ماشین‌ها و تضمین کیفیت چاپ باشد، ویستا دیجیتال آمادگی دارد پایه‌پای آن‌ها حرکت کند ما به این همکاری پایبندیم.

زیرا بناداریم استانداردهای اروپایی را در صنعت کلیشه‌سازی پیاده کنیم و برای چاپخانه‌هایی که تمایل به اجرای این استانداردها داشته

باشند، نهایت همکاری را خواهیم داشت. خاطر نشان می‌شوم که این کارها چندان هم مشکل نیست. سبک کار در چاپخانه‌های ما تا به حال چنین نبوده است. درحالی‌که در

کشورهای صنعتی این روش‌ها اجرا می‌شود. اگر ما بخواهیم بر اساس استانداردها کار کنیم و کاری قابل‌رقابت در بازار جهانی ارائه دهیم، ناگزیریم که استانداردها را پیاده‌سازی کنیم. به نظر من اکنون با جوانان متخصص و تحصیل کرده در صنعت چاپ ایران، زمینه برای پیاده‌سازی استانداردها و کارکردن بر اساس استانداردها و دستورات‌عمل‌های تخصصی فراهم شده است و ما با همکاری مدیران چاپخانه‌های پیشرو، شاهد رونق هرچه بیشتر چاپ فلکسو (لفاف، لیبل و کارتن) خواهیم بود.

دستگاه‌های جدید و تجهیزات پیشرفته ویستا دیجیتال کدامند و از چه برندهایی هستند؟

ویستا دیجیتال جدیدترین فناوری را از برندهای برتر در صنعت پیش از چاپ فلکسو برای ارائه خدمات به چاپخانه‌ها فراهم آورده است. تجهیزات ما از دوپونت، فلینکس، اسکو و گلانز است.

ما جدیدترین سیستم اسکو (Crystal

نسل جدید کلیشه‌های کارتن، کاهش چشمگیر خطوط موازی Wash -Board برش ۴۵ درجه

امکان تولید ترام‌های بسیار ظریف در اندازه‌های ۶۳۵ میکرون تا 200 LPI

www.vista-digital.com
VistaDigital

ارائه دهنده پیشرفته ترین نسل کلیشه در
مجهزترین واحد کلیشه سازی ایران

ویستا دیجیتال

تلفن هماهنگی جهت بازدید از خط تولید:

۰۲۱ - ۸۸۸۱۳۱۸۸

سفارشات:

۰۲۱ - ۸۸۸۶۶۷۰۰

WWW.vista-digital.com

تهران، خیابان سمیه، نبش خیابان خاقانی، پلاک ۴۷



است؛ زیرا که بسیار شفاف، سخت و مستحکم است. پلی اتیلن انعطاف‌ناپذیر است به همین خاطر بهترین گزینه برای ساخت فیلم‌های شکل‌پذیر است. ظاهر فیلم - مات رنگی یا شفاف- بستگی به نوع ماده سازنده فیلم و همچنین فرایند مورد استفاده برای تولید فیلم دارد.

عملیات تکمیلی نهایی

سطح رویه کوت‌نشده، قبل از چاپ باید پرداخت شود که این مرحله می‌تواند شامل کرونا (جرقه‌زنی)، پلاسما یا افزودن یک کوتینگ فوقانی (topcoating) باشد تا از این طریق چاپ‌پذیری و چسبیدن مرکب به رویه تضمین شود. کوتینگ فوقانی (topcoating) روشی متفاوت از پرداخت سطح رویه است. برای این کار یک لایه فوقانی از مواد شیمیایی روی پوسته چاپ‌پذیر نشانده می‌شود. این کوتینگ باعث بهبود و افزایش میزان چسبندگی مرکب و تونر (شکل ۲) می‌شود.

چه زمانی باید از لیبل‌های فیلمی استفاده کرد و چه زمانی باید از لیبل‌های کاغذی؟

اساساً یک نوع ماده از ماده دیگر «بتر» نیست. در عوض ضروریات هر کاربرد معین و خاص، مسیر انتخاب کاغذ یا فیلم را مشخص می‌کند. یکی از مزایای فیلم در مقایسه با کاغذ این است که لیبل‌های فیلمی ظاهر لیبل را ندارند. به همین خاطر از آن‌ها در بسته‌بندی محصولات مراقبت‌های شخصی و خانگی (personal care) استفاده می‌شود. از سوی دیگر هنگامی که انعطاف، شکل‌پذیری، مقاومت در برابر آب‌وهوا و پارگی مدنظر باشد، فیلم نسبت به کاغذ عملکرد بهتری دارد. پلی‌استر بسیار مقاوم است به‌ویژه در مقابل نور ماورای بنفش، مواد شیمیایی و ساییش و خش. مزیت اصلی کاغذ، هزینه کمتر، تنوع بیشتر و سازگاری بهتر با انواع فناوری‌های چاپی است. زیرا کاغذ ساختاری پرزدار (متخلخل) دارد اما فیلم، ماده‌ای بسیار صاف و صیقلی است و مرکب بدون وجود یک لایه کوتینگ فوقانی و یا عملیات جرقه‌زنی به سطح لیبل نمی‌چسبد. ساختار کاغذ به‌گونه‌ای است که انواع مرکب‌ها، از جمله مرکب‌های پایه‌آب را آسان‌تر جذب می‌کند. بر اساس نوع کاربرد، کاغذ هم معایب خود

Druck mit Deckweiß (HPI-White)

Flexible, durchsichtige PP-Folie



No Label Look

لیبل شفاف انگار خود ظرف است

مواد برای رویه لیبل‌های بسیار نازک تا ۱۲ میکرون مناسب است. برخی از فیلم‌های پلی‌استر شعله آتش را دفع می‌کنند که از آن‌ها برای لیبل‌های کابل‌های برق استفاده می‌شود.

فیلم‌های پی‌وی‌سی (PVC) از شکل‌پذیری و انعطاف بالایی برخوردارند. یکی از کاربردهای اصلی این فیلم‌ها پوشش‌های تبلیغاتی (vehicle wrap) و یا محافظ‌های خودرو است. این مواد مقاومت خوبی در هوای باز داشته و دوام بالایی دارند در عین حال مقابل نور ماورابنفش، مقاوم هستند.

لیبل‌های پی‌وی‌سی برای نصب روی بشکه‌های مواد مختلف، از جمله مواد کشاورزی و تبلیغات محیطی فضای باز و بسته‌مناسب هستند.

انتخاب مواد بر اساس نیاز و کار آبی

انتخاب مواد مناسب برای لیبل به نوع ظرف، ظاهر مطلوب و کارایی موردنیاز

از دست بدهد. به همین خاطر از این فیلم برای لیبل‌های ظروف سخت از جمله شیشه و بطری‌های پلی‌استری استفاده می‌شود. فیلم‌های PP از شفافیت بالایی برخوردارند، بنابراین هنگامی که روی ظرف شفاف می‌نشینند ظاهر لیبل ندارند (No Label Look). بسیار صاف است و با اینکه فیلمی نازک است به خوبی روی ظرف می‌نشیند و چسبیده می‌شود، بسیار چاپ‌پذیر است و دایکات کردن آن به راحتی انجام می‌شود.

رویه‌های کواکستروید و نیمه‌شکل‌پذیر (Semi-Conformable) فیلم‌های چندلایه‌ای هستند که می‌توانند بر اساس خواص موردنیاز سازنده لیبل، آمیزه‌ای از پلی اتیلن و پلی‌پروپیلن باشند. این نوع لیبل‌ها برای ظروف نیمه‌فشارپذیر و بطری‌هایی که معمولاً حاوی شامپو یا سس هستند، مناسب‌اند. فیلم‌های پلی‌استر سخت و غیرقابل انعطاف بوده و میزان دوام و شفافیت آن‌ها بالاست. همچنین در مقابل دمای بالا بسیار مقاوم هستند. سختی و انعطاف‌ناپذیری این

رویه‌های لیبل (facestock) از جنس فیلم، از مواد مختلف ساخته می‌شوند که شامل پلی‌پروپیلن (PP)، پلی اتیلن (PE)، پلی‌استر و PVC می‌شود. پلی اتیلن، پلی‌پروپیلن و نیز کواکستروید (ترکیب هر دو)، در مقایسه با دیگر گزینه‌ها بسیار بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. همچنین پلی‌استر و PVC تنها برای برخی کاربردهای خاص استفاده می‌شوند.

پلی اتیلن ساختاری غیرجهت‌یافته (Non-Oriented) دارد. مولکول‌ها در جهت عرضی یا طولی کشیده نشده و در یک محور قرار نمی‌گیرند. به همین خاطر PE از انعطاف و شکل‌پذیری بیشتری برخوردار است (قابلیت سازگاری با شکل ظرف)، همین ویژگی باعث می‌شود تا از این ماده برای لیبل‌های ظروف فشارپذیر از جمله تیوب و یا ظروفی با شکل‌های پیچیده استفاده شود. فیلم‌های پلی‌پروپیلن را می‌توان در یک جهت (OPP) و یا دو جهت (BOPP) معمولاً به صورت سه‌لایه - کشید؛ این عملیات باعث می‌شود فیلم سخت شود و انعطاف خود را



محمود پیشعلی

یکی از مزایای فیلم در مقایسه با کاغذ این است که لیبل‌های فیلمی ظاهر لیبل را ندارند

نیز هدف قوانین دولتی قرار گرفته‌اند. به‌عنوان مثال هند استفاده از پلاستیک‌های یک‌بارمصرف را در سال ۲۰۱۹ ممنون اعلام کرد. همچنین استفاده از فیلم‌های پلاستیکی که ضخامت آن‌ها کمتر از ۵۰ میکرون است، نیز غیرقانونی اعلام شد. این قوانین مستقیماً روی فعالیت تأمین‌کنندگان زیره‌ها (لاینرها)ی پلی‌استری تأثیر می‌گذارد، استفاده از زیره بالاتر از ۵۰ میکرون از لحاظ اقتصادی مقرون‌به‌صرفه نیست و همچنین با روند کاهش وزن بسته‌بندی‌ها مغایرت دارد. علاوه بر روندهای قانونی، مصرف‌کنندگان جوان‌تر نیز اکنون تمرکز بیشتری روی بسته‌بندی‌های دوستدار محیط‌زیست دارند. برندهای عمده جهانی نیز به این روندها پاسخ داده‌اند و عهد و پیمان‌هایی برای حفاظت از محیط‌زیست بسته‌اند. کوکاکولا عهد کرده تا سال ۲۰۲۵ کلیه بسته‌بندی‌های این شرکت در سراسر جهان بازیافت‌پذیر شود.

را دارد. مقاومت و عمر آن کمتر است؛ در مقابل رطوبت مقاوم نیست و به راحتی پاره می‌شود. از سوی دیگر اگر در معرض رطوبت قرار بگیرد، چروکیده می‌شود. **توسعه پایدار** درحالی‌که بحث و گفتگو در مورد جایگاه پلاستیک در زنجیره تأمین در سراسر جهان ادامه دارد، آینده لیبل‌های ساخته‌شده از فیلم چگونه خواهد بود؟ قوانین و محدودیت‌های دولتی برای کنترل پلاستیک در سراسر جهان روبه‌به افزایش است. در سال ۲۰۱۸ کمیسیون اروپا استراتژی مواد پلاستیکی اتحادیه اروپا را اعلام کرد که بر اساس آن تا سال ۲۰۳۰ کلیه بسته‌بندی‌های پلاستیکی که وارد بازار اتحادیه اروپا می‌شود باید قابلیت استفاده چندبار (reusable) را داشته یا باید قابلیت بازیافت با هزینه پایین را داشته باشد. تا سال ۲۰۳۰ بیش از ۵۵ درصد بسته‌بندی‌های پلاستیکی باید قابلیت بازیافت داشته باشند. پلاستیک‌های یک‌بارمصرف در کشورهای در حال توسعه

تنها نماینده انحصاری کالرگراف ایتالیا در ایران

مرکب‌های افست و فلکسو
۴ رنگ - پنتون - فلورسنت - طلا - نقره
ورنی - یووی (افست) - واتر بیس (فلکسو)



COLORGRAF
INCHIOSTRI DA STAMPA VERNICI MATERIALI PER ARTI GRAFICHE

نشانی: تهران، خیابان مطهری، خیابان میرعماد، کوچه یازدهم (بیمانی)، پلاک ۱۱ - واحد ۱۱۹
۰۹۱۲۲۵۲۰۹۷۶ - ۸۸۷۳۹۳۶۹



چاپخانه‌ای ویژه همکار



مجتمع چاپ ایران کرهن

هر چیزی که شما تصور می‌کنید؛ ما می‌توانیم چاپ کنیم

- چاپ دیجیتال
- چاپ پلات لمینت و اکوسالونت
- چاپ و رایت CD و DVD
- کاترپلاتر و لیبل اموال
- چاپ افست
- چاپ پارچه
- چاپ فلت بد و برش لیزر
- چاپ بنر و فلکسی
- چاپ کارت PVC
- هدایا تبلیغاتی
- سابلیمیشن
- چاپ بسته بندی

ساختمان مرکزی: خیابان مطهری، نرسیده به سهروردی، کوچه سنندج، پلاک ۶

☎ ۸۸۳۴۴۳۸۷-۵۴۸۸۹۰۰۰

شعبه ظهیرالاسلام: خیابان ظهیرالاسلام، نبش کوچه امید آزادی خواه، پلاک ۱۴۶، طبقه اول

☎ ۳۶۳۴۹۲۶۸-۳۶۳۴۹۲۲۵

🌐 www.irankohan.ir @irankohan.ir irankohan_ir



بر خلاف همه پیش‌بینی‌ها چاپ افست زنده و سر حال است

نویسنده: Patrick Henry

شاید تیراژ سفارشات تغییر کرده باشد ولی انتظارات قدیمی و درازمدت مشتریان هنوز سر جای خود باقی است

چاپ افست در طول قرن بیستم فرایند غالب چاپ در جهان بود و به دیگر فرایندهای چاپی در قرن ۲۱ هم چندان امکان اظهار وجود نداده است. سازندگان ماشین‌آلات چاپ افست می‌گویند این ماشین‌های چاپ هنوز یک ابزار ضروری برای شرکت‌ها هستند و کماکان کسب‌وکار سودآوری هم به شمار می‌آیند. البته چنین اظهارنظری از سازندگان ماشین‌آلات چاپ افست دور از انتظار نیست. زیرا آنها می‌خواهند از آنچه می‌سازند دفاع کرده و وفاداری مشتریان خود را نیز حفظ کنند. این سازندگان نسبت به تغییرات درخواست و تقاضای بازار چاپ بسیار واقع‌بین هستند و بر اساس این نیازهای چاپ، تجهیزات خود را ساخته و استراتژی بازاریابی خود را نیز با آن هماهنگ می‌کنند. در حال حاضر آنها با روندهای مصرف‌کننده چاپی، ضروریات، فناوری و عوامل انسانی روبه‌رو هستند که در گذشته وجود نداشته است.

از چاپ بر اساس تقاضا به چاپ محض احتیاط

تجهیزات ممکن است تغییر پیدا کرده و بهینه شده باشد ولی سازندگان ماشین‌آلات رفتار مشتریان خود را به دقت زیر نظر دارند. به گفته سخنگوی هایدلبرگ: "روند سفارشات از چاپ بر اساس تقاضا به چاپ محض احتیاط تغییر پیدا کرده است. مشتریان کارهای چاپی بر این باورند که در آینده با کمبود همه چیز مواجه خواهد شد، به همین خاطر بیشتر از آنچه نیاز دارند کار چاپی سفارش می‌دهند. چون می‌دانند کمبود مواد مصرفی و مورد نیاز چاپ هنوز ادامه دارد و احتمالاً در آینده این کمبود بیشتر خواهد شد."

کمبودها، ذهن مشتریان کارهای چاپی را درگیر کرده و آنها را به وحشت انداخته و آنها این نگرانی را به مرکز خدمات چاپی که با آن سروکار دارند، منتقل می‌کنند و تقاضای چاپی بیشتر و انبار کردن آنها را دارند.

اریک فرانک معاون مدیر بازاریابی و تولید شرکت کونینگ اند بائر در آمریکا می‌گوید: "همه در حال حاضر نگران میزان موجودی کارهای چاپی، زنجیره تأمین و رویدادهای جهانی هستند. به همین خاطر بیشتر از نیاز خود چاپ می‌کنند."

بی‌عیب و نقص، سریع و رایگان

شاید تیراژ سفارشات تغییر کرده باشد ولی انتظارات قدیمی و درازمدت مشتریان هنوز سر جای خود باقی است. لانس مارتین معاون بازاریابی کوموری در آمریکا می‌گوید: "بی‌عیب و نقص، سریع و رایگان، این چیزی است که مشتریان کارهای چاپی از مراکز خدمات چاپی خود انتظار دارند."

از سوی دیگر آگاهی و دغدغه بیشتری نسبت به تأثیرات زیست‌محیطی از سوی مشتریان کارهای چاپی ابراز می‌شود.

مارتین می‌گوید: "میزان ضایعات باید کم و روش‌های کاری چاپخانه باید دوست‌دار

محیط‌زیست باشد. این چیزی است که مشتریان می‌خواهند." با این حال مشتریان کارهای چاپی هنگامی که بحث از سطوح چاپ‌پذیر (کاغذ، مقوا و غیره) می‌شود، انعطاف بیشتری از خودشان نشان می‌دهند و بر آنچه می‌خواهند پافشاری نمی‌کنند. هایدلبرگ می‌گوید: "مشتریان اکنون انعطاف بیشتری دارند. به عنوان مثال اگر کاغذ ۸۰ گرمی موجود نباشد، به ۱۰۰ گرمی هم رضایت می‌دهند."

با این حال کوتاه آمدن در مورد نوع کاغذ مورد استفاده باعث نمی‌شود تا کیفیت برتر و ایده‌آل را انتظار نداشته باشند. فرانک می‌گوید: "مشتریان ما روی کیفیت و یکپارچگی کارهای چاپی تمرکز دارند، زیرا آنها نسبت به قدرت برند آگاهند. آنها به دنبال جلوه‌های ویژه چاپی، لمس دلپذیری کار چاپی و رنگ‌های بیشتر هستند."

انگیزه‌های درونی

کلیه این عوامل خارجی بر تصمیم چاپکاران مبنی بر سرمایه‌گذاری برای خرید ماشین‌آلات افست اثر می‌گذارد. ولی آنها ملاحظات خاص خودشان را نیز دارند و آن هم انتخاب ماشین‌چاپی است که پرسنل چاپخانه خودشان بتوانند - در این بازاری که با کمبود نیروی متخصص و اپراتور دست‌وپنجه نرم می‌کنند - کار کنند. کوین نوریتز مدیر فروش شرکت مان رولند در کانادا می‌گوید: "چاپخانه‌داران در تلاشند تا به هر روش ممکن نیروی کار انسانی را کاهش دهند و یا اصلاً حذف کنند. نیروی کار در حال حاضر مهم‌ترین معضلی است که با آن روبه‌رو هستند. در بیست سال پیش سه نفر اپراتور روی یک ماشین چاپ

کار می‌کردند، امروز دو نفر هم خیلی زیاد است." گریس مانلی، رئیس شرکت Graphco می‌گوید: "بلافاصله پس از اینکه یکی از مشتریان گرافکو سه ماشین چاپ خود را با یک ماشین پشت و رو زن ۱۰ رنگ RMGT سری ۹ مجهز به یونیت کوتینگ عوض کرد، ناگهان حجم تولید ۲۵ درصد بالا رفت. یک اپراتور همه کارهای چاپی را در یک شیفت کاری ۱۰ تا ۱۲ ساعته انجام می‌داد تا نوبت شیفت بعدی برسد."

مانلی در ادامه می‌گوید: "این چاپخانه اگر در طول یک سال و نیم گذشته چنین سرمایه‌گذاری ای نمی‌کرد، نمی‌توانست تا این حد موفق شود زیرا مجبور بود از نیروی کار بیشتری استفاده کند."

با در نظر گرفتن تعداد فراوان ماشین‌های چاپ افست ورقی که اکنون در سراسر جهان نصب شده است، امکان به‌روز کردن این ماشین و یا تعویض آنها با تجهیزات مدرن‌تر، دورنمای بسیار درخشانی برای صنعت ماشین‌آلات چاپ افست ورقی دارد.

تقاضای حجم بیشتر کارهای چاپی

مانلی معتقد است تقاضا برای تولید بیشتر و در حجم بالاتری یکی دیگر از عواملی است که باعث رشد صنعت ماشین‌سازی چاپ افست ورقی می‌شود. او می‌گوید: "در بسیاری از معاملاتی که طی شش تا هفت سال گذشته انجام داده‌ایم و بر اساس آن چاپخانه‌ها دو یا سه ماشین خود را با یک ماشین نو عوض کرده‌اند، انگیزه اصلی افزایش تولید با استفاده از ماشین‌ها و خلاص شدن از ماشین‌آلات قدیمی بود." چاپکاران هنوز نتوانسته‌اند ماشین افستی

را که می‌تواند سالانه ۲۵ میلیون فرم چاپ شده ۴/۵ ورقی تحویل دهد، جایگزین ماشین دیجیتال کنند. و این مزیت اصلی ماشین افست است. مارتین می‌گوید: "نیاز برای اینکه عملیات چاپی را به فرایندی صنعتی به جای فرایندی هنری تبدیل کنند، قوی‌ترین انگیزه برای اقدام به خرید ماشین نو در میان چاپخانه‌داران است." مارتین در ادامه می‌گوید: "فرایند چاپ باید قابل کنترل باشد. باید فرایند مستقیم با میزان باطله ناچیز باشد. در گذشته شما باید صدها هزار ورق چاپ می‌کردید و از نیروی کار فراوان استفاده می‌کردید تا بتوانید مشکل را حل کنید. امروزه چنین چیزی امکان‌پذیر نیست. هدف تبدیل فرایندی هنری به یک فرایند صنعتی قابل کنترل است."

ساخت بر اساس سفارش

چاپکاران انتظار دارند سازندگان ماشین‌آلات چاپ ماشین‌هایی به آنها تحویل دهند که بتوانند کارهای چاپی مورد نیاز مشتریان را به صورت کارآمد تولید کنند. چنین تقاضایی اکنون در ساخت و پیکربندی ماشین‌آلات افست مدرن لحاظ می‌شود. فرانک می‌گوید: "آنچه به مردم انگیزه می‌دهد تا ماشین بخرند، کارایی ماشین است، ولی از سوی دیگر آنها نمی‌خواهند یک کار چاپی را دو بار وارد ماشین چاپ کنند. آنها می‌خواهند همه عملیات چاپ با یک بار عبور کاغذ از ماشین چاپ انجام شود."

طرح صحیح برای رسیدن به چنین هدفی دربرگیرنده پیکربندی پیچیده، یونیت‌های کوتینگ، لجستیک کارآمد و اتوماسیون



چاپکاران انتظار دارند سازندگان ماشین‌آلات چاپ ماشین‌هایی به آنها تحویل دهند که بتوانند کارهای چاپی مورد نیاز مشتریان را به صورت کارآمد تولید کنند

قلم ایران نستعلیق ۳/۰۸ «بعدی»

این خط به زمین نشاید انداخت کز جانب ماه آسمان است

گزشتی و نوستی
راستی و درستی

به یاد دوست عزیزمان، صابر راستی کردار

از ویژگی های منحصر بفرد نگارش سوم ایران نستعلیق، توسعه کشیدگی های مختلف بوده است
از جمله، دو کشیدگی در کلمات منتی به حرف (ی)

بسیار بالاست. او می‌گوید: "وقتی یک مشتری حالت سه بعدی چاپ را همراه با درخشش کوتینگ روی کار چاپی اش مشاهده می‌کند، دیگر به هیچ وجه به یک کار چاپی معمولی بسنده نمی‌کند و حاضر است هزینه جلوه‌های ویژه را نیز بپردازد." یک شرکت چاپی که کسب و کار و سودش تا حد زیادی وابسته به آماده‌سازی سریع ماشین چاپ و تعویض سریع کار چاپی است، به طور طبیعی مشتری سیستم‌های لجستیک اتوماتیک هم خواهد بود: راه‌حل‌های مکانیزه برای به جریان انداختن مواد چاپی به سوی ماشین چاپ و دور کردن از آن.

اتوماسیون ولی نه اتوماتیک

سازندگان ماشین‌آلات افست ورقی می‌دانند که سازگاری چاپکاران با یک سیستم تولید اتوماتیک، فرایندی تدریجی است و تحول یک شبه نیست. هایدلبرگ می‌گوید گردش کار در پشت صحنه انجام می‌شود. مشکل است بتوان فهمید چه اتفاقی می‌افتد و چه چیزی را می‌توان بهینه کرد. تمایل زیادی برای تعویض سیستم گردش کار در میان چاپکاران وجود ندارد زیرا اتفاقات ناشناخته‌ای درون سیستم گردش کار می‌افتد که قابل دیدن نیستند.

ولی مهم‌ترین بخش از اتوماسیون‌سازی تشویق اپراتور برای استفاده حداکثری از آن است. مارتین می‌گوید: "برای این کار باید آنها را متقاعد کنیم که به نرم‌افزار اعتماد کنند. شما این ماشین چاپ تمام اتوماتیک فوق‌العاده را در اختیار دارید، ولی اپراتور ورق را برمی‌دارد و رنگ‌ها را به شیوه قدیمی و با استفاده از کنسول تنظیم می‌کند و در عین حال این کار را به سیستم مدیریت رنگ ماشین چاپ واگذار نمی‌کند زیرا به آن اعتماد ندارد."



یافته است. نوروتیر می‌گوید: "جمع‌کنی از چاپکاران اکنون خواهان ماشین‌هایی با دو یونیت کوتینگ هستند، زیرا برای خرید کاغذ باکیفیت دچار مشکل هستند. اولین یونیت کوتینگ می‌تواند ورق را به خوبی آماده و پرداخت کند تا سطح ورق برای یونیت بعدی آماده شود."

فرایند کوتینگ همچنین برای جلوه‌های ویژه چاپی از جمله برجسته‌سازی و درخشندگی زیبا و سطوح چاپی که با لمس دست می‌توان آن را حس کرد، در حال حاضر بسیار طرفدار دارد. شرکت RMGT چاپ دلپذیر برای لمس را برجسته‌سازی شیمیایی می‌نامد و مانلی معتقد است جذابیت این نوع جلوه چاپی برای مصرف‌کننده نهایی محصول چاپی،

کامل ماشین چاپ است. نقطه مطلوب، به گفته مانلی چاپ به صورت چهار رنگ رو، چهار رنگ پشت و یا پنج رنگ رو و پنج رنگ پشت به صورت همزمان و با قیمتی کمتر از یک کار چاپی شش رنگ که توسط یک ماشین چاپ مجهز به یونیت کوتینگ انجام شده باشد، است.

