

«چاپ»

در آوردگاه

همدان پیام
روزنامه

ویژه صنعت چاپ • دی ماه ۱۳۹۳ ضمیمه شماره ۲۲۴۸

پست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی
چاپ و بسته‌بندی تهران

۱۳۹۳



■ شما دعوتید به غرفه مجتمع چاپ پیام‌رسانه

بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی

صنعت چاپ



صفحه اول

اطلاعات کلی

ثبت نام

تماس

دوره قبل

در مراسم افتتاحیه بیست و یکمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی مطرح شد؛

نگرش حمایتی در صنعت چاپ قوی تر شود

رویکرد جزیره ای سازمان امور مالیاتی
صنعت چاپ را به تعطیلی خواهد کشاند

غفاری رهبر با اشاره به مشکلات معافیات مالیاتی چاپخانه داران گفت: دولت تدبیر و امید برای بهبود وضعیت کسب و کار همایش برگزار می کند. اما سازمان امور مالیاتی به شکلی سختگیرانه اقدام به اخذ مالیات از واحدهای چاپی می کند. هیچ یک از فعالان صنف چاپ این منکر لزوم پرداخت مالیات نیستند و همگان اذعان دارند این بخش درآمدی دولت می تواند به تبدیل به ثروت ملی شده و ما را برهاند، اما با این اوصاف مالیات کمرشکنی که توان چاپی را از آنها گرفته نتیجه رویکرد جزیره ای بخشی از مدیران میانی سازمان امور مالیاتی است. اگر یکی از محوری ترین اهداف دولت یازدهم رونق کسب و کار است نه تنها این مهم تحقق نخواهد یافت، بلکه با چنین رویکردی شتاب آلود واحدهای صنعتی دچار مشکلات متعدد شده و واحدهای کوچک به سمت کساد خواهد رفت.

وی خطاب به نمایندگان مجلس بیان کرد: به طور قطع تصویب قوانین اثربخش می تواند زمینه ساز رشد و تعالی صنعت چاپ باشد و چشم های نگران کارآفرینان چاپ و بسته بندی کشور به توان علمی تخصصی و کارشناسی شماست. در این مراسم، همچنین از ۵ پیشکسوت صنعت چاپ و بسته بندی شامل محمد کلاری، اسکندر خمسه پور، حسینعلی متین رضا، ایرج علی نقی و عقیلی حسنی اعظمی تجلیل شد. بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی صنعت چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته تا ۹ دی ماه در محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران دایر است.

صنعت چاپ و بسته بندی کشورمان در بازار خاورمیانه از کم کاری وزارت ارشاد هم برای حمایت از این صنعت، انتقاد کرد. وی خطاب به صالحی گفت: بزرگترین کاری که شما در وزارتخانه خود برای حمایت از صنعت چاپ می کنید، این است که این مجموعه ها را برای دریافت تسهیلات به بانک ها معرفی می کنید. آیا وظیفه یک وزارتخانه در قبال یک نگاه صنعت چاپ همین است؟ تسهیلات وزارت ارشاد را که می فرمایید به این صنعت داده می شود، بیان کنید که کجاست؟

انتقاد شدید از افزایش چاپخانه های غیر خصوصی

نماینده تشکلهای صنف چاپ و مجری برگزارکننده نمایشگاه نیز در این مراسم گفت: بخش زیادی از نهادهای عمومی به بهانه رفع احتیاجات درون سازمانی بدون ارائه هیچ گونه طرح توجیهی اقدام به تأسیس چاپخانه کرده اند. به گزارش مهر، جلیل غفاری رهبر با اشاره به جایگاه صنعت چاپ گفت: بدون شک جایگاهی که امروز صنعت چاپ و بسته بندی با تمامی مشکلات و موانع پیش روی به آن دست یافته است جز با پشتیبانی، تلاش و مساعدت فعالان چاپ میسر نمی شود. غفاری رهبر با اشاره به چالش های موجود در چاپ و بسته بندی در سال گذشته و سال پیش رو گفت: واحدهای صنعتی چاپ مشکلاتی مانند سایر حوزه های صنعت دارند. مسأله اصلی تأمین منابع مالی و تسهیلات قابل قبول و بهره مندی صنعت از این مزیت هاست.

همسایه باید بگویم، مایه تأثر و نگرانی است؛ ما دارای ۲ قرن پیشینه کار در عرصه چاپ هستیم که باید در این زمینه موفق تر عمل کنیم.

وی با بیان اینکه اقتصاد دانش بنیان یک واقعیت است، افزود: آماده ایم در مجلس شورای اسلامی با مدیران ارشد این صنعت، نیروی کار آفرین، صاحب نظران در حوزه چاپ و بسته بندی جلساتی برگزار و خروجی آن را پیگیری کنیم.

نگرش حمایتی در صنعت چاپ قوی تر شود

در این مراسم، معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز ضمن اشاره به برخی مشکلات اساسی صنعت چاپ، پیشنهاد تشکیل شورای عالی صنعت چاپ را که وزرای صنعت و فرهنگ و همچنین رؤسای کمیسیون های صنعتی، اقتصادی و فرهنگی مجلس شورای اسلامی و نیز رؤسای اتحادیه های صنعت چاپ و بسته بندی در آن عضو باشند، ارائه کرد. سید عباس صالحی، گفت: در زمینه نگرش حمایتی به صنعت چاپ ضعف وجود دارد. باید این نگرش در بخش صادرات چاپ و محافظت از تولیدات داخلی در قبال واردات بی رویه قوی تر شود، این مجموعه نیازمند خط ارتباطی فعال است تا به شرایط مطلوب دست یابیم.

وی با بیان اینکه ضعف مفروضی در حوزه آموزش و تحقیقات عرصه چاپ وجود دارد، اظهار کرد: صنعت چاپ به پشتوانه های پژوهشی و آموزشی مناسب نیاز اساسی دارد. در حالی که کمتر به آن پرداخته شده است. در آیین افتتاحیه نمایشگاه، همچنین علی فاضلی، رئیس اتاق اصناف ایران با اشاره به سهم کمتر از ۵ درصدی

همدان پیام: بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی صنعت چاپ و بسته بندی تهران صبح دیروز رسماً فعالیت خود را آغاز کرد.

آیین افتتاحیه این نمایشگاه با حضور حجت الاسلام والمسلمین محمدحسن ابوترابی فرد، نایب رئیس مجلس شورای اسلامی، عباس صالحی، معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، علی فاضلی، رئیس اتاق اصناف ایران و رؤسای اتحادیه های حوزه چاپ و بسته بندی در محل دائمی نمایشگاه تهران برگزار شد.

صنعت چاپ و بسته بندی در راهبرد فراوری ایران نقش دارد

نایب رئیس مجلس شورای اسلامی در این مراسم اظهار کرد: بنگاه های اقتصادی صنعت چاپ و بسته بندی در راهبرد فراوری نظام جمهوری اسلامی نقش تعیین کننده، مؤثر و بنیادی دارد.

حجت الاسلام سید محمد حسن ابوترابی فرد با بیان اینکه راهبرد اقتصاد مقاومتی، نقشه راهی برای دستیابی به این اهداف است، اضافه کرد: نقش بنگاه های اقتصادی صنعت چاپ و بسته بندی از گذشته بسیار مهم بوده و اصولاً رشد توسعه صنعت چاپ در کشور، علایم روشنی در توسعه فرهنگ و توجه به مقوله علم است.

نایب رئیس مجلس شورای اسلامی، با اشاره به اینکه صنعت چاپ به عنوان نهاد مؤثر در عرصه اقتصاد باید متحول شود، گفت: این صنعت نقش محوری در ارائه حرکت به سمت تولید و دانش دارد. وی افزود: در مقایسه صنعت چاپ ایران با کشورهای



payam Resane Print

مجموعه چاپ پیام رسانه

Design

بزرگترین، مجهزترین و تنها چاپخانه شبانه روزی در اطراف کشور

طراحی: آرتو گرافیک - چاپ: روز - چاپ: شیت - تصحیف

با سپاس از همکاری واحدهای داخلی روزنامه (خانمها مریم مقدم، ساجده شوبیری، سعیده آقاخانی، اعظم اسلامیخواه، مریم بهرامگویا و آقای حسین لطفی پارسا) (چاپخانه، بازگانی، واحد اداری مالی و امور چاپ)

نشانی: همدان، ابتدای خیابان مهدیه، رویروی دبیرستان شریعتی، ساختمان پیام صندوق پستی: ۶۶۶ - ۶۵۱۵۵ تلفن: ۳۸۲۶۴۴۳۳ (ویژه) لیتوگرافی؛ چاپ و صحافی: پیام رسانه

www.hamedanpayam.com (مایت) info@hamedanpayam.com (ایمیل)

امکان ارائه نمودن خدمات تبلیغاتی
امکان ارائه نمودن طرح در تمامی خدمات
امکان ارائه سازه های تبلیغاتی
امکان چاپ طرح مورد نظر
وب هم ارائه از یک سر سید میخداوند

چاپخانه های فراگیر از رنگ و طرح در اطراف کشور

دفتر مرکزی: همدان، خیابان خورشید - میدان مهدیه
تلفن: ۳۸۲۶۴۴۳۳ (ویژه) - ۳۸۲۶۴۴۳۳ (معمولی)
آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۹۴
وب: www.payamresaneprint.ir
info@payamresaneprint.ir

پیام تاریخ، تمدن و فرهنگ مادستان

روزنامه همدان پیام

دادر سبد خرید روزانه خود داشته باشید

پرتیراژترین روزنامه صبح استان همدان
۱۲ صفحه رنگی به همراه ضمیمه روزانه
نیازمندیهای صبح استان همدان (روزانه)
پرمخاطبترین پایگاه اطلاع رسانی غرب کشور

خط ویژه
www.hamedanpayam.com ۰۸۱ - ۳۸۲۶۴۴۳۳

همدان پیام

ویژه بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی چاپ
تهران - دیماه ۱۳۹۳

ضمیمه رایگان شماره ۲۲۴۸

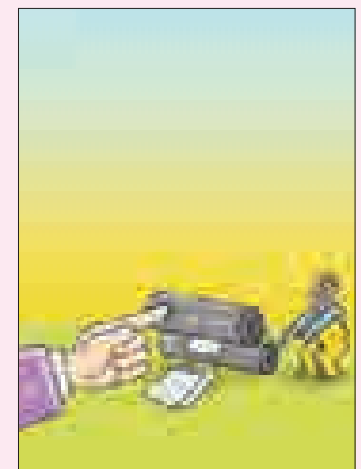
پیام تاریخ، تمدن و فرهنگ مادستان

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
نصرت ا... طاقتی احسن
سرمدبیر: یدا... طاقتی احسن
مدیر اجرایی: سیده ثریا جلالی
مدیر تحریریه: فاطمه حبیبی
مدیر ویژه نامه: اکرم چهاردولی
معاون فنی و نظارت: نصرت ا... طاقتی احسن
طراح: محمد مهدی فتاحی راد

با سپاس از همکاری واحدهای داخلی روزنامه (خانمها مریم مقدم، ساجده شوبیری، سعیده آقاخانی، اعظم اسلامیخواه، مریم بهرامگویا و آقای حسین لطفی پارسا) (چاپخانه، بازگانی، واحد اداری مالی و امور چاپ)

نشانی: همدان، ابتدای خیابان مهدیه، رویروی دبیرستان شریعتی، ساختمان پیام صندوق پستی: ۶۶۶ - ۶۵۱۵۵ تلفن: ۳۸۲۶۴۴۳۳ (ویژه) لیتوگرافی؛ چاپ و صحافی: پیام رسانه

www.hamedanpayam.com (مایت)
info@hamedanpayam.com (ایمیل)



برگزاری نمایشگاه هایک فرصت است



لیتوگرافی و حوزه پیش از چاپ نیز اشاره می کند و می گوید: در سال های اخیر به دلیل اختلاف شدید قیمت بین جنس های اروپایی و بازارهای جدید مثل چین، به خاطر مسأله قیمت به بازارهای چین روی آوردیم که کیفیت بازارهای چین به اندازه کیفیت کشورهای اروپایی نیست و تنها برای کار راه اندازی است. این پیشکسوت حوزه چاپ اظهار می دارد: مصرف کاغذ در دنیا اگر کم نشده، زیاد هم نشده است که این جای خوشبختی برای محیط زیست دارد و از طرفی دیگر ابزارهای جدید جای کاغذ را گرفته و وظیفه خبرسانی را انجام می دهند.