فراتر از مرکب

سیستم خشک‌کن بی‌بو به‌وسه LEDUV اکنون طرفداران فراوانی پیدا کرده است زیرا می‌توان کار را پس از چاپ بلافاصله و بدون انتظار کشیدن برای خشک شدن آن وارد سیستم‌های تکمیلی کرد. به خاطر تداوم مشکلات زنجیره تامین تقاضا برای کوتینگ سریع و همزمان با چاپ افزایش

مهم‌ترین بخش از اتوماسیون‌سازی تشویق اپراتور برای استفاده حداکثری از آن است

تیز کردن تیغ
رول به رول
ماتریس بشقابی
شهبازیان
۰۹۱۲۱۴۴۳۵۸۲

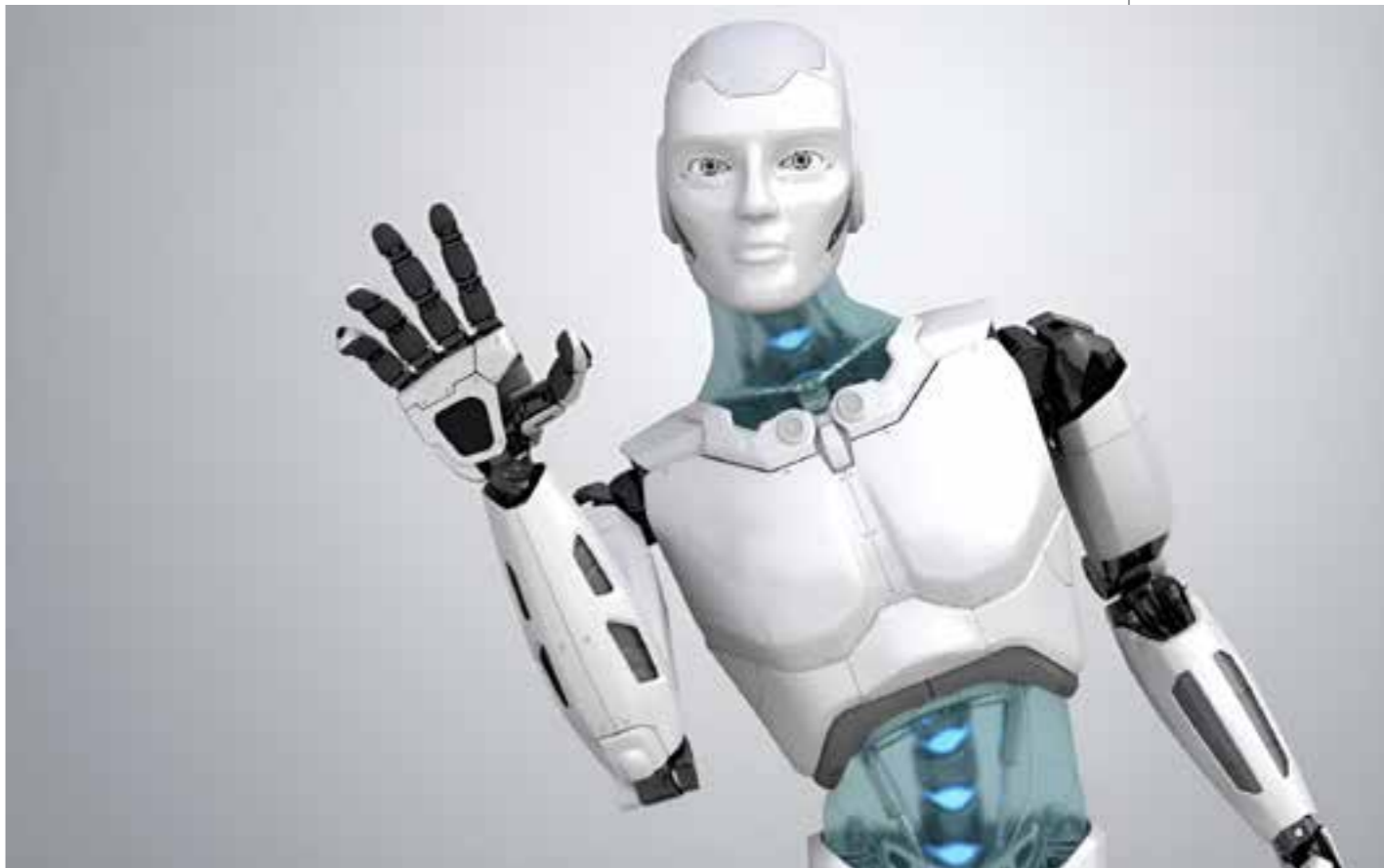


Compatibility

IranNastaliq v3 is Compatible with almost Popular Operating Systems and Graphic Softwares, and also Optimized with most of Export formats.

Contact Us

WhatsApp +98 9333 888 099
Telegram @IranNastaliq_3
Instagram @IranNastaliq.ir
Website IranNastaliq.ir
Email IranNastaliq.info@gmail.com



از جنبه ریشه‌شناسی، واژه ربات (Robot) در سال ۱۹۲۳ عرضه شد. این واژه در حقیقت ترجمه انگلیسی واژه (Robotnik) است که برای اولین بار در یک نمایشنامه اثر کارل کاپک اهل کشور چک نوشته شد

ربات‌ها دارند می آیند!

نقش ربات‌ها در صنعت چاپ و بسته‌بندی پررنگ‌تر می‌شود

نویسنده: ریچارد رومانو

اتوماسیون در صنعت چاپ و بسته‌بندی معمولاً به‌نوعی نرم‌افزار می‌گویند که به‌طور خودکار فایل را برای مرحله تولید پردازش کرده، هزینه‌ها را در حین تولید محاسبه کرده و یا فرایند تولید را کارآمدتر می‌کند. ولی اتوماسیون می‌تواند شامل سخت‌افزار هم بشود. ما اکنون شاهد حضور و نفوذ صنعت رباتیک به بخش تولید چاپ هستیم. در مقاله‌ای که می‌خوانید ریچارد رومانو (فرزند فرانک رومانو معروف) در مورد جایگاه ربات‌ها در صنعت چاپ و بسته‌بندی و نحوه استفاده آن‌ها به تفصیل صحبت می‌کند. ریچارد رومانو از دبیران تحریریه، سایت www.whattheythink.com است. تخصص او، چاپ دیجیتال، چاپ فرمت عریض و صنعت بسته‌بندی است. او تاکنون چندین کتاب در زمینه صنعت چاپ نوشته است. برطرف‌ترین و پرفروش‌ترین کتاب او Beyond Paper (فراسوی کاغذ) نام دارد. این کتاب راهنمایی است در عرصه چاپ فرمت عریض و چاپ‌های خاص و ویژه.

از ابتدای انقلاب صنعتی تاکنون همواره ترس از دست‌دادن کارها و سپردن آن‌ها به ماشین، گریبان بشر را گرفته است. لادیت‌ها (Luddite) یک جنبش اجتماعی از صنعتگران نساجی بریتانیا در قرن نوزدهم بود که عمدتاً به وسیله تخریب ماشین‌آلات بافندگی، در برابر تغییراتی که بر اثر انقلاب صنعتی ایجاد شده بود، اعتراض می‌کردند. چراکه آن‌ها احساس می‌کردند این تغییرات باعث از دست‌رفتن شغلشان می‌شود و تمامی شیوه‌های زندگی آنان را تغییر خواهد داد و به همین علت مخالف تکنولوژی بودند و خرابکاران (saboteurs) کفش‌های چوبی (sabots) خود را به نشانه اعتراض درون ماشین‌آلات می‌انداختند تا آن‌ها را از کار ببندازند. از آن زمان تاکنون، هر سال یکبار این ترس رخ می‌نماید به ویژه با توسعه و پیشرفت علوم رایانه‌ای. با این حال در صنعت چاپ، ما درست برعکس این مشکل را داریم. هیچ‌کس از اینکه یک ماشین، جایگزین نیروی کار انسانی شود،

نگران نیست: ما از ماشین استفاده می‌کنیم زیرا اصلاً نمی‌توانیم نیروی کار موردنیازمان را پیدا کنیم.

بیش از یک دهه است که ما در صنعت چاپ در مورد اتوماسیون صحبت و قلم‌فرسایی می‌کنیم و اگر شما از پنج نفر بپرسید اتوماسیون یعنی چه؛ پنج پاسخ متفاوت دریافت می‌کنید. از هر ده بار، ۹ بار از اتوماسیون به‌عنوان نوعی نرم‌افزار یاد می‌کنند که به‌طور خودکار فایل را برای تولید کار چاپی پردازش می‌کند و یا محاسبات هزینه‌ها را هنگامی که ماشین در حال تولید است، انجام می‌دهد و یا اینکه فرایند تولید را کارآمدتر می‌کند.

اما اتوماسیون می‌تواند شامل سخت‌افزار نیز شود. سخت‌افزارهای اتوماتیک سال‌هاست که در صنعت چاپ مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگر شما در دهه ۸۰ یک دستگاه فتوکپی داشتید احتمالاً فیدر کاغذها به‌طور اتوماتیک عمل می‌کرد و ماشین‌آلات چاپ افسست نیز سال‌هاست یونیت‌های تغذیه و تحویل تمام اتوماتیک دارند.

آنچه ما اکنون شاهد آن هستیم ورود ربات‌ها به صنعت چاپ و بسته‌بندی است. این ربات‌ها در دو حالت مورد استفاده قرار می‌گیرند: به‌عنوان بخشی از یک دستگاه یا به‌صورت یک یونیت مستقل.

از جنبه ریشه‌شناسی، واژه ربات (Robot) در سال ۱۹۲۳ عرضه شد. این واژه در حقیقت ترجمه انگلیسی واژه (Robotnik) است که برای اولین بار در یک نمایشنامه اثر کارل کاپک اهل کشور چک نوشته شد و در اصل ریشه در واژه روباتا (Robota) که در زبان چک به معنی کار اجباری، خدمات اجباری، کار توان‌فرسا (خرحمالی) است، دارد. «بیابید دعا کنیم ربات‌ها هرگز به معنی واقعی این واژه پی نبرند.»

استفاده از ربات به‌عنوان بخشی از یک یونیت

مکان ایده‌آل برای استفاده از اتوماسیون رباتیک در یونیت تغذیه سطح چاپ‌پذیر به درون دستگاه چاپ است. در حوزه چاپگرهای فرمت عریض، تغذیه ورق‌های ضخیم مقوا و با متریال‌های دیگر به دستگاه‌های چاپگر تخت به‌صورت اتوماتیک انجام می‌شود و استفاده از بازوهای اتوماتیک - از جمله در ماشین Agfa Onset X - چندی است در چاپخانه‌های با ظرفیت بالا رایج شده است. شرکت آگفا از یک بازوی رباتیک برای تغذیه و برداشتن ورق‌ها و



سطوح چاپ‌پذیر استفاده می‌کند. این بازوها می‌توانند ورق‌ها را از روی یک پالت یا یک میز برداشته و وارد ماشین کنند و یا در انتها پس از چاپ ورق‌ها را روی یک میز برش یا یک میز دیگر برای کنترل و نظارت بر کار چاپ‌شده قرار دهند. این بازوها می‌توانند سرعت بالایی داشته باشند به همین خاطر مکانیزم‌های ایمنی برای تضمین سلامت و ایمنی اپراتورها در آن‌ها به‌کارگرفته شده که از آن جمله می‌توان به شبکه یا گارد ریل‌های محافظ، سنسورهای مادون قرمز و یا حتی سیستم‌های اسکن لیزری نام برد. به گفته آگفا، بازوی رباتیک، ابعاد بسیار کوچک‌تر و جمع‌وجورتری از یونیت‌های تغذیه رایج و قدیمی دارد.

در نمایشگاه فسپا که بهار گذشته برگزار شد، شرکت دورست، دستگاه Robotic Durst P5 خود را عرضه کرد. این دستگاه در حقیقت یک یونیت تغذیه‌کننده و استنکر است که از دو ربات کوکا (Kuka) برای تولید کاملاً اتوماتیک و بی‌نیاز از اپراتور بهره می‌برد. این ربات‌ها می‌توانند مدیا را از روی پالت‌های متفاوت به ارتفاع ۱۸۰ سانتی‌متر برداشته، آن‌ها را درون ماشین قرار دهند و هر کار را روی پالت جداگانه بچینند. مدیاچاپ شده را نیز می‌توان ۱۸۰ درجه چرخاند و پشت آن را نیز چاپ کرد. شرکت های زوند و کونگربرگ نیز دمت‌هاست از بازوهای رباتیک در قالب آپشن برای قراردادن مدیا در سیستم‌های برش خود استفاده می‌کنند. با اینکه به نظر می‌رسد بهترین بخش از صنعت چاپ برای استفاده از ربات، چاپگرهای فرمت عریض باشد - با در نظر گرفتن ابعاد و وزن ورق‌های مورد استفاده - این ربات‌ها اکنون در صنعت چاپ افسست نیز

به کار گرفته می‌شوند.

به عنوان مثال شرکت Agfa Offset Services به تازگی به یک شرکت جدید به نام ECO۳ که از دل شرکت آگفا بیرون آمده را، تاسیس کرده است. این شرکت مجموعه گسترده‌ای از تولیدات و خدمات ارائه می‌کند، از جمله یک ربات برای بارگذاری و تغذیه پلیت به ماشین پلیت‌ستر فرمت‌عریض آگفا به نام Avalon VLF. این راه حل ویژه و سفارشی از ریاتی تشکیل شده که بر اساس نیازهای مشتری ساخته می‌شود. به گفته شرکت سازنده سیستم تغذیه اتوماتیک پلیت (Autofeeder) می‌تواند همزمان چندین پلیت را با سرعت هشتاد پلیت در ساعت، فارغ از ابعاد آن، درون دستگاه قرار دهد. این دستگاه به نرم‌افزار Apogee ECO۳ نیز مجهز است.

گذشتن و برداشتن مدیا در چاپ فرمت عریض - یا حتی پلیت افسست در چاپ تجاری - شباهت‌های فراوانی با ورق‌های کارتن در بسته‌بندی دارد. در ماه می گذشته، شرکت بوبست اعلام کرد که بیشتر سهام شرکت Dicker Robotics یک سازنده سیستم‌های رباتیک برای بارگذاری (Loading) و پالت‌گذاری (Palletizing) در بخش مقوای کنگره‌ای و همچنین جعبه و شاید حتی لیبل، خریداری کرده است.

در اطلاعیه خود، بوبست بینش خود را برای آینده تولید بسته‌بندی شرح داده است. بر اساس این بینش کلیه مراحل تولید بسته‌بندی شبکه‌سازی شده و به‌صورت تمام اتوماتیک انجام می‌شود و ربات‌ها نیز بخشی از این بینش آینده‌نگرانه هستند.

یک شرکت به نام Rigorous روباتی به نام Box

مکان ایده‌آل برای استفاده از اتوماسیون رباتیک در یونیت تغذیه سطح چاپ‌پذیر به درون دستگاه چاپ است



دست نگه دارید!

این زباله‌ها ویژه‌اند

لامپ و باتری بی‌مصرف را به ما بسپارید



گروه فروردین ارائه دهنده خدمات بازیافت باتری، امعاء لامپ و ارزیابی چرخه حیات در سطح کشور است

تهران: امیرآباد شمالی، خیابان خدیجه گوردادگردید و هدایت، پتاک ۱۵
 پستارک مشهد و قفسارون دانشگاه تربیت مدرس، واحد ۲۱۰
 قزوین: دانشگاه قزوین، پتاک ۳۳، بخش ۳۳، ۳۳۱۷۵۸۵
 شماره: ۰۲۱ ۲۶۰۴۴۴۴
 WWW.FARVARDINGP.COM
 WWW.LAMPRECYCLING.IR
 INFO@LAMPRECYCLING.IR
 @FARVARDINGP FARVARDINGP

جهت زبیر
 ارائه فروردین

نقشه‌های CAD ساختمان را وارد چاپگر می‌کنند و چاپگر خط دیوارها و دیگر جزئیات را روی کف اتاق‌ها و سالن‌ها می‌کشد. این روش ۱۰ برابر سریع‌تر از روش‌های دستی است. شرکت HP به‌تازگی یک گزارش پژوهشی به نام وضعیت تولید در صنعت ساختمان ارایه کرده است. بر اساس داده‌های این پژوهش صنعت ساختمان نیز مثل صنعت چاپ دچار کمبود نیروی کار است. همه ما در مورد کمبود خانه، اخبار و مطالب زیادی شنیده و یا دیده‌ایم و بر اساس مقالات HP، ۶۴ درصد از نیروهای حرفه‌ای صنعت ساختمان معتقدند با افزایش و بهبود فرایند تولید در صنعت ساختمان این کمبود را می‌توان تا حد زیادی جبران کرد. چاپگر SitePrint اکنون علاوه بر آمریکای شمالی در برخی از کشورهای اروپایی از جمله آلمان، اتریش، انگلیس و سوئیس عرضه می‌شود.

در نمایشگاه Printing United در آمریکا یک ماشین پالت پیچ رباتیک که توسط شرکت Robopac ساخته شده به نمایش درآمد. این ربات می‌تواند به‌طور نیمه‌اتوماتیک کالای روی پالت را با سلفون بپوشاند. به گفته شرکت سازنده استفاده از این ربات در مصرف سلفون و فیلم صرفه‌جویی خوبی کرده و در هزینه‌های ناشی از آسیب به کالا تا ۴۰ درصد صرفه‌جویی به عمل می‌آورد.

در ماه سپتامبر گذشته Robopac اعلام کرد که تصمیم دارد با همکاری شرکت Mondi که از تولیدکنندگان عمده کاغذ و بسته‌بندی‌های دوستدار محیط‌زیست است، راه‌حل‌های پالت پیچ بهتری که به اقتصاد پایدار و محیط‌زیست کمک کرده و باعث سهولت در حمل‌ونقل می‌شود، ارائه کند. دستگاه پالت پیچ جدید Robopac به‌جای فیلم از کاغذ کرافت که در ساخت آن‌ها از منابع تجدیدپذیر استفاده شده، بهره می‌برد، ماشین جدید از هیچ‌گونه پلاستیک و یا کوتینگ استفاده نمی‌کند و ضایعات دستگاه نیز کاملاً بازیافتی است.

هنوز در ابتدای راه هستیم

ما هنوز در ابتدای راه توسعه و فراگیری صنعت رباتیک در دنیای چاپ و بسته‌بندی هستیم و نمونه‌هایی که در این نوشته شرح آن‌ها رفت تنها قطره‌ای از اقیانوس به شمار می‌آیند. طی دو سال گذشته پیشرفت‌های فراوانی در عرصه صنایع رباتیک ویژه صنعت چاپ رخ داده است و این پیشرفت‌ها در سال‌های آینده با شتاب بیشتری ادامه پیدا خواهد کرد.



اساس ربات Motoman SDA ساخت شرکت Yaskawa عمل می‌کند. سیستم Levanto Cell یک سلول ربات (منظور از سلول یا حوزه عملیات ربات است) ارائه کرده است که شامل یک خط برش کاغذ، یک میز بلندکننده (Lifting Tabel)، ربات و یک میز لرزنده برای بُر زدن ورق‌های چهارگوش می‌شود. این ربات می‌تواند تا ۳۰ کیلوگرم بار را بلند کند. هدف از به کارگیری ربات، حذف زمان لازم برای نقل‌وانتقال دستی کاغذ از میز لرزنده و افزایش کارایی سیستم برش و خط‌زنی است.

یونیت‌های مستقل

برخی پیش‌بینی کرده بودند که در مقطعی ربات‌ها یا کوبات‌ها (ربات‌های همکار) در سراسر چاپخانه‌ها می‌چرخند و همه کارها را انجام می‌دهند. هنوز راهی طولانی برای تحقق چنین سناریویی باید پیموده شود. با این حال یونیت‌های رباتیک جالبی که می‌توانند چنین مسیری را هموار کنند، به بازار عرضه شده‌اند. یکی از این یونیت‌ها توسط شرکت HP برای صنعت معماری، مهندسی و ساختمان‌سازی ارائه شده است. نام این دستگاه منحصربه‌فرد HP SitePrint است که در حقیقت یک چاپگر رباتیک است - چیزی شبیه جاروبرقی، Roomba- که برای استفاده در سایت‌های ساختمانی طراحی شده است.

این چاپگر مستقیم روی کف هر بخش از ساختمان چاپ می‌کند و خطوط دیوارها را می‌کشد. این چاپگر از طریق تلفن موبایل و یا تبلت کنترل شده و حرکت می‌کند. مهندسان

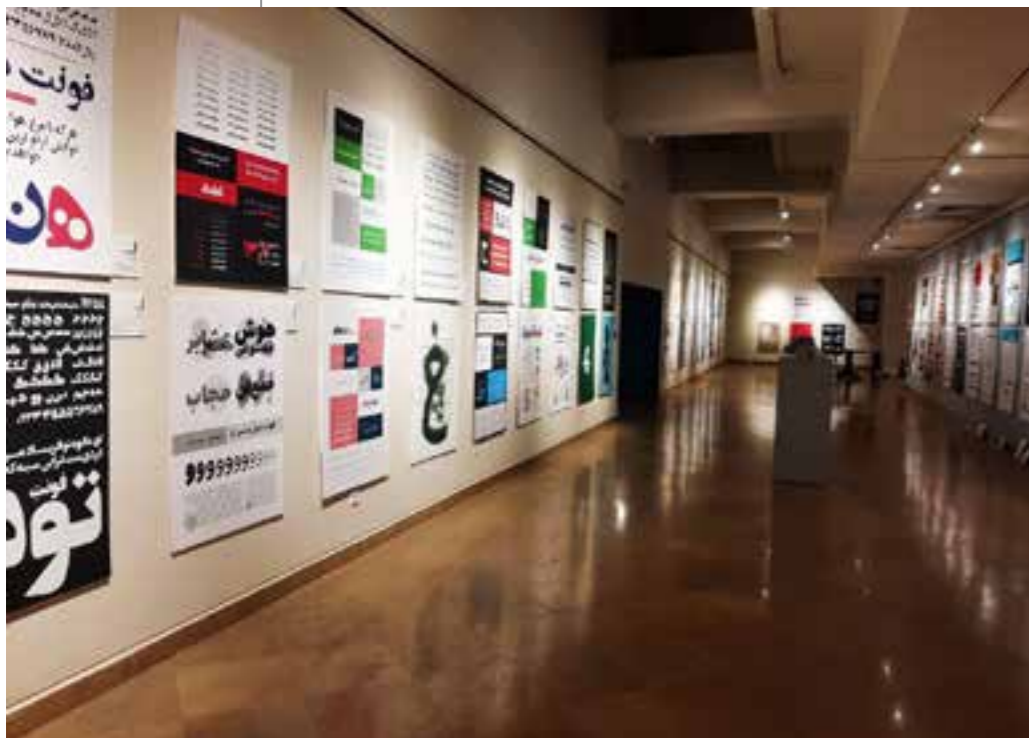
Hopper را عرضه کرده که می‌تواند ورق‌های کنگره‌ای (کارتن) را به ماشین جعبه‌چسبان تغذیه کند. اساس کار این ماشین این‌گونه است که پالت ورق‌های کارتن که دایکات شده‌اند به ربات داده می‌شود، سپس ربات آن‌ها را وارد دستگاه جعبه‌چسبان می‌کند. هنگامی که پالت خالی می‌شود، ربات ضایعات را جمع‌آوری کرده و ورق‌ها را روی تسمه نقاله می‌چیند.

دستگاه Box Hopper می‌تواند انواع ابعاد ورق کارتن را (بر اساس مشخصات ماشین) وارد دستگاه کند. به گفته شرکت سازنده، مشتریانی که دستگاه Box Hopper را نصب کرده‌اند، موفق شده‌اند سرعت عملیات دستگاه جعبه‌چسبانی خود را تا ۱۵ درصد افزایش دهند.

شرکت Rigorous همچنین متناسب با نیاز شرکت راه‌حل‌های رباتیک ارائه می‌کند. بسیار خوب! تا اینجا در مورد نقش و کاربرد ربات‌ها در چاپ فرمت‌عریض، افست و کارت‌تن صحبت کردیم. ولی دیگر بخش‌های چاپ تجاری نیز می‌توانند از مزایای ربات‌ها استفاده کنند. بخش تکمیلی نیز می‌تواند یک فضای ایده‌آل برای استفاده از ربات‌ها باشد و یک شرکت ژاپنی نیز به این نیاز پاسخی درخور داده است.

شرکت Yaskawa همراه با شرکت همکار خود: Graphic Robotics یک سیستم به نام Paper Handling Robot Levanto برای عملیات برش و تکمیلی برای چاپخانه‌های دیجیتال ارائه کرده است. این سیستم بر

برخی پیش‌بینی کرده بودند که در مقطعی ربات‌ها یا کوبات‌ها (ربات‌های همکار) در سراسر چاپخانه‌ها می‌چرخند و همه کارها را انجام می‌دهند



سفارش‌دهنده فونت، چنین رویدادی برگزار شده، هیچ اثری از هیچ ناشر و موسسه مطبوعاتی مهمی در این رویداد یگانه دیده نمی‌شود. البته مسئولیت این عدم حضور و کوتاهی فقط بر گردن آنها نیست، بلکه وجه دیگری هم در این غیبت وجود دارد که بسیار پر اهمیت است.

اشاره کردم که برگزارکننده چنین رویدادی می‌بایست ناشران و موسسات مطبوعاتی، اعم از دولتی یا خصوصی باشند، چرا که آنانند که بدون در اختیار داشتن قلم مناسب، کارشان به سامان نمی‌رسد، ولی واقعیت این است که برگزارکنندگان این رویداد که همگی از طراحان گرافیک هستند، به همان بیماری «نامحرم» بودن و یا حتی «دشمن» دانستن «سفارش‌دهنده»، تا آنجا که در بین اعضای شورای سیاست‌گذاری این رویداد، که منطقی باید اکثریت را ناشرین و صاحبان جرید تشکیل دهند (سیاست‌گذاری برای هر پروژه گرافیک برعهده سفارش‌دهنده آن است) حتی یکی از این افراد حضور نداشتند و هر شش نفر طراح گرافیک بودند و یا حتی در بین سیاست‌گذاران علمی یا سخنرانان این مراسم نیز، ناشران و صاحبان جرید غایب بودند، اتفاقی که نشان می‌دهد تا چه حد، طراحان گرافیک با واقعیت حرفه خود بیگانه‌اند و هنوز بعد از نزدیک ۸۰ سال از «شغل» شدن گرافیک در کشورمان، متوجه این مساله نشده‌اند که این حرفه با سفارش است که معنا پیدا می‌کند و سفارش بدون سفارش‌دهنده بی‌معناست. البته از آن سو هم سفارش‌دهنده فونت که ناشران و جرید باشند، به «آماده‌خوری» تمایل بیشتری دارند و الا چرا باید مهم‌ترین و پرکاربردترین قلم‌های عرصه نشر کاغذی، همان فونت‌هایی باشند که بیش از ۵۰ سال از تولیدشان می‌گذرد و همچنان برای نمونه، «فونت لوتوس» محبوب‌ترین فونت در بین ناشران و جرید باشد؟ در پایان جا دارد از خانم «عاطفه محمدی» و تمامی همکارانشان که با همتی ستودنی، باعث این رویداد مهم شدند تشکر کنیم، رویدادی که باید صاحبان اصلی فونت، یعنی ناشران و جرید دولتی و خصوصی برگزارکننده‌اش می‌بودند که دهه‌هاست در انجام آن کوتاهی کرده‌اند.



تاملی بر یک رویداد هنری و فرهنگی

هفته حروفچینی تهران در غیاب ناشران برگزار شد

مهرداد احمدی شیخانی

کار رفته در نشر، یک مساله بسیار با اهمیت بوده و همچنان هم هست. اما چرا همان ابتدا گفتم عجیب؟ عجیب از آن نظر که فونت به کار رفته در انتشار یک اثر، موضوع اصلی ناشرین و مؤسسات مطبوعاتی است و طبیعتاً آن‌ها هستند که باید بیشتر از هر کسی به این مهم بپردازند و برگزارکننده چنین رویدادی باشند که نه تنها ۶ دهه است چنین رویدادی برگزار نشده، بلکه حالا که با این تاخیر بسیار طولانی، از طرف بخش خصوصی و آن هم سویه طراحی فونت و نه

شد. اما چرا می‌گویم رویدادی بسیار مهم؟ واقعیت این است که مهم‌ترین موضوع در حوزه نشر، خواننده شدن متنی است که ارائه می‌شود، چرا که اگر متن ارائه شده، قابل خواندن نباشد، انتشار یا عدم انتشار آن، فرقی نمی‌کند و خواننده شدن یک متن هم بستگی به قلم یا همان فونتی دارد که متن با آن حروفچینی شده است؛ و اگر می‌گویم ۶۰ سال است که در برگزاری چنین رویدادی تاخیر شده، به آن دلیل است که حداقل از دهه چهل، موضوع نشر و همچنین فونت به

ماه گذشته رویدادی بسیار مهم در حوزه نشر اتفاق افتاد که با بی‌توجهی عجیب فعالان این حوزه و به‌ویژه اصحاب رسانه و نشر کاغذی روبه‌رو شد. آن اتفاق برپایی اولین دوره «هفته تایپ تهران» یا اگر درست‌تر بگوییم «هفته حروفچینی تهران» در موزه امام علی بود، رویدادی که حداقل با ۶۰ سال تاخیر رخ داد و برگزاری آن، به همت دو موسسه خصوصی «کوئیک» و «استودیو» و «آفرینش‌های هنری یارا» و مساعدت مدیریت موزه امام علی امکان‌پذیر

فونت به کار رفته در انتشار یک اثر، موضوع اصلی ناشرین و مؤسسات مطبوعاتی است و طبیعتاً آن‌ها هستند که باید بیشتر از هر کسی به این مهم بپردازند و برگزارکننده چنین رویدادی باشند



- تولید انواع محصولات پشت چسبدار (لیبل) کاغذی و فیلمی
- چاپ انواع برچسب تا ۶ رنگ UV (مات، آرت، حرارتی، ترانسپارنت، متال، وید و ...)
- چاپ، دایکات، طلاکوب، پوشال برداری، پانچ و پرفراژ
- چاپ پشت و رو همزمان
- تحویل به صورت رول و شیت
- نماینده فروش ریبون های حرارتی ژاپنی جنرال ، سونی و امگا (وکس، وکس رزین، رزین، سوپر رزین)

Signatura società OMEGA GENERAL



عضو فدراسیون بین المللی
تولیدکنندگان برچسب
از سال ۲۰۰۷



دائره گواهی نامه مدیریت کیفیت
ISO 9001 : 2015



عضو اتحادیه صادرکنندگان
صنعت چاپ ایران

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، خیابان شهید کلانتری، پلاک ۴۹، واحد ۵
چاپخانه: کرج، مهرشهر، سه راه کیانمهر، خیابان قربانی، خیابان ایران، خیابان ایرج، پلاک ۴۵

۰۲۱ - ۸۶۰ ۷۱ ۷۲۵ ۰۷۶۱ ۰۲۶ - ۳۳ ۲۶ ۲۶ ۰۱ - ۳

اپلیکیشنی برای تمام فصول

ویچاپ



در اپلیکیشن «ویچاپ»

محاسبه:

چاپ، طراحی گرافیک، کاغذ مصرفی برای هر سفارش (کتاب و غیر کتاب)، برش مناسب کاغذ طبق سفارش، فرم‌بندی کتاب و قرار دادن درست صفحات در فرم

جدول قیمت‌های به روز گرافیک و چاپ:

کاغذ و مقوا، لیتوگرافی، چاپ CMYK، سلفون مات و براق، اسپات، بو وی مات و براق، ورنی، طلاکوب، لترپرس و ..