وی ادامه می دهد: اما هنوز صنعت چاپ به عنوان یک صنعت مهم در زندگی مردم به خصوص در حوزه بسته بندی تأثیرگذار است و با تمام سختی های موجود همان مسیر دنیا را پیش خواهیم رفت.

کحالی یادآور می شود: در آینده ما باید صنعت جدید را فرا بگیریم زیرا ما نمی توانیم خارج از چارچوب دنیا زندگی کنیم.

این پیشکسوت حوزه چاپ با ارزیابی نمایشگاه شانگهای می گوید: در این نمایشگاه بیشتر از هر چیزی پیشرفت و نظم از نظر ماشین آلات و برگزاری نمایشگاه نسبت به دفعات قبل قابل توجه بود که این موضوع می تواند تجربه خوبی باشد.

کحالی با بیان اینکه حضور فعالی در نمایشگاه تهران خواهد داشت می افزاید: برگزاری این نمایشگاه فرصت خوبی برای تبادل اطلاعات و عقاید با سایر همکاران است و باید با کسب تجربه برای بهبود کار تلاش کرد.

از چاپ و لیتوگرافی است که نزدیک به چهل سال در این حوزه فعالیت می کند و به عنوان یک فرد شاخص در لیتوگرافی کحالی در تهران مشغول فعالیت است و تاکنون خدمات زیادی در توسعه صنعت پیش از چاپ در کشور ارائه کرده است.

کحالی با اشاره به مقایسه توانمندی های کشورمان در این حوزه با سایر کشورهای دیگر می گوید: خوشبختانه تکنولوژی ما در کشور برای حوزه پیش از چاپ به روز است و تمام امکاناتی که در حال حاضر در خارج از کشور وجود دارد در داخل کشور از آن نیز استفاده می شود و با توانمندی جوانان کشور و تسلط بر نرم افزارهای به روز مشکلی از نظر فنی در کشور در این حوزه نداریم.

وی با اشاره به اینکه صنعت چاپ ایران را صنعتی عقب مانده می دانند می افزاید: تمامی مراحل حوزه چاپ وابسته به هم هستند و موادی که برای این کار مصرف می شود موجب شده از جاهای دیگر عقب تر باشیم که دلیل این امر نیز نبود هماهنگی برای استفاده بهتر از این مواد از نظر اقتصادی و غیر اقتصادی است.

کحالی به توانمندی کشورمان در حوزه مواد اولیه و پیچیدگی ها و ملزومات خاص خود توسط نرم افزارها انجام می شود و خیلی از تنظیماتی که در گذشته به صورت دستی انجام می شد حالا اتوماتیک و با نرم افزارها و کامپیوتر انجام می شود. حسن کحالی یکی از پیشکسوتان حوزه پیش

حوزه های مرتبط با چاپ و از مراحل مهم و اساسی قبل از چاپ است.

عبارت پیش از چاپ به مرحله ای در صنعت چاپ و نشر می گویند که فرایندی بین مرحله طراحی، صفحه بندی و مرحله چاپ نهایی است.

این مرحله شامل آماده سازی فایل های گرافیکی برای چاپ، تهیه پلیت و فرم های چاپ، مونتاژ متن ها و تصاویر برای دستگاه های چاپ و همچنین کنترل کیفیت اجزای چاپ در مرحله تولید یک کار چاپی می شود.

در گذشته پیش از چاپ بیشتر سخت افزاری بود. یعنی طراحان، اپراتورها و متخصصان چاپ بیشتر به صورت دستی توسط ابزارهای مربوطه و در مراحل پیچیده که نیاز به دقت بیشتر نسبت به امروز بود این مرحله را پشت سر می گذاشتند. اما امروزه با پیشرفت تکنولوژی

و پیچیدگی ها و ملزومات خاص خود توسط نرم افزارها انجام می شود و خیلی از تنظیماتی که در گذشته به صورت دستی انجام می شد حالا اتوماتیک و با نرم افزارها و کامپیوتر انجام می شود. حسن کحالی یکی از پیشکسوتان حوزه پیش

همدان پیام: ۲۳ آبان ماه امسال بود که هیأتی ۵۰ نفره از مدیران و کارشناسان صنعت چاپ کشور با حضور در نمایشگاه بین المللی صنعت چاپ و بسته بندی شانگهای چین از آخرین دستاوردهای صنعت چاپ و بسته بندی بازدید کردند.

این هیأت که توسط تعدادی از شرکت های مجری از جمله شرکت "نمایشگاهی بازدید" به شانگهای اعزام شده بودند ضمن حضور در نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی با آخرین دستاوردهای این صنعت مادر آشنا و از چندین کارخانه و چاپخانه های مرتبط در حوزه تولید مواد اولیه و ماشین آلات چاپ و بسته بندی نیز بازدید کردند.

در این هیأت مدیرمسئول و سردبیر روزنامه همدان پیام و چاپخانه های پیام رسانه همدان و پیام رسانه آذر نیز حضور داشتند که در حاشیه این سفر گفت و گویی با یکی از پیشکسوتان حوزه صنعت چاپ با تخصص بیش از چاپ و لیتوگرافی انجام شده که به مناسبت برگزاری نمایشگاه تهران متن این گفت و گو چاپ می شود.

چاپ، صنعتی مهم و یک خانواده بزرگ در خدمت ارتباط و با تأثیر شگرف فرهنگی و اقتصادی است.

صنعت چاپ درختی پر شاخ و برگ است که سایه اش را بر سر بسیاری از فعالیت های تولیدی و خدماتی گسترده است. تنوع رشته های مرتبط با چاپ، صدها تخصص و حرفه های گوناگون را در برمی گیرد. هر یک از این حوزه ها در عین حال به حوزه دیگر مربوط می باشند و لیتوگرافی یکی از





مدیرکل دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی:

امیدواریم جایگاه مفقود شده چاپ مشخص شود

■ بالاتکلیفی صنعت چاپ به خیلی از صنایع آسیب وارد می کند

■ وضعیت صنعت چاپ در کشور خوب نیست



همدان پیام: در گفت و گویی با مدیرکل دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از او درباره عملکرد یک ساله اش در عرصه چاپ کشور و تأثیر نگاه سستی بر این عرصه پرسیدم.

محمودرضا برازش در سخنانش به این نکته اشاره می کند که وظیفه اداره کل امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد بیشتر نظارت محتوایی بر کالای چاپی بوده است. در حقیقت بحث مدیریتی بر صنعت چاپ کشور در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خیلی متصور نبوده و نیست.

وی معتقد است: محتوای چاپ بیشتر به وزارت ارشاد باز می گردد و تکنیک چاپ به وزارت صنایع، اما در طول چند دهه گذشته، وزارت صنایع به تکنیک چاپ کاری نداشته است، وزارت فرهنگ و ارشاد هم بیشتر توجه اش بر محتوای آثار چاپی بوده است و این وسط تکنیک و تکنولوژی چاپ حلقه مفقوده ای محسوب می شود که امید است جایگاه این حلقه مفقوده مشخص شود.

ماحصل این گفت و گو را در ادامه می خوانید:

▲ با گذشت یکسال از سکنداری شما در عرصه چاپ کشور، خلاصه ای از اقدام های یکساله خود را بیان کنید.

ما باید واقعیت اداره کل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را درک کنیم. وظیفه این اداره کل بیشتر نظارت محتوای بر کالای چاپی بوده است.

در حقیقت بحث مدیریتی بر صنعت چاپ کشور در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خیلی متصور نبوده و نیست، بلکه بیشتر نظارت بر ورود کالاهای چاپی و چاپ کتاب ها و یا نظارت بر محتوای تولیدات چاپخانه ها مدنظر بوده و با توجه به شأنیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که این کار بیشتر حوزه کتاب را شامل می شده است. اما با توجه به افزایش چاپ های غیر کتاب ما هم تلاش کردیم به مسائل تکنیکی چاپ و بحث آموزش بپردازیم. البته این موضوع یک برنامه درازمدت خواهد بود به طوری که در طول یکسال گذشته یک سری آمار و ارقام اولیه ای استخراج شده است که نشان می دهد کشور ما به لحاظ صنعت چاپ وضعیت چندان خوبی ندارد؛ زیرا واردات زیادی داریم. بنابراین سعی ما بر این بوده است که توجه مسئولان مختلف کشوری را به اهمیت صنعت چاپ با تمام بخش های صنعتی و خدماتی کشور که با این صنعت در ارتباط هستند، جلب کنیم هر چند اقدامات جاری و روزمره مانند نظارت بر کالاهای چاپی، واردات و صادرات آن و واردات ماشین آلات مورد توجه است.

▲ به آموزش اشاره کردید به عقیده شما نیروی انسانی حرفه ای در عرصه صنعت چاپ چقدر می تواند مؤثر باشد؟

آموزش توانایی های انسان از نظر درک و خلاقیت هاست. در کشور ما به آموزش بهای زیادی می دهند برای مثال ما برای برخی از رشته ها در کشور وزارتخانه داریم یا برای بعضی رشته ها دانشگاه ویژه داریم. اما با توجه به اهمیت و گستردگی صنعت چاپ کمتر به آموزش و پژوهش در این زمینه توجه شده است.

هر چند در حال حاضر اداره چاپ و نشر یکی از معاونت های اداره کل را به معاونت آموزش و پژوهش اختصاص داده است و طرح جامع، آموزشی برای سطوح

مختلف اپراتورها، مدیران و... پیش بینی شده است یا برنامه های مختلفی با کمک صنف در نظر گرفته شده است که در حال اجراست و امیدواریم بتوانیم بخش آموزش این صنعت بزرگ را چه به لحاظ اپراتوری و چه علمی داشته باشیم.

در زمینه پژوهش با توجه به اینکه در برخی از رشته های مختلف کشور صدها پژوهشگر داریم برای مثال برای گیاه توتون ۳ مرکز تحقیقات وجود دارد، اما برای چاپ، یک مرکز تحقیقات خوب هم نداریم ولی پیگیر هستیم که بتوانیم آن را ساماندهی کنیم. هر چند بضاعت ما برای این کار به تنهایی کم است.

▲ نگاه سستی بر صنعت چاپ حاکم است و به گونه ای می توان گفت علم ما از تکنولوژی صنعت چاپ عقب است، نظر شما در این مورد چیست؟

به صورت کلی اینگونه است. به دلیل اینکه بسیاری از دوستان و همکاران ما هنوز دیدگاه قابلیت

چاپ افست را دارند و فکر می کنند که چاپ، یعنی همان چاپ افست و ورقی و بسیاری از مسائل را با چاپ افست ورقی می سنجند. در صورتی که چاپ تنوع زیادی پیدا کرده است.

بنابراین اگر ما به ترکیب اتحادیه های صنفی نگاه کنیم همان اتحادیه ها و چاپخانه داران تهران را می بینیم که عمده ترکیب آنها همان چاپخانه های افست قدیم

است. در حالی که باید با توجه به تغییرات تکنولوژی عمل کرد که البته این مقوله به آموزش و پژوهش هم ارتباط دارد.

▲ با این تفاسیر جایگاه صنعت چاپ را در ایران در مقایسه با سایر کشورهای چگونه می بینید؟

معمولاً در دنیا همه چیز به هم تنیده است. زمانی که گفته می شود آلمان بزرگترین دستگاه سازه چاپ است آلمان در بسیاری از صنایع دیگر هم رتبه نخست را دارد، براساس تحقیقی که در دنیا صورت گرفته است صنعت چاپ می تواند موتور محرکه بسیاری از صنایع دیگر باشد و اگر این صنعت به جلو حرکت کند می تواند در توسعه اقتصادی کشور مفید و مؤثر باشد.

در زمینه جایگاه هم باید گفت در حال حاضر صنعت چاپ ما در دنیا جایگاه خاصی ندارد. در خاورمیانه جزو رده های اول، دوم و سوم نیستیم همچنین تراز ایران از نظر تجارت منفی است، یعنی بیشتر

وارد کننده هستیم تا صادر کننده با توجه به اینکه همسایه های ما کشورهایی مانند افغانستان، عراق، پاکستان، یا کشورهای آسیای میانه هستند، اما هیچ کدام از این ها کشورهای قدرتمندی از نظر صنعتی و علمی در جهان نیستند. با این حال ما وارد کننده هستیم اما امیدواریم براساس چشم انداز ۱۴۰۴ به جایگاه نخست منطقه در بسیاری از مناطق برسیم.

البته بحث حمایت دولت بیشتر حمایت های قانونی و تعرفه ای و وام های کم بهره است. در حالی که ماهیت وزارت فرهنگ و ارشاد فرهنگی است. بنابراین تکلیف این موضوع ها را بخشی از مملکت به صورت جدی باید روشن کند

▲ معمولاً این دیدگاه وجود دارد که چاپ به نوعی بین صنعت و فرهنگ سردرگم است، در این زمینه چه دیدگاهی دارید؟

ما صنایع آگانه زیادی داریم برای مثال صنایع غذایی از یک طرف به وزارت کشاورزی و از سوی دیگر به چاپ مرتبط است. واقعیت این است که محتوای چاپ بیشتر به وزارت فرهنگ و ارشاد بر می گردد و تکنیک چاپ به وزارت صنایع، اما در طول چند دهه گذشته وزارت صنایع به تکنیک چاپ کاری نداشته، وزارت فرهنگ و ارشاد هم بیشتر توجه اش بر محتوای آثار چاپی است و این وسط تکنیک و تکنولوژی چاپ حلقه مفقوده ای است که امیدواریم جایگاه این حلقه مفقوده مشخص شود.

البته بحث حمایت دولت بیشتر حمایت های قانونی و تعرفه ای و وام های کم بهره است. در حالی که ماهیت وزارت فرهنگ و ارشاد فرهنگی است. بنابراین تکلیف این موضوع ها را بخشی از مملکت به صورت جدی باید روشن کند؛ زیرا این بالاتکلیفی صنعت چاپ به خیلی از صنایع، آسیب وارد می کند، یعنی اگر وزارت ارشاد متولی است باید متولی همه ابعاد باشد. اگر ارشاد تنها محتوا را بررسی می کند باید دید متولی صنعت چاپ و تکنیک چاپ کیست؟ تکلیف این موضوع ها باید مشخص شود. ما هم خوشحال می شویم بدانیم تکلیف خودمان این وسط چیست. سوتیتر: بالاتکلیفی صنعت چاپ به خیلی از صنایع، آسیب وارد می کند، یعنی اگر وزارت فرهنگ و ارشاد متولی است باید متولی همه ابعاد باشد. اگر ارشاد تنها محتوا را بررسی می کند باید دید متولی صنعت چاپ و تکنیک چاپ کیست؟ سوتیتر: صنعت چاپ می تواند موتور محرکه بسیاری از صنایع دیگر باشد. اگر این صنعت به جلو حرکت کند می تواند در توسعه اقتصادی کشور مفید و مؤثر باشد.

آسیب‌شناسی صنعت چاپ و بسته‌بندی در ایران در گفت و گو با استاد هنر

صنعت چاپ و بسته‌بندی متولے مے خواهد



به دلیل اینکه صنعت چاپ ما صنعت ضعیفی است و از رشد ناموزونی برخوردار است البته این رشد ناموزون هم به همت بخش خصوصی است؛ زیرا دولت در این زمینه برنامه‌ای نداشته است در همین راستا مشاهده می‌کنیم که محصولاتمان از نظر بسته‌بندی چندان تعریفی ندارند و می‌توان گفت بخش بسته‌بندی در کشور ما متولی خاصی ندارد و به آن توجه نمی‌شود و هر کس به هر شکلی که دوست دارد کالای مد نظرش را بسته‌بندی و صادر می‌کند.

البته بماند که در طول مسیر هم، بخش عمده از محصولات در حوزه مواد غذایی در حوزه محصولات کشاورزی به خاطر نامناسب بودن بسته‌بندی از بین می‌روند. با این تفاسیر تا زمانی که به صنایع زیرساخت توجه نکنیم، تمام صنایع که می‌خواهند از این صنعت بهره‌مند شوند و محصول خود را بسته‌بندی کنند در بازارهای داخلی و خارجی با مشکل مواجه می‌شوند.

در مجموع به صورت خلاصه باید گفت از آنجا که در کشور ما برای حوزه چاپ و بسته‌بندی برنامه و راهبرد مشخصی چه در بخش دولتی و چه در نهادهای صنعتی مرتبط با این حوزه تعریف نشده است، پس نباید انتظار زیادی از این صنعت داشته باشیم.

به تبع مشکلات زیادی درگیر دست‌اندرکاران این حوزه هست و متأسفانه دولت هم عمق استراتژی و استراتژیک این صنعت و تأثیر رشد صنعت چاپ و بسته‌بندی در توسعه اقتصاد کشور را درک نکرده است. در مورد فاصله ایران با کشورهای منطقه هم باید گفت زمانی که می‌خواهیم صنایع کشور را با صنایع کشورهای دنیا مقایسه کنیم باید کشورهایی که در یک سری از ویژگی‌ها با کشور ما شباهت دارد را انتخاب کنیم، ما

هیچ‌وقت نمی‌توانیم خود را با کشورهای اروپایی مقایسه کنیم. ما اگر خودمان را با کشورهای منطقه مانند ترکیه، امارات، عربستان مقایسه کنیم می‌بینیم که در بخش‌های مختلف صنعت چاپ و بسته‌بندی رشد ناموزون و نامتعاریفی داشتیم. در بخشی از حوزه‌ها به تجهیزات و ماشین‌آلات مجهز شدیم که در دنیا بی‌نظیر بود، یعنی از تجهیزات ماشین‌آلات و تجهیزات سخت‌افزاری در برخی حوزه‌ها خیلی به روز شدیم. اما در برخی از حوزه‌ها اصلاً توجه نکردیم.

برای مثال در یک حوزه بازار اشباح شده است همه زیر قیمت یکدیگر کار می‌کنند اما در برخی حوزه‌ها می‌بینیم که ماشین‌آلات خاص خودش وارد نشده است و بازار محصولی که می‌خواهد در حوزه چاپ و بسته‌بندی تهیه کند مجبور است از کشورهای همسایه درخواست کند.

اگر بخواهیم خود را با کشور ترکیه مقایسه کنیم خیلی عقب هستیم هم دولت ترکیه و هم انجمن‌های صنعتی در این کشور در طول ۱۰ سال گذشته خیلی به صنعت چاپ و بسته‌بندی توجه کرده‌اند یا امارات متحد عربی در این ۱۰ سال گذشته رشد سرسام‌آوری داشته است و از مشاوره‌های اروپایی و انگلیسی استفاده کرده است در حوزه‌هایی سرمایه‌گذاری کرده است که کشورهای منطقه در آن حوزه صنعت دارند.

بنابراین شاید از نظر تعداد واحدهای چاپ و بسته‌بندی

همدان پیام: مجید خسروی، مدیرعامل مؤسسه تحقیقات و توسعه صنعت چاپ و بسته‌بندی پیش رسانه از جمله صاحب‌نظرانی است که دیدگاه خود را با صراحت بیان می‌کند.

وی معتقد است: صنعت چاپ در ۳ دهه اخیر به عنوان یکی از صنایع زیرساخت اقتصاد بسیاری از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته رشد خوبی پیدا کرده است و از توسعه موزون برخوردار است. اما متأسفانه در کشور ما و کشورهای جهان سوم و در حال توسعه هنوز به اهمیت صنعت چاپ و بسته‌بندی پی برده نشده است و حتی آن را به عنوان یک صنعت قبول نداریم.

این پژوهشگر، مدرس دانشگاه هنر و کارشناس رسمی دادگستری می‌گوید: صنعت چاپ در کشور ما علاوه بر اینکه صنعت ضعیفی است، از رشد ناموزونی برخوردار است به طوری که مشاهده می‌شود محصولات از نظر بسته‌بندی چندان تعریفی ندارد و می‌توان گفت بخش بسته‌بندی در کشور ما متولی خاصی ندارد و به آن توجه نمی‌شود.

به گفته خسروی، در کشور ما برای حوزه چاپ و بسته‌بندی برنامه و راهبرد مشخصی چه در بخش دولتی و چه در نهادهای صنعتی مرتبط با این حوزه چیزی تعریف نشده است پس نباید انتظار زیادی از این صنعت داشته باشیم. با این استاد دانشگاه درباره مقایسه صنعت چاپ و بسته‌بندی در جهان و ایران و فاصله ایران با کشورهای منطقه گفت‌وگویی کردیم که متن کامل این مصاحبه را در ادامه می‌خوانید:

صنعت چاپ در ۳ دهه اخیر به عنوان یکی از صنایع زیرساخت، اقتصاد بسیاری از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته و در حال توسعه مطرح شده است و در حقیقت دولت‌ها برای آن برنامه‌ریزی و برنامه راهبردی ارائه داده‌اند. به طوری که مشاهده می‌کنیم صنعت چاپ در بسیاری از کشورهای توسعه یافته به عنوان صنعت زیرساخت رشد خوبی داشته و در خدمت سایر بخش‌ها قرار گرفته است. برای مثال اگر بخش بسته‌بندی شکل و شمایل خوبی پیدا کرده است به این دلیل است که صنعت چاپ آنها در خدمت بسته‌بندی قرار گرفته و از توسعه موزون برخوردار است.

بخش بسته‌بندی به آنها کمک کرده است تا بتوانند بازاریان را در بازارهای مختلف دنیا جا بیندازند این شکل برخورد با صنعت چاپ در این کشورها ناشی از توجه و دقت برنامه‌ریزان دولتی به این صنعت است و بخشی هم به دلیل توجه مدیران دست‌اندرکار یا نهادهای صنعتی به این حوزه است. بنابراین در هر ۲ وجه این صنعت، یعنی بخش نهادهای صنعتی و دولت توجه جدی صورت گرفته است و می‌توان گفت به اهمیت آن واقف شده‌اند. به همین دلیل با برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و ایجاد راهبرد در این صنعت تلاش می‌کنند اگر نقطه ضعف کمی هم وجود دارد، آن را برطرف کنند.

اما متأسفانه در کشور ما و کشورهای جهان سوم و در حال توسعه هنوز به اهمیت این صنعت پی برده نشده است حتی آن را به عنوان صنعت قبول نداریم. برای مثال هنوز در کشور ما سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی چاپ را به عنوان صنعت قبول ندارد آن را در دل وزارت فرهنگ و ارشاد قرار داده است و در حقیقت همان بودجه‌ای که به بخش فرهنگ و هنر می‌دهد اندک بودجه‌ای هم در وزارت ارشاد آن هم در ردیف آخر به چاپ اختصاص می‌دهد.

بنابراین صنایع دیگری مانند صنعت بسته‌بندی که از این صنعت زیرساخت بهره‌مند می‌شوند و تغذیه می‌کنند

بخش صنعت چاپ و بسته‌بندی نیاز به متولی داریم. این متولی اینگونه نیست که بسته‌بندی هم برود زیرمجموعه فعالیت وزارت ارشاد قرار بگیرد و یا اینکه مهم نیست در چه وزارتخانه‌ای برود به‌رغم اینکه دوستان معتقدند در دل وزارت صنایع برود من اصرار به این ندارم، چون خواه و ناخواه تمام چاپخانه‌ای که پروانه صنعتی می‌گیرند و در اشل صنعتی می‌خواهند کار کنند خود به خود در وزارت صنایع می‌روند. بحث من این است که صنعت چاپ و بسته‌بندی نیاز به متولی دارد متولی که از طرف دولت به آن بها داده شود و جدی به آن نگاه شود یا اعتبار ویژه برای آن در نظر گرفته شود.