نکات مهم و کاربردی گرافیک و چاپ:

هر هفته نکات مهم و به روز را برای جلوگیری از اشتباهات و ارائه یک سفارش چاپی درست در این بخش می‌آموزید



کاملا رایگان

اپلیکیشن ویچاپ

نیاز روزانه تمامی فعالان گرافیک و چاپ

نسخه اندروید در:

کافه بازار:

<https://cafebazaar.ir/app/com.wichapp>

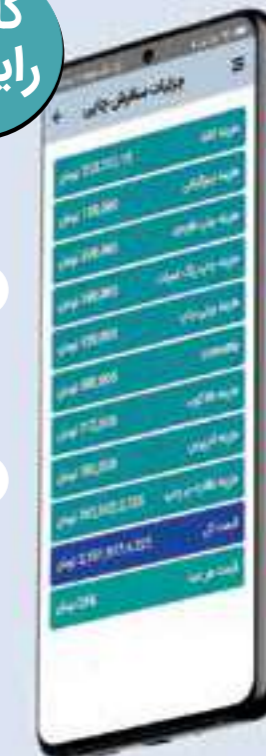
نسخه IOS در:

دانلود از سیب‌اپ:

<http://bit.ly/39Gj4fW>

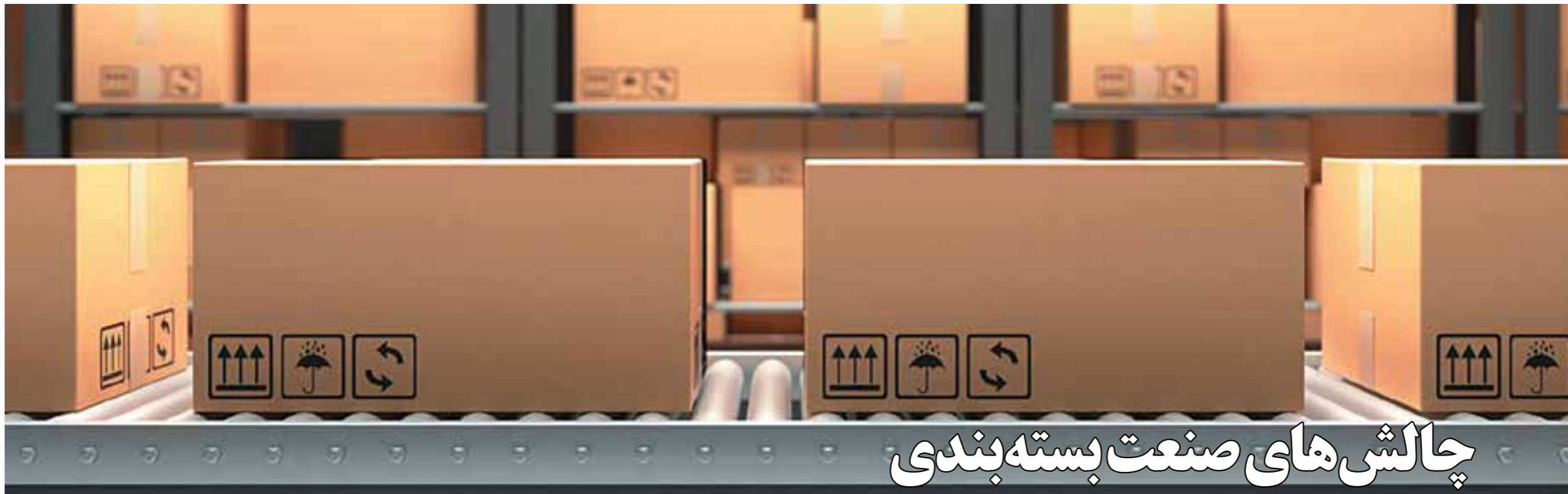
دانلود از سیبچه:

<http://bit.ly/2rTW4c2>



گروه پژوهش و آموزشی
توضیحات کامل اپلیکیشن را در لینک زیر ببینید

chapsaa.com



چالش‌های صنعت بسته‌بندی

گروه ترجمه

منبع: drupa.com

بسته‌بندی بخش مهمی از صنعت چاپ را تشکیل می‌دهد. چاپ بسته‌بندی شاید به اندازه چاپ سه‌بعدی هیجان‌انگیز نباشد، اما در جایگاه خود حوزه جذابی محسوب می‌شود. در این مقاله قصد داریم به چالش‌های موجود در صنعت بسته‌بندی و تاثیر آن‌ها بر تولیدکنندگان و چاپخانه‌ها بپردازیم.

بازار بسته‌بندی یکی از بازارهای بزرگ و تاثیرگذار صنعت چاپ محسوب می‌شود. صنعت بسته‌بندی در سال‌های اخیر همواره در حال تغییر و تحول بوده است؛ مثلاً این روزها دیگر تنها یک طراحی بسته‌بندی جذاب کافی نیست، بلکه سازگاری با محیط‌زیست بسته‌بندی هم از موضوعاتی است که هم برای برندها و هم مشتریان نهایی به فاکتور مهمی تبدیل شده است.

انعطاف‌پذیری بیشتر، کاربردی‌تر

درست است که مهم‌ترین وظیفه بسته‌بندی همیشه محافظت از محصول درون آن است، اما این روزها نحوه محافظت از محصول هم در حال تغییر است. تولیدکنندگان بسته‌بندی برای دستیابی به پایداری بیشتر، از مواد اولیه نازک‌تر و طراحی‌های بسته‌بندی پیچیده‌تر استفاده می‌کنند. از آنجایی که سازوکارهای تحویل کالا در درب خانه مشتری بسته‌بندی و الزامات فروشگاه‌ها برای عرضه محصولات هم متنوع‌تر و پیچیده‌تر شده‌اند، فرآیند تولید بسته‌بندی هم باید انعطاف‌پذیرتر شود که همین موضوع،

نیاز به ماشین‌آلات و چاپگرهای سریع‌تر و اثربخش‌تر دارد. همین‌طور، به نظر می‌رسد که اوج گرفتن فروش آنلاین در کنار مزیت‌هایی که برای صنعت بسته‌بندی دارد، چالش‌هایی را هم برای آن ایجاد کرده است.

صنعت بسته‌بندی فقط در زمینه فرآیندهای تولید و تحویل کالا به مشتری در درب خانه‌اش توسعه‌نیافته بلکه نحوه‌نمایش و تبلیغ محصول از طریق بسته‌بندی‌های خلاقانه و هوشمندانه هم به شکل فوق‌العاده‌ای در حال تغییر و تحول است. امروزه طراحان و تولیدکنندگان بسته‌بندی با استفاده از فناوری‌های چاپ دیجیتال، می‌توانند ایده‌ها و ابتکاراتی را در قالب بسته‌بندی به واقعیت تبدیل کنند که قبل از این امکان‌پذیر نبودند. چاپ دیجیتال اگرچه روش‌های سنتی چاپ را از میدان به در نکرده، اما توانسته یکی از روندهای مهم صنعت چاپ که نیاز به انعطاف‌پذیری در چاپ سفارشات کم‌حجم است را به‌خوبی برطرف کند. همچنین موضوعاتی مثل سفارشی‌سازی، امنیت و رهگیری محصولات بعد از ظهور چاپ دیجیتال از همیشه ساده‌تر و اثربخش‌تر شده‌اند.

مدیریت Industry 4.0

امکانات و انعطاف‌پذیری بیشتر در بسته‌بندی، نیاز به یک سیستم مدیریتی بهینه هم دارد. به لطف پیشرفت‌های فنی عصر ما، این کار کاملاً امکان‌پذیر است، اما به تلاش مضاعف نیاز دارد. اتوماسیون ماشین‌آلات و چاپگرها، زمان کار سیستم‌ها را بهینه می‌کند و ارتباط میان برند و مشتری را اثربخش‌تر می‌کند. همین‌طور، اتوماسیون باعث می‌شود که مدیریت ارتباط و پیوند تجهیزات هم بهتر انجام بگیرد. اتوماسیون ماشین‌آلات و گردش کار می‌تواند به شکل قابل‌توجهی از پیچیدگی جریان تولید بکاهد. بهره‌گیری از سیستم‌های اتوماتیک در چارچوب یک گردش کاری، به صرفه‌جویی در هزینه‌ها منجر می‌شود. گزارش‌هایی که از چاپخانه‌های مجهز به سیستم‌های اتوماتیک گردآوری شده، نشان می‌دهد که اتوماسیون گردش کار می‌تواند در حین بالا بردن بهره‌وری، هزینه‌های جانبی را هم کاهش دهد. مخصوصاً از آنجایی که افزایش هزینه‌ها، بازار صنعت بسته‌بندی را از همیشه رقابتی‌تر کرده، برندها به دنبال راه‌هایی بهتر و سریع‌تر برای تولید بسته‌بندی با

امکان سفارشی‌سازی و امنیت بالا هستند که بتوانند در بازار موفق عمل کنند. در کل، سه فاکتور مهم بر مجموع هزینه‌های تولید بسته‌بندی تاثیر می‌گذارد: کیفیت بهره‌وری و تامین مواد اولیه. در یک گردش کار یکپارچه، این سه فاکتور به‌طور مجزا دیده نمی‌شوند، بلکه چالش‌های وابسته به هم هستند که در تمامی زنجیره تامین تا تولید، از طراحی بسته‌بندی گرفته تا چاپ و تولید ارزیابی می‌شوند.

سرمایه‌انسانی

بعد از اتوماسیون سیستم گردش کار، چالش دیگری مطرح می‌شود که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد: آموزش و ایجاد تخصص در نیروی کار. دشواری‌های اقتصادی در سال‌های اخیر باعث شده که صنعت چاپ با کمبود نیروی کار مواجه باشد. این درحالی‌ست که کمبود نیروی متخصص چاپ به وضعیت بحرانی رسیده است. یکی از راه‌های مقابله با این چالش این است که فضای کار در صنعت چاپ را به حیطة‌ای جذاب‌تر از گذشته تبدیل کنیم که بتوانیم نسل جوان را به کار کردن در این حوزه علاقه‌مند کنیم. خوشبختانه، به لطف ظهور فناوری‌های دیجیتال، امروزه تمامی کارهای یکنواخت و روزمره و بعضاً خطرناک که در گذشته توسط اپراتورهای چاپ به شکل دستی انجام می‌شد، حالا به‌طور کامل بر عهده اتوماسیون

سیستم‌های چاپ است. این اتفاق، فضای کار صنعت چاپ را به فضایی تمیزتر، انسانی‌تر و دارای فرصت‌های مختلف برای خلق ایده‌های مبتکرانه تبدیل کرده است.

اولویت صنعت چاپ باید به گونه‌ای باشد که در کنار جلب توجه نیروی کار تازه، اسباب آموزش‌های تخصصی آن‌ها را نیز فراهم کند تا نیروی کار امروز بتواند پاسخگوی چالش‌های فردای صنعت چاپ هم باشد.

مواجهه با چالش‌های صنعت بسته‌بندی، فقط با بررسی مشکلات فرآیندهای داخلی آن برطرف نمی‌شود، بلکه جنبه‌های دیگر آن هم مهم هستند که یکی از آن‌ها، ارتباط میان همه اعضای فعال در این صنعت با یکدیگر است.

تولیدکنندگان باید با تامین‌کنندگان خود ارتباط روزانه داشته باشند و آن‌ها را به‌عنوان همکاران خود ببینند. چاپکاران از طریق اینترنت اشیا و فضاهای ابری می‌توانند رابط مناسبی میان تامین‌کنندگان و تولیدکنندگان باشند و با این کار، از بروز مشکلات جلوگیری کنند.

وضعیت خدمات‌رسانی میان چاپکاران و مشتریان هم باید بهینه شود. مشتریان امروزی گستره انتخاب وسیعی در اختیار دارند که بازار را رقابتی‌تر و کار برندها را سخت‌تر می‌کند. بنابراین، امروزه دیگر فقط عرضه محصول باکیفیت کافی نیست، بلکه مشتریان نیاز دارند از طرف برند مورد توجه و حمایت ویژه قرار بگیرند. برای همین است که ایجاد بسترهای

آنلاین چاپ با سیستم‌های رابط کاربری امن، راحت و خدمات پس از فروش، از اهمیت بالایی برخوردار است.

چشم‌انداز آینده

توسعه پایدار و حفاظت از محیط‌زیست، یک موضوع جدید و پیچیده برای تولیدکنندگان است که نه فقط صنعت چاپ، بلکه بقیه صنایع هم با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. مقوله توسعه پایدار، تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان را مجبور می‌کند که از یک طرف به دنبال استفاده از مواد اولیه پایدارتر، تولید بسته‌بندی‌های نازک و جمع‌وجور، طراحی بسته‌بندی پایدار و در عین حال جذاب باشند و از طرف دیگر، عواملی مثل بهره‌وری، کیفیت و هزینه‌های تولید را هم در نظر داشته باشند.

البته یکی از جنبه‌های دیگر توسعه پایدار، مدیریت زباله و ضایعات است که به خاطر اهمیت بالای آن به «کلید حل مشکلات صنعت بسته‌بندی» معروف شده است. علاوه بر این، پایداری فقط به معنی تولید سبز، محصول دوستدار محیط‌زیست و مدیریت زباله نیست، بلکه به معنای تولید محصولاتی با طول عمر طولانی و تولید چرخشی نیز هست. بنابراین، تولیدکنندگان و چاپخانه‌ها باید مساله محیط‌زیست را به عنوان یکی از اساسی‌ترین موضوعات حال حاضر و آینده صنعت چاپ در نظر داشته باشند.



- MG Bleached Kraft Paper
- Sack-Kraft Paper
- Coated Kraft Back (CKB)
- Natural Kraft Board
- Barrier Board
- Kraft Cupstock Board



برای دریافت کاتالوگ نمونه‌های محصولات فوق،
QR Code را اسکن کنید.

واتساپ سفارشات و کانال تلگرام

09199101009

iBulk



راهکار برگ بهشت
Behesht Paper Solution Co.

کاغذ و مقوای تخصصی بسته‌بندی از بهترین تولیدکنندگان اروپا و آمریکا

- مقوای کرافت لیوان
- مقوای کرافت ظروف سالاد و سوپ
- مقوای یک رو و دورو کرافت
- کاغذهای سولفیت و مومی
- کاغذ و مقوای گریس پروف
- انواع کاغذهای بهداشتی جعبه پیتزا





نقش صنعت چاپ در جنگ‌های جهانی چه بود؟

ترجمه از: [پیناتوفیشیان](http://printweek.com)
منبع: printweek.com

تا سال ۱۹۱۷، به خاطر اعزام گسترده سربازان به میادین جنگ، تعداد کارکنانی که در صنعت چاپ مشغول به کار بودند تا ۵۰ درصد کاهش یافت

با پایان سال ۲۰۲۳، صد و ده سال از زمان آغاز جنگ جهانی اول می‌گذرد؛ جنگی که هزاران ماجرای مخفی در دل خود پنهان داشت و پایه‌های جنگ‌های بزرگ‌تر و خونین‌تر آینده را پی‌ریزی کرد. در این مقاله بر آن شمیم که نقش و تاثیر جنگ جهانی اول و دوم بر صنعت چاپ و متقابلاً، چاپ بر جنگ را بررسی کنیم.

تاثیر جنگ بر صنعت چاپ، مانند هر صنعت دیگری مخرب و ویرانگر بود؛ در ماه‌های اولیه شروع جنگ بسیاری از روزنامه‌ها تیراژ خود را کاهش دادند، بسیاری از آن‌ها که در زمینه‌های مد، هنر یا ورزش فعالیت می‌کردند، به پوشش خبرهای جنگ روی آوردند و البته بسیاری از آن‌ها هم تعلیق و تعطیل شدند. چاپ به شکل عمومی دچار اختلال شد و تجارت کتاب هم متوقف شد.

تعطیلی چاپخانه‌ها باعث شد که تا پایان آگوست سال ۱۹۱۴، فقط در

انگلستان به‌عنوان یکی از بزرگترین مراکز چاپ در دنیا، بالغ بر ۲ هزار نفر بیکار شوند و بیش از ۷ هزار نفر کار خود را به شکل پاره‌وقت ادامه دهند. تا سال ۱۹۱۷، به خاطر اعزام گسترده نیروهای سرباز به میادین جنگ، تعداد کارکنانی که در صنعت چاپ مشغول به کار بودند تا ۵۰ درصد کاهش یافت. کمبود نیروی کار چاپخانه‌ها به شکلی بود که بسیاری از سیستم‌های چاپ به دلیل کمبود اپراتور چاپ خاموش مانده و برای ماه‌های متمادی خاک می‌خوردند. به استناد برخی از منابع، کمی پس از شروع جنگ جهانی اول، ۴۰ درصد از چاپخانه‌ها در کشورهای درگیر جنگ نتوانستند به فعالیت خود ادامه دهند و تعطیل شدند. وخامت اوضاع در صنعت چاپ انگلستان به حدی بود که در سال ۱۹۱۴ دولت مساعده و پاداش‌های بزرگی را برای کسب‌وکارهای فعال در این صنعت در نظر گرفت.

بریتانیایی‌ها از چاپ به عنوان عنصری

زنده و تاثیرگذار در نتیجه جنگ استفاده می‌کردند و به چاپخانه‌های داوطلب فعال در امور جنگ، «چاپخانه‌های میادین جنگی» لقب دادند. دولت برخی از چاپخانه‌های بزرگ تجاری را برای خدمت به جنگ به گمارده بود و برخی دیگر هم، سیستم‌های گول‌پیکر چاپ را سوار بر کامیون‌های باری بزرگ می‌کردند و به میادین جنگ می‌فرستادند. از آنجا، سربازان و سرهنگ‌ها و خبرنگارها تازه‌ترین اخبار جنگی را برای اطلاع مردم و دولت‌ها چاپ می‌کردند و به شهر می‌فرستادند. البته کار چاپ در میادین جنگ اصلاً ساده نبود. سربازانی که به عنوان اپراتورهای چاپ انتخاب می‌شدند، باید ساعت‌های طولانی پای سیستم‌های چاپ می‌ایستادند و در شرایط محیطی بسیار بد، در گل و لای میادین جنگ، در زیر باران و برف و موشک‌های جنگی کار می‌کردند.

ارتش بریتانیا برای اولین بار در ماه

جولای ۱۹۱۵، اولین پایگاه واحد چاپ ارتش را در Le Harvre تاسیس کرد که اخبار جنگ را به شکل رسمی و با مجوز ارتش و دولت پوشش می‌داد. بعد از آن، یعنی در ژانویه ۱۹۱۶، ایستگاه چاپ بعدی در Boulogne و دیگری در سال ۱۹۱۷ در ایتالیا تاسیس شد. در جنگ جهانی دوم از واحدهای چاپ ارتش برای چاپ خبرنامه‌ها، نیازمندی‌های ارتش و اعلامیه‌های مربوط به جنگ استفاده می‌شد.

یکی از مهم‌ترین انتشاراتی که در زمان جنگ جهانی اول فعالیت می‌کرد، انتشارات Wipers Times بود که در سال ۱۹۱۶ شروع به فعالیت کرد. این روزنامه را در یکی از چاپخانه‌های مخروبه شهر که نیمی از دیوارهای آن فروریخته بود راه‌اندازی کردند. اولین شماره از این روزنامه در ۱۰۰ نسخه چاپ شد و هر نسخه، ۲۰ فرانک قیمت داشت. اما کمی بعد از چاپ شماره دوم این روزنامه، یک موشک آلمانی به این چاپخانه برخورد کرد و آسیب‌های جدی به سیستم‌های چاپ آن وارد کرد که قابل‌تعمیر نبودند. بعد از آن، روزنامه Wipers Times به چاپخانه دیگری که در همان حوالی پیدا شده بود منتقل

شد و کمی بعد، شعبه‌های دیگری از این روزنامه در جبهه غربی ایجاد شد. این روزنامه تا ماه دسامبر سال ۱۹۱۸ اخبار جنگ را پوشش می‌داد و اخبار مهم پیشروی یا عقب‌نشینی دشمن را به نیروهای حاضر در میادین جنگ می‌رساند.

و اما آن زمان چاپخانه‌ها از چه روشی برای تولید پوستره‌های جنگی استفاده می‌کردند؟ اغلب پوستره‌های رنگی آن زمان با روشی موسوم به کرومولیتوگرافی «chromolithography» تولید می‌شدند؛ روشی که می‌توانست تصاویری رنگی با رنگ‌های درخشان و طرح‌های ظریف تولید کند. این پوستره‌ها، با پوسترهایی که بعداً با روش افسست به شکل ارزان و سریع چاپ می‌شدند، زمین تا آسمان تفاوت داشتند.

لیتوگرافی خودش یک روش چاپی است که با سطوح صاف کار می‌کند. این روش با روش چاپ برجسته (relief printing) و روش اینتاگلیو (intaglio) متفاوت است، چون در این روش کیفیت چاپ نهایی، هم به مواد شیمیایی به کار رفته بستگی دارد و هم به فشار پرس چاپ. در این روش، تصاویر با نوعی قلم‌های سیاه پایه روغنی بر روی سنگ

یا پلیت از جنس زینک کشیده می‌شوند و بعد تصاویر با یک لایه چسب و اسید پوشانیده می‌شوند. محلول اسیدی باعث می‌شود رنگ روغنی به سطح پلیت نفوذ کند و قسمت‌های دیگر، خالی و دافع مرکب باقی بمانند. بعد از این، پلیت رطوبت‌رسانی می‌شود، مرکب می‌گیرد و مرکب را بر روی بستر چاپ می‌نشانند.

در روش کرومولیتوگرافی، به همین فرآیند چاپ، رنگ‌های مختلف اضافه می‌شود. این روش چاپی یک روش زمان‌بر و سخت است که به یک هنرمند برای به تصویر کشیدن طرح موردنظر و یک استادکار چاپ برای چاپ طرح نیاز دارد. در این روش، برای چاپ هر رنگ یک پلیت جدا آماده می‌شود و هر طرح بسته به تنوع رنگی آن، باید چندین بار از زیر چاپ عبور کند.

بنابراین، رجیستری چاپ یا روی هم خوردن دقیق رنگ‌ها روی هم از اهمیت بالایی برخوردار است. نتیجه چاپ به روش کرومولیتوگرافی اگر فرآیند چاپ به درستی انجام بگیرد، چاپی با رنگ‌های درخشان و تصاویر جذاب است که مخصوصاً در زمان جنگ، چشم هر بیننده‌ای را به خود جذب می‌کرده است.



ارتش بریتانیا برای اولین بار در ماه جولای ۱۹۱۵، اولین پایگاه واحد چاپ ارتش را در Le Harvre تاسیس کرد

آیا آینده جنگ در دست چاپ سه‌بعدی است؟



گروه ترجمه

پرینترهای چاپ سه‌بعدی فقط برای چاپ قطعات و ابزارهای نظامی مناسب نیستند. با پیشرفت و توسعه روزافزون نرم افزارهای چاپ سه‌بعدی، حالا طراحی و تولید پیچیده‌ترین و نوآورانه‌ترین قطعات که قبل از این امکان ساخت آنها وجود نداشت، به راحتی و بدون دغدغه قابل انجام است

چاپ سه‌بعدی، صنعت تولید و سازه را دگرگون کرده است. با پرینترهای سه‌بعدی می‌توان پیچیده‌ترین قطعات و ابزارهای صنعتی را با دقت بالا و فقط در عرض چند ساعت تولید کرد. فرآیند تولید در پرینترهای سه‌بعدی به روش افزایشی انجام می‌شود و آینده بسیار روشنی را برای صنایع مختلف ترسیم می‌کند. یکی از صنایعی که بر روی مزیت‌های چاپ سه‌بعدی حساب ویژه‌ای باز کرده، صنعت ارتش است. در سال ۲۰۲۰، ارزش جهانی صنعت ارتش ۱/۸۳ تریلیارد (هزار میلیارد) دلار تخمین زده شد و انتظار می‌رود که این روند ادامه هم داشته باشد. حالا به نظر می‌آید که ارتش برای ساخت سلاح‌ها، ابزارها و قطعات سیستم‌ها و ماشین‌های خود، به فرآیند چاپ سه‌بعدی روی آورده است.

چاپ سه‌بعدی تفنگ‌ها، گلوله‌ها و بمب‌ها

تفنگ‌ها، گلوله‌ها و تانک‌ها از اساسی‌ترین تسلیحات جنگی هر ارتشی به شمار می‌روند. فقط در سال ۲۰۱۷، حدود ۱۳۰ میلیون توپخانه و بیش از ۱۰۰ هزار اسلحه در جهان در حال چرخش میان ارتش‌ها بود. همین‌طور هرساله حدود ۱۰ میلیارد گلوله‌ی جنگی تولید می‌شود. این حجم از تولید به قدری است که می‌توان تمامی زن‌ها، مردها و بچه‌های زنده در دنیا رو با گلوله کشت و همچنان ۲/۵ میلیارد گلوله را به طور مازاد ذخیره کرد. برای اینکه سلاح‌های جنگی درست عمل کنند، باید با دقت فوق‌العاده‌ای تولید شوند و مقاومت بالایی داشته باشند. گلوله‌ها، فشنگ‌ها و دیگر ابزارهای جنگی برای کالیبره صحیح، باید دقت میلی‌متری داشته باشند. آن‌ها همین‌طور باید از مقاومت حرارتی بالایی هم برخوردار باشند و در عین حال، از مواد محکم اما ارزان قیمت ساخته شوند. اخیراً دو شرکت Titomic و Repkon برای تولید سلاح‌های جنگی با پرینترهای سه‌بعدی در استرالیا قرارداد امضا کرده‌اند. آن‌ها قصد دارند در یک همکاری مشترک، تخصص تولید سیلندر شرکت Repkon را با پرینترهای تخصصی سه‌بعدی Titomic ترکیب کرده و از آن برای تقویت ابزارهای دفاعی ارتش استرالیا بهره بگیرند. شرکت ترکیه‌ای Repkon از چهار دهه تجربه در زمینه ساخت قطعات فلزی موردنیاز صنایع ارتشی برخوردار است و غلاف فلزی، پوک‌های فشنگ، بدنه موشک و دیگر قطعات مورد نیاز ارتش را تولید می‌کند. شرکت استرالیایی Titomic هم به‌خاطر پرینترهای تولید افزایشی خود به نام Titomic فقط در سال ۲۰۱۷، حدود ۱۳۰ میلیون توپخانه و بیش از ۱۰۰ هزار اسلحه در جهان در حال چرخش میان ارتش‌ها بود. همین‌طور هرساله حدود ۱۰ میلیارد گلوله‌ی جنگی تولید می‌شود. این حجم از تولید به قدری است که می‌توان تمامی زن‌ها، مردها و بچه‌های زنده در دنیا رو با گلوله کشت و همچنان ۲/۵ میلیارد گلوله را به طور مازاد ذخیره کرد. برای اینکه سلاح‌های جنگی درست عمل کنند، باید با دقت فوق‌العاده‌ای تولید شوند و مقاومت بالایی داشته باشند. گلوله‌ها، فشنگ‌ها و دیگر ابزارهای جنگی برای کالیبره صحیح، باید دقت میلی‌متری داشته باشند. آن‌ها همین‌طور باید از مقاومت حرارتی بالایی هم برخوردار باشند و در عین حال، از مواد محکم اما ارزان قیمت ساخته شوند.