اگر دولت به صنعت چاپ و بسته‌بندی به عنوان صنعت زیرساخت با تعاریفی که در دنیا دارد نگاه کند خیلی از مشکلات ما حل می‌شود. مهم نیست کجا باشد در دل وزارت صنایع، ارشاد یا سازمان مستقل باشد مهم این است که دولت به این دو صنعت که خیلی با هم عجین هستند به عنوان یک صنعت زیرساخت نگاه کند. و وقتی به عنوان صنعت زیرساخت نگاه کرد مهم می‌شود از نظر اینکه برای این صنعت زیرساخت اعتبارات ویژه تصویب شود و نظارت و برنامه‌ریزی که روی هزینه‌کرد این اعتبار صورت می‌گیرد به توسعه اقتصاد سایر صنایع کشور کمک کند.

به دلیل اینکه صنعت چاپ و بسته‌بندی یک صنعت وابسته است این صنعت در اختیار ده‌ها و صدها صنعت دیگر است شما اگر صنعت بسته‌بندی را حذف کنیم خیلی از تولیدات کارخانجات مختلف در حوزه مواد غذایی، آرایشی، شوینده، صنایع دستی و تولیدات حذف می‌شود، چون همه اینها به صنعت بسته‌بندی نیاز دارند. پس مهم است از سوی دولت به این صنعت به عنوان یک صنعت نخست و دوم به عنوان یک صنعت زیرساخت توجه شود. زمانی که این اتفاق بیفتد از زیر نظارت یک دفتر به نام دفتر امور چاپ و نشر خارج می‌شود و دیگر ما درگیر این نمی‌شویم که هر سال یک مدیر در وزارت ارشاد تغییر می‌کند و هر کدام از این مدیران با توجه به اینکه از اهمیت این صنعت شناخت ندارند یا بی‌توجه هستند دست به اقداماتی بزنند که این اقدامات در خور و شایسته صنعتی در این قد و قواره نیست.

از سوی دیگر، مهم است که نهادهای صنفی ما تحرکی داشته باشند. متأسفانه در سال‌های گذشته از سمت افراد، نهادها و مدیران صنفی این صنعت خیلی شعار داده شده که جای این صنعت در وزارت ارشاد نیست یا اینکه چاپ صنعت هست یا نیست؟ اما هیچ وقت این نهادهای صنعتی نیامدند با همکاری یکدیگر یا به صورت مجزا دست به پژوهش بزنند که این پژوهش سمت و سو را در دنیا و در کشور به نهادهای تصمیم‌گیرنده و برنامه‌ریزی در کشور مانند مجلس، دولت نشان بدهد.

در حالی که نتایج این پژوهش‌ها می‌تواند بسیاری از خواسته‌های بحق صنعت چاپ و شرکت‌ها و واحدهای صنعتی فعال در حوزه چاپ و بسته‌بندی را به واسطه مطالعاتی که انجام شده است از دولت طلب کند و می‌توان با مطالعه کلاسیک به دولت ثابت کرد در مورد صنعتی صحبت می‌شود که برای صدها صنعت دیگر ریلی است و زمانی که این ریل نباشد صنایع دیگر رشد نمی‌کند.

متأسفانه نگاه دولت و نه نگاه مدیران نهادهای صنعتی نسبت به توسعه صنعت چاپ نگاه علمی و اصولی نبوده است و اکنون ما میراث‌دار چنین چیزی شدیم که امروز می‌بینید.

بیشتر از کشورهای همسایه واحدهای صنعتی داشته باشیم، اما در عمل این مشکل وجود دارد که هنوز به تجهیزات و ماشین‌آلات روز و تخصصی هر بخش مجهز نشدیم یا اگر تجهیز شدیم بلد نیستیم از آن به خوبی استفاده کنیم و این موضوع یک واقعیت دردناک است، یعنی نتوانستیم نیروی انسانی متخصص را آموزش بدهیم که آنها بتوانند از تجهیزاتی که با قیمت زیادی خریداری شده است، درست استفاده کنند.

پس می‌توان گفت در طول ۱۰ سال گذشته رشد کردیم، حتی در اوج تحریم‌ها تجهیزات زیادی وارد کشور شده است اما اصلاً قابل مقایسه با رشدی که کشورهایمانند ترکیه، عربستان و امارت در این بخش‌ها داشتند، نیست.

بنابراین ما با ۲ مشکل مواجه هستیم نخست اینکه؛ نتوانستیم این بازار را به خوبی بشناسیم و دوم اینکه؛ نتوانستیم نیازهای داخلی چاپ و بسته‌بندی کشور خود و نیازهای منطقه را خوب شناسایی کنیم و متناسب با آنها ماشین‌آلات و تجهیزات خریداری کنیم.

مشکل دیگر اینکه؛ نتوانستیم از آن ماشین‌آلات که خریداری کردیم به درستی استفاده کنیم. این چند درد موجب شده است صنعت چاپ ما همواره در جا بزند.

و متأسفانه نتوانیم با کشورهای همسایه، ترکیه، امارات و عربستان سعودی حتی کشوری مانند پاکستان که در حوزه چاپ و بسته‌بندی از ما جلوتر است رقابت کنیم؛ زیرا آنها هم امکانات سخت‌افزاری بهتری دارد هم اینکه در بهره‌برداری و شناخت بازار موفق هستند.

در مجموع مشکلاتی که گریبانگیر بخش‌های مختلف صنعتی کشور ماست از جمله صنعت چاپ و بسته‌بندی گستره زیادی دارند و نمی‌توان با یک جمله نسخه‌ای برای اصلاح و بهبود آنها پیچید.

اما آنچه باید مدنظر قرار گیرد این است که ما در

■ مشکلات زیادی درگیر دست‌اندرکاران حوزه چاپ و بسته‌بندی هست و متأسفانه دولت هم عمق استراتژی و استراتژیک این صنعت و تأثیر رشد صنعت توسعه اقتصاد کشور را درک نکرده است



وزارت فرهنگ و ارشاد یا صنعت، معدن و تجارت؟



همدان پیام: راستی اگر صنعت چاپ نبود امروز اکتشافات، اختراعات و صنایع چه حال و وضعی داشتند؟ پیشرفت فرهنگ و اندیشه بشری چقدر بود؟ آیا شرایط بازرگانی، ارتباطات، سیاست، اقتصاد، فرهنگ، زراعت، همین بود که امروز هست؟ مگر نه این است که رشد و توسعه یافتگی نتیجه نوآوری، اطلاعات و دانایی است. این موارد را تماماً چاپ گسترانیده است و به این شکل توسعه و رشد همه حوزه‌ها و ام‌دار این صنعت هستند.

امروزه هم در دنیا، ارتباط بین کالا و مشتری را چاپ و بسته‌بندی تعیین می‌کند. ما وقتی به یک سوپرمارکت می‌رویم در وهله نخست، ظاهر کالا که شامل چاپ و بسته‌بندی است ما را جذب می‌کند و کیفیت درون بسته‌بندی در درجه دوم به مشتری ثابت می‌شود. اما با این حال کماکان دولت، چاپ را به مثابه یک صنعت به رسمیت نمی‌شناسد و همین امر موجبات توسعه نیافتن و نزول بهره‌وری مناسب را نزد فعالان این صنعت پدید آورده است. به طوری که می‌توان یکی از مهمترین مشکلات صنعت چاپ را نداشتن یک متولی مشخص و مقتدر در بدنه دولت دانست. این در حالی است که در بسیاری از کشورهای توسعه یافته، صنعت چاپ از جنبه‌های مختلف اشتغالزایی، ارزش بازار سرمایه، گردش مالی و تولید ناخالص ملی در زمره ۵ صنعت برتر قرار دارد.

اگر بخواهیم صنعت چاپ را با صنعت توریسم مقایسه کنیم، صنعت توریسم حدود ۵۰۰ میلیارد دلار در سطح جهان گردش مالی دارد، ولی صنعت چاپ بالغ بر هزار میلیارد دلار گردش مالی دارد یعنی؛ دو برابر صنعت توریسم. گردش مالی چاپ در حوزه کتاب فقط حدود ۷ درصد و ۹۳ درصد آن مربوط به چاپ تجاری، صنعتی، تبلیغات و مطبوعات است.

در گذشته هم که چاپ صرفاً، فرهنگی به حساب می‌آمد به این دلیل بوده که صنعت چاپ برای انتقال اطلاعات، آن‌هم فقط برای کتاب و یا نشریات بوده است و صنایع دیگر تا این اندازه پیشرفت نکرده بود. اما در ۲ دهه گذشته، صنعت چاپ در حوزه بسته‌بندی و تبلیغاتی بسیار گسترده شده است و اغلب اقلام چاپی در حوزه فرهنگ نیستند و این صنعت، صنایع دیگر را پوشش می‌دهد. به‌طوری که صنعت چاپ جهان میل به صنعت بسته‌بندی دارد و به مسائل

صنعتی توجه دارد؛ ما نیز با توجه به این تحولات باید برای توسعه همه‌جانبه قدم برداریم. اما سردرگمی این صنعت بین صنعت و فرهنگ از یک سو موجب شده فعالان این صنعت هیچ امتیازی از حمایت‌های صنعتی دریافت نکنند از سوی دیگر از حداقل حمایت‌های فرهنگی نیز بی‌بهره باشند.

هرچند فرهنگ و نشر بدون صنعت چاپ معنا و هویت خویش را از کف می‌دهد؛ زیرا چاپ، ستون اصلی خیمه فرهنگ است، اما چاپ محصولات فرهنگی همان‌طور که پیشتر گفته شد بخش کوچکی از دامنه چاپ را دربر می‌گیرد و صنایع دیگر بهره بیشتری از چاپ می‌برند. به اضافه آن به‌طور طبیعی نمی‌توان انتظار داشت که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بتواند در حوزه‌های صنعتی ورود پیدا کرده و از صنعت چاپ حمایت‌های شایان توجهی کند، چون بخش

سخت‌افزاری و صنعتی چاپ باید به دستگاه‌های صنعتی کشور منتقل شود تا حمایت‌هایی که سایر صنایع از آن بهره می‌برند، صنعت چاپ کشور هم از آن بهره‌مند شود. ولی در حال حاضر صنعت چاپ ایران سرگردان بین وزارت‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی و صنعت، معدن و تجارت است و همین موضوع موجب شده شهرهایی چون همدان که چاپخانه‌های باکیفیت و مجهز دارند اما همچنان نتوانند تأثیر بسزایی در گردش مالی کشور و حتی استان داشته باشند؛ در صورتی که از پتانسیل بسیار بالایی برخوردارند و اگر حمایت‌هایی که لازم است و باید از این صنعت انجام شود، صورت بگیرد آنها می‌توانند به قطب اقتصاد استان و کشور تبدیل شوند.

به نظر می‌رسد با وجود مشکلات پیش‌روی این صنعت

در کشور ایران که نتیجه آن عقب ماندن آن و در دست داشتن فقط ۴ درصد از بازار منطقه در مقابل تسخیر حدوداً ۴۴ درصد از این بازار توسط کشور ترکیه است که در ۱۰ سال اخیر آن را به‌دست آورده، منطقی است که مانند کشورهای پیشرفته، به صنعت چاپ به مثابه صنعتی پردرآمد نگاه شود و متولی آن نیز دستگاهی صنعتی، چون وزارت صنعت، معدن و تجارت باشد.

اکنون براساس آمار، هزینه کارهای چاپی که از ایران خارج می‌شود و در کشوری، چون ترکیه که برخی از بسته‌بندی‌های چیپس، پفک و... به چاپ می‌رسد، بالغ بر ۱۰ برابر بودجه کل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، این در صورتی است که تمام مجوزهای کارهای چاپی و وارداتی، از سوی همین وزارتخانه صادر می‌شود.

در ۶ ماه چند هزار کیلومتر کاغذ مصرف کردیم؟

هزینه خرید رول کاغذ کارته‌خوان‌ها

برخلاف کاغذهای وارداتی باید از چوب استفاده کرد، که این به معنی قطع شدن درختان بیشتر است.

یکی از مواد مضر مورد استفاده در این کاغذ نیترات نقره است که به صورت روکش روی این کاغذ برای چاپ استفاده می‌شود و برای محیط زیست خطرات جدی ایجاد می‌کند. کاغذهای حرارتی استفاده شده در ایران، معمولاً طول عمر چاپ بسیار کوتاهی دارند و در برخی موارد دارنده رسید مجبور است برای نگهداری طولانی مدت از این رسیده‌ها کپی تهیه کند.

محور میانی این رول‌ها از جنس پلاستیکی یا مقوای فشرده است. در حال حاضر به دلیل ارزان بودن نوع پلاستیکی نسبت به مقوایی همه سفارش‌ها از این نوع است که پس از اتمام کاغذ دیگر قابل استفاده نبوده و روزانه ۸۰ هزار محور پلاستیکی به چرخه محیط زیست وارد می‌شود.

خدمات رایگان در کشور ما، به بدترین شکل ممکن اسراف می‌شود. مشاهده شده که برخی پذیرندگان از این کاغذ که به عنوان سمی‌ترین نوع کاغذ از آن یاد می‌شود به عنوان برگه یادداشت نیز استفاده می‌کنند.

مصرف ۳۶۰ هزار کیلومتر کاغذ رول با عرض ۵ سانت در شش‌ماه از چند منظر قابل بررسی است. آمار استفاده از این رول در آسیا به طور متوسط روزانه ۳۰ میلیون رول است. سهم ایران از این رقم حدود ۲/۶ درصد است، یعنی در کشور ما روزانه حدود ۸۰ هزار رول کاغذ برای دستگاه‌های کارته‌خوان استفاده می‌شود.

از طرفی، با توجه به اینکه کمتر از ۲۰ درصد از این کالا تولید داخل است، برای واردات آن، که از مواد مصرفی ضروری در پرداخت الکترونیک است، در ۶ ماه بیش از ۳ میلیون دلار ارز از کشور خارج شده است. گفتمانی است، برای تولید این کاغذ در داخل کشور

که ترکیبی از نیترات نقره است تغییر رنگ می‌دهد. با نگاهی به آمار شبکه الکترونیکی، پرداخت کارت (شاپرک) در ۶ ماه ابتدای سال جاری ۲/۵ میلیارد تراکنش از روی دستگاه‌های کارته‌خوان فروشگاه‌های انجام شده است. صرف‌نظر از تعداد تراکنش‌های مانده گیری که ۴۵۰ میلیون و ۱۷۲ تراکنش بوده است، به طور متوسط حدود ۴ میلیارد رسید توسط این دستگاه‌ها چاپ شده است.

با در نظر گرفتن تعداد تراکنش و مقدار مصرف کاغذ در هر تراکنش می‌توان دریافت در ۶ ماه ابتدای امسال حدود ۳۶ میلیارد سانتی‌متر کاغذ برای رسید چاپ شده است. با این مقدار کاغذ رول می‌توان ۹ بار دور کره زمین چرخید. این کاغذها توسط شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت به صورت رایگان در اختیار پذیرندگان قرار می‌گیرد، اما براساس فرهنگ حاکم بر هر نوع کالا یا

همدان پیام: یکی از مواد مضر مورد استفاده در این کاغذ نیترات نقره است که به صورت روکش روی این کاغذ برای چاپ استفاده می‌شود و برای محیط زیست خطرات جدی ایجاد می‌کند.

یکی از ابزارهای پرداخت الکترونیک دستگاه‌های پایانه فروشگاه‌های یا همان کارته‌خوان‌ها هستند. طبق الزامات شاپرک، پس از هر تراکنش از طریق این دستگاه باید رسید به دارنده کارت ارائه شود. به ازای هر تراکنش یک رسید برای مشتری و در اغلب موارد یک رسید هم برای پذیرنده چاپ می‌شود.

به گزارش خبرنگاران، با توجه به مدل دستگاه کارته‌خوان، کاغذ مورد استفاده به صورت رول‌هایی با متر ۱۶ تا ۲۵ متر به عرض حدود ۶ سانتی‌متر است. کاغذهای استفاده شده در این رول‌ها با نوعی مواد شیمیایی پوشانده شده است که در اثر گرمای ایجاد شده توسط پرینتر کارته‌خوان، این ماده

ستون اصلی خیمه فرهنگ

جشنواره ملی صنعت چاپ شهریور ماه سال جاری با حضور شخصیت‌های فرهنگی و فعالان و پیشکسوتان صنعت چاپ برگزار شد. در این آیین بر نقش محوری و مهم چاپ در توسعه فرهنگ و اقتصاد تأکید و عنوان شد چاپ، ستون اصلی خیمه فرهنگ است.

به گزارش ایبنا وزیر ارشاد در این مراسم اظهار کرد: ایرانیان در تولید و نشر اندیشه و افکار همواره پیشگام بوده‌اند. تردیدی نیست که نشر افکار با توسعه صنعت چاپ میسر می‌شود و عصر ارتباطات شکل می‌گیرد.

وی ضمن تشریح اقدامات جدید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در راستای ارتقای صنعت چاپ گفت: این وزارتخانه در حال جمع‌آوری و تدوین بانک جامع اطلاعات صنعت چاپ و نشر است چرا که دسترسی به اطلاعات دقیق و روزآمد علمی را باید مبنای دقیق خود برای سیاستگذاری‌ها قرار دهیم.

این مقام عالی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توضیح داد: توجه به نقش محوری و توجه به اتحادیه‌ها و انجمن‌های فعال در عرصه چاپ و واسطاری امور به این گروه‌ها از دیگر اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای پیشرفت روزافزون صنعت چاپ به شمار می‌آیند.

جنتی گسترش صنعت چاپ را از جمله الزامات حضور در مرزهای دانش برشمرد و گفت: ما باید نسبت به دستاوردهای صنعت چاپ توجه روزافزون داشته باشیم، چراکه این صنعت زمینه ایجاد مشاغل جدید را فراهم می‌کند. بنابراین، حمایت از این بخش را ضروری می‌دانیم.

وی با استناد به تأکید مقام معظم رهبری مبنی بر «تولید دانش در مرزهای علم و حرکت در مسیر دانش» گفت: خوشبختانه جوانان ایرانی در تمامی عرصه‌ها به‌ویژه صنعت چاپ به این خواسته لبیک گفته‌اند و در حال فتح قله‌های علم هستند.

بrazash: ایجاد بانک اطلاعاتی صنعت چاپ محمودرضا برارش، مدیرکل دفتر چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از دیگر سخنرانان این مراسم بود.

وی با بیان این‌که یکی از حلقه‌های اتصال بخش‌های مختلف فرهنگی و اقتصادی به یکدیگر صنعت چاپ است اظهار کرد: در سال جاری تمام استان‌های کشور در بررسی و معرفی افراد واجد شرایط به منظور انتخاب پیشکسوتان عرصه چاپ، فعالیت جدی داشتند که موجب تعجب و خرسندی دبیرخانه شد. البته انتخاب معدودی از بین آنها نیز بسیار سخت بود.

بrazash ادامه داد: همچنین چاپخانه‌ها و تشکلهای صنفی متعددی در برگزاری مراسم و اهدا جوایز و یادمان، جشنواره را یاری کردند. ضمن تشکر از آنها امیدوارم سنت پسندیده تجلیل و تشکر از پیشکسوتان و برگزیدگان توسط خود صنف نهادینه شده و روز به روز گسترش یابد.

وی با اشاره به تحولات رخ داده در این صنعت در دهه‌های اخیر گفت: در گذشته، چاپ بیشتر به تکثیر مقالات و کتاب‌ها مربوط می‌شد اما در چند دهه اخیر تحولات بسیار گسترده‌ای در صنعت چاپ رخ داده است. البته این تحولات همسو با سایر تغییرات و تغییر در روش و سبک زندگی بوده است.

بrazash در ادامه درباره جایگاه صنعت چاپ اظهار



کرد: مقام محترم وزارت از همان ابتدا به مقوله اقتصاد فرهنگ توجه ویژه‌ای داشتند. با توجه به آمار موجود صنعت چاپ بزرگ‌ترین صنعت فرهنگی کشور است؛ به طوری‌که با بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد ریال گردش مالی، شاید از نظر اقتصادی از تمام صنایع فرهنگی دیگر بزرگتر باشد. البته در سایر کشورهای جهان نیز چنین است، به طوری‌که گردش مالی صنعت چاپ در جهان حدود ۸۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود.

مدیرکل دفتر چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اشاره به واردات عظیم محصولات چاپی به کشور گفت: بر اساس مجوزهای صادر شده، در ۹ ماه گذشته بیش از ۶۰۰ هزار تن انواع محصولات چاپی با تیراژ تقریبی ۷ میلیارد عدد وارد کشور شده است. از سوی دیگر بسیاری از چاپخانه‌های کشور با کمبود سفارش مواجه هستند.

آنچه در مرحله نخست به نظر می‌رسد ناهماهنگی

تجهیزات چاپی کشور با درخواست و نیاز بازار است.

برای درک صحیح و رفع این نقیصه اولین گام داشتن

اطلاعاتی قابل اتکا از چاپخانه‌های کشور و تجهیزات

آنهاست.

وی با تأکید بر ایجاد بانک اطلاعات در حوزه

چاپ گفت: ایجاد این بانک اطلاعاتی خواست همه

مسئولان و دست‌اندرکاران است. نبود تجهیزات

سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و امکانات ارتباطی مناسب

مانع تحقق این امر شده است. امیدواریم با دستور مقام

محترم وزارت این موانع رفع و اتوماسیون خدمات

چاپ و طرح آمارگیری سراسری در سال جاری

محقق شود. متأسفانه در نبود آمار و اطلاعات دقیق،

سرمایه‌گذاری‌ها و خرید تجهیزات اغلب از روی

حدس و گمان یا ریزنی‌های محدود انجام می‌شود

که منطقی به نظر نمی‌رسد.

مدیرکل دفتر چاپ و نشر با اشاره به تقویت

زیرساخت‌های صنعت چاپ عنوان کرد: گام بعدی

ایجاد و تقویت نظام مهندسی چاپ و بسته‌بندی و

تشکیل هسته‌های علمی مشاوره و اجرای پروژه‌های

چاپی است. با کمک متخصصان امیدواریم این نهادها

پا گرفته و در توسعه صنعت چاپ نقش مهمی ایفا

کنند.

وی ادامه داد: گام سوم کمک به تجهیز و توسعه

صنعت چاپ است. این صنعت نیز مانند سایر صنایع

به سرعت در حال تغییر و پیشرفت است. یکی از دلایل انبوه واردات کمبود تجهیزات مناسب و روزآمد در کشور است.

بrazash نبود وام‌های کم‌بهره را از مشکلات

موجود بر سر راه تجهیز چاپخانه‌ها عنوان و اظهار

کرد: وام‌هایی با کارمزدهای بیست درصد و بیشتر،

انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری ایجاد نمی‌کند. انتظار

بر این است این صنعت نیز مانند سایر صنایع و

کشاورزی از تسهیلات کم‌بهره و طولانی مدت

استفاده کند. لازم به ذکر است ضعف صنعت چاپ

سبب می‌شود محصولات صنعتی و کشاورزی

در بسته‌بندی‌های نامناسب ارایه شوند یا مشکل

واردات و خام فروشی گسترش یابد. همچنین

یکی از راه‌های کمک به این صنعت و کاهش

واردات محصولات چاپی، کنترل و تنظیم ورود

محصولات به کمک تعرفه‌های واردات است.