فوق‌العاده ساخته می‌شوند. این روش چاپ سه‌بعدی، ضایعات پودر فلزات را تا ۹۰ درصد کاهش می‌دهد و از نظر محیط‌زیستی هم تا ۶۰ درصد از تولید آلاینده‌های گلخانه‌ای می‌کاهد. در حالی که در سایر روش‌های چاپ سه‌بعدی، از روش‌های حرارتی برای چسباندن ذرات فلز در کنار هم استفاده می‌کنند، در روش TKF از روش «اسپری سرد» استفاده می‌شود. در این روش، برای تولید قطعات، از اشعه لیزر یا منبع حرارتی دیگری استفاده نمی‌شود، بلکه انرژی موردنیاز از نیروی جنبشی ناشی از گاز فشرده شده تامین می‌شود. سرعت تولید در پرینترهای TKF بسیار بالاست. پرینتر مدل TKF 9000، قطعات را با سرعت ۷۵ کیلوگرم در ساعت تولید می‌کند و می‌تواند قطعاتی با حداکثر ابعاد ۹ متر در ۳ متر در ۱/۵ متر تولید کند. قطعاتی که به این روش تولید می‌شوند، از استحکام بسیار بالایی برخوردارند و درصد تخلخل آنها فقط ۳ درصد است. پرینترهای سه‌بعدی TKF همچنین می‌توانند قطعات را با مواد مختلف مانند تیتانیوم، مس، فولاد، نیکل، اینکول ۷۱۸ و اینوار ۳۶ را تولید کنند. پرینتر TKF۹۰۰۰ یکی از بزرگترین پرینترهای سه‌بعدی صنعتی جهان است. پرینترهای TKF همچنین می‌توانند قطعات را از ترکیب مواد مختلف تولید کنند. مثلاً می‌توانند اول لایه‌های تیتانیومی را پی‌ریزی کنند و بعد بر روی آن‌ها، لایه‌های از فلزات دیگر مانند نیکل یا فولاد قرار دهند. بنابراین با

این سیستم‌ها می‌توان قطعاتی تولید کرد که از ترکیب فلزات مختلف ساخته شده‌اند. فناوری TKF همچنین امکان استفاده از آلیاژهای مختلف در فرآیند تولید را فراهم کرده که می‌توان آن‌ها را با نسبت‌های مختلف در طی چاپ به قطعه اضافه کرد. مثلاً می‌توان در ساخت ابزارهای پلیمری، پلاستیکی و سرامیکی، مقداری فلز اضافه کرد که به این روش، متالایز کردن قطعه گفته می‌شود. این کار هم استحکام آن‌ها را افزایش می‌دهد و هم برخی ویژگی‌های مفید دیگر را به آن‌ها اضافه می‌کند. این فرآیند هم از نظر هزینه و هم زمان اثریخش و معقول است. بنابراین، صنایع ارتشی می‌توانند از هر سه روش چاپ افزایشی فلز، آلیاژهای مختلف و یا از روش متالایز کردن، ابزارها و قطعات مورد نیاز ارتش را تولید کنند. با استفاده از سیستم‌های TKF می‌توان قطعاتی تولید کرد که از ترکیب فلزات مختلف یا ویژگی‌های متفاوت ساخته شده‌اند. در عکس بالا یک قطعه را می‌بینید که قسمتی از آن از جنس تیتانیوم خالص است، قسمت دیگری از دیگر از سوپرآلیاژ نیکل ساخته شده است.

در سال ۲۰۲۰، کمپانی Titomic با شرکت Composite Tech که یک تولیدکننده جهانی در زمینه تولید تجهیزات ارتش است، یک قرارداد ۱۹/۷ میلیون دلاری بست و در طی آن متعهد شد که کلاه‌های دفاعی موردنیاز سازمان ناتو (Nato) را با بهره‌گیری از پرینترهای سه‌بعدی تولید کند. بر طبق این قرارداد، دو پرینتر TKF مجهز به ۱۵ میلیون آپشن Titomic، در اختیار شرکت Composite Tech قرار داده می‌شود. دور زدن چالش‌های مربوط به زنجیره تامین ارتش‌ها فقط به تفنگ‌ها، گلوله‌ها و دیگر سلاح‌های مربوط به توپخانه‌های جنگی نیاز ندارند، ماشین‌ها، سیستم‌ها و وسایل نقلیه هم از تجهیزات مهم ارتش به حساب می‌آیند که در صورت نبود آن‌ها، هیچ مأموریت نظامی‌ای نمی‌تواند انجام شود. بنابراین مهم است که فرآیند ساخت و تدارکات این قبیل تجهیزات ارتشی هم با کارآمدی و اثربخشی حداکثری انجام بگیرد، چون هرگونه وقفه در تولید به علت خطا یا خرابی یا تاخیر در تحویل این کالاها می‌تواند صدمات بسیار جدی‌ای را به بدنه ارتش تحمیل کند. مخصوصاً در مورد ناتو که زمان انجام مأموریت‌ها در آن حساسیت بالایی برخوردار است.

در همین راستا، بسیاری از بخش‌های مربوط به دفاع نظامی، به دنبال روش‌هایی هستند که بتوانند ابزارهای مورد نیاز خود را به شکل درون

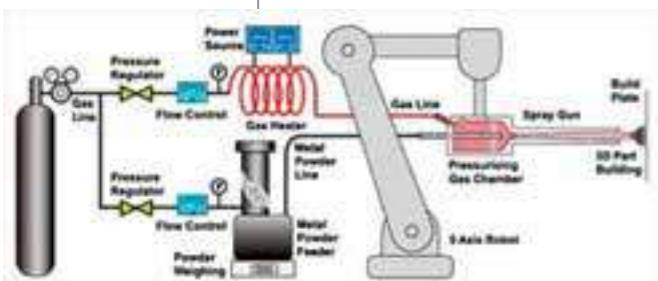
سازمانی و با کمترین چالش و زمان تولید کنند. مثلاً همین حالا نیروی دریایی آمریکا برای تولید قطعات موردنیاز بر روی کشتی‌های نظامی خود از پرینترهای سه‌بعدی شرکت Xerox استفاده می‌کند. پس پرینترهای سه‌بعدی، برای استفاده در صنایع نظامی و تولید به‌صرفه و با سرعت ابزارهای جنگی از پتانسیل بالایی برخوردار هستند. کمپانی SPEE ۳D هم یکی دیگر از چاپخانه‌های پرینتر سه‌بعدی مانند Titomic است که از یک فناوری مشابه با Titomic برای تولید قطعات به روش افزایشی استفاده می‌کند. همه قطعاتی که با فرآیند انحصاری این شرکت تولید می‌شوند، مستحکم و مقرون به‌صرفه هستند و قیمت هر قطعه، ۴۰ تا ۱۰۰ دلار در هر کیلو متفاوت است. پرینترهای این شرکت، توانایی تولید قطعات از جنس مس، فولاد ضدزنگ، آلومینیوم و برنز را دارند که همه آن‌ها از استحکام انبساطی بالایی برخوردارند، مقرون به‌صرفه‌اند و برای انجام مأموریت‌های نظامی مقاومت بالایی دارند.

سال گذشته، ارتش استرالیا برای ساخت برخی از ابزارهای نظامی خود با این شرکت قرارداد ۱/۵ میلیارد دلاری امضا کرد. قرار است کلاه‌های موردنیاز ارتش استرالیا، با پرینتر WrapSPEE۳D انجام شود. سرعت چاپ این پرینتر، ۱۰۰ گرم در دقیقه است و می‌تواند قطعاتی با وزن ۴۰ کیلوگرم را چاپ کند. در حال حاضر، آزمایشات میدانی بر روی پرینتر WrapSPEE۳D در حال انجام است که مقاومت این پرینتر را در شرایط محیطی سخت و خشن مانند طوفان‌های شنی، جابه‌جایی‌های طولانی با قطار و... و میزان راندمان و اثربخشی آن برای استفاده در موقعیت‌های بحرانی و اضطراری را مورد سنجش قرار می‌دهد.

دیگر کاربردهای چاپ سه‌بعدی در ارتش

پرینترهای چاپ سه‌بعدی فقط برای چاپ قطعات و ابزارهای نظامی مناسب نیستند. با پیشرفت و توسعه روزافزون نرم افزارهای چاپ سه‌بعدی، حالا طراحی و تولید پیچیده‌ترین و نوآورانه‌ترین قطعات که قبل از این امکان ساخت آنها وجود نداشت، به راحتی و بدون دغدغه قابل انجام است. مثلاً، عینک‌های ایمنی دید در شب ارتش آمریکا یک سوئیچ حساس برای خاموش و روشن کردن دارد که اگر بشکند، قابل تعمیر نیست و عینک باید تعویض شود. اما حالا با پرینترهای سه‌بعدی، طراحی این سوئیچ‌ها بازمینی و اصلاح شده که

هم استحکام آن‌ها را افزایش داده است و هم امکان تعویض سریع سوئیچ، بدون دور انداختن عینک را فراهم کرده است. منبع: www.engineering.com





بازدید از کارگاه چاپ سیلک اسکرین و دیجیتال پنل‌های اتومبیل و لوازم خانگی زیر اسکوییچی

گروه گزارش



کاظم طباطبایی
مدیرعامل ایران ممبرین

حتی اگر با قیمت بالا و روش‌های گوناگون ماشین آلات لازم وارد شود، از آنجایی که ایران تحریم است، شرکت‌ها خدمات پس از فروش نمی‌دهند

شرکت ایران ممبرین از سال ۷۸ کار خود را در حوزه چاپ سیلک اسکرین با تمرکز بر چاپ صفحه کلیدهای دیجیتال آغاز کرده است. با شروع تحریم‌ها و مختل شدن واردات صفحه کلیدهای شرکت‌هایی مانند کاله و زمزم که از زمینس وارد می‌شد، شرکت توانست این محصولات را در داخل تولید کند و پاسخگوی تقاضای داخلی باشد. ایران ممبرین کار خود را از واحدی ۱۲ متری در سمت پارک شهر آغاز کرد و سپس به ملکی ۷۰ متری در ساختمان آلومینیوم منتقل شد و امروز در واحدی ۴۰۰ متری حوالی میدان فردوسی مشغول به تولید است و به این تناسب کارگران خود را نیز افزایش داده است. از جمله شرکت‌هایی که ایران ممبرین با آن‌ها کار می‌کند می‌توان به ایران خودرو، اسنوا، پارس خزر، الکترونیک خودرو شرق و بسیاری دیگر از تولیدکنندگان لوازم خانگی اشاره کرد.

کاظم طباطبایی، مدیرعامل ایران ممبرین

می‌گوید: «در فرایند تولید این صفحه کلیدها پلی‌کربنات به صورت رول وارد شده و به ابعاد مورد نیاز قطعه می‌شود. فیلم بر اساس طراحی، در لیتوگرافی تهیه شده و روی شابلون عکاسی و سپس وارد مرحله چاپ سیلک اسکرین می‌شود که به ترتیب رنگ‌ها ریخته و چاپ می‌شوند و در نهایت کار مونتاژ می‌شود.

صفحه کلیدهایی که در این کارگاه چاپ می‌شوند، به صورت گسترده در بسیاری از بخش‌های صنعت مانند تجهیزات پزشکی، لوازم خانگی، بانکداری (ATM)، خودرو، الکترونیک، لوازم ورزشی و غیره استفاده می‌شود.

که تمامی آن‌ها وارداتی هستند. این مسأله چالش‌های بسیاری ایجاد کرده است. مثلا فروش رنگ رسانا به ایران از آنجایی که در تولید مهمات و تسلیحات نیز کاربرد دارد، ممنوع است. از این رو مجبور به واردات غیر متعارف آن هستیم. زمانی هم که خودمان وارد می‌کنیم، بانک مرکزی و نهادهای دولتی بازخواست می‌کنند که چرا وارد کردید؟»

طباطبایی با اشاره به محدودیت‌های کشور در برقراری ارتباط پایدار با تولیدکنندگان ماشین آلات، اضافه می‌کند که مهمترین مشکلات تولیدکنندگان در ایران گرفتن خدمات پس از فروش و پشتیبانی برای ماشین آلات است. حتی اگر با قیمت بالا و روش‌های گوناگون ماشین آلات لازم وارد شود، از آنجایی که ایران تحریم است، شرکت‌ها خدمات پس از فروش نمی‌دهند.

طباطبایی با اشاره به بازارهای خارجی می‌گوید شرکت ایران ممبرین سابقه صادر

کردن محصولاتش به روسیه، هند و کانادا را داشته است. این بازارها جذابیت‌های بسیاری برای تولیدکننده ایرانی دارد اما به دلیل نوسانات بالای نرخ ارز امکان همکاری بلندمدت و پایدار از آن‌ها سلب شده است. به گفته وی این نکته حائز اهمیت است که محصول تولیدی امکان رقابت با نمونه‌های خارجی را دارد و از نظر کیفیت، محصولات ایرانی در این رشته از کیفیت بالایی در تولید برخوردارند.

وی در همین رابطه می‌گوید: «شرکت اسنوا برای لوازم خانگی خود از محصولات کره‌ای برای لبل‌هایش استفاده می‌کرد، اما شرکت ایران ممبرین با ورود به بازار این شرکت، با برآورده کردن استانداردهای لازم و تایید گرفتن از بخش کنترل کیفیت آن شرکت بخش بزرگی از تقاضای این شرکت را پوشش می‌داد. اما متأسفانه به دلیل مشکلاتی که ذکر شد به خصوص در تامین مواد اولیه، امکان رشد در این بازارها ایجاد نشد. ضرورت‌های خاص صنف لوازم خانگی، این الزام را ایجاد کرده تا از مواد اولیه ویژه‌ای مانند پلی‌کربنات ضد خش استفاده شود. این محصول در مقایسه با نمونه‌های دیگری که عموماً استفاده می‌شود، فوق العاده گران است. برای وارد کردن یک کانتینر ۲۰ فوت پلی‌کربنات ضد خش حداقل ۱۰ میلیارد

تومان باید هزینه کرد تا مواد اولیه برای یک سال تولید تامین شده باشد. از این رو سرمایه درگردش بالایی مورد نیاز است که نوسانات نرخ ارز، غیرقابل پیش بینی بودن قیمت‌ها، بسته بودن کانال‌های ارتباطی قانونی و عدم دسترسی به منابع مالی برای تامین سرمایه مورد نیاز تولید، منجر به کاهش عملیاتی تولید بشود.»

با توجه به اینکه هم تقاضا برای محصولات و هم ماشین آلات لازم برای تولید این محصولات موجود است، در شرایط کنونی، در شرایط کنونی، هم ماشین آلات لازم برای تولید این محصولات موجود است، در شرایط کنونی، هم ماشین آلات لازم برای تولید این محصولات موجود است، در شرایط کنونی، هم ماشین آلات لازم برای تولید این محصولات موجود است.

آینده شرکت را چگونه می‌بینید؟

با وضع اقتصادی موجود، شرایط برای تولیدکننده هر روز سخت‌تر و ظرفیت‌ها برای رشد مختل می‌شود. سال گذشته یک کانتینر مواد اولیه مورد نیاز را با ۴ میلیارد تامین می‌کردیم، امسال همان بار ۱۲ میلیارد

شده است. پیوسته حاشیه سود ما در حال کاهش است و هیچ حمایتی نیز نمی‌شود.



محصول تولیدی امکان رقابت با نمونه‌های خارجی را دارد و از نظر کیفیت، محصولات ایرانی در این رشته از کیفیت بالایی در تولید برخوردارند



شرکت پارسان هوروف
PARSAN HOROOF
تولید و اجرای پروژه های چاپ و بسته بندی

تولید و چاپ انواع جعبه های دارویی، آرایشی بهداشتی، غذایی، صنعتی
(چاپ انواع بروشور، کاتالوگ، فرم های بیمارستان و ست اداری)



کیلومتر ۱۲ جاده قدیم کرج، سعیدآباد، مجتمع صنعتی گلگون، فاز دوم، اول غربی، پلاک ۷

تلفن: ۰۲۶۱۱۰۱۷۶-۷
فکس: ۰۲۶۱۱۰۱۷۸
پارسانهوروف
پارسانهوروف.کام

فروتنگاه تهران

واردات و عرضه کلیه ملزومات چاپ، صحافی و لیتوگرافی

سیلک
داروی آب
افزودنیها

افست یووی
فلکسو حلالی روتوگراور
فلکسو پایه آب

افست ورق
افست رول
افست حلب



TOYO INK Flint Group CoMax PHOENIX
BRANCHER SPEEDMASTER sasol Xtra
offset inks reaching new frontiers BLANKETS

نشانی - تهران - سعدی جنوبی کوچه علیپور پلاک ۱۰ تلفن: ۰۲۳۹۳۴۱۱۳ - ۰۲۳۱۱۸۵۲۳ همراه: ۰۹۱۲۱۷۸۰۹۴۹
Email: tehranco2002@yahoo.com



آموزش چاپ در هنرستان امام صادق رشته چاپ در این هنرستان ۶۰ ساله شد

بخش چاپ دارای کلاس هوشمند برای آموزش‌های تئوری، سایت کامپیوتر، کارگاه پیش از چاپ (تاریکخانه و چاپ افست، کارگاه لیتوگرافی)، کارگاه چاپ افست، کارگاه چاپ پد پرینتر، کارگاه چاپ اسکرین، کارگاه چاپ برجسته و گارسه‌های حروف سربی، کارگاه چاپ فلکسوگرافی و کارگاه صحافی است

هنرستان در خیابان ری تهران احداث شده است. مساحت کنونی آن نزدیک به ۷ هکتار است. این مرکز، انبار گندم وزارت کشور بود و کلنگ احداث آن در سال ۱۳۳۴ زده شد. پس از تغییر و تحولاتی در سال ۱۳۴۲ به آموزشگاه رضا پهلوی تغییر نام یافت و سال‌ها تحت نظر مدیران اتریشی اداره می‌شد و یازده سرپرست ایرانی در رشته‌های مختلف آموزشی مشغول به کار بودند. قبل از انقلاب، فارغ‌التحصیلان برتر دختر و پسر هر رشته هنرستان، در کشور اتریش بورسیه شده و ادامه تحصیل می‌دادند. در سال ۱۳۵۷ بعد از پیروزی انقلاب اسلامی

این هنرستان با نام مجتمع آموزشی امام صادق (ع) به فعالیت خود ادامه داد. و هم‌اکنون تحت پوشش وزارت آموزش و پرورش قرار دارد. در سال ۱۳۴۲ با دعوت از زنده‌یاد مهندس بیژن درویش، آموزش چاپ در این هنرستان شروع شد. تاکنون نیز ادامه دارد. همچنین زنده‌یاد علی میوه‌نژاد و سایر اساتید شناخته‌شده دیگر به عشق آموزش جوانان، هنرجویانی تربیت کردند که بعضی از آنان از افراد سرشناس، موفق و کارآفرینان صنعت چاپ کشور هستند. در حال حاضر در مقطع متوسطه دوم آموزش فنی و حرفه‌ای ۹ رشته دیگر در کنار رشته چاپ در این هنرستان آموزش داده می‌شود.

بخش چاپ دارای کلاس هوشمند برای آموزش‌های تئوری، سایت کامپیوتر، کارگاه پیش از چاپ (تاریکخانه و لیتوگرافی)، کارگاه چاپ افست، کارگاه چاپ پد پرینتر، کارگاه چاپ اسکرین، کارگاه چاپ برجسته و گارسه‌های حروف سربی، کارگاه چاپ فلکسوگرافی و کارگاه صحافی است. هنرجویان در دوره دوم متوسطه وارد این رشته شده و طی سه سال (پایه دهم، یازدهم و دوازدهم) پس از آموزش دروس تخصصی و عمومی موفق به اخذ دیپلم می‌گردند. طبق برنامه درسی شاخه فنی و حرفه‌ای وزارت آموزش و پرورش رشته چاپ در کنار دروس



علیرضا عظیمیان؛ سرپرست بخش چاپ هنرستان فنی نمونه دولتی، ماندگار و هوشمند امام صادق (ع) تهران هستیم. همچنین کارشناس رسمی دادگستری رشته چاپ و چاپخانه و عضو کانون کارشناسان رسمی دادگستری استان تهران هستیم.

در سال ۱۳۷۴ از طریق کنکور سراسری در رشته چاپ دانشگاه شهید رجایی تهران پذیرفته شدم. (ما جزو اولین دانشجویان رشته چاپ بودیم.)

از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۴۰۰ در هنرستان امام صادق (ع) به‌عنوان هنرآموز (دبیر فنی) مشغول آموزش هنرجویان چاپ بودم و از سال ۱۴۰۰ تاکنون به‌عنوان سرپرست بخش چاپ هنرستان در خدمت جوانان و هنرجویان رشته چاپ هستیم.



و کتاب‌های عمومی دارای ۸ عنوان کتاب تخصصی دیگر است. برای سال دهم؛ کتاب دانش فنی پایه، کتاب کارگاهی «لیتوگرافی و کلیشه سازی»، کتاب کارگاهی «تولید به روش چاپ بالشتکی و توری» و برای سال یازدهم کتاب کارگاهی «تولید به روش چاپ افست» و کتاب کارگاهی «اجرای کارهای پس از چاپ» و برای سال دوازدهم کتاب «دانش فنی تخصصی»، کتاب کارگاهی «تولید به روش چاپ رتوگراور و فلکسوگرافی»، کتاب کارگاهی «طراحی و آماده‌سازی فایل‌های چاپی» آموزش داده می‌شود.

کتاب‌های عمومی دارای ۸ عنوان کتاب تخصصی دیگر است. برای سال دهم؛ کتاب دانش فنی پایه، کتاب کارگاهی «لیتوگرافی و کلیشه سازی»، کتاب کارگاهی «تولید به روش چاپ بالشتکی و توری» و برای سال یازدهم کتاب کارگاهی «تولید به روش چاپ افست» و کتاب کارگاهی «اجرای کارهای پس از چاپ» و برای سال دوازدهم کتاب «دانش فنی تخصصی»، کتاب کارگاهی «تولید به روش چاپ رتوگراور و فلکسوگرافی»، کتاب کارگاهی «طراحی و آماده‌سازی فایل‌های چاپی» آموزش داده می‌شود.

هنرجویان، پس از فراگیری آموزش‌های پایه و کسب دانش فنی، به‌صورت عملی مراحل حساس کردن و تهیه شابلون چاپ اسکرین، مراحل کپی پلیت چاپ افست، حساس و اسیدکاری کلیشه‌های فلزی چاپ پد پرینتر، طراحی و کار با نرم‌افزارهای گرافیکی را فرا می‌گیرند. در بخش چاپ آموزش چاپ چهاررنگ با ماشین تک‌رنگ چاپ افست GTO، چاپ چهاررنگ با توری‌های اسکرین، چاپ پد پرینتر روی قطعات، چاپ فلکسوگرافی با ماشین دورنگ استنک‌رول و مراحل صحافی و ساخت جلد سخت را به‌صورت عملی انجام می‌دهند.

هنرستان با نام مجتمع آموزشی امام صادق (ع) به فعالیت خود ادامه داد. و هم‌اکنون تحت پوشش وزارت آموزش و پرورش قرار دارد. در سال ۱۳۴۲ با دعوت از زنده‌یاد مهندس بیژن درویش، آموزش چاپ در این هنرستان شروع شد. تاکنون نیز ادامه دارد. همچنین زنده‌یاد علی میوه‌نژاد و سایر اساتید شناخته‌شده دیگر به عشق آموزش جوانان، هنرجویانی تربیت کردند که بعضی از آنان از افراد سرشناس، موفق و کارآفرینان صنعت چاپ کشور هستند. در حال حاضر در مقطع متوسطه دوم آموزش فنی و حرفه‌ای ۹ رشته دیگر در کنار رشته چاپ در این هنرستان آموزش داده می‌شود.

بخش چاپ دارای کلاس هوشمند برای آموزش‌های تئوری، سایت کامپیوتر، کارگاه پیش از چاپ (تاریکخانه و لیتوگرافی)، کارگاه چاپ افست، کارگاه چاپ پد پرینتر، کارگاه چاپ اسکرین، کارگاه چاپ برجسته و گارسه‌های حروف سربی، کارگاه چاپ فلکسوگرافی و کارگاه صحافی است. هنرجویان در دوره دوم متوسطه وارد این رشته شده و طی سه سال (پایه دهم، یازدهم و دوازدهم) پس از آموزش دروس تخصصی و عمومی موفق به اخذ دیپلم می‌گردند. طبق برنامه درسی شاخه فنی و حرفه‌ای وزارت آموزش و پرورش رشته چاپ در کنار دروس

دبیران فنی بخش چاپ، آقایان؛ عروجی، بلندی، میرنعمتی‌نیا هستند. همچنین آقای امیرآبادی؛ استادکار بازنشسته و آقای محمودآبادی؛ به‌عنوان دبیر افتخاری، آموزش هنرجویان را به عهده دارند.

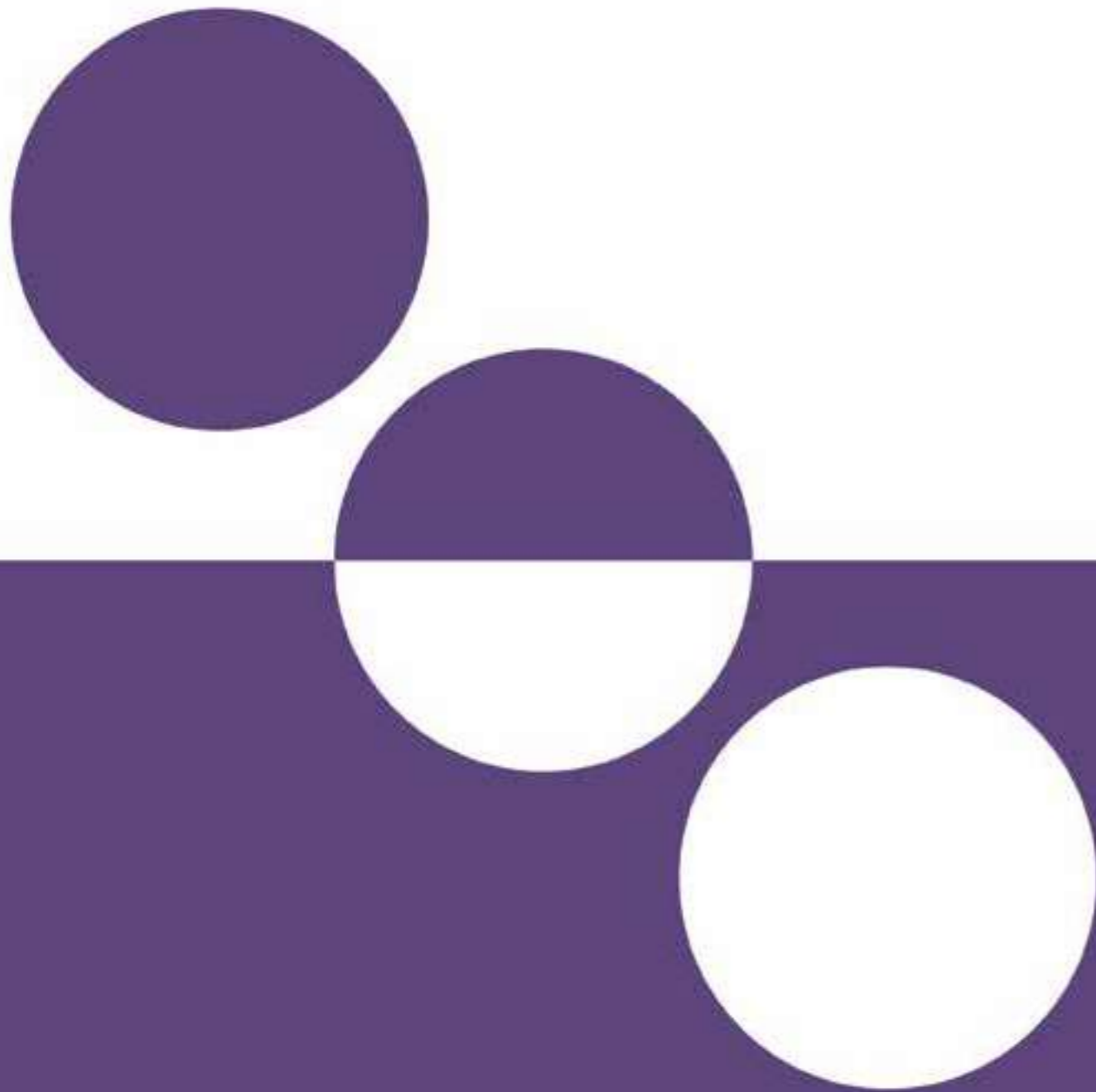
این هنرستان به‌عنوان قدیمی‌ترین مرکز آموزش چاپ ایران از سال ۱۳۴۲ خورشیدی تاکنون، پیشرو آموزش چاپ در تهران است. شوربختانه طی سالیان متمادی اهمیت و توجه به این مرکز غنی که دارای پتانسیل بالایی آموزش است، مورد غفلت قرار گرفته بود اما در دو، سه سال اخیر با تلاش و کوشش فراوان و به لطف دوستان رسانه‌ای و اهالی صنعت چاپ بازدیدهایی از این هنرستان از طرف دفتر چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اتحادیه

هنرستان در خیابان ری تهران احداث شده است. مساحت کنونی آن نزدیک به ۷ هکتار است. این مرکز، انبار گندم وزارت کشور بود و کلنگ احداث آن در سال ۱۳۳۴ زده شد. پس از تغییر و تحولاتی در سال ۱۳۴۲ به آموزشگاه رضا پهلوی تغییر نام یافت و سال‌ها تحت نظر مدیران اتریشی اداره می‌شد و یازده سرپرست ایرانی در رشته‌های مختلف آموزشی مشغول به کار بودند. قبل از انقلاب، فارغ‌التحصیلان برتر دختر و پسر هر رشته هنرستان، در کشور اتریش بورسیه شده و ادامه تحصیل می‌دادند. در سال ۱۳۵۷ بعد از پیروزی انقلاب اسلامی

این هنرستان با نام مجتمع آموزشی امام صادق (ع) به فعالیت خود ادامه داد. و هم‌اکنون تحت پوشش وزارت آموزش و پرورش قرار دارد. در سال ۱۳۴۲ با دعوت از زنده‌یاد مهندس بیژن درویش، آموزش چاپ در این هنرستان شروع شد. تاکنون نیز ادامه دارد. همچنین زنده‌یاد علی میوه‌نژاد و سایر اساتید شناخته‌شده دیگر به عشق آموزش جوانان، هنرجویانی تربیت کردند که بعضی از آنان از افراد سرشناس، موفق و کارآفرینان صنعت چاپ کشور هستند. در حال حاضر در مقطع متوسطه دوم آموزش فنی و حرفه‌ای ۹ رشته دیگر در کنار رشته چاپ در این هنرستان آموزش داده می‌شود.



علیرضا عظیمیان



AFTAB SHARGH

طراحی، مشاوره و اجرا در امور چاپ وبسایت، بسته بندی، تولید کننده انواع جعبه های دارویی، بهداشتی و صنعتی، چاپ و تبلیغ زلی، ۷۰۰۰۰۷۰ جعبه چسبانی ۴ و ۷ نقطه، سلفون کش حرارتی و واترپیس، طلاکوب

آفتاب شرقی

شرکت سهامی خاص

چاپ و بسته بندی آفتاب شرقی رضوان



خراسان رضوی مشهد کبیر که گلشن توس خارا | شماره تماس: ۰۵۱۱۱۱۱۱۱



میسر وینو
جایزه صنعت چاپ
مجلس شورای اسلامی

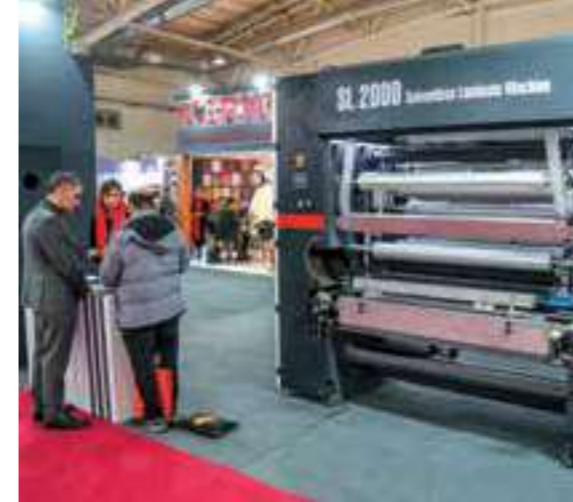
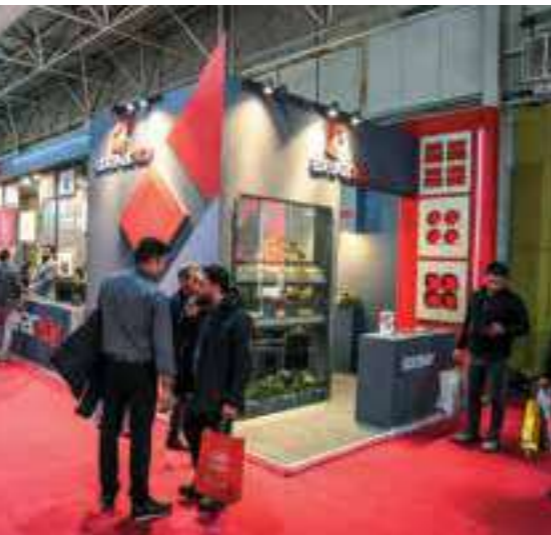
آیین تقدیر از برگزیدگان:
فعالان برتر صنعت چاپ کشور
منتخبین دوسالانه آثار چاپی برتر

اختتامیه:

دی ماه ۱۴۰۲ تهران

23rd National Printing
Industry Festival





الکسا (Alexa) و دستیار هوشمند گوگل پیشرفته‌تر است. این دستگاه می‌تواند گفت‌وگو را از یک پرسش به پرسش دیگر دنبال کند بدون اینکه شما مجبور به توضیحات بیشتر باشید. این سیستم می‌تواند یک تک‌واژه را درون پیامی که برای آن خواندید تصحیح و ویرایش کند و دیگر نیازی نیست پیام را دوباره تکرار کنید تا اشتباه اصلاح شود. این دستگاه که به یقه کت شما وصل می‌شود، چیزی شبیه وسیله ارتباطی فیلم Star Trek است. البته برای این که دستگاه در بازار موفق شود، مردم باید یاد بگیرند با سیستم عامل این دستگاه که Cosmos نام دارد، کار کنند. برای کار با این دستگاه شما باید یک شماره تلفن جدید مخصوص این دستگاه بگیرید. برای کار با این دستگاه شما باید یاد بگیرید به جای تایپ کردن، با سیستم حرف بزنید که این خود مشکلاتی دارد.

صندلی سالن نمایش با الهام از موندریان



دوستداران هنر نقاشی، هنرمند معروف پیت موندریان را می‌شناسند. او یک نقاش معروف هلندی بود که سبک ویژه خود را داشت. موندریان هنرمندی بود با تعلقات عرفانی که به‌عنوان یکی از برجستگان انتزاع هندسی بر هنر و معماری مدرن تأثیر وسیع و عمیقی داشته است. او با طرح نظریه نئوپلاستیسیسم تحول بزرگی در انتزاع ناب به وجود آورده است. حالا یک طراح صنعتی فنلاندی به نام فیلیپ کرانکوویست یک صندلی ویژه سالن نمایش با الهام از آثار این هنرمند ساخته است. این صندلی که MONO نام دارد تاشو است و وقتی بسته می‌شود تنها ۱۲ سانتی‌متر عمق دارد. نشیمن‌گاه صندلی پر از فنر است و همزمان با بسته شدن، دسته‌های صندلی بسته می‌شود.

ربات مردی را که فکر می‌کرد یک جعبه سبزیجات است، کشت



یک ربات در کارخانه جداسازی فلفل در کره جنوبی مردی را با یک جعبه سبزیجات اشتباه گرفت و او را له کرد. این مرد که کارمند یک شرکت سازنده روبات بود سرگرم امتحان و نظارت حسگرهای روبات در کارخانه بود. قبل از اینکه ربات کار خود را آغاز کند، راه‌اندازی آزمایشی ربات دو روز به‌خاطر مشکلات فنی به عقب افتاده بود. هنگامی که این متخصص در ساعات شب تلاش می‌کرد تا مشکلات فنی را برطرف کند، بازوی روباتیک او را بلند کرد و درون تسمه نقاله انداخت که همین کار باعث شد تا بدن او خرد شود. او را سریعاً به بخش اورژانس بیمارستان منتقل کردند، ولی در نهایت بر اثر جراحات وارده جان به جان آفرین تسلیم کرد.



وبگردی با دست حرف بزن!

گروه ترجمه

از سیستم بخواهید یک آهنگ برایتان پخش کند، یک پیام بفرستد، یک عکس بگیرد، تماس تلفنی برقرار کند یا یک گفتگو از زبانی به زبان دیگر ترجمه کند. این سیستم از سیری (Siri) آیفون،

همه فناوری‌ها زودگذر هستند. طولی نمی‌کشد یک فناوری جدید جایگزین فناوری قدیمی‌تر شود. لپ‌تاپ جایگزین PC شد، گوشی‌های همراه هوشمند جایگزین لپ‌تاپ شدند. حالا کدام فناوری قرار است تلفن همراه را به زباله‌دان تاریخ فناوری بیندازد؟ شاید دست هوشمند. یا به عبارت دیگر اولین دستگاه هوش مصنوعی؛ یک شرکت به نام Humane (انسانی) یک دستگاه جدید هوش مصنوعی به نام AI Pin به بازار عرضه کرده است.

این دستگاه را می‌توان با حرف زدن (البته با صدای بلند) کنترل کرد. در این سیستم نور لیزر تصویر یک صفحه‌نمایش راروی کف دست شما می‌اندازد. شما می‌توانید با حرف زدن



سیر قهقرایی یک لوگو

گرفت و در راستای بینش استراتژیک خود مبنی بر توسعه شرکت بر اساس روش‌های پایدار، رشد سودآور و ایجاد ارزش بیشتر، IP تصمیم گرفت لوگوی خود را نیز تغییر دهد. البته بسیاری از طراحان از جمله لیندا دکر طراح نشریه Print Magazine معتقدند این تصمیم اشتباهی بود. لوگوی اصلی شرکت IP که توسط لستر بیل و ریچارد راجرز در سال ۱۹۶۰ طراحی شده بود، تجلی مدرنیسم قرن بیستم است. این لوگو آمیزه‌ای ابتکارآمیز از دو حرف P و I با پیکتوگرام از یک درخت است. این لوگو را به راحتی می‌توان روی یک درخت با استفاده از رنگ نقش انداخت و یا آن را روی یک بند کاغذ گرفت و در راستای بینش استراتژیک خود مبنی بر توسعه شرکت بر اساس روش‌های پایدار، رشد سودآور و ایجاد ارزش بیشتر، IP تصمیم گرفت لوگوی خود را نیز تغییر دهد. البته بسیاری از طراحان از جمله لیندا دکر طراح نشریه Print Magazine معتقدند این تصمیم اشتباهی بود. لوگوی اصلی شرکت IP که توسط لستر بیل و ریچارد راجرز در سال ۱۹۶۰ طراحی شده بود، تجلی مدرنیسم قرن بیستم است. این لوگو آمیزه‌ای ابتکارآمیز از دو حرف P و I با پیکتوگرام از یک درخت است. این لوگو را به راحتی می‌توان روی یک درخت با استفاده از رنگ نقش انداخت و یا آن را روی یک بند کاغذ

INTERNATIONAL PAPER

International Paper

در اوایل سال جاری شرکت International Paper (IP) بزرگترین سازنده کاغذ در جهان، صد و بیست و پنجمین سالگرد تاسیس خود را جشن

مرکب الکترونیکی (E-Ink) فراگیر می‌شود؟



مرکب الکترونیکی (E-Ink) سال‌هاست وارد بازار شده است ولی بیشتر مردم فکر می‌کنند از این فناوری تنها برای ریدرهای الکترونیکی (E-Readers) نظیر Kindle شرکت آمازون استفاده می‌شود. ولی طی چند سال گذشته کاربردهای این فناوری گسترش و توسعه فراوانی پیدا کرده است و از آن اکنون در لپ‌تاپ، دسک‌تاپ، موبایل، تبلوهای تبلیغاتی، لباس، اتومبیل‌هایی که رنگ عوض می‌کنند، ساعت‌های مچی هوشمند و تجهیزات فراوان دیگر استفاده می‌شود. شاید به زودی شاهد رنسانس کاغذ الکترونیکی نیز باشیم.

پرسش این است که چرا مرکب الکترونیکی اکنون پرطرفدار شده است؟ شرکت E-Ink و شرکت‌های دیگری که کاغذ الکترونیکی برای تجهیزات الکترونیکی برای مصرف‌کنندگان می‌سازند از جمله Onyx و Dasung به پیشرفت‌های حیرت‌انگیزی برای رفع مشکلات مرکب و کاغذ الکترونیکی دست یافته‌اند. از جمله این پیشرفت‌ها می‌توان به کنتراست بهتر، افزایش سرعت Refresh کردن صفحه و رنگ‌های زنده‌تر اشاره کرد. قیمت‌ها نیز کاهش قابل‌ملاحظه‌ای پیدا کرده است. این تکنولوژی در مقایسه با صفحات نمایش LCD و OLED مزایای بیشتری

دارد. کاغذ الکترونیکی انرژی بسیار کمتری مصرف می‌کند. به جای اینکه نور را به درون چشمان شما با شدت بالا بیاندازد، نور محیط را بازتاب می‌دهد. این ویژگی باعث می‌شود که آنچه به نمایش در می‌آید بتوان از زوایای مختلف و حتی در معرض نور مستقیم خورشید دید. در مجموع استفاده از کاغذ و مرکب الکترونیکی آسیب کمتری به چشمان شما وارد می‌آورد. این مزایا باعث شده تا مرکب

الکترونیکی در جاهایی که انتظارش را ندارید مورد استفاده قرار بگیرد، از جمله در سگ روبات، اتیکت قیمت مواد غذایی در سوپرمارکت‌ها و موارد دیگر. ولی آیا این پیشرفت‌ها برای اینکه مرکب الکترونیکی فراگیر شود کافی است؟ سازندگان مرکب الکترونیکی اطمینان دارند که فصل شکوفایی مرکب الکترونیکی و به تبع آن کاغذ الکترونیکی فرا رسیده است.

درد باهوده عشق پیدا شد؟



در سال ۱۹۵۲ یک مجموعه‌دار کتاب در لندن چند ورق کاغذ که حاوی فهرستی از چندین کتاب بود لابه‌لای ورق‌های یک کتاب خطبه‌های مذهبی پیدا کرد. در این فهرست نام یکی از نمایشنامه‌های کمدی شکسپیر به نام Love Labar Lost (درد بیهوده عشق) پیدا شد. ولی نام یک کتاب دیگر به نام Won Love Labar پس از درد بیهوده عشق به چشم

امسال دوستداران ادبیات چهارصدمین سال انتشار «اولین فولیو» شکسپیر را جشن می‌گیرند. چهار صدسال پیش برای اولین بار کلیه نمایشنامه‌های شکسپیر در کتابی به نام اولین فولیو (First Folio) چاپ شد. حالا دوستداران شکسپیر دلیل دیگری برای جشن و سرور دارند. به نظر می‌رسد یکی از نمایشنامه‌های گمشده شکسپیر پیدا شده است. البته هنوز شک و تردیدهایی نیز وجود دارد.



به Join
اینستاگرام the
sanatchapnews
بیونیدید insta

شر در جزئیات است



اگر دست بر قضا در شهر استکهلم پایتخت سوئد هستید، بد نیست سری به موزه ملی سوئد زده و بزرگترین کتاب دست‌نویس جهان را از نزدیک ببینید. دست‌نوشته‌های گیگاس (Codex Gigas) کتاب عظیم و غول‌پیکری است که از ۸۰۰ سال پیش (قرون وسطی) به جا مانده و حاوی متن‌ها و گفتارهای تورات به صورت محاوره است. این مستندات که بزرگترین نسخه خطی جهان از قرون وسطی می‌باشد بر روی پوست گاو و الاغ نوشته شده است. اما نکته جالب در این کتاب مذهبی که باعث شده نام آن را انجیل شیطان بگذارند،

نقاشی عجیب و مرموزی است که بدون جهت در صفحه ۲۹۹ این کتاب از شیطان کشیده شده است. در باور عمومی افسانه‌ها این طرح توسط شیطان و از طریق مسخ راهبی که روح خود را به شیطان فروخت در این کتاب کشیده شده است. طول هر صفحه کتاب ۹۲ سانتی‌متر و عرض هر ورق ۵۰ سانتی‌متر است. این کتاب ۶۲۰ صفحه‌ای در جلدی چوبی، فلزی و چرمی قرار دارد و وزن آن ۷۴ کیلوگرم است. این کتاب در قرن ۱۳ و در کشور چک نوشته شده است، اما در سال ۱۶۴۸ و در طول جنگ‌های

سی ساله توسط ارتش سوئد به یغما برده شد و امروز در کتابخانه ملی سوئد در استکهلم نگهداری می‌شود. این مجلد در حال حاضر پشت شیشه در اتاقی در طبقه دوم موزه ملی سوئد در محله هیومل‌گاردن به نمایش در آمده است. کتاب در فضای تاریک نگهداری می‌شود زیرا نور می‌تواند به آن آسیب برساند. یک فیلم ویدئویی در مورد تاریخچه کودکس به زبان انگلیسی و سوئدی در اتاق برای بازدیدکنندگان بی‌وقفه به نمایش در می‌آید.

بالتر از سیاهی رنگی نیست



آیا شما به یک رنگ سیاه نیاز دارید؟ منظورم رنگ خیلی سیاه است. یک بنده خدا به نام استوارت سمپل، نوعی رنگ سیاه به نام 4.0 Black ساخته که تقریباً به همان سیاهی سیاه‌ترین کوتینگ ساخته‌شده توسط دست بشر است که Ventablack نام دارد. کوتینگ Ventablack که به سفارش وزارت دفاع بریتانیا ساخته شده، بسیار گران‌قیمت است و احتمالاً سرطان‌زا نیز هست. کوتینگ Ventablack قادر است ۹۹/۹۶۵ درصد نور را جذب کند،

درعین حال 4.0 Black می‌تواند ۹۹/۹۵ درصد نور را جذب کند. لپ‌تاپی را که در عکس می‌بینید با مدل قبلی این رنگ که 2.0 Black بوده، رنگ‌شده است. این رنگ بسیار سیاه است با این حال اثر انگشت دست روی آن می‌ماند. مردم با دیدن این لپ‌تاپ در کافی‌شاپ‌ها و مکان‌های عمومی یکه می‌خورند. ولی سازنده 4.0 Black امیدوار است مدل‌های جدید این رنگ حتی از این هم بیشتر مردم را سر کار بگذارد.

کمی هم تاریخ

۳۰ اکتبر

۱۴۶۶: نقاش آلمانی، یوهان فاست، درگذشت.
۱۹۳۸: اولین خبر جعلی (Fake New) توسط اورسن ولز؛ کارگردان و هنرپیشه آمریکایی از طریق رادیو پخش شد. در این برنامه رادیویی اورسن ولز کتاب جنگ دنیاها اثر اچ جی ولز را به‌طور زنده خواند و باعث شد شنوندگان آمریکایی از ترس به خیابان‌ها بریزند.



۳۱ اکتبر

۱۷۹۵: شاعر انگلیسی، جان کیتس، متولد شد.
۱۹۹۳: کارگردان و نمایشنامه‌نویس ایتالیایی، فدریکو فلینی، درگذشت.

۱ نوامبر

۱۵۱۲: سقف کلیسای سیستین در ایتالیا که توسط میکل آنژ نقاشی شده بود برای اولین بار برای عموم به نمایش درآمد.



۱۶۰۴: اتللو، نمایشنامه معروف شکسپیر، برای اولین بار در لندن روی صحنه رفت.
۱۶۱۱: دیگر نمایشنامه معروف شکسپیر به نام توفان در لندن روی صحنه رفت.

۱۹۴۱: عکاس آمریکایی، آنسل آدامز، عکسی از ماه بر فراز شهر هرناندز در ایالت نیومکزیکو گرفت. این عکس به‌عنوان یکی از مشهورترین عکس‌های تاریخ عکاسی شناخته شده است.



۲ نوامبر

۱۹۵۰: اولین کرم کامپیوتری که توسط شبکه اینترنت در سراسر جهان پخش شد. این کرم که Morns Worm نام دارد توسط انستیتو تکنولوژی ماساچوست (MIT) برنامه‌نویسی شده بود.

۳ نوامبر

۱۹۳۸: روزنامه Times Of India، پرتیراژترین روزنامه انگلیسی‌زبان در جهان منتشر شد.

۴ نوامبر

۱۹۲۲: باستان‌شناس بریتانیایی، هاوارد کارتر و همکارانش ورودی مقبره توت‌عنخ‌آمون را در دره پادشاهان مصر کشف کردند.

۵ نوامبر

۱۸۸۵: تاریخ‌نگار و فیلسوف آمریکایی، ویل دورانت، به دنیا آمد.
۲۰۰۷: سیستم‌عامل آندروید برای اولین بار توسط گوگل عرضه شد.

۶ نوامبر

۱۸۱۴: طراح آلات موسیقی و مخترع ساکسیفون، آدولف ساکس، به دنیا آمد.



۷ نوامبر

۱۸۹۷: کارگردان، تهیه‌کننده و نمایشنامه‌نویس معروف آمریکایی، هرمن جی منکویتس، به دنیا آمد. اثر معروف او همشهری کین است.

۸ نوامبر

۱۶۷۴: شاعر و فیلسوف انگلیسی، جان میلتون، درگذشت.
۱۸۴۷: رمان‌نویس ایرلندی، برام استوکر، خالق شخصیت دراکولا به دنیا آمد.
۱۹۷۳: گوش راست بریده شده جان یل گتی سوم همراه با یک یادداشت باج‌خواهی به یک روزنامه فرستاده شد که باعث شد پدرش ۲/۹ میلیون دلار برای آزادی او بپردازد.

۹ نوامبر

۱۸۱۸: نویسنده و نمایشنامه‌نویس روسی، ایوان تورگنیف، متولد شد.

۱۰ نوامبر

۱۹۸۳: سیستم‌عامل ویندوز توسط مایکروسافت روانه بازار شد.

۱۱ نوامبر

۱۶۷۵: گونفرید لایبنیتس معادلات دیفرانسیل و انتگرال را ارائه کرد.



۱۲ نوامبر

۱۹۹۰: تیم برنزی برای اولین بار پیشنهاد شبکه جهانی ارتباطی (World Wide Web) را ارائه کرد. او محقق علوم کامپیوتر در دانشگاه آکسفورد و پرفسور انستیتو فناوری ماساچوست (MIT) است.



خودکفایی تولید کاغذ از حرف تا عمل

محمدنوری

در این مطلب با بررسی آمارهای منتشر شده در رابطه با تولید و واردات کاغذ و مصاحبه با رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران به بررسی دقیقتر ادعاهای مطرح شده در باره خودکفایی در تولید کاغذ تحریر می‌پردازیم.



محمد مهدی اسماعیلی
وزیر فرهنگ و ارشاد

حتی اگر با قیمت بالا و روش‌های گوناگون ماشین آلات لازم وارد شود، از آنجایی که ایران تحریم است، شرکت‌ها خدمات پس از فروش نمی‌دهند

محمد مهدی اسماعیلی، وزیر ارشاد، در آذرماه امسال خبر از خودکفایی کشور در تولید کاغذ مورد نیاز کتب درسی کشور داد. بنا به گفته وی در ایران سالیانه حدود ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزارتن کاغذ مصرف می‌شود که از این میزان ۸۰ هزارتن مربوط به حوزه نشر، مطبوعات و کتاب است. به گفته وزیر ارشاد در ابتدای دولت سیزدهم، ظرفیت تولید کاغذ کشور حدود ۵ تا ۱۰ هزارتن بوده که تا امسال این ظرفیت به ۸۰ هزارتن رسیده است. اسماعیلی در پاسخ به خبرنگاران در جشن خودکفایی که در شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران برگزار شد، گفت: «اکنون کل تولید کاغذ مورد نیاز آموزش و پرورش برای ۱۵۵ میلیون جلد کتاب درسی به صورت صددرصد داخلی انجام می‌شود که ۴۵ هزارتن برای چاپ کتب درسی و پنج هزارتن برای جلد کتاب است. در شیراز نیز یک مجموعه جدید را آماده بهره‌برداری می‌کنیم که خودش نزدیک به ۵۰ هزارتن به تولید کاغذ ما

افزافه خواهد کرد و تا پایان سال ۱۴۰۲ ظرفیت تولید به حدود ۱۳۰ هزارتن خواهد رسید، درحالی‌که نیاز اصلی و اولیه در نشر، مطبوعات و کتاب حدود ۸۰ هزارتن است، از این رو این اتفاق مبارکی است و دولت با قوت این مساله را ادامه می‌دهد. تلاش داریم در پایان چهار سال، تمام نیازهای داخلی را با حداکثر امکان پوشش دهیم و بخشی را هم به خارج از کشور صادر کنیم.»

چهار کارخانه در برنامه‌های معطوف به خودکفایی تولید کاغذ، نامشان مطرح می‌شود که عبارتند از «شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران (چکام)»، «گروه صنایع کاغذ پارس»، «کارخانه دیبای شوشتر» و «کارخانه کاغذ زاگرس شیراز». از میان این بازیگران عرصه تولید کاغذ تحریر، مکررا نام شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران مطرح می‌شود. سهامداران اصلی آن شرکت مدیریت طرح و توسعه آینده پویا (وابسته به بانک ملی)، صندوق بازنشستگی

کشوری و شرکت گروه صنعت سلولزی تامین گستر نوین است، که همگی مستقیم یا غیر مستقیم مربوط به دولت یا شرکت‌های عمومی هستند.

با بررسی گزارش صورت‌های مالی چکام (جدول ۱) مشاهده می‌شود که در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ تولید کاغذ تحریر تا ۸۰ درصد کاهش یافته‌است، از سال ۱۴۰۰ این روند تغییر می‌کند و بیش از ۲۷۰ درصد در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰ درصد در سال ۱۴۰۱ افزایش می‌یابد. این شرکت در گزارش صورت‌های مالی میان دوره خود چنین عنوان کرده است که در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۲ به نسبت همین بازه زمانی در سال ۱۴۰۱، تولید کاغذ چاپ و تحریر ۷ درصد و کاغذ روزنامه ۹۲ درصد کاهش داشته‌است (جدول ۲).

این آمار با بررسی داده‌های گمرک مربوط به واردات کاغذ تحریر (کد تعرفه ۴۸۱۰۱۳۰۰) جالبتر می‌شود. مطابق این آمار میانگین واردات کاغذ در ۸ ماهه اول سال ۱۴۰۲ به نسبت همین

بازه در سال ۱۴۰۱، ۳۰/۷٪ به لحاظ وزنی و ۳۱/۸٪ به لحاظ دلاری افزایش یافته‌است (نمودار ۱ و ۲).

برای هر ناظری این پرسش مطرح می‌شود که اگر تولید کاغذ به چنان حدی رسیده که بتوان جشن خودکفایی برگزار کرد، چرا واردات کاغذ تحریر باید ۳۰ درصد افزایش یافته باشد؟! این پرسش را با یکی از صاحب‌نظران تولید کاغذ در میان می‌گذاریم.

فرش سفید کاغذی برای یارانه و رانت

ماهنامه صنعت چاپ با ابوالفضل روغنی گلپایگانی، رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران در همین رابطه مصاحبه کرد.

میزان مصرف و واردات کاغذ در کشور چقدر است؟

آمار گمرک ایران در ۱۰ سال گذشته حاکی از آن است که حدوداً بین ۳۲۰ تا ۳۳۰ هزارتن کاغذ تحریر به کشور وارد شده‌است. این آمار درست است اما مقدار مصرف در کشور به این میزان نیست. به دلیل یارانه و سوبسیدی که دولت به کاغذ تحریر می‌دهد، بسیاری انگیزه واردات پیدا می‌کنند تا از مواهب رانت موجود در این بازار بهره‌مند شوند. اما برآورد می‌شود مصرف واقعی کشور بین ۱۳۰ تا ۱۷۰ هزارتن باشد. که حدود ۴۵ تا ۵۰ هزارتن مربوط به مصارف کتب درسی، ۴۵ هزارتن کتب نشر، بین ۳۰ تا ۴۰ هزارتن مربوط به دفترچه‌های مشق و مابقی، استفاده کاغذ در کتب کمک درسی و سایر مصارف است.