مدیرکل دفتر چاپ و نشر افزود: در ماه‌های

پایانی سال گذشته هنگامی که آمارهای واردات ارائه

شد، نمایندگان محترم پیشنهاد اخذ تعرفه واردات

محصولات چاپی را مصوب کردند. انتظار بر این

است این مصوبه مجلس محترم با دقت کامل اجرا و

سهم هر بخش برای رفع مشکل واردات آن مشخص

شود. با توجه به آمارهای واردات و قیمت تقریبی آنها،

برآورد می‌شود سالانه بیش از ۲۰ هزار میلیارد ریال

محصولات چاپی به کشور وارد شود. اگر مصوبه

مزبور بطور کامل تخصیص یابد و صندوق حمایت

از توسعه صنعت چاپ تشکیل شود، بخش عمده‌ای

از کمک‌های لازم برای توسعه و تجهیز صنعت چاپ

با دریافت وام‌های کم‌بهره محقق می‌شود.

وی تولید مواد اولیه صنعت چاپ را ضرورتی

دیگر دانست و گفت: تولید مواد اولیه صنعت چاپ و

بسته‌بندی از مسائل استراتژیک کشور است. برای مثال

کمبود کاغذ در مقاطعی در کشور ایجاد بحران کرد اما

با ایجاد صندوق ذکر شده تحولی در تولیدات داخلی

می‌توان انتظار داشت.

نیکو سخن: چاپ زیربنای اصلی فرهنگ و هنر

است

علی نیکو سخن، رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران

تهران نیز در این مراسم اظهار کرد: چند سالی است

که در شهریورماه به مناسبت روز ملی صنعت چاپ با

وجود همه محدودیت‌ها و کمبودهای موجود، فرصتی برای تبادل نظر و تشریک مساعی در حوزه‌های گوناگون فراصنعت چاپ فراهم شده است که ضمن تجلیل از گروهی از پیشکسوتان، فعالان این صنعت نیز بتوانند از این رهگذر خواست‌ها و داشته‌های خود را به اطلاع مسئولان و متولیان امر برسانند.

رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران با بیان این‌که صنعت چاپ زیربنای اصلی فرهنگ و هنر است گفت: ما امسال در حالی چهاردهمین سالروز ملی صنعت چاپ را برگزار می‌کنیم که این صنعت با وجود توانمندی‌های فراوان، هنوز با انبوهی از مشکلات و کاستی‌ها دست و پنجه نرم می‌کند.

وی افزود: اعمال سلیقه‌ای برخی از کارگزاران در خصوص مالیات برآمده، مالیات بر ارزش افزوده، بیمه، شهرداری، چند برابر شدن هزینه‌ها با اجرای هدفمندی یارانه‌ها، رکود کاری و کمبود شدید نقدینگی و فرسودگی دستگاه‌ها، بخشی از مشکلات است که بی توجهی دستگاه‌های مسئول در پوشش و جبران این هزینه‌ها و نقیصه‌ها، بار معضلات چاپ را سنگین‌تر کرده است.

وی توضیح داد: دولت چاپ را به مثابه یک صنعت به رسمیت نمی‌شناسد و همین امر موجبات توسعه نیافتن و نزول بهره‌وری مناسب را نزد فعالان این صنعت پدید آورده است.

نیکو سخن اظهار کرد: شاید نخستین مشکل فعالان حوزه چاپ در ایران را بتوان سردرگمی این صنعت میان صنعت و فرهنگ دانست. اینترگران صنعت چاپ از یک سو هیچ امتیازی از حمایت‌های صنعتی دریافت نمی‌کنند و از سوی دیگر از حداقل حمایت‌های فرهنگی نیز بی بهره‌اند که به عنوان نمونه می‌توان به مسئله معافیت مالیاتی تمام فعالیت‌های فرهنگی موضوع بند «ل» ماده ۱۳۹ قانون مالیات‌های مستقیم اشاره کرد. البته موجب خوشحالی است که در سال جاری، در سایه تدابیر وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاون فرهنگی وزارت ارشاد، همکاران ناشر کشور توانستند از این امتیاز برخوردار شوند. اما چاپخانه‌داران همچنان در پیچ و خم‌های کلامی و انشائی گرفتارند یا جابجایی یک ویرگول و اعمال سلیقه برخی از متولیان امور مالیاتی، تاکنون نتوانسته‌اند از این امتیاز بهره‌مند شوند.

رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران با بیان این‌که چاپ، ستون اصلی خیمه فرهنگ است گفت: چه بهتر است که مسئولان تمهیدات جدی ببندیشند و با برنامه‌های مدون و براساس قانون، چاپخانه‌داران را هم که در فرایند تولید کتاب نقش اساسی دارند مشمول این قانون کنند.

وی با بیان این‌که فرهنگ و نشر بدون صنعت چاپ معنا و هویت خویش را از کف می‌دهد اظهار کرد: از دیگر مشکلاتی که طی سال‌های متمادی نفس فعالان صنعت چاپ کشور را به شماره انداخته و تعدادی از آنها را در آستانه غیرفعال شدن قرار داده است، موضوع چاپخانه‌های دولتی و غیردولتی است. این چاپخانه‌ها علاوه بر این‌که سفارشات واحدهای تابعه را انجام می‌دهند، به رقابت غیرمنصفانه با بخش خصوصی می‌پردازند. از محل بیت‌المال هزینه می‌کنند و با ورود به بازار کار، بخش خصوصی را از گردونه رقابت و ادامه حیات محروم می‌کنند. امیدواریم متولیان امر در بدنه دولت، به این مشکل عنایت ویژه داشته باشند



گفتوگو با مشاور عالی اتحادیه صنعت چاپ تهران

موقعیت صنعت چاپ در خطر است

کسب سعيده آقاياني

همدان پیام: چاپ و نشر هر کشور، معیاری برای سنجش توسعه کشورها است و این صنعت استراتژیک نقش تعیین کننده‌ای در شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد. اما در کشور ما این موضوع مورد غفلت قرار گرفته است و نبود حمایت‌های دولتی، دلسردی صنف چاپ و نشر را در سال‌های اخیر رقم زده است.

از سوی دیگر رتبه ایران در حوزه صنعت چاپ در ۲ سال گذشته از چهارم در منطقه خاورمیانه به ششم تنزل یافته است. به گفته مسئولان مشکلات ناشی از تحریم‌های بین‌المللی، رکود و تورم داخلی و به‌ویژه نوسانات رو به افزایش قیمت ارز از جمله مهمترین عواملی است که صنعت چاپ ایران را تحریف کرده است اما مشاور عالی اتحادیه صنعت چاپ تهران نظر دیگری دارد.

رضا رضایی، نبود متولی متخصص و قدرتمند برای تدوین استراتژی چاپ در کشور را از جمله مهمترین مشکلات صنعت چاپ و نشر ایران عنوان می‌کند. در ادامه گفت‌وگوی ما با وی را می‌خوانید.

وضعیت فعلی چاپ و نشر در کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

صنعت چاپ در کشور ما هیچ جایگاهی ندارد و تشریح چرایی این مسأله بسیار پیچیده است. به دلیل اینکه نظام حاکم در دوره‌های قبل از انقلاب به دلیل کنترل شب‌نامه‌ها و اعلامیه‌های انقلابی از صنعت چاپ می‌ترسید به جای تخصیص تسهیلات حمایتی، کنترل دقیقی بر چاپ داشت. در حال حاضر فرهنگ و ارشاد اسلامی هم نقش نظامی و نظارتی بر چاپ دارد و نقش حمایتی در این میان وجود ندارد. در حقیقت این وزارتخانه بودجه‌ای ندارد که برای حمایت از چاپ صرف کند. تنها نظارت می‌کند که به عنوان مثال فونت‌های زبان فارسی در چاپ بسته‌بندی‌ها بزرگتر از زبان لاتین باشد و... .

ابه نظر می‌رسد صنعت چاپ به دلیل ماهیت خود بیشتر از اینکه به فرهنگ و ارشاد اسلامی ربط داشته باشد، باید زیرمجموعه صنعت، معدن و تجارت باشد.

به نظر شما تغییر متولی می‌تواند برای برون‌رفت از مشکلات چاپ راهگشا باشد؟

متولی تغییر کند یا نکند، این صنعت با وجود صرف هزینه‌های هنگفت سرمایه‌گذاران و وجود گران‌ترین ماشین‌های صنعتی هنوز در کشور شناخته شده نیست و جایگاه مشخصی ندارد. اما برخی صنایع برای نمونه کارخانه‌های لبنیات و تهیه دوغ که با کمترین سرمایه‌گذاری در جریان هستند، ساز و کار مشخصی دارند و به عنوان صنایع غذایی شناخته می‌شوند. در حالی که صنعت چاپ سهم بزرگی در اشتغالزایی، صادرات غیرنفتی و اقتصاد دارد و صنعت گران قیمتی است با این حال شناخته شده نیست. در آمریکا صنعت چاپ بیش از یک میلیون نفر اشتغالزایی دارد اما صنعت اشتغالزایی اتومبیل کمتر از ۹۰ هزار نفر است.

متولی چاپ در کشور ما آماری از میزان سرمایه‌گذاری در این بخش، تعداد چاپخانه‌داران، گردش مالی و شاغلان در صنعت چاپ ایران ندارد در صورتی که وجود این آمار می‌تواند مفید و راهنمایی برای چاپخانه‌داران و سرمایه‌گذاران این صنعت باشد تا سرمایه‌هایشان را به سوی بخش‌هایی سوق دهند که خلأ وجود دارد. اما ما حتی فعالان چاپ را به سوی این راه‌های مشهود هم هدایت نکرده‌ایم.

چه ماشین‌هایی بیش از نیاز کشور وارد شده‌اند؟



اکنون شرایطی وجود دارد که تعداد زیادی از سرمایه‌گذاران بخش چاپ کشور آنقدر ماشین چند ورقی

چند رنگ افسست خریداری کرده‌اند که نیجه وجود این ماشین‌ها بیش از نیاز چاپ است و سرمایه هنگفتی از کشور در این میان هدر رفته است. نبود ساز و کار مناسب در چاپ کشور باعث شده است تا رقابت‌های ناسالم افزایش یابد و ورشکستگی و بیکاری چاپخانه‌داران گسترش یابد.

از نظر شما راهکار برون‌رفت از این مشکلات چیست؟

راهکار این است که دولت تصمیم جدی بگیرد تا صنعت چاپ متولی تخصصی داشته باشد که

استراتژی چاپ در کشور را بچیند و نخستین کارش باشد تا با استفاده از این آمار بدانیم چه ماشین‌آلاتی به میزان نیاز کشور را تأمین می‌کند و چگونه می‌توانیم بازارهای فرامرزی

چاپ را هم از آن خود کنیم. در این صورت می‌توانیم ۴۰۰ میلیون دلار بازار منطقه را به دست بگیریم.

آیا فرهنگ و ارشاد اسلامی نمی‌تواند فعالان چاپ را به این مهم رهنمون شود؟

فرهنگ و ارشاد اسلامی متولی فرهنگ است و متخصص صنعت چاپ ندارد. به همین دلیل در این بخش از وزارتخانه سلیقه‌ای عمل می‌شود و با ورود مدیر جدید دیدگاه‌ها و برنامه‌های قبلی به فراموشی سپرده می‌شود و نتیجه آغاز از صفر است. برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری و حرکت در این چارچوب می‌تواند راه برون‌رفت چاپ از این وضعیت باشد. این کار را فقط متولی قدرتمند و متخصص می‌تواند انجام دهد که بتواند با حمایت‌های جدی مالی صنعت چاپ را به جایگاه واقعی‌اش برساند. امروز موقعیت صنعت چاپ کشور در خطر است و متولی متخصص و آینده‌نگری وجود ندارد که با رصد آمار مستند به این وضع توجه کند.