ظرفیت تولید کاغذ تحریر در کشور چقدر است؟

تصمیماتی که در کمیته کاغذ با حضور آقای مخبر گرفته شد این بود که ۴۵ هزارتن مربوط به کتب درسی را از تولیدات داخل تامین کنند و ۳۰، ۴۰ هزارتن هم برای بخش چاپ و نشر تولید کنند. عدد ۸۰ هزارتن از این جا آمد. در این جلسات ما به همراه نمایندگان از شرکت زاگرس، چوب و کاغذ مازندران، صنایع کاغذ پارس، دیبای شوشتر بوده‌ایم، که در این جلسات قول و قرارهایی گذاشته شده



جدول ۱- صورت‌های مالی میان دوره‌ای، (منبع: سازمان بورس و اوراق بهادار)

نوع گروه یا محصول	واحد	واقعی دوره منتهی به ۱۴۰۱/۰۶/۲۹	واقعی دوره منتهی به ۱۴۰۲/۰۶/۳۱	درصد تغییر	واقعی سال منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹
کاغذ فلوتینگ	تن	۴۰۷۳۶	۲۶۷۰۹	-۱۳	۶۲۳۳۹
کاغذ روزنامه	تن	۶۵۸	۵۵	-۹۲	۶۵۲
کاغذ چاپ و تحریر	تن	۱۷۹۲۳	۱۶۶۰۰	-۷	۴۴۷۸۸
کرافت لاینر	تن	۳۱۴۵	۵	-۱۰۰	۳۱۴۵
تست لاینر	تن	۳۰	۲۵۲۲	۸۳۴۰	۰
جمع	تن	۵۲۴۹۲	۴۵۹۰۱		۱۱۰۸۲۴

جدول ۲- صورت‌های مالی سالیانه، (منبع: سازمان بورس و اوراق بهادار)

نوع گروه یا محصول	واحد	واقعی سال منتهی به ۱۳۹۸/۱۲/۲۹	واقعی دوره منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰	واقعی دوره منتهی به ۱۴۰۰/۱۲/۲۹	واقعی دوره منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹
کاغذ فلوتینگ	تن	۲۱۶۷۹	۶۵۴۷۸	۷۶۸۵۸	۶۲۳۳۹
کاغذ روزنامه	تن	۱۳	۰	۷۱۲	۶۵۲
کاغذ چاپ و تحریر	تن	۲۵۵۸۰	۴۸۱۰	۱۸۲۵۲	۴۴۷۸۸
کرافت لاینر	تن	۶۴۵	۱۹۰۰	۱۵۳۴۱	۳۱۴۵
جمع	تن	۴۷۹۱۷	۷۳۱۶۸	۱۱۱۱۲۳	۱۱۰۸۲۴

مبنی بر اینکه ظرفیت تولید کشور منوط به همکاری بانک‌ها و سایر نهادها به ۸۰ هزارتن برسد. در این راستا سهمیه ۵۰ هزارتنی برای شرکت چوب و کاغذ مازندران در نظر گرفته شد. دقت کنید این شرکت در سال‌های ۹۲، ۹۳ و ۹۴ سابقه تولید تا ۷۰، ۸۰ هزارتن را نیز داشته است. به دلایل مختلفی از جمله اینکه دولت قبل از تولید کاغذ تحریر حمایت نمی‌کرد، تولیدات این شرکت به شدت افت کرد. در سال‌های گذشته پرشی در تولید کاغذ تحریر صورت گرفته است. در سال گذشته حدود ۴۰ هزارتن تولید این شرکت بود و برای امسال هدف ۵۰ هزارتنی برای آن در نظر گرفته شده‌است که به آن نخواهد رسید. از عمده مشکلات این شرکت، قطعی مکرر آب و برق، عدم تامین مالی، مشکل گاز در فصل سرما، مشکل ارز جهت تامین مواد اولیه و مشکل دسترسی به چوب است. علاوه بر اینها در نظر گرفته شد حدود ۲۰ تا ۳۰ هزارتن دیبای شوشتر و کاغذ پارس مشترکا تولید کنند که دیبای شوشتر نیز به دلیل عدم تامین مالی در برآورده کردن تعهدات خود ناموفق خواهد بود. شرکت دیگری که قرار شد در این رابطه به وجود بیاید کاغذ لوتوس بود اما راه اندازی این



ابوالفضل روغنی گلپایگانی
رئیس سندیکای تولید چوب و کاغذ



فرم اشتراک ماهنامه صنعت چاپ

پیش‌تاز (تومان)

شهرستان

تهران

۷۵۰/۰۰۰

۷۰۰/۰۰۰

۱/۴۵۰/۰۰۰

۱/۳۵۰/۰۰۰

شش ماهه

یکساله

نسخه تک فروشی ۱۰۰/۰۰۰ تومان

لطفاً پس از تکمیل فرم، هزینه اشتراک را به شماره کارت ۶۰۲۱-۸۶۶۵-۱۲۱۱-۶۲۷۴ (به نام داود شاهین‌آرا - مرتضی کریمیان) واریز و رسید را به همراه فرم تکمیل شده به شماره تلگرام ۰۹۱۲۱۳۴۵۳۶۸ ارسال فرمایید.

نام خانوادگی: نام: نام شرکت:

زمینه فعالیت: سمت/شغل: استان: شهرستان:

نشانی:

کد پستی ده رقمی: تلفن: فکس:

همراه: شروع اشتراک از شماره: تعداد درخواستی از هر شماره:

شماره فیش واریزی: به تاریخ:

 دوازده نوبت

 شش نوبت

نشانی: خیابان مفتح جنوبی - روبروی ورزشگاه شبرودی - کوچه مرتضی ممیز (اردلان) - پلاک ۲۴ - طبقه ۴

تلفن: ۸۸۰۲۶۷۸۵ - ۸۸۰۲۸۷۴۹ - ۸۸۸۲۴۱۰۳ - ۸۸۸۲۴۲۲۷ - ۸۸۸۲۴۲۲۷ تلگرام: ۰۹۱۲۱۳۴۵۳۶۸

www.iranprint.com

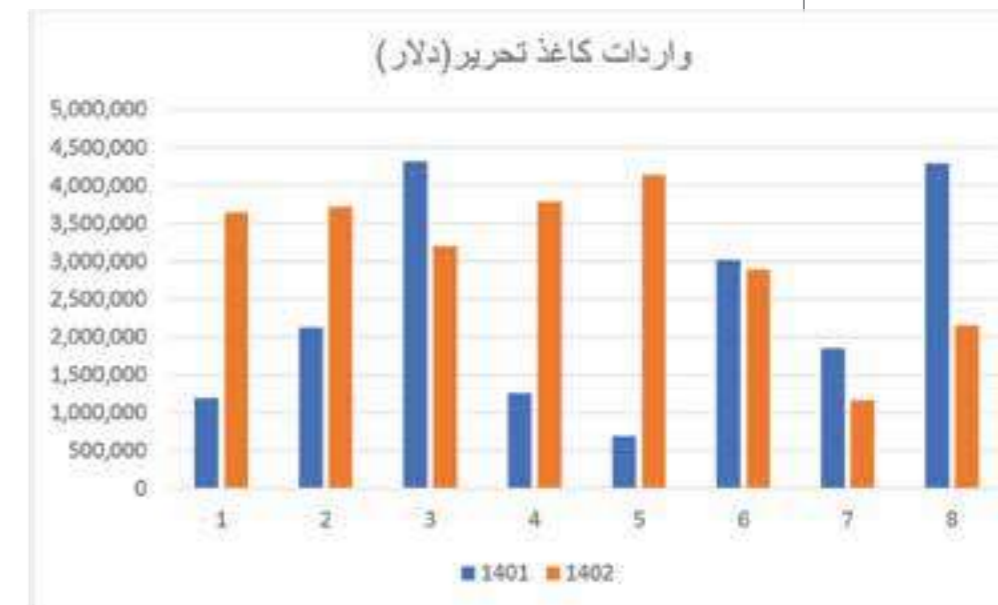
sales@iranprint.com

@iranprint_ads

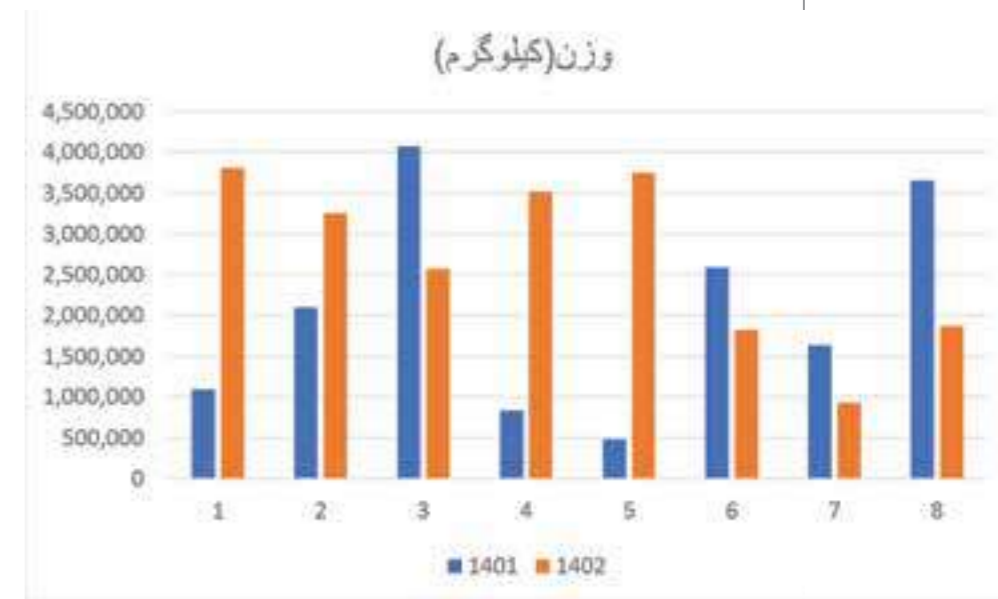
sanatchapnews

@sanatchapnews

نمودار ۱-مقایسه دلاری واردات کاغذ تحریر ۸ ماهه اول سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ (منبع: گمرک)



نمودار ۲-مقایسه وزنی واردات کاغذ تحریر ۸ ماهه اول سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ (منبع: گمرک)



چوبی محدودیت دارند. اما از حدود سال ۲۰۰۰ گذاری از شیوه تولید بر پایه چوب به تولید بر پایه بازیافت صورت گرفته است. از این رو اگر شرایطی در کشور فراهم شود که شیوه تولید مطابق این رهیافت‌ها تغییر کند ایران می‌تواند در تولید انواعی از کاغذ مزیت داشته باشد. با اصلاح شیوه تولید می‌توان جلوی تولید زیاده را گرفت، به محیط زیست کمک کرد و به تولیدات کاغذ ظرفیت‌های جدیدی افزود. تا کنون شرکت چوب و کاغذ مازنداران از این امکانات برخوردار نبوده است. شرکت دیبای شوشتر و کاغذ پارس از پسماند کشاورزی مانند باگاس استفاده می‌کنند. شرکت زاگرس نیز از سیستمی برای بازیافت کاغذهای تحریر استفاده می‌کند. محقق شدن این اصلاح در شیوه تولید نیازمند سرمایه گذاری سنگین است که از میان شرکت‌ها، در حوزه تولید کاغذ تحریر سفید، فقط شرکت زاگرس سرمایه گذاری کرده است.

با توجه به سهم دولت و نهادهای عمومی از شرکت چوب و کاغذ مازنداران و سهم اصلی آن در برنامه‌های تولید کاغذ تحریر، چقدر می‌توان انتظار داشت که این شرکت تمایلی به اصلاح شیوه تولید خود داشته باشد؟

- شرکت‌های خصولتی و دولتی ماهیتا تمایل ندارند یا تمایل کمتری دارند تا خدمتی به خود شرکت انجام دهند و عموماً ذهنیت در جهت بالا بردن سود کوتاه مدت است. از این جهت تصمیم‌گیری در این نهادها سخت، فرسایشی و در برخی موارد نشدنی است. آن‌ها بیشتر سیاسی اداره می‌شوند تا اقتصادی. از این رو مفید است تا با توجه به اصلاحات اصل ۴۴ قانون اساسی در جهت خصوصی سازی این شرکت‌ها پیش برویم تا بخش خصوصی راحتتر و با چابکی بیشتر این اصلاحات را پیش ببرد.

عملی شدن اهداف تعریف شده فقط یک وزارتخانه کافی نیست و لازم است تا بانک مرکزی، وزارت اقتصاد و سایر نهادها همکاری کنند.

آیا ایران در تولید کاغذ مزیتی دارد؟

- اگر روش تولید کاغذ تحریر را بر پایه چوب جنگل در نظر بگیریم، خیر ایران مزیتی در تولید کاغذ ندارد. به خصوص به این دلیل که طرح تنفس جنگل آغاز شده و شرکت‌ها در دسترسی به منابع

شرکت نیز منوط به تامین شدن منابع آن در سال‌های آینده است. در صورت تامین منابع و رفع مشکلات به نظر می‌رسد توانایی تولید ۵۰ تا ۶۰ هزارتن کاغذ برای امسال وجود داشته باشد. اما در تامین کاغذ انتشاراتی‌ها و دفترچه‌ها هنوز کمبود وجود دارد و می‌بایست واردات مدیریت شده انجام شود. دولت و شخص وزیر ارشاد برای محقق شدن این امر حمایت جدی می‌کند اما برای



چگونه و چرا باید در نمایشگاه‌های تخصصی صنعت چاپ شرکت کرد؟

نویسنده: پت مک گرو (Pat McGrew)

گروه ترجمه

علاوه بر نمایشگاه‌های برگزار شده در سال جاری، در ماه‌های آینده چندین نمایشگاه تخصصی صنعت چاپ و بسته‌بندی در ایران و اروپا برگزار می‌شود. این نمایشگاه‌ها فرصت فوق‌العاده‌ای برای ملاقات با همکاران و دست‌اندرکاران این صنعت در ایران و جهان است. همچنین می‌توان در زمینه فناوری‌های نوین این حرفه، اطلاعات دست‌اولی کسب کرد و به ایده‌های جدیدی دست یافت. چالش اصلی، بهره‌مندی از این فرصت و بازگشتن از نمایشگاه با کوله‌باری از اطلاعاتی است که قبل‌تر به دنبال آن می‌گشتید و همه باید بیشترین تلاش خود را برای استفاده از فرصت پیش‌رو در این زمینه انجام دهند. در مقاله‌ای که می‌خوانید پت مک گرو از اعضای تحریریه سایت www.whattheythink.com و متخصص فناوری‌های نوین در صنعت چاپ و بازاریابی، توصیه‌هایی به بازدیدکنندگان و غرفه‌داران نمایشگاه‌های صنعت چاپ ارائه می‌کند.

چند ماه دیگر، تعدادی نمایشگاه تخصصی چاپ و کنفرانس در عرصه چاپ و بسته‌بندی در سراسر جهان برگزار می‌شود و همه در تلاشند تا قبل از پایان سال مالی، بیشترین بهره را از این فرصت‌های تجاری ببرند. سازندگان و فروشندگان تجهیزات و مواد مصرفی نیز سرگرم انتخاب نمایشگاه‌های مناسب و فراهم آوردن مقدمات لجستیک این نمایشگاه‌ها هستند. آنها به دنبال نمایشگاه‌هایی هستند که برای طرح و نقشه‌های تاکتیکی و استراتژیکی‌شان سود بیشتری به ارمغان آورد. مشاوران فعال در صنعت چاپ نیز به دنبال شناسایی نوآوری‌های جدیدی هستند تا آنها را به مشتریان خود معرفی کنند.

تامین‌کنندگان تجهیزات و فناوری صنعت چاپ و بازدیدکنندگان وجود دارد تا از این فرصت استفاده کنند. هر نمایشگاهی، فارغ از ابعاد و اندازه آن، فرصت آشنایی با یک مشتری جدید و ایده‌آل و همچنین یک راه‌حل ایده‌آل را به وجود می‌آورد.

در حالی که شما می‌توانید از همان نمایشگاه‌هایی که همیشه بازدید می‌کرده‌اید، بازدید کنید و با همان سازندگان و شرکت‌هایی که همواره ارتباط داشته‌اید صحبت کنید؛ بد نیست به تقویم و تاریخ نمایشگاه‌های چاپ در طول سال نگاهی بیندازید و نیازهای فعلی خود را ارزیابی کنید همچنین رویدادهایی را که به مقوله‌هایی مانند گردش کار چاپ، تجهیزات تکمیلی و لجستیک پرداخته و می‌توانند کارایی شرکت شما را افزایش دهند، پیدا کنید. هر ساله نمایشگاه‌های جدیدی این سو و آن سوی جهان راه‌اندازی می‌شوند، برخی نمایشگاه نیز با نمایشگاه‌های دیگر در هم می‌آمیزند، و محل برگزاری برخی نمایشگاه‌های دیگر تغییر می‌کند، پس جستجو و پیگیری این تغییرات، می‌تواند کار مفیدی باشد.

از سوی دیگر؛ شناسایی بازارهایی که هر نمایشگاه تخصصی، آن را هدف قرار می‌دهد، اهمیت دارد. نمایشگاه ویژه بخش‌های مختلف تجاری از جمله بیمه، خدمات تجاری، آژانس‌های تبلیغاتی و سازندگان وجود دارد. برخی از این رویدادها روی ابزار تولید تمرکز کرده و برخی دیگر روی فناوری‌های ماشین‌های چاپ فرمت عریض، چاپ تجاری، تولید کتاب و یا چاپ لیبیل و بسته‌بندی. با این همه، برخی دیگر نگاهی به فرایندها و اصول و اساس فناوری‌ها می‌اندازند، مثلاً مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت تجربه مشتری، استفاده از هوش مصنوعی و یا نحوه مدیریت و اداره یک چاپخانه. البته نمایشگاه‌هایی هم هستند برای همه دست‌اندرکاران صنعت چاپ ارزشمند باشند (مثل دروپا). شناخت برگزارکنندگان نمایشگاه، میزان اطلاعاتی که در نمایشگاه ارائه می‌شود و تعداد ماشین‌آلاتی که در نمایشگاه عرضه می‌شود، می‌تواند در انتخاب شما

تاثیر داشته باشند. ابتدا یک طرح و برنامه برای خودتان تهیه کنید. تمام نمایشگاه‌ها و رویدادهایی که همواره در آنها شرکت دارید و نمایشگاه‌های جدید را مرور کنید. بودجه شما برای حضور در نمایشگاه چقدر است، و چگونه می‌توانید بیشترین استفاده را از این حضور کسب کنید؟ اگر هرگز در هیچ نمایشگاهی ویژه بازاری که در آن فعال هستید، شرکت نکرده‌اید، بازدید از آنها را در اولویت قرار دهید.

شما می‌توانید موارد جالب و مهم را برای خریداران کارهای چاپی پیدا کرده و از مسیر درازمدت آن بخش از بازار که در آن فعال هستید، درک خوبی پیدا کنید. نمایشگاه‌های ویژه هر یک از سازندگان را نیز از یاد نبرید، به‌ویژه آنهایی که در سالن‌های بزرگ و یا در محل مشتریان‌شان برگزار می‌شوند. بازدید این رویدادها نیز به شما امکان می‌دهد بخش‌ها و قطعات گوناگون پازل تولیدی را که کنار هم چیده شده، یک جا و در حال کار ببینید.

اگر می‌خواهید از یک نمایشگاه بزرگ صنعتی دیدن کنید، برنامه و نقشه شما باید کمی متفاوت باشد. سایت اینترنتی این نمایشگاه، نقشه سالن‌ها، لیست بازدیدکنندگان و اطلاعات آموزنده دیگر را ارائه می‌کند. با یک ارزیابی از نیازهایتان، غرفه‌هایی را که حتماً باید

از آنها بازدید کنید و نیازهای شما را برآورده می‌کنند، شناسایی کنید. حتی اگر اسم آنها را نشنیده باشید، این‌ها کسانی هستند که باید با آنها صحبت کنید. یک گزارش خلاصه از آنچه نیاز دارید، تجهیزات فعلی و سیستم گردش کار و آنچه را تولید می‌کنید تهیه کرده و به آنها ارائه دهید. مشکلات و گلوگاه‌های تولیدی خود را برای آنها شرح دهید. هر چه بیشتر توضیح دهید آنها بهتر می‌توانند به شما کمک کنند. همچنین شما با سازندگان و شرکت‌هایی که قبلاً کار می‌کردید و اکنون در فهرست شما قرار ندارند، می‌توانید ملاقات کنید. بد نیست دریابید چه چیزهای جدیدی ارائه می‌کنند. هر شرکتی یک چرخه توسعه و نوآوری دارد! شاید آنها از یک فناوری جدید پرده بردارند که می‌تواند به شما کمک کند.

تا سه نشه، بازی نشه

اگر به اندازه کافی زمان دارید، ۳ بار در سالن‌ها از ابتدا تا انتها گشت بزنید. ابتدا بازدید خود را به نوآوری اختصاص دهید، سپس با شرکت‌هایی که کار می‌کنید ملاقات کنید و در گشت آخر، سری به دیگر غرفه‌هایی بزنید که می‌توانند برای شما مفید باشند، اگر عضو گروه کاربری یا انجمن خاصی هستید، بد نیست با دیگر اعضای گروه که ممکن است بینش و ایده‌های خوبی



اگر به اندازه کافی زمان دارید، ۳ بار در سالن‌ها از ابتدا تا انتها گشت بزنید. ابتدا بازدید خود را به نوآوری اختصاص دهید



هنگامی‌که به محل کار یا چاپخانه خود باز می‌گردید، فراموش نکنید که گزارشی از مشاهدات و ملاقات‌های خود تهیه کنید

داشته باشند، در سالن گشتی بزنید. هنگامی‌که به محل کار یا چاپخانه خود باز می‌گردید، فراموش نکنید که گزارشی از مشاهدات و ملاقات‌های خود تهیه کنید، لزومی ندارد گزارشی طولانی باشد، ولی مشاهدات و نتیجه‌گیری‌های خود را به صورت منظم و فهرست‌وار بیاورید. فهرستی از کسانی که باید با آنها برای دریافت اطلاعات بیشتر یا نمایش قابلیت‌ها و تجهیزات خود تماس بگیرید، تهیه کنید. در نهایت یافته‌ها و مشاهدات خود را با کارکنان و مدیران خود در میان بگذارید.

چند توصیه به غرفه‌داران

برای برنامه‌ریزی یک نمایشگاه یا رویدادهای دیگر، باید بخش بازاریابی،

فروش، مدیران تولید و برخی مواقع یک تیم ویژه نمایشگاه را نیز برای انجام پروژه به کار بگیرید. مواردی که باید برای حضور در نمایشگاه در نظر گرفت، شامل بودجه، غرفه‌سازی و دکوراسیون غرفه، تولیداتی که باید به نمایش در بیاید و افرادی که باید در غرفه حضور داشته باشند، می‌شود. برخی از شرکت‌هایی که می‌خواهند در نمایشگاه غرفه بگیرند تنها روی کارمندان و امکانات درون شرکت تمرکز کرده و نیازهای بازدیدکنندگان را نادیده می‌گیرند. پس از یک نمایشگاه خیلی‌ها گلایه دارند که راه‌حل‌های زیادی دیدند، ولی یادشان نمی‌آید چه شرکتی کدام راه‌حل عرضه کرده بود. چنین چیزی نه به نفع غرفه‌گذار است و نه به نفع بازدیدکننده.

یکی دیگر از گلایه‌های رایج این است که یک بازدیدکننده وارد غرفه‌ای شده، متوجه شده همه کارکنان یا در حال ایمیل زدن به صفحه لپ‌تاپ یا موبایلشان چشم دوخته‌اند و یا نمی‌توانند به وضوح در مورد آنچه عرضه می‌کنند صحبت کنند. چنین وضعیتی به هیچ وجه خوب نیست. یک راه برای دور زدن این مشکلات، تهیه یک دستورالعمل است که بر اساس آن هر یک از افراد غرفه بدانند چه کاری باید انجام دهد و مسئول چه قسمتی است. در حالی که کسب‌وکار شرکت در طول نمایشگاه باید ادامه پیدا کند و خللی در آن وارد نشود، قانون "محدود کردن زمان نگاه کردن به صفحات موبایل و موبایل" باید رعایت شود تا از این طریق بازدیدکنندگان احساس کنند به آنها اهمیت داده می‌شود.

برخی مواقع راه‌حل، به کارگیری افرادی است که تنها مسئول خوشامدگویی و مذاکره اولیه هستند و سپس بازدیدکننده را به یک متخصص معرفی کنند. حتی شرکت‌های کوچک افرادی را دارند که می‌توانند نقطه کانونی بوده و از این کار نیز لذت ببرند. مورد دیگر که بازدیدکنندگان به دنبال آن هستند، معرفی محصولات جدید و زمان ارائه آن به بازار است. هنگامی‌که تصمیم دارید محصول یا کالایی در غرفه خود به نمایش بگذارید، چیزی را انتخاب کنید که بلافاصله قابل ارائه به بازار باشد مانند دستگاه یا محصولی که در کوتاه‌مدت به بازار عرضه می‌شود و سپس یک نقشه راه برای تولیداتی که در درازمدت عرضه می‌شوند. اگر تنها تولیداتی را عرضه کنید که در درازمدت عرضه می‌شوند، بعید است که هیچ بازدیدکننده‌ای مدت زیادی برای آن صبر کند.

بیشترین دستاورد یک نمایشگاه، هنگامی حاصل می‌شود که با آمادگی و مهیا بودن همه شرایط در آنجا حضور پیدا کرده باشید.

نگاهی به سی‌امین نمایشگاه IPP خانواده چاپ و بسته‌بندی برای توسعه صنعت و کسب‌وکار تلاش می‌کنند

گروه گزارش

نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی IPP در این سی‌امین دوره برگزاری، از هر جهت تفاوتی هرچند اندک را نشان می‌داد و از نظر شاخص‌های گوناگون (فضا، تعداد شرکت‌کنندگان، جذب شرکت‌های خارجی، تعداد بازدیدکننده، اثربخشی اقتصادی و غیره)، بهترین کارنامه پس از کرونا را رقم زد. هرچند متناسب با شرایط اقتصادی پرنج کنونی، هنوز به بعضی دوره‌های پیش از کرونا نرسیده است.

نمایشگاه IPP، مثل هر نمایشگاه دیگری، به قصد معرفی محصولات و شرکت‌های جدید و نیز رونق بخشیدن به کسب‌وکارها و تعامل اقتصادی برگزار می‌شود. بنابراین تا حد زیادی وابسته به شرایط اقتصادی، روندهای تجاری و تعامل بین‌المللی است.

ادامه تحریم‌ها و افزایش تنش‌های سیاسی در منطقه، کاهش ارزش پول ملی و روزگار سخت بنگاه‌های تولیدی و واردکننده ده‌ها مشکل ریزودرشت در حوزه اقتصاد و برنامه‌ریزی‌ها و مسائل اجتماعی، سایه خود را بر اقتصاد و بر صنعت چاپ و بسته‌بندی می‌گذارد. بی‌شک نمایشگاه‌ها نمی‌توانند از این ناملایمات تأثیر نپذیرند.

نتیجه این روند نامطلوب اقتصاد ایران، کاهش سرمایه‌گذاری‌ها و رشد اقتصادی است. خانواده چاپ این روند ناخوشایند را با حسرت خوردن برای نصب ماشین‌آلات جدید و حضور فعال نمایندگی‌های شرکت‌های معتبر و فناوری در نمایشگاه‌های داخلی تجربه می‌کنند.

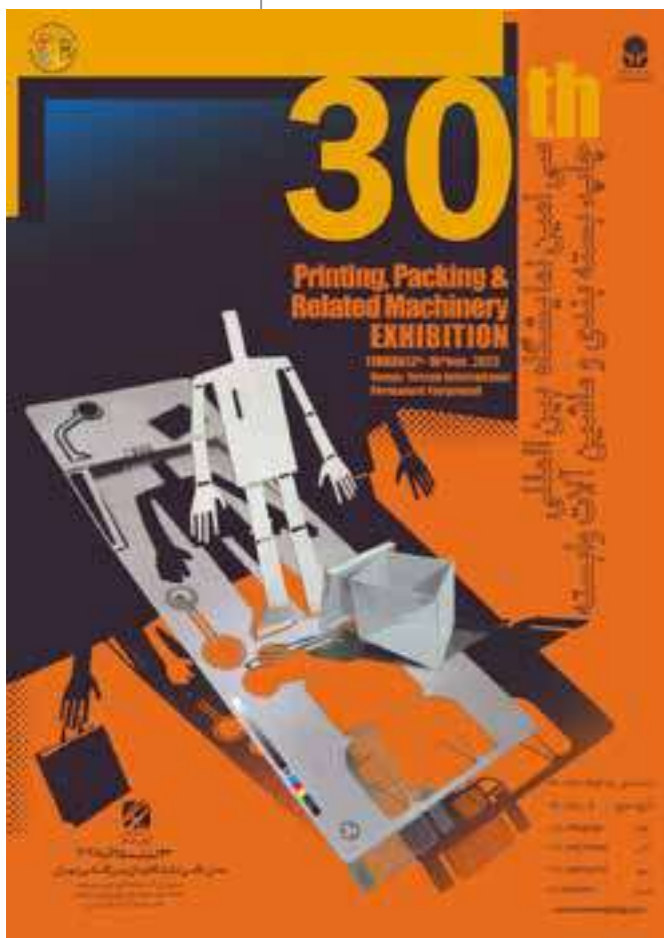
از کلاس بسیار خوبی برخوردار است که می‌تواند شانس بسیاری در صادرات هم داشته باشد. همچنین در زمینه چاپ جعبه‌های مقوایی و لفاف‌های انعطاف‌پذیر و انواع لیبل، شرکت‌هایی قدرتمند را در این نمایشگاه شاهد بودیم.

در چنین اوضاعی، همین استقبال از نمایشگاه IPP و تقاضای فزاینده برای رزرو غرفه‌ها از سوی شرکت‌ها و حضور بیش از هفتاد شرکت چینی و چند ده بازدیدکننده از کشورهای همسایه و این‌همه بازدیدکننده مشتاق داخلی از تهران و شهرستان‌ها، جای شکر دارد. بخشی از این استقبال و شوروشوق را باید به حساب تلاش یک ملت برای زنده ماندن و تاب‌آوردن به امید روزهای بهتر دانست. این سخن چکیده برداشت‌ها و مباحثه‌ها و دیدارهای گزارشگران ماهنامه صنعت چاپ با غرفه‌داران و بازدیدکنندگان است.

علی‌رغم برداشت کلی بالا، نمی‌توان این‌همه تکاپو در سی‌امین دوره IPP را تنها دست‌وپا زدن برای روی آب ماندن غریق تصور کرد، بسیاری از شرکت‌کنندگان از همین حضور و دیدار با مشتریان قدیم و جدید راضی بودن و شماری نیز از امضای قراردادهای و گرفتن سفارشی‌ها در ایام نمایشگاه پس خشنود بودند.

در این دوره چند شرکت جدید هم برای اولین باز حضور یافتند که بیشتر در زمینه واردات مرکب و مواد مصرفی فعالیت دارند.