چاپ ایران در مقایسه با چاپ دنیا چه موقعیتی دارد؟

چاپ در دنیا روز به روز به شکوفایی می‌رسد و ایران نمی‌تواند از این قافله عقب بماند. رقم‌های بسیار سنگین و سرسام‌آور از کالاهای چاپی و بسته‌بندی وارد کشور می‌شود در صورتی که این کالاها باید در ایران تولید شود و سرمایه‌گذاران در این بخش سرمایه‌گذاری کنند. اگر بازار را رصد نکنیم و آینده را نبینیم قافیه را باختیم. نمی‌توانیم با به‌روزرسانی ماشین‌های ۳۰ سال پیش کار چاپ را به جلو ببریم.

دانشجویان چاپ و نشر که تحصیلات آکادمیک دارند چه نقشی در آینده صنعت چاپ خواهند داشت؟

صرف داشتن مدرک، تخصص نمی‌آورد. دانشجویان چاپ و نشر واقعاً استعداد دارند و با نبوغ خود می‌توانند این صنعت را متحول کنند و با این شرایط و با کمترین امکانات خیلی بهتر از کسانی عمل می‌کنند که در

اگر هدف اجرای پروژه ملی و تأثیر فرمانطقه‌ای و معرفی توانایی‌های صنعت چاپ ایران به بازارهای منطقه و آشنایی سرمایه‌گذاران چاپ با آخرین تکنولوژی‌های روز جهان و توسعه توریست تجاری است راه زیادی در پیش داریم

فضای آکادمیک کار نکرده‌اند و تخصص ندارند. اما همین دانشجویها باید نیمی از وقت خود را در فضای صنعت چاپ باشند و در کنار تئوری، با فضای واقعی آشنا شوند تا مؤثر باشند.

وضعیت به‌روزرسانی ماشین‌ها و بازاریابی چاپ در کشور چگونه است؟

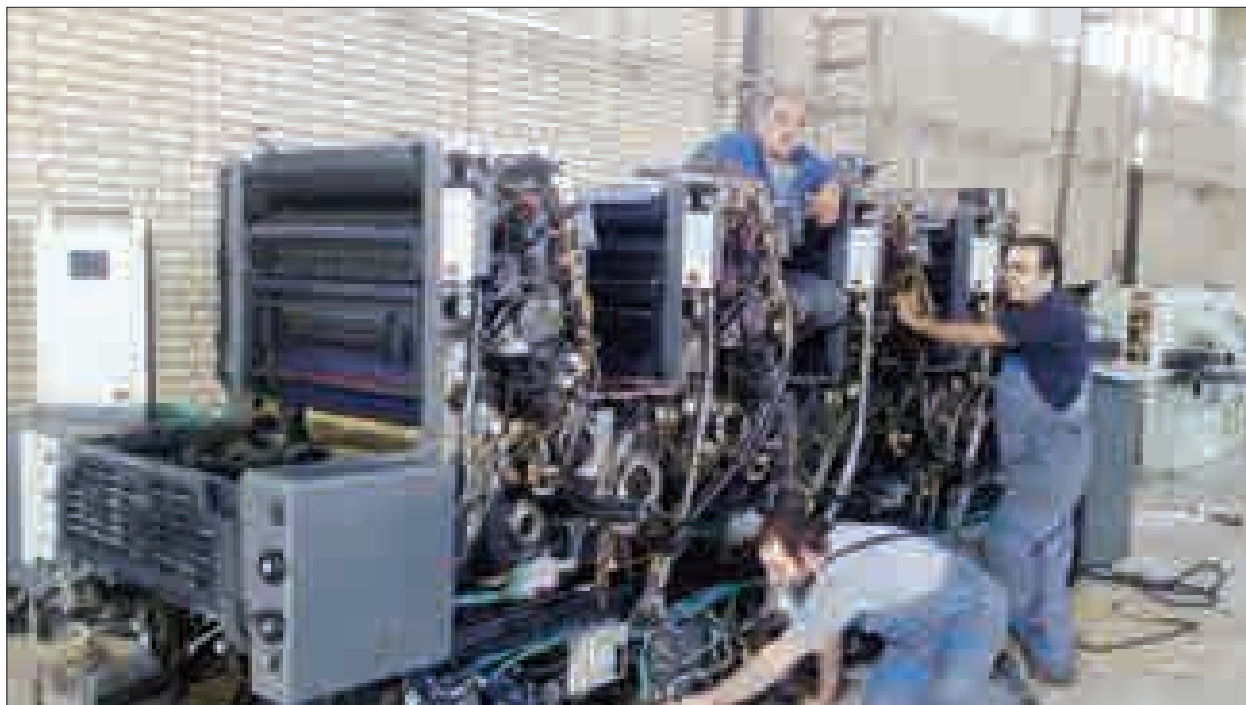
سرمایه‌گذاری‌های خوبی شده و پیشرفته‌ترین ماشین‌ها هم در کشور موجود است اما باید مجموعه‌ای باشد که سرمایه‌گذاران این بخش را هدایت و به آنها اطلاع‌رسانی کند. اکنون بازار ما را بسته‌بندی و چاپ ترکیه به خود اختصاص داده است و سفارش‌های سنگین چاپ را به عهده می‌گیرد. رقیب ترک ما نیازهای بازار چاپ ایران را تا سال ۲۰۱۶ می‌شناسد و آمار تولید کارخانه‌های ایران را دارد اما ما این شناخت را نداریم. این موضوع باعث هدررفت سرمایه‌ها می‌شود و زیانبار است.

آیا ماشین‌های چاپ موجود در کشور می‌توانند نیازهای چاپ و بسته‌بندی داخل را برطرف کنند؟

چاپخانه‌های ما می‌توانند با همان کیفیت بسته‌بندی چاپ کنند اما سیستم چاپ کامل نیست. آمار و اطلاعات درست نیست و حتی شرایطی ایجاد شده است که ماشین‌های چاپ موجود حتی نمی‌توانند یک شیفت کار کنند که این موجب استهلاک بالای سرمایه‌های بیش از ۴ میلیون یورویی برای هر ماشین می‌شود. این میزان سرمایه‌گذاری کار راحتی نیست اما تراکم برخی ماشین‌ها در کشور خیلی زیاده‌تر از نیاز بازار است.

برگزاری نمایشگاه بین‌المللی چاپ و نشر چه تأثیری در ارتقای جایگاه چاپ کشور دارد؟

باید دید هدف و انگیزه برگزاری نمایشگاه چیست. اگر هدف فروش غرفه و توسعه واکزاری غرفه‌های نمایشگاه یا فروش کالاهای غرفه‌داران است، نمایشگاه در این سال‌ها موفق عمل کرده است. اما اگر هدف اجرای پروژه ملی و تأثیر فرمانطقه‌ای و معرفی توانایی‌های صنعت چاپ ایران به بازارهای منطقه و آشنایی سرمایه‌گذاران چاپ با آخرین تکنولوژی‌های روز جهان و توسعه توریست تجاری است راه زیادی در پیش داریم. به هر حال امیدواریم دولت تدبیر و امید برای صنعت چاپ ایران فکر اساسی کند.



سهم ایران از گردش مالی چاپ جهان؛ تنها ۳ میلیارد دلار است

۱۰۰ هزار میلیارد ریال گردش مالی در کشور

اشکال سنتی رسانه برای همیشه کارکردهای خود را از دست داده و به بایگانی صنعت چاپ و رسانه سپرده شود.

اگرچه پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که در سال ۲۰۲۰ نشر آنالوگ در برابر دیجیتال و مجازی عقب‌نشینی کرده است و سهم هر یک از این دو به ۵۰ درصد خواهد رسید، با این حال با توجه به اینکه بازار صنعت چاپ نشر دنیا روز به روز بزرگتر می‌شود، بازار نشر آنالوگ به همین میزان فعلی باقی خواهد ماند.

به همین دلیل است که تولیدکنندگان ماشین‌آلات چاپ به طور مستمر در حال اتوماسیون هر چه بیشتر ماشین‌آلات خود و تولید و ارائه ابزارآلات جدید چاپ هستند.

با توجه به ملاحظات فوق، به نظر می‌رسد که به موازات توسعه اقتصادی و فرهنگی و توسعه رسانه‌های مجازی، نه تنها صنعت چاپ در معرض افول نیست، بلکه با ایجاد بازارهای تازه‌ای که درباره برخی از آنها سخن گفتیم، بخش بزرگی از فعالیت‌های متنوع و اشکال تازه‌ای از کاربری‌های صنعت چاپ در آینده متصور است.

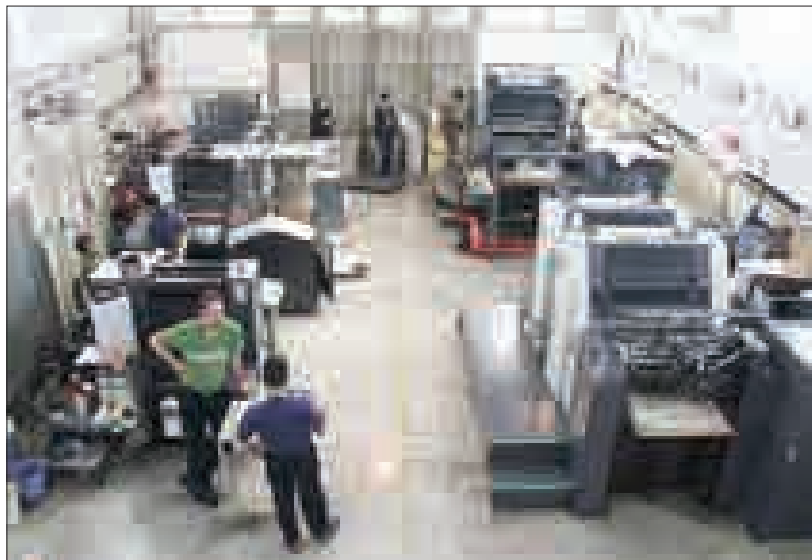
برای مثال در بخش هنرهای گرافیکی، به دلیل شکوفا شدن صنایع بسته‌بندی، تعداد قابل توجهی شغل جدید ایجاد شده و سرمایه‌گذارهای خارجی آمادگی خواهند داشت با آوردن تکنولوژی پیشرفته صنایع چاپ و گرافیک در توسعه صنعت چاپ ایران همکاری و شرکت کنند.

تولید پلیت‌های CTP، تولید مرکب‌های چاپ با کیفیت بالا، تولید انواع کاغذ، مقوا و ورق‌های کارتنی از صنایع جانبی خواهند بود که با توسعه صنعت چاپ محقق خواهد شد و به نوبه خود ایجاد اشتغال فراوانی خواهد نمود.

بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری و فناوری‌های پیشرفته و تجربه‌های ارزشمند در تولید و صادرات موجب می‌شود بهترین کیفیت چاپ با حداقل قیمت تمام شده در ایران قابل تولید شده و عملاً، علاوه بر پوشش نیازهای فراوان داخلی امکان صادرات محصولات چاپی به کشورهای خارجی نیز فراهم شود. بدین ترتیب می‌توان پیشرفت منظم و پایدار بازار چاپ ایران را انتظار داشت.

لذا دستیابی به مقام نخست منطقه در افق چشم‌انداز، نیازمند توسعه همه‌جانبه صنعت چاپ، ایجاد زیرساخت‌های لازم، آموزش نیروی انسانی، بازسازی و نوسازی صنایع چاپ، بسترسازی‌های قانونی و حقوقی برای حضور بیشتر در بازارهای بین‌المللی است.

این همه نیازمند عزم ملی و ایفای نقش فعال همه مدیران و دست‌اندرکاران مؤثر و مرتبط کشور است. قدر مسلم اینکه صنعت چاپ می‌تواند گام‌های شتابانی را به سوی توسعه بردارد. به این منظور توجه به مواردی چون؛ سرمایه‌گذاری در انتقال پیشرفته‌ترین تکنولوژی چاپ افست، فلکسو و دیجیتال، آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی چاپ برای بهره‌برداری کامل از تکنولوژی خریداری شده، تحقق سالیانه ۳ میلیارد دلار گردش مالی صنعت چاپ ایران در آینده با پوشش نیازهای داخلی و نیاز کشورهای پیرامونی با تأکید بر چاپ بسته‌بندی و لبل، چاپ دیجیتال، کتاب و نشریات و بالاخره فروش دانش فنی به کشورهای منطقه راهگشا خواهد بود.