در ادامه نگاهی داریم به ترکیب و طبقه‌بندی تخصصی و مصاحبه‌هایی با یکی از ماشین‌سازان صنعت چاپ، یکی



از بازدیدکنندگان در نوع خود، ویژه و نیز غرفه‌داری که حرف‌هایی شنیدنی درباره قابلیت‌های محصولات و خدمات صنعت چاپ ایران و محدودیت‌ها و بی‌مهری‌های دولت، دارد.

امیدواریم این گزارش جمع‌وجور، تصویری نزدیک به واقعیت از سی‌امین نمایشگاه IPP و نیز وضعیت کسب‌وکار چاپ و بسته‌بندی کشور، به شما بدهد.



جلیل غفاری؛ رئیس سی‌امین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی:

راضی هستیم و برای سال آینده

همه سالن‌های نمایشگاه را در خواست می‌کنیم

رئیس نمایشگاه IPP را دو هفته بعد از نمایشگاه به صحبت گرفتیم که اطلاعات جامع‌تر و دقیق‌تر از او بگیریم، اما هنوز هم همه گزارش‌های مربوط به بخش‌های مختلف به او نرسیده بود. اما به‌رحال اطلاعات و آمار خوبی از عملکرد سی‌امین نمایشگاه ارائه می‌دهد و به جزئیاتی اشاره می‌کند که برای دست‌اندرکاران حرفه‌های حوزه چاپ و بسته‌بندی می‌تواند جالب و نکته‌آموز باشد. این شما و این هم گفت‌وگوی ما با جلیل غفاری؛ رئیس نمایشگاه.

در یک کلام نمایشگاه امسال در مقایسه با دوره‌های گذشته، چگونه بود؟

خیلی خلاصه بگویم؛ هم از نظر مترائ و هم از نظر تقاضا برای غرفه ارقام این دوره حدود ۳۵ درصد بیشتر از دوره قبل بود. برای ما به‌عنوان برگزارکننده، مهم‌ترین چیز، استقبال شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان است که خوشبختانه در هر دو مورد، وضعیت رضایت‌بخشی داشتیم. هرچند از این که به ناچار بعضی متقاضیان از حضور در نمایشگاه بازماندند و ما شرمند آن‌ها شدیم، متأسفیم. ما امسال تقاضای کل سالن‌ها را داشتیم که موفق به گرفتن آن‌ها نشدیم.

می‌توانید این سخن را با ارقام و آمار زینت ببخشید

بله، آمار کلی نمایشگاه را به این شرح خدمت

مخاطبان عزیز ماهنامه صنعت چاپ تقدیم می‌کنم:

تعداد مشارکت‌کننده داخلی ۴۵۶ شرکت

تعداد مشارکت‌کننده خارجی ۷۶ شرکت

کل مترائ مفید ۴۵ هزار مترمربع

تا اینجا کار، شما از نمایشگاه راضی بوده‌اید، آیا خبر دارید که شرکت‌کنندگان هم راضی بودند یا خیر؟

پاسخ این پرسش را باید از خود غرفه‌داران بپرسید و به گمان من، شما مطبوعات‌ها باید بهتر از من بتوانید نظرسنجی را انجام داده باشید. تا آنجا که به تجربه خودم مربوط می‌شود، بر اساس صحبت‌هایی که با ده بیست تن از غرفه‌داران و مدیران شرکت‌های معروف در زمینه تأمین ملزومات چاپ و تولیدکنندگان مواد مصرفی داشتیم، می‌دانم که آن‌ها راضی

بودند و بازخورد منفی بین آن‌ها ندیدم. حتی تقاضای خود برای سال آینده را از هم‌اکنون مطرح می‌کردند. بعضی از آن‌ها صریحاً از تفاهم‌نامه فروش خوب و جلب مشتریان معتبر و سفارش‌های بزرگ خبر می‌دادند.

آیا غرفه‌گذاران خارجی (یعنی چینی‌ها) نیز چنین رضایتی داشتند؟

در این مورد باید منتظر ارائه گزارش مجری بخش خارجی باشیم که هنوز آن را دریافت نکرده‌ایم ولی هم‌اکنون می‌توانم بهترین دلیل را برای رضایت چینی‌ها از این نمایشگاه اعلام کنم؛ همین امروز طرف ما در چین، تماس گرفت و کل مترائ سالن ۳۵ و حدود ۵۰۰ متر از سالن ۳۸ را یعنی حدود ۱۵۰۰ مترمربع را برای سال آینده تقاضا کرد. همین درخواست را می‌توان به‌عنوان نشانه رضایت شرکت‌کنندگان

خارجی (چینی) پذیرفت.

اطلاعات دقیق‌تر را پس از ارائه گزارش مجری بخش خارجی و تأیید سازمان توسعه تجارت، می‌توان ارائه داد.

حالا که صحبت از خارجی‌هاست، اجازه بدهید از بازدیدکنندگان خارجی بپرسیم، معمولاً قبل از نمایشگاه وعده بازدیدکننده خارجی به فلان تعداد و از بهمان کشورها داده می‌شود ولی در ایام نمایشگاه، حضور بازدیدکنندگان خارجی چندان محسوس نیست، امسال چگونه بود؟

دعوت از بازدیدکنندگان خارجی نیز توسط افراد و شرکت‌های معتمد شرکت نمایشگاهی (زیرمجموعه سازمانی توسعه تجارت) صورت می‌گیرد. در قالب توافق‌نامه بین ما و این شرکت، بازدیدکنندگانی مرتبط با صنعت چاپ و بسته‌بندی از کشورهای هدف انتخاب می‌شوند که با تأمین محل اقامت و هزینه غذا و ترانسپورت نمایشگاهی به ایران می‌آیند. هزینه این هیأت‌ها را برگزارکننده نمایشگاه پرداخت می‌کند.

ما امسال هم هیأت‌هایی از ۸-۷ کشور منطقه، عمدتاً از افغانستان، عراق، پاکستان، ترکیه و غیره داشتیم. جمع آن‌ها به ۷۰ نفر می‌رسید. به نظر من، جا دارد در این زمینه کارهای بهتر و مؤثرتری بکنیم. به‌رحال بسیاری از کشورهای منطقه، به محصولات و خدمات چاپ و بسته‌بندی ایران نیاز دارند و قدرت خرید خوبی هم دارند، از این سو، در کشور ما سطح فناوری و کیفیت محصولات و خدمات چاپ و بسته‌بندی در ایران، برای آن‌ها رضایت‌بخش است.

در مجموع شرایط نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی IPP را از نظر استانداردهای بین‌المللی نمایشگاهی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

من قبلاً هم گفته‌ام، فضای نمایشگاهی موجود، با استانداردهای نمایشگاهی فاصله بسیار دارد. این که نمایشگاه در چند سوله جداگانه برگزار شود و امکاناتی مثل سرویس بهداشتی و کافه و غیره بیرون از آن‌ها باشد، اصلاً مناسب نیست. همه نمایشگاه‌های معتبر جهانی در سالن‌های بزرگ به‌هم‌پیوسته با دسترسی به سرویس بهداشتی و امکانات رفاهی در هر سالن تمام امکانات ضروری و شرایط تهویه و نور مناسب برگزار می‌شود.

به‌رحال سازمان توسعه تجارت و شرکت نمایشگاهی در همه امور نمایشگاه دخالت دارند، امیدوارم در این زمینه چاره‌جویی کنند.

آیا سازمان توسعه تجارت و شرکت نمایشگاهی در تعیین اجاره غرفه‌ها و مسائل دیگر هر نمایشگاه نقش دارند؟

بله، سازمان توسعه تجارت، مجوز را صادر

می‌کند و شرکت نمایشگاهی سقف قیمت هر متر غرفه را تعیین می‌کند. مثلاً در این دوره هر متر غرفه بدون غرفه‌سازی ۸۰۰ هزار تومان و با غرفه‌سازی تقریباً یک میلیون تومان تعیین شده است.

قانوناً می‌توان ۱۵ درصد کل مترائ نمایشگاه را به‌صورت اسپانسر و پرداخت ویژه شرکت‌ها، واگذار کرد. که ما سالان ۳۸ و طبقه اول سالن خلیج فارس را به‌صورت اسپانسر به متقاضیان واگذار کردیم که هزینه بالاتری می‌پردازند.

از مجموع دریافتی نمایشگاه، ۵۰ درصد به شرکت نمایشگاهی تعلق می‌گیرد و مجری از ۵۰ درصد باقی‌مانده باید همه هزینه‌های آب، برق، بیمه، موکت، تأسیسات و غیره را بپردازد.

علاوه بر این، این شرکت دفاتر را می‌بیند و حتی درباره برخی شرکت‌ها که به نام شرکت ایرانی شرکت کرده‌اند ولی محصول خارجی عرضه کرده‌اند، نظر می‌دهد که باید اجاره آن‌ها، ارزی محاسبه شود و معمولاً در هر دوره با چند شرکت به این خاطر اختلاف حساب پیدا می‌کنیم.

به استانداردهای فضا و مکان نمایشگاه اشاره کردید، آیا مدیریت و برنامه‌ریزی و اجرای نمایشگاه نیازی به راهکارهای جدید و نوآوری و تغییر احساس نمی‌کنید؟

حتماً در این زمینه هم نیاز به تغییر هست. ما معمولاً آن قدر گرفتار مسائل جزئی و مشکلات اجرایی می‌شویم که کمتر فرصت تأمل در این‌باره پیدا می‌کنیم. سی‌امین دوره نمایشگاه می‌تواند نقطه عطفی برای این تحول باشد. شما هم در این زمینه می‌توانید به ما کمک کنید. ولی نوآوری و تحول باید در درجه اول از سوی شرکت‌کنندگان باشد. باید فناوری جدید به نمایش گذاشته شود. ما هم هر کاری بخواهیم بکنیم باید معطوف به این جهت باشد که متأسفانه به خاطر شرایط اقتصادی و محدودیت و تحریم‌ها دستمان بسته است. امیدوارم گشایشی در این زمینه صورت گیرد که فکر ما هم بازتر شود.

امسال شور و حال بیشتری در برنامه‌های جانبی، به‌ویژه کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی بود. در این‌باره کمی توضیح دهید.

این برنامه به لطف آقای چهره‌ای و مدرسان لایقی که ایشان دعوت کرده بودند، برگزار شد. دو روز در سالن اصفهان و یک روز در محل کنفرانس سالن ۳۵ برنامه داشتند. برنامه‌های سالن ۳۵ که ۶ ساعت ادامه داشت، از استقبال خیلی خوبی برخوردار بود. به‌طوری که تقریباً در سراسر ۶ ساعت، جمعیت قابل‌توجهی در این



کلاس‌ها حضور مؤثر داشتند و سطح مطالب هم بسیار بالا و تخصصی بود.

آقای فرخ هم طی دو روز در طبقه بالای ستاد نمایشگاه با دعوت از استادان و مدرسان، کلاس‌هایی برگزار کرد که کیفیت خوبی داشتند. در این مکان، برنامه‌های دیگری هم پیش‌بینی شده بود که بخشی از آن‌ها تحقق پیدا کرد. از جمله معرفی مشاهیر صنعت چاپ بود که البته می‌توانست بهتر از این هم باشد.



هم از نظر مترائ و هم از نظر تقاضا برای غرفه ارقام این دوره حدود ۳۵ درصد بیشتر از دوره قبل بود

سه نظر، مشتتی از خروار در پاسخ به یک پرسش

چنین بود سی امین نمایشگاه IPP

محمود ذوالفقاری، مدیرعامل هلدینگ خجسته:

از نحوه برگزاری نمایشگاه راضی بودیم

برگزاری نمایشگاه‌های چاپ و بسته‌بندی فرصت خوبی برای ما است که دوستان قدیمی و همکاران خوبمان را زیارت کنیم و به جز سعادت دیدارشان از دانسته‌ها و اطلاعاتشان استفاده کنیم. همچنین مشتریان قدیم و جدیدی را می‌بینیم که ارتباط موثری برقرار می‌شود. نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی سال به سال بهتر برگزار می‌شود و امسال ما از نحوه برگزاری آن راضی بودیم. امسال وضعیت بازار بسته‌بندی نسبتاً خوب بود. تنوع بسته‌بندی هم با تحول خوبی همراه بوده است. هنوز هم جا برای تغییرات اساسی وجود دارد. اکنون تعداد زیادی به این کسب‌وکار رو آورده‌اند که احتمالاً با رکود روبه‌رو شویم. به هر حال وضعیت مالی ما چندان مشخص نیست که بخواهیم شرایطمان را برای سال آینده اعلام کنیم.

عادل میرخانی، بهینه پوشش جم:

ما به دلیل نام شرکت باید در نمایشگاه حضور داشته باشیم

ما دستاورد خاصی در این نمایشگاه نداشتیم. برای شرکت بهینه‌پوشش جم، بیشتر حالت دیدوبازدید با دوستانی که در شهرستان هستند دارد که سالی یکبار برای نمایشگاه به تهران می‌آیند یا دوستانی که شرکت‌هایشان مسافت زیادی با شرکت ما دارد و نمی‌توانیم همدیگر را ببینیم، در این نمایشگاه ملاقاتشان می‌کنیم. زمان برگزاری نمایشگاه، ایام خوبی نبود و به دلیل بین‌التعطیل بودن و ایام عزاداری حضرت زهرا زمان جالبی نبود. متأسفانه نقطه مثبتی ندیدیم اما تا دلتان بخواهد نقاط ضعف زیادی داشته و دارد. ما به دلیل نام شرکت باید در نمایشگاه حاضر باشیم و هستیم.

سیدحسین میرباقری، رییس انجمن واردکنندگان کاغذ، مقوا و فرآورده‌های سلولزی:

دستاورد ما در این نمایشگاه، دیدار و تبادل نظر با اعضا بود

بزرگترین دستاورد ما در این نمایشگاه، دیدار با اعضا و تبادل افکار مرتبط با بازرگانی صنعت سلولزی کشور بود. گفتگو در مورد موانع و مشکلاتی که در رابطه با بازرگانی خارجی داریم و چگونگی رفع این مسائل و همچنین تبعات آن در بازرگانی داخلی از محاسن این نمایشگاه بود. تبادل نظر با دوستانی که در حوزه تولید سلولزی مشغول به کار هستند و شنیدن نیازهای آن‌ها و تلاش برای واردات مواد مورد نیاز آنان نیز از فواید این دوره بود که همکاری و مداومت این روابط باعث رشد و بالندگی زنجیره سلولزی ایران خواهد شد. به‌هرحال در درازمدت هر تشکل و انجمنی، اهدافی دارد که در جهت نیل به اهداف خودش کارهایی انجام می‌دهد. برای چنین کاری ما تلاش می‌کنیم انجمن را به دیگران بشناسانیم و فعالیت‌هایش را به آن‌ها معرفی کنیم تا بدانند ما بزرگ‌ترین تشکل در کشور هستیم که دغدغه‌اش تأمین نیاز کاغذ و مقوا است و به لطف خدا، بزرگ‌ترین تأمین‌کننده کاغذ و مقوای کشور ما هستیم. به همین دلیل باید با کل زنجیره افرادی که به هر شکلی با این صنعت مرتبط هستند، اعم از تولیدکننده و مصرف‌کننده در ارتباط باشیم. ما تمام تلاشمان این است که افراد این زنجیره از تولیدکننده و ناشر گرفته تا چاپخانه‌داران و مصرف‌کنندگان باشیم و در جهت حفظ منافع آنان قدم برداریم. یعنی در عین حال که واردات انجام می‌دهیم، مراقب منافع افراد دیگر این زنجیره در ایران نیز باشیم. انتظار داریم سال جدید، کارها طوری پیش برود که باعث پیشرفت انجمن و زنجیره مربوطه‌اش باشد. نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال، نمایشگاه پرشوری بود که بازدیدکنندگان نیز استقبال خوبی داشتند و بهانه خوبی برای دیدار با دوستان بود. به نظر من به عنوان مدیر انجمن، این



به اینستاگرام صنعت چاپ پیوندید

Join the sanatchapnews insta



داریوش راستی مدیرعامل ماشین‌سازی اندیشه:

کیفیت و امکانات دستگاه‌های چاپ و بسته‌بندی ایرانی چینی‌ها را خیره کرد

با نگاهی به قفسه فروشگاه‌ها، به روشنی می‌توان از پیشرفت صنایع غذایی، دارویی، بهداشتی و آرایشی باخبر شد. همزمان، پیشرفت و نوآوری و ارتقای کیفیت چاپ و بسته‌بندی جلب توجه می‌کند.

بخشی از توسعه چاپ و بسته‌بندی که پشتیبان موفقیت صنایع غذایی و محصولات دیگر است، مرهون به‌کارگیری ماشین‌آلات بسته‌بندی تولید داخل است. ماشین‌سازان چاپ و بسته‌بندی در سال‌های اخیر تلاش زیادی برای ارتقای کیفی طراحی و چاپ داشته و دستاوردهای قابل‌تحسینی را رقم زده‌اند.

نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی آذرماه، فرصتی بود تا بعضی از ماشین‌سازان توانمند صنعت چاپ و بسته‌بندی، دستگاه‌های پیشرفته و فناوریانه خود را به نمایش گذارند. ماشین‌سازی حرفه‌وفن و و و ماشین‌سازی اندیشه، از جمله این شرکت‌ها بودند. برتری محصولات این شرکت‌ها نسبت به دستگاه‌های مشابه چینی، موردتوجه بسیاری از بازدیدکنندگان قرار می‌گرفت.

در اینجا با مدیر یکی از این شرکت‌ها درباره قابلیت‌ها و نیز مسائل و مشکلات ماشین‌سازان ایرانی، گفت‌وگو می‌کنیم. آنچه داریوش راستی؛ مدیر ماشین‌سازی اندیشه بیان می‌کند، حرف دل بیشتر ماشین‌سازان ایرانی در صنعت چاپ و بسته‌بندی است.

آقای راستی شما که در نمایشگاه‌های مختلف این صنعت حضور داشته‌اید، برایمان از تجربه حضور در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی آذرماه ۱۴۰۲ و نقاط ضعف و قوت آن بگویید.

حجم بازدیدکنندگان نسبت به دوره‌های قبلی از کاهش قابل‌ملاحظه‌ای برخوردار بود. البته این مسأله از جنبه‌های مختلفی قابل‌بررسی است که مهم‌ترین وجه آن، رکود بازار، تورم و نگرانی

بعد از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی از سرمایه‌گذاری در تولید است. در بررسی و پیگیری درخواست‌های ثبت‌شده بازدیدکنندگان بعد از نمایشگاه شهر آفتاب مشاهده شد رکود مطلق در بازار، قدرت ریسک خریدار را برای سرمایه‌گذاری و توسعه تجهیزات کاهش داده است. دومین مسأله، ضعف تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای برگزاری نمایشگاه

است. سومین مورد، از دست رفتن شور و اشتیاق و گرایش خریداران نسبت به محصولات ایرانی علی‌رغم افزایش کیفیت و خدمات در دسترس آنهاست که علت آن پیشنهاد شرایط فروش اقساطی چندساله از سوی واردکنندگان ماشین‌آلات چینی به خریداران است که علی‌رغم باور اکثر متقاضیان به حمایت از تولیدات داخلی و یا کیفیت نه‌چندان

مطلوب محصولات چینی، عملاً قدرت چانه‌زنی و فروش را برای ماشین‌ساز ایرانی به‌شدت کاهش می‌دهد. به‌رحال دستگاه وارداتی آماده برای تحویل، آن‌هم با حداقل پیش‌پرداخت و اقساط بلندمدت جذابیت بیشتری دارد، برخلاف روال معمول تولید که بنا به سفارش مشتری ساخته می‌شود و مستلزم زمان طولانی آماده‌سازی، به اضافه پرداخت عمده قیمت کالا هنگام خرید است. از دیگر عوامل اثرگذار در کاهش بازدید حضوری از نمایشگاه، فراوانی کانال‌ها و سایت‌های فضای اینترنتی است. در این فضاها فروشندگان به‌طور شبانه‌روزی به معرفی و تبلیغ محصولات خود مشغول هستند و متقاضی، نیاز به حضور فیزیکی را ضروری نمی‌بیند. با این‌همه جذابیت و دستاوردهای جدید ماشین‌سازی اندیشه، همیشه باعث ازدحام و توجه فعالان صنعت بسته‌بندی بوده و این بار هم به لطف خدا این مهم حاصل گردید.

در صحبتی که قبلاً داشتیم، گفتید قبل از نمایشگاه به‌طور شبانه‌روزی مشغول آماده‌سازی دستگاه‌ها برای شرکت در نمایشگاه بوده‌اید، آیا محصول جدیدی را در نمایشگاه رونمایی کردید؟

بله، تیم پرسنل ماشین‌سازی اندیشه طی پنج ماه کار سنگین، موفق به طراحی و تولید و ارائه اولین دستگاه مدرن چاپ مینی‌فلکسو پنج‌رنگ و مجهز به دایکات روتاری با قابلیت‌های منحصربه‌فرد در دنیا و ایران گردید که برای اولین بار IPP در نمایشگاه تهران رونمایی شد و در معرض دید مراجعین قرار گرفت.

این ماشین، دستگاهی جمع‌وجور ولی با توانمندی‌های بزرگ در ابعاد چاپ قابل‌قبول (طول ۱۱۰ و عرض ۱۲۰ سانتی‌متر) است. با این دستگاه چاپ مینی‌فلکسو روی انواع کارتن چندلایه یا مقوای سنگین، چاپی با دقت و کیفیت نزدیک به چاپ افست انجام می‌شود، البته سال‌هاست این دستگاه را به‌صورت تک‌رنگ، دورنگ، سه‌رنگ و مجهز به دایکات روتاری و فاقد قابلیت‌های پیشرفته به بازار عرضه می‌کنیم، اما به علت نیاز روزافزون واحدهای بسته‌بندی، این بار دستگاه

پنج‌رنگ مجهز به دایکات یا تیغ‌زنی روتاری با امکانات بسیار پیشرفته و مدرن را در این نمایشگاه عرضه کردیم که مورد استقبال زیادی قرار گرفت. این دستگاه قادر به چاپ تصاویر چهاررنگ ترکیبی هفتون مستقیماً روی کارتون هست، برج پنجم برای چاپ رنگ خاص برای زمینه و همچنین امکان «یو وی» زنی به‌کار می‌رود.

دامنه کاربرد این دستگاه علاوه بر خودکفایی و تأمین جعبه موردنیاز واحدهای مختلف تولیدی، در واحدهای کوچک بسته‌بندی، چاپخانه‌ها، اشتغال‌زایی مشاغل خانگی، اهمیت شایانی دارد.

همچنین از آنجا که بیش از ۵۰ درصد جعبه‌های کارتنی زیر یک مترمربع، از ورق کنگره‌دار سه‌لایه «ای‌فلوت» می‌باشند، واحدهای بزرگ بسته‌بندی نیز می‌توانند دستگاه مینی‌فلکسو اندیشه را به‌عنوان مکمل برای تولید جعبه‌های کوچک و جایگزین ماشین‌آلات بزرگ - که طبعاً موجب کاهش استهلاک و اتلاف انرژی، مرکب و همچنین دشواری کنترل و اپراتوری ماشین‌های بزرگ می‌گردد - مورداستفاده قرار دهند.

این دستگاه، علاوه بر اشغال فضای کمتر و سهولت بهره‌برداری از دقت و کیفیت چاپ بهتری نیز برخوردار است و قدرت مانور بالای آن، به‌کارگیری آن را در هر کارخانه‌ای توجیه می‌کند.

ویژگی‌های محصول جدیدی که نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی آذر ۱۴۰۲

آوردید، کدامند؟

چهار ویژگی مهم در معرفی دستگاه جدید مینی‌فلکسو پنج‌رنگ مدرن مطرح شده است؛ سریع، آسان، دقیق و سودآور.

اولین دستگاه اصطلاحاً آچار لس، با تنظیمات فول برقی که بدون نیاز به هیچ ابزاری و به آسانی و سرعت قابل بهره‌برداری است، سرعت: در این دستگاه عمل تنظیم موقعیت چاپ و روی هم‌نشینی رنگ‌ها توسط رجیستریاب اتوماتیک در چند ثانیه انجام می‌شود و از اتلاف وقت و باطله‌سازی متریارل برای تست و تنظیم جلوگیری می‌شود.

آسان: کلیه مکانیزم‌ها و فشارهای مربوط به نوردهای چاپ و انتقال‌دهنده‌های ورق کارتن به‌صورت برقی و توسط صفحه‌کلید تصویری و یا لمسی با سرعت و دقت بسیار بالا و توسط اپراتور فاقد مهارت کافی، به‌راحتی انجام می‌شود.

دقت: کلیه تنظیمات با دقت بسیار زیاد و با حساسیت ۳ صدم میلی‌متر انجام می‌شود. برای درک این مقدار باید گفت که ضخامت موی انسان حدود ۱۵ صدم میلی‌متر است و دقت تنظیم در این دستگاه یک‌پنجم موی سر انسان است. سودآوری: در توصیف این ویژگی باید به طراحی مهندسی، دوام و استحکام قطعات، استهلاک بسیار ناچیز، کاهش زمان آماده‌سازی، بالا رفتن زمان مفید تولید و غیره اشاره کرد.

این دستگاه با آپشن‌هایی عرضه شده است که، بر روی هیچ دستگاه چینی



این دستگاه با

آپشن‌هایی عرضه

شده است که، بر

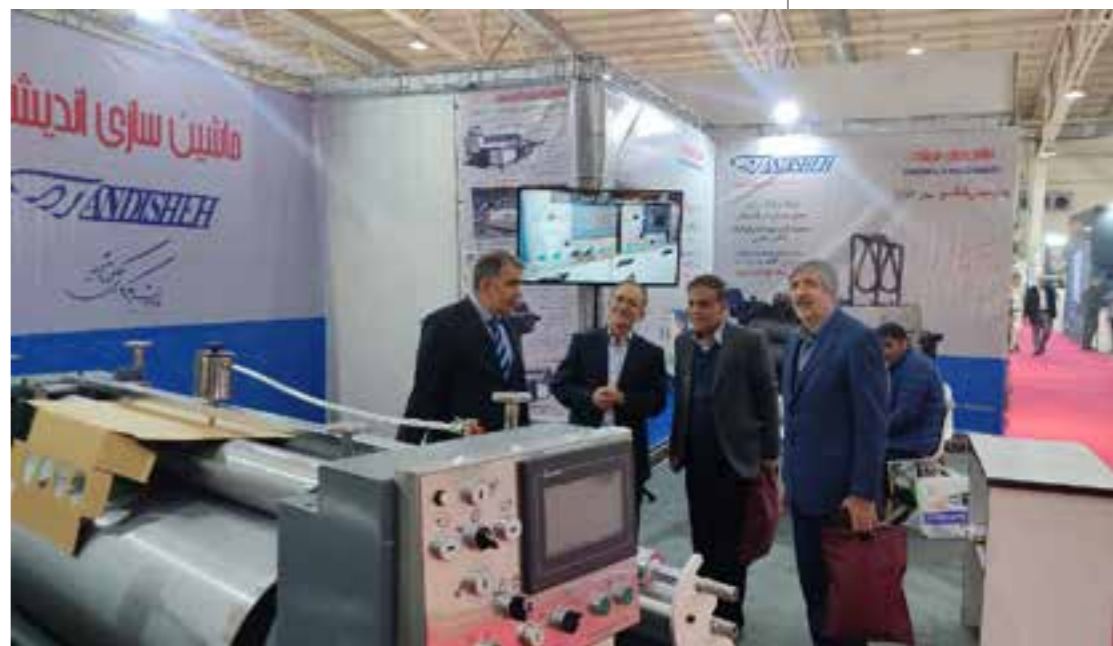
روی هیچ دستگاه

چینی مشاهده

نمی‌کنید و رقیب برتر

انواع ماشین‌آلات

وارداتی است



چند تولیدکننده چینی مستقل، که از طریق مراجعین خبردار شده بودند نیز در غرفه ما حضور یافتند

مشاهده نمی‌کنید و رقیب برتر انواع ماشین‌آلات وارداتی است. تنظیمات فول برقی توسط صفحه‌کلید تصویری و لمسی دیجیتال، هوشمندی در کنترل مرکب‌رسانی به کلیشه و مجهز به سیستم شستشوی اتوماتیک سیلندرهای مرکب و سایر مواردی که از حوصله این گفتگو خارج است.

در مقایسه با محصولات مشابه چینی چه مزایای می‌توانید برای این دستگاه برشمارید؟

تنظیمات بسیار دقیق و آسان که به‌صورت برقی انجام می‌شود، در هیچ‌کدام از دستگاه‌های مشابه ارزان‌تر چینی، که به تعداد انبوه به بازار ایران عرضه می‌شود، وجود ندارد و این آیتم‌ها به‌صورت دستی و فاقد دقت بالا هستند. لازم به ذکر است ماشین‌آلات چینی خوب و با فن‌آوری‌های پیشرفته، قیمت بسیار بالایی دارند و کمتر کسی توان خرید آن‌ها را دارد.

علاوه بر این بومی‌سازی و توجه به امکانات و تجهیزات داخلی قابل‌دسترس، از امتیازات مهم نسبت به محصولات چینی است.

دستگاه چینی به‌صورت یک پکیج کاملاً چینی وارد می‌شود، درحالی‌که ما در دستگاه خودمان از بسیاری قطعات صنعتی مرغوب‌تر با برندهای اروپایی،

کره‌ای و غیر چینی و همچنین از متریال فلزی مرغوب استفاده می‌کنیم که قطعاً کیفیت بالاتری دارد. این ویژگی‌ها باعث افزایش عمر و دوام کارکرد دستگاه می‌گردد. از این‌رو با افتخار اعلام می‌کنیم، ماشین‌سازی اندیشه محصولات خود را از این پس با ۳۹ ماه گارانتی به بازار عرضه می‌کند، درحالی‌که طی ۳۰ سال گذشته، گارانتی ما ۱۸ ماه بوده است. این یک مزیت بزرگ ماشین‌سازی اندیشه نسبت به رقیب است. کمتر محصولی در کشور ما عرضه می‌شود که بیشتر از ۶ ماه گارانتی واقعی داشته باشد.

آیا نمایندگی‌ها و یا متخصصین چینی توجهی به این دستگاه داشتند و مذاکره‌ای صورت گرفت؟

علاوه بر حضور مستقیم واردکنندگان ماشین‌آلات چینی به همراه متخصصین برندهای خودشان، چند تولیدکننده چینی مستقل، که از طریق مراجعین خبردار شده بودند نیز در غرفه ما حضور یافتند و ضمن بازدید از تولید یک محصول ایرانی متمایز، اظهار شگفتی کرده و خواهان همکاری و تبادل فناوری دوجانبه می‌شدند. و سطح فناوری دستگاه مدرن ۵ رنگ را برتر از محصولات متداول چینی در بازار ارزیابی کردند.

علاوه این، مراجعین، همکاران محترم ایرانی ماشین‌ساز ضمن حضور و بازدید خرسندی و خوشحالی خود را از نمایش توانمندی‌های بالای صنعتگران ایرانی اعلام می‌کردند.

آیا در طول برگزاری چندروزه نمایشگاه، مذاکره فروش و قراردادی با شرکت‌های

داخلی یا خارجی داشتید؟

بله مذاکرات اولیه بسیاری با شرکت‌های داخلی صورت گرفت. بسیاری از آن‌ها خواهان بازگشت مجدد فلکسوی بزرگ با این فناوری پیشرفته به خط تولید ماشین‌سازی اندیشه بودند. و دستگاه بزرگ‌تری می‌خواستند.

حضور و تأیید پیشکسوتان و بزرگان صنعت بسته‌بندی، به‌خصوص برخی مدیران و اعضای برجسته انجمن همگن ورق و کارتن، پس از بازدید و آشنایی، به بررسی جدی استفاده از این دستگاه کارآمد در خطوط تولید کارخانه‌های خود اشاره کردند.

یکی از این متخصصین به گرایش بازار به سمت بسته‌بندی‌های سوپرمارکتی کوچک‌تر اشاره کرد که تولید آن‌ها با دستگاه معمول بزرگ، مقدور و مقرون‌به‌صرفه نیست و دستگاه مینی فلکسو را ابزاری ایده‌آل، برای بازار فردای بسته‌بندی ارزیابی می‌کرد.

در رابطه با این دستگاه نوظهور لازم به ذکر است، مجموعه ما از ۱۵ سال پیش آگاهانه تولید فلکسوهای متعارف کلاسیک را متوقف و به‌دنبال پیش‌بینی نیاز بازار به بسته‌بندی‌های جدید، با طراحی دستگاه مینی‌فلکسو رفت. با افتخار اعلام می‌کنیم، تنها سازنده دستگاه چاپ مینی‌فلکسو با دقت و کیفیت نزدیک به افسس در دنیا هستیم. نمونه‌های چاپی، با ریزترین خطوط و حروف و ترام‌ها را و همچنین پوشش بالای چاپ تمپلات، روی کارتن باکیفیت نزدیک به افسس، شاهد این ادعاست که و به‌خوبی می‌تواند جایگزین مناسبی در حذف روش لمینیت برای برخی بسته‌بندی‌ها باشد.

آیا بازدیدکنندگانی از کشورهای همسایه هم داشتید و آیا توافقی برای فروش صورت گرفت؟

تعداد بازدیدکننده از سایر کشورها بسیار کمتر از انتظار بود که ظاهراً ریشه

در مسائل مربوط به مشکلات و قوانین بین‌المللی دارد. کم‌رنگ شدن اعتماد به بسیاری محصولات ایرانی که به‌طور روزافزون به نسخه بدل کم‌ارزش‌تری نسبت به مشابه چینی تبدیل شده‌اند. و سایر پارامترها از جمله دلایل کاهش استقبال از سوی کشورهای همسایه است. درحالی‌که تا همین چند سال پیش کالای ایرانی را دارای استاندارد و کیفیت بالاتری نسبت به محصولات چینی می‌دانستند.

شما اساساً ظرفیت صادرات محصولات خودتان دارید؟ موانع و مشکلات شما در

این راه کدام‌اند؟

بسته‌بندی یک زبان بین‌المللی است و در اکثر نقاط دنیا فارغ از جغرافیا و تاریخ آن‌ها کاربرد مشابهی دارد، بیست سال پیش حین بازدید از نمایشگاه جهانی چاپ و بسته‌بندی اروپا، در دوسلدورف آلمان، در کنار ماشین‌آلات بسیار پیشرفته اروپایی و آسیایی، با تولیدات یک شرکت آمریکایی روبه‌رو شدم که از نظر کیفیت و ساختار حتی از نمونه‌های آن روز پاکستانی هم پایین‌تر بود. این یعنی در تمام دنیا همه سطوح بسته‌بندی فعال است. در پاسخ به سؤال شما، به جرات می‌گویم: بله! ما و برخی همکاران دیگر به دلیل کیفیت بالا و رعایت استانداردهای جهانی، ظرفیت حضور در بازار خارجی را داریم ولی بسترها و حمایت‌های سرمایه‌گذاری وجود ندارد، همچنین به دلیل مشکلات سیاسی و تحریم‌های اقتصادی علیه ایران راه نفوذ ما به بازارهای جهانی بسته است. متأسفانه بازگشت ارز، براساس شنیده‌ها از بعضی همکاران صادرکننده، به‌سختی و با زیان صورت می‌گیرد و بسیاری از موانع و مشکلات جدی داخلی بر سر راه تولید، حضور در این عرصه مهم را برای ما علیرغم کیفیت قابل‌رقابت غیرممکن می‌سازد.

یکی از بهره‌برداران دستگاه مینی فلکسو سال‌هاست که محصولات خود را به کشور آذربایجان و از آنجا به ترکیه روسیه و برخی کشورهای اروپایی می‌فرستد خاطره جالبی نقل می‌کرد. می‌گفت؛ رئیس اتحادیه چاپخانه‌ای در آذربایجان در ابتدا باور نمی‌کرد این جعبه‌ها با کیفیت چاپ بسیار بالا



توسط یک دستگاه ایرانی تولید می‌شود، او تکنولوژی چاپ را در انحصار کشور آلمان می‌دانست.

آینده را چطور می‌بینید؟

موانع جدی و فضای تاریک کسب‌وکار انگیزه و عشق را سرکوب می‌کند. قوانین غیر حمایتی تولید، تورم و افزایش نرخ ارز، کاهش ارزش پول ملی، مالیات‌های سنگین پیش رو، فقدان کارگر انگیزه‌مند و ماهر، دستمزد پایین،

کمر تولید را خمیده‌تر و پای زخمی و رنجور تولید را، لنگان‌تر از قبل کرده است و امید به بهبود آن هر روز کمتر می‌شود ولی ما قطع امید نمی‌کنیم و به تلاش خود ادامه می‌دهیم.



شیمای شرقی (کربلایی)؛ تاجر عراقی:

تجارت ایران با عراق تازه اول راه است و سیر صعودی دارد

یکی از میهمانان غرفه ماهنامه صنعت چاپ در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی، خانمی عراقی بود که حالا هویت ایرانی هم دارد و سال‌هاست در تجارت محصولات چاپی و بسته‌بندی از ایران به عراق فعالیت دارد. او نکات جالبی درباره این ارتباطات و سفارشات چاپ به چاپخانه‌های ایران بیان کرد و ضمن پاسخ به پرسش‌های ما، به علل جابجاشدن سفارش‌های خود از ایران به ترکیه و مسائل مختلف در این زمینه توضیح داد.

شنیدیم که شما بعنوان تاجر ظروف یکبارمصرف در ایران هستید. درباره نحوه کارتان توضیح بدهید.

حدود بیست سال است بواسطه ازدواج با همسر ایرانی، در تهران کار و زندگی می‌کنم. سالیان زیادی است که در زمینه چاپ و تبلیغات کار می‌کنم. کارهایمان به مقصد عراق و عمان است. کمترین سفارش ما تیراژ ده هزار عدد است. عمان دست‌بازی در صادرات دارد. ما به آنجا صادر می‌کنیم و آن‌ها اغلب به کشورهای دیگر برای نشر دین اسلام محصولات ما را به صورت رایگان ارسال می‌کنند. کشورهای مقصد صادرات امارات و عمان در این زمینه، بیشتر کشورهای آفریقایی هستند که



هر سفارش شما معمولاً چه تیراژی دارد؟

هربار سفارش ما حداقل یک کانتینر است، بعنوان مثال؛ یک کانتینر لیوان یکبار مصرف ارسال می‌کنیم، یک کانتینر بشقاب یکبار مصرف و یک کانتینر قاشق و چنگال یکبارمصرف.

شما چنین تجارتی را به تنهایی اداره می‌کنید؟

خیر؛ مسئول بنده به نام آقای کربلایی در کربلا ساکن هستند که به کمک نیروهای شرکتی که در آنجا داریم، مسئولیت سفارش‌گیری، فروش و پخش این لوازم را دارند که قبلاً بیشتر با دبی کار می‌کردند و این محصولات در دبی تهیه و تولید می‌شد.

به نظر می‌رسد شما دیگر تجارتی با دبی ندارید و برای خرید به شرکت‌های ایرانی مراجعه می‌کنید، علت این کار را می‌فرمایید؟ بله، ما قبلاً روابط تجاری خوبی با شرکت‌های اماراتی داشتیم، از دبی خرید می‌کردیم و به عراق می‌آوردیم اما اکنون ایران هم به دلیل همجواری و هم‌بندلی قیمت پایین محصولات، به قدری برای ما مطلوب است که نیازی به پرداخت هزینه اضافی، زحمت زیاد و سفارش‌دادن به شرکت‌های اماراتی نداریم.

دفتر شما در کدام شهر عراق قرار دارد و نحوه کارتان به چه صورت است؟

دفتر ما در کربلا و در نزدیکی حرم امام حسین (ع) است. ما، نماینده و عمده‌فروش ظروف یکبار مصرف در کربلا هستیم. به همین دلیل اگر کسی به چند هزار لیوان برای مغازه یا مراسمی نیاز داشته باشد، دیگر به ایران مراجعه نمی‌کند، یا از قبل به ما سفارش می‌دهد یا بدون سفارش قبلی، از ما خریداری می‌کند. این کار هم به نفع ما است و برای تجارت ما سود دارد، همچنین به نفع خریدار است، چون دیگر نیازی به هزینه سفر و مراجعه به ایران نخواهد داشت.

شما در عراق، امکانات چاپ و تولید



محصولات کاغذی ندارید؟

بله، کارشان عالی است و بهتر از ایران. آیا شما به شهرهای دیگر عراق هم ارسال دارید؟ بله، ما به خیلی از شهرهای عراق صادرات داریم علی‌الخصوص پایتخت عراق که اصالت خودمان هم به آنجا می‌رسد اما چندسالی است به دلیل نزدیکی به مرکز فروش این لوازم، ریاست شرکت، محل کار و زندگی‌اش را به کربلا انتقال داده است و نام شرکت هم فعلاً کربلایی است. شرکت ما حدود ده نفر پرسنل دارد که اغلب افراد خانواده و اقوام هستند. که درآمدمان بیش از صد پرسنل است. دفترمان در تهران فعلاً با من و پسرمان اداره می‌شود که به زودی باید تعدادی نیروی جدید استخدام کنیم.

خیلی کم داریم. عراقی‌ها قبل از جنگ برای کارهای چاپی به لبنان مراجعه می‌کردند اما بعد از جنگ، خیلی گران شد و اکنون به سمت ترکیه روان شده‌اند و با ترک‌ها معامله می‌کنند. کیفیت کار چاپی ترکیه بسیار بالاست، بهتر از ایران که همین مزیت حداکثر ده تا پانزده درصد تفاوت قیمت ایجاد کرده است. وقتی تیراژ بالا باشد، این درصد، مبلغ زیادی می‌شود که برای ما نمی‌صرفد و ترجیح می‌دهیم کار کم‌کیفیت‌تر ولی خوب را از ایران بگیریم تا سود بیشتری داشته باشیم.

آیا خدمات و سرویس‌دهی شرکت‌های ترکیه از لحاظ بسته‌بندی و موارد این‌چنینی از ایران بهتر است؟

سالیان زیادی است که در زمینه چاپ و تبلیغات کار می‌کنم. کارهایمان به مقصد عراق و عمان است.



قراردادمان با شرکت
ایرانی به گونه‌ای است
که موظف به تحویل
کالا در کربلا می‌باشد

کار شما صرفاً به خرید و فروش محصولات
کاغذی ختم می‌شود یا محصولات دیگری
خریداری دارید؟

خیر؛ ما مدتی است نئون‌های دانه‌ای،
ریسه‌ای و متری تبلیغاتی هم از
شرکت‌های ایرانی خریداری می‌کنیم
و به عراق صادر می‌کنیم. همین امروز
حدود ششصد متر در طرح‌های مختلف
خریداری کردیم.

تحصیلات شما در چه زمینه‌ای است و به جز
این شرکت چه سابقه‌ای دارید؟

من در دانشگاه بغداد، کارشناسی
ارشد ادبیات عرب را خواندم و مدتی
در انتشارات جنگل مترجم زبان عربی
بودم و مدتی هم با شرکت خجستگان
همکاری داشتم. اکنون اگر از عراق و
کشورهای عربی باشد و بخواهد در
زمینه چاپ، معامله‌ای انجام بدهد،
به‌عنوان مترجم و البته کارشناس بازار
همراهشان هستیم.

آیا مجوز خاصی برای صادرات از ایران و
واردات به عراق دارید؟

بله، ما از وزارت ارشاد ایران مجوز
صادرات داریم. در کل هیچکدام از
شرکت‌های ایرانی بدون مشاهده
مجوز وزارت ایران، حاضر به معامله با

ما نیستند حتی اگر چند میلیون دلار
قیمت آن معامله باشد، باز هم پای
چنین قراردادی را امضا نمی‌کنند.

آیا در گمرک ایران یا عراق برای خروج و ورود
کالا یا اصطلاحاً ترخیص کالا مشکلی ندارید؟
خیر؛ ما هیچ ارتباطی با گمرک ایران
و عراق نداریم. قراردادمان با شرکت
ایرانی به گونه‌ای است که موظف به
تحویل کالا در کربلا می‌باشد و کاری به
این مسائل نداریم.

خریدتان در ایران با ریال است یا با دلار؟
الان دیگر با دلار کار می‌کنیم و هرچقدر
دلار در ایران گران‌تر باشد معامله برای
ما ارزان‌تر است. همین چند روز قبل،
چهل‌هزار دلار قراردادی نوشتیم که
نیمی از آن را هنگام امضای قرارداد
پرداخت کردیم و نیمی دیگر را زمان
تحویل سالم کالا، واریز می‌کنیم.

این مبادلات دلاری برای شما بدون مشکل
انجام می‌شود؟

بله، بنده تابعیت هر دو کشور را دارم و
شناسنامه ایران و عراق را دارم به همین
علت، هم در بانک ملی ایران و هم در
بانک ملی عراق حساب دارم و مبادلات
ارزی‌ام را از طریق همین دو حساب
انجام می‌دهم و با مشکلی روبه‌رو

نیستم. مجوز تجاری من، نه خسارتی
برای ایران دارد نه عراق.

نوسان دلار در ایران، برای شما منفعت دارد
یا متضرر می‌شوید؟

مسلماً هرچه قیمت دلار در ایران بیشتر
باشد، منفعت من به‌عنوان واسطه و
تاجر بیشتر است، اما وقتی قیمت دلار
در ایران پایین می‌آید، معامله برای من
کم‌سود خواهد بود نه اینکه بخواهم
متضرر شوم. البته چندسالی است
نوسان شدید قیمت دلار در بازار ایران
به این شکل است و ثبات و همچنین
ارزش خوب پول عراق نسبت به دلار در
این سال‌ها برخلاف ارزش کم پول ایران
نسبت به دلار، سبب سود شده، روزبه‌روز
سودمان بیشتر شود. اگر این سوددهی
کم شود، من کسب و کاری را که در
ایران دارم به ترکیه یا لبنان منتقل
می‌کنم. چاپخانه‌ها و شرکت‌های ایرانی
گاهی ناچارند به دلیل خرید قبلی
کاغذ و هزینه‌های کارگاه یا کارخانه و
نیروهایشان با ما کار کنند و معمولاً
سود زیادی از این موضوع نخواهند برد
اما راضی به این هستند، تا با ما کار
کنند که هزینه‌شان به نوعی درآید و
لااقل بیکار و بدون مشتری نباشند.

پیش‌بینی شما از مبادلات آینده بین ایران و
عراق چطور است؟

تازه اول بسم‌الله است و هنوز جای کار
زیادی دارد. اطمینان دارم حداقل در
زمینه ظروف یکبارمصرف، به‌قدری تجار
عراقی روانه ایران شوند که شاید در باور
کسی ننگند. ما هنوز کار چندانی برای
این صادرات و واردات انجام نداده‌ایم
و با همین حجم از تعداد زائران کربلا،
یقین دارم این تجارت سیر صعودی
دارد.

سالنامه‌های اختصاصی
تقویم رومیزی
۰۹۱۲۶۷۷۲۶۱۵





Events, :2024 Calendar Year Exhibitions & Trade Shows

The Middle East, over the years, has blossomed into a major hub of economic growth and innovation. This transformation is also vividly seen in the printing, paper, and packaging industries, as some of the best exhibitions are being hosted in the region, including Gulf Print & Pack, FESPA Middle East, SGI Dubai, etc

As more of such high-profile events continue to be staged, the region's significance in the industry will grow, making it a dynamic and exciting destination for professionals and companies from around the world

Listed below are some of the most important regional printing and packaging trade shows

Printing & :2024 Middle East Packaging Events

Gulf Print & Pack 2024: 9-11 January, 2024, Dubai World Trade Centre (DWTC), Dubai, UAE. (Commercial & Package Printing) www.gulfprintpack.com

FESPA Middle East: 29-31 January, 2024, Dubai Exhibition Centre, Dubai, UAE. (Printing & Signage). www.fespamiddleeast.com

Gulfood: 19-23 February, 2024, Dubai World Trade Centre (DWTC), Dubai, UAE. (F&B). www.gulfood.com

printpack Alger: 4-6 March, 2024, CIC Alger, Cheraga, Algeria. (Printing & Packaging). www.printpackalger.com

Saudi Signage Expo: 5-7 March, 2024, Riyadh International Convention & Exhibition Center (RICEC), Riyadh, Saudi Arabia. (Signage)

www.saudisignageexpo.com

Paper & Tissue One Show: 16-18 April, 2024, Abu Dhabi National Exhibition Centre (AD-NEC), Abu Dhabi, UAE. (Paper & Tissue)

www.paperoneshow.net

Propak Ghana: 23-25 April, 2024, The Grand Arena, ICC, Accra, Ghana. (Packaging Plastics, Printing & Processing)

www.propakghana.com

Saudi Plastics & Petrochem / Saudi Print & Pack: 6-9 May, 2024, Riyadh International Convention & Exhibition Center (RICEC), Riyadh, Saudi Arabia. (Plastics & Petrochemicals, Printing & Packaging). www.saudi-ppp.com

www.saudipp.com

GITEX Africa: 29-31 May, 2024, Bab Jdid, Marrakech, Morocco. (Agritech, Digital Health, Smart Manufacturing). www.gitexafrica.com

Print 2 Pack 2024 / Paper Middle East / Tissue-ME: 8-10 September, 2024, Egypt International Exhibition Center (EIEC), Cairo, Egypt. (Packaging & Printing, Paper & Paperboard, Tissue & Hygienic Products)

www.print2packexpo.com
www.papermiddleeast.com
www.tissueme.com

Propaper Dubai: 17-19 September, 2024, Festival Arena, Festival City Dubai, Dubai, UAE. (Paper, Tissue, Paperboard, Packaging & Printing)

www.propaperdubai.com

SGI Dubai 2024: 24-26 September, 2024, Dubai World Trade Centre (DWTC), Dubai, UAE. (Printing, Signage & Graphic Imaging)

www.signmiddleeast.com

GITEX Global: 14-18 October 2024, Dubai World Trade Centre (DWTC), Dubai, UAE. (Agritech, Digital Health, Smart Manufacturing). www.gitex.com

Gulfood Manufacturing: 5-7 November, 2024, Dubai World Trade Centre (DWTC), Dubai, UAE. (F&B). www.gulfoodmanufacturing.com

paperworld Middle East: 12-14 November, 2024, Dubai World Trade Centre (DWTC), Dubai, UAE. (Paper, Stationery & Office Supplies)

www.paperworld-middle-east.ae.messefrankfurt.com

pacprocess MEA / Food Africa: 3-5 December, 2024, Egypt International Exhibition Center (EIEC), Cairo, Egypt. (Processing & Packaging, Food & Beverages)

www.pacprocess-mea.com

www.foodafrica-expo.com

Other Major Global Printing & Packaging Trade Shows

Paris Packaging Week 2024: 17-18 January, 2024, Paris Expo Porte de Versailles, Paris, France. (Packaging)

www.parispackagingweek.com

paperworld India: 18-20 January, 2024, Bombay Exhibition Centre, Mumbai, India. (Paper, Stationery & Office Supplies)



www.paperworldindia.in.messefrankfurt.com

PAMEX 2024: 6-9 February, 2024, Bombay Exhibition Centre, Mumbai, India. (Printing & Allied Machinery)

www.pamex.in

FESPA Global Print Expo: 19-22 March, 2024, RAI Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands. (Printing). www.fespaglobalprintexpo.com

drupa 2024: 28 May – 7 June, 2024, Dusseldorf Exhibition Centre, Dusseldorf, Germany. (Printing & Paper)

www.drupa.com

Sign China 2024: 19-21 September, 2024, Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), Shanghai, China. (Traditional & Digital Signage)

www.signchinashow.com

glasstec: 22-25 October, 2024, Dusseldorf Exhibition Centre, Dusseldorf, Germany. (Glass Manufacturing, Processing & Finishing)

www.glasstec-online.com

Labelexpo India 2024: 14-17 November, 2024, India Expo Centre & Mart, Greater Noida, India. (Label & Package Printing). www.labelexpo-india.com



www.rayanlabel.com

Iran Print and Pack Exhibition 2023 Triumphs amidst Sanctions: A Resilient Showcase of Innovation

In a resounding display of resilience and innovation, the Iran Print and Pack Exhibition 2023, held at Tehran's Permanent Fairground from December 13 to 16, 2023 proved to be a remarkable success despite the challenges posed by international sanctions. This significant event, spanning over 45,000 square meters of exhibition space, featured the participation of more than 456 Iranian and 76 foreign companies, marking a 35% increase in size compared to the previous edition.

The exhibition served as a testament to the strength of Iran's printing and packaging industry, which has faced hurdles due to international sanctions. However, the event showcased the industry's determination to thrive, with companies eager to exhibit their products and services on a global stage.

Notably, the foreign participants underscored the global interest in Iranian-made machinery and materials for the printing industry. The exhibition attracted more than 8 delegations from neighboring countries, expressing a keen desire to forge partnerships and procure cutting-edge technology from Iranian manufacturers.

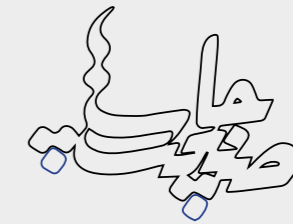
The show floor buzzed with activity as exhibitors displayed a wide array of innovative solutions, ranging from state-of-the-art printing machinery to eco-friendly packaging materials. The diversity of offerings highlighted the industry's commitment to sustainability and technological advancements.

Throughout the event, visitors had the opportunity to participate in numerous workshops and events focused on the latest trends and advancements in printing and packaging. These sessions provided a platform for knowledge exchange and facilitated networking among industry professionals.

Despite the external challenges, the Iran Print and Pack Exhibition 2023 emerged as a pivotal meeting point for industry players, fostering collaborations and paving the way for future growth. The positive response from both local and international participants signals a strong belief in the potential of Iran's printing and packaging sector.

The exhibition's success also echoes the resilience of the Iranian economy and its ability to overcome obstacles. As the event concluded, organizers and participants alike expressed optimism about the industry's trajectory, with hopes for continued growth and increased global collaborations in the years to come.

In conclusion, the Iran Print and Pack Exhibition 2023 stands as a shining example of the Iranian printing and packaging industry's ability to not only weather external challenges but also to thrive and innovate in the face of adversity. This event has undoubtedly set the stage for a brighter future, highlighting the nation's commitment to excellence and progress in the dynamic world of printing and packaging.



SANAT-E-CHAP

Monthly Engineering Printing industry

NO.501

Jan.2024

Publisher: Morteza Karimiyan
Editor in chief: Morteza Tafreshi

Saaf Film Company

One of the biggest producers of BOPP film in different thicknesses and widths.
www.saaf-film.com
Tel: 0098-4136306442-48

Naghshineh Chap Tabriz

The founder of quality printing in Iran
www.naghshinehchap.com
Tel: 0098-4136306441-3

Cover:



امیرچاپ
تاسیس ۱۳۵۷
Amirchap
INDUSTRIAL PRINTING

Amirchap

Aria Novin Printco.

Heliogravure . Flexo.

Laminate . Coldseal.

با ما همراه باشید در سیزدهمین نمایشگاه تخصصی بازاریابی و تبلیغات، چاپ و بسته بندی و صنایع وابسته i pack print

نمایشگاه تخصصی بازاریابی و تبلیغات چاپ و بسته بندی اصفهان ، سالن B ، غرفه BF

امیرچاپ، شما بید

- چاپ ۱۰ رنگ هلیوگراف
- چاپ ۸ رنگ فلکسو
- لمینت
- کلدسیل
- برش ، دوخت و پاکت سازی
- تنها تولیدکننده BOPP در شرق کشور

مشهد، بزرگراه آسیایی ، بعد از سه راه فردوسی ،
کوچه کوی صنعت - تلفن : ۰۵۱ - ۳۵۴۲۹۰۰۰
بازرگانی داخلی : ۰۹۸ ۹۳۳ ۵۴۲۹۰۰۰
بازرگانی خارجی : ۰۳ ۰۹۸ ۹۱۵ ۶۰۰ ۷۰۰

Sanat Alley , after Ferdowsi Three
Ways, Asian Highway, Mashhad, Iran
Tel: + 9 8 5 1 3 5 4 2 9 0 0 0
Outer Trading: +98 915 600 700 3
Inner Trading : +98 933 542 9000
www.amirchap.com @amirchap_co
Bazargani.amirchap@gmail.com



**Manufacturer Of
Starch & Derivatives**

**بزرگترین تولید کننده نشاسته گندم
متناسب با صنعت کاغذ، کارتن و مقوا**

شرکت صنایع نشاسته الوند

دفتر مرکزی: تهران، خیابان وزرا، نبش خیابان هجدهم، پلاک ۶۶، طبقه ۴ کد پستی: ۱۵۱۱۷۳۶۹۱۷

تلفن: ۸۸۱۰۹۳۸۶-۸۸۱۰۹۵۷۱

کارخانه: همدان، پلیس راه تهران، کیلو متر ۳ جاده نالچین کد پستی: ۶۵۳۹۱۷۶۶۹

تلفن: ۹۳-۶۸۷-۳۴۵۸۰۸۱ www.alvandstarch.com sales@alvandstarch.com



پولفیلم

بزرگترین تولید کننده انواع
فیلم های ویژه بسته بندی

BOPP & BOPET

BOPP

- ✓ بسته بندی منعطف
- ✓ لیبل (پشت چسب دار، لیبل دوربطری، IML)
- ✓ لمینت کاغذ و مقوا (سلفون کشی)
- ✓ نوار چسب
- ✓ بسته بندی Overwrap

BOPET

- ✓ بسته بندی منعطف
- ✓ بسته بندی پیچشی
- ✓ درپوش ظروف لبنی و آب معدنی (Lid)
- ✓ عایق کابل و سایر کاربردهای صنعتی
- ✓ فیلم شفاف با قابلیت نفوذ ناپذیری بالا (Alox)

POLFILM
The Art of Packaging
ATLASFILM
The Art of Packaging
PETCO
The Art of Packaging
DENIS

CONTACT US

POLFILM.NET