توسعه صنعت چاپ، در زمینه نوسازی شبکه چاپخانه‌های کشور و به کارگیری سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای مدرن امروزی در این شبکه اقدام کرد. نباید فراموش کرد که صنعت چاپ و صنایع وابسته نقش مهمی در مبادلات بین‌المللی ایفا می‌کند. از بسته‌های کالاها گرفته تا لبل‌های چاپ، کتاب، مطبوعات، انواع و اقسام لفاف و بسته‌بندی کالاها، تابلوها و پوسته‌های تبلیغاتی، چاپ صنعتی و... از جمله این کارکردها است.

در دنیای تولید و تجارت امروز هیچ یک از محصولات صنعتی و تولیدی، از خدمات و تولیدات صنایع چاپ بی‌نیاز نیستند و برای نفوذپذیری محصولات تولیدی یک کشور در بازار داخلی و بازارهای جهانی، صنایع چاپ پیشرفته کشورها نقش بسیار عمده‌ای در معرفی توانمندی‌های تولید و تجارت هر یک از کشورها ایفا می‌کنند.

در حال حاضر، تولید محتویات نفیس و اثرگذار به علت ضعف امکانات و ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، بعضاً در اختیار کشورهای دیگری مانند چین و ترکیه است و همین مسأله سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی را به جای ورود به ایران به کشورهای فوق سوق می‌دهد و این فرایند یکی دیگر از چالش‌های جدی صنعت چاپ ایران است.

خوشبختانه با تحولاتی که پس از توافق تاریخی ژنو روی داد، هم‌اکنون طرف‌های اروپایی به شکل بهتری جوابگوی طرف‌های ایرانی خود هستند و زمینه‌های مثبتی برای گسترش همکاری‌هایی متقابل در حال شکل‌گیری است.

همچنین نباید از نظر دور داشت که صنعت نشر و رسانه دنیا در حال حرکت به سمت صنعت چاپ دیجیتال و مدیای مجازی است. ولی با این حال چاپ نشر آنالوگ هرگز جایگاه خود را در دنیای چاپ از دست نخواهد داد. نمونه بارز این رویکرد خرید مؤسسه واشنگتن پست از سوی شرکت اینترنتی آمازون است که به اعتقاد مدیران این شرکت با این امکان می‌تواند قابلیت صفحه‌بندی فیزیکی را نیز به ظرفیت‌های مجازی خود افزوده و این دو شکل کاری را با هم پیش ببرد.

بنابراین باید گفت که به‌رغم برخی از نظریه‌های کارشناسی که افول رسانه‌های مبتنی بر کاغذ را در سال‌های آینده پیش‌بینی می‌کنند، به نظر نمی‌رسد که

آمریکا صنعت چاپ پس از اسلحه و کشاورزی با حدود ۲۲۰ میلیارد دلار، به عنوان جایگاه سوم اقتصاد این کشور قرار دارد.

صنعت چاپ در کشور ژاپن با ۱۰۵ میلیارد دلار در آلمان با ۴۰ میلیارد دلار و در کشور چین با ۶۲ میلیارد دلار و ۱۱/۶ درصد نرخ رشد ناخالص داشته است. در هندوستان ۸/۲ نرخ رشد ناخالص و ۱۶ میلیارد دلار گردش مالی داشته است.

گردش مالی صنعت چاپ ایران با جمعیتی معادل ترکیه در عمل برابر با یک‌دهم گردش مالی صنعت چاپ کشور ترکیه است و اگر چه هم‌اکنون در سایه تحولات سیاسی داخلی و بین‌المللی نشانه‌های مثبتی برای اقتصاد کشور و به تبع آن صنعت چاپ ایران پیش‌بینی می‌شود، اما عجلاناً باید گفت که وضعیت کنونی صنعت چاپ ایران قابل قبول نیست.

با توجه به اینکه صنعت چاپ ایران، از منظر دانش‌های بنیادین، شرکت‌های معتبری که در آن فعالیت می‌کنند و با توجه به موقعیت استراتژیک کشور و سایر قابلیت‌های موجود، از پتانسیل‌های بسیار خوبی برای ارتقای وضعیت خود برخوردار است، وضعیت فعلی ایران ناشی از فاکتورهای متعددی است که برخی از آنها به صورت مقطعی و برخی دیگر از نوع دلایل بنیادی هستند.

متأسفانه در حال حاضر واردات محصولات چاپی سهم بزرگی را به خود اختصاص داده است و عبور از وضعیت فعلی و دستیابی به خودکفایی ملی نیازمند سرمایه‌گذاری‌هایی است که امید است در سال‌های آینده در این صنعت محقق شود.

البته در این عرصه کاستی‌های مهمی نیز وجود دارد که به عنوان چالش‌های عمده صنعت چاپ ایران مطرح است. برای مثال بخش عمده‌ای از چاپخانه‌های ایران با تجهیزات قدیمی و در چارچوب و فضای دولتی اقدام به چاپ می‌کنند که طبعاً تولیدات آنها با مشکلات کیفی مواجه بوده است و قیمت تمام شده آنها به هیچ وجه قابل رقابت نیست.

بنابراین برای باقی ماندن در کوران رقابت‌های بین بخشی و بین‌المللی لازم است که با درک اهمیت و نقش بلامنازع فناوری‌های نوین در طراحی، تولید و عرضه محصولات و خدمات مختلف فرهنگی و هنری و افزایش بهره‌وری و شکوفا کردن ظرفیت‌های قوی نیروی انسانی و ایجاد زمینه‌های مناسب برای

گردش مالی صنعت چاپ در کشور سالانه ۱۰۰ هزار میلیارد ریال است که بیش از ۷۰ درصد از گردش مالی صنعت چاپ کشور در حوزه چاپ‌های تجاری و صنعتی است.

براساس آمار موجود در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیش از ۵ هزار واحد چاپی در کشور فعالیت می‌کنند، صنعت چاپ توسعه روز افزونی دارد و اکنون فقط ۱۰ درصد از صنعت چاپ ایران در حوزه کتاب و نشریات است.

سالانه بیش از ۷۰ هزار تن محصول چاپی مانند کارت‌های اعتباری، هولوگرام، چاپ فلز و فرم‌ها از کشورهای همسایه به ایران وارد می‌شود در حالی که اگر همین محصولات در ایران تولید شود علاوه بر صادرات، بیش از ۲۵ هزار شغل مستقیم ایجاد خواهد شد.

در حال حاضر، حدود ۵ هزار واحد صنعتی، صنعتی و تولیدی در عرصه صنعت چاپ فعال هستند و بیش از ۵۰ هزار شغل در این حوزه برقرار است.

در این زمینه برخی تسهیلات حمایتی برای صنعت چاپ کشور مهیا شده است و به گفته مدیرکل دفتر امور چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت از محل صندوق توسعه ملی برای نوسازی و خرید تجهیزات به واحدهای صنایع چاپ کشور تسهیلات بدون محدودیت اعطا می‌کند.

تلاش برای بازنگری از قوانین مرتبط با صنعت چاپ با هدف برطرف کردن موانع، انعقاد تفاهم‌نامه‌هایی با وزارت صنعت، معدن و تجارت و صندوق توسعه ملی؛ توسعه آموزش در صنعت چاپ و پرورش نیروی انسانی، تجهیز کتابخانه‌های استانی به آثار مربوط به صنعت چاپ، حمایت از نوآوری‌های داخلی با هدف اشتغالزایی و ایجاد بسترهای لازم برای سرمایه‌گذاری جلدی در صنعت چاپ، در صدر برنامه‌های دفتر امور چاپ وزارتخانه فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار گرفته است.

اما با این حال، صنعت چاپ ایران با توجه به آمار ارائه شده در گزارش مؤسسه «اپیرا» انگلستان در ۲ سال اخیر به تدریج سهم متعارف خود را در بازار خاورمیانه به کشورهای رقیب واگذار کرده است. این در حالی است که در ۱۱ سال قبل از آن، این صنعت به طور متوسط سالانه ۸ درصد رشد را تجربه کرده بود.

در ۲ سال اخیر با توجه به رشد اقتصادی منفی در کشور رتبه این صنعت از چهارم در منطقه خاورمیانه به ششم تنزل یافت. در کشورهای منطقه، ترکیه با ۴۴/۶ درصد و به ارزش ۲/۵ میلیارد دلار در بالاترین رتبه در این صنعت و پس از آن اسرائیل، عربستان، امارات و مصر در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.

در حال حاضر سهم چاپ ایران از گردش مالی ۸۰۰ میلیارد دلاری این صنعت در جهان، تنها ۳ میلیارد دلار است.

ما اگر صنعت چاپ را با صنعت توریسم مقایسه کنیم، صنعت توریسم با توجه به اینکه در رأس آن معاون رئیس‌جمهور قرار دارد، حدود ۸۰۰ میلیارد دلار در سطح جهان گردش مالی دارد. ولی صنعت چاپ بیش از یک هزار میلیارد دلار گردش مالی دارد، یعنی ۲ برابر صنعت توریسم و گردش مالی چاپ در حوزه کتاب فقط حدود ۷ درصد است و ۹۳ درصد آن مربوط به چاپ تجاری، صنعتی، تبلیغات و مطبوعات است، برای نمونه در سال ۲۰۱۱ در کشور



و امور داخلی مجلس، حضور پیدا کرد. بخشی که به صنعت چاپ مربوط می‌شد، نقش وی در امور داخلی مجلس بوده است. آقای خجسته با اقبالی که به صنعت چاپ نشان دادند، در همان روزها بحث تشکیل این فراکسیون را مطرح کردند. وی در جلسه‌ای که در آخرین روزهای سال ۱۳۹۲ در اتحادیه چاپخانه‌داران با ما داشتند امضای ۴۱ تن از نمایندگان موافق این طرح در مجلس را به همراه آورده بودند.

خجسته از فراکسیون چاپ در مجلس می‌گوید

منتظر چراغ سبز چاپخانه‌داران هستیم

وی معتقد است: صنعت چاپ فقط به اتحاد و همدلی نیاز دارد و باید از فکر جمعی در آن حاکم باشد.

خجسته برپایی بیست‌ویکمین نمایشگاه چاپ را فرصتی برای تبلیغ و فرهنگ‌سازی در این صنعت می‌داند که چاپخانه‌داران می‌توانند در آن حاضر شوند.

وی درباره رشد و توسعه این صنعت در استان همدان نیز می‌گوید: در استان همدان نیز لازم است که بیشتر از این مورد حمایت قرار بگیرد تا بتواند سرویس بهتری به استان‌های غرب کشور بدهد.

خجسته معتقد است: تا زمانی که دست‌اندرکاران صنعت چاپ با هم متحد شوند و با هم حرکت نکنند نتیجه‌ای نمی‌گیرند و در نتیجه دیگران غالب می‌شوند. امروز در این صنعت افراد پر قدرت و تأثیرگذار زیادی داریم، اما متأسفانه فردی حرکت می‌کنند اما اگر همه با هم باشند جلوی هجمه را می‌گیرند.

خجسته می‌گوید: حال که یکی پیدا شده صادقانه از این صنعت حمایت کند، متولیان امر نمی‌آیند.

وی معتقد است: برای حمایت و پیگیری یک کار، باید آن کار از یک جایی آغاز شود تا بدانیم چه می‌خواهیم و چه کار می‌خواهیم بکنیم.

طرح موضوع فراکسیون چاپ و روند تشکیل آن تاکنون چه شرایطی داشته است؟

موضوع فراکسیون چاپ و مسائل پیرامون آن از بیستین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران در سال گذشته آغاز شد.

در این نمایشگاه امیر خجسته، نماینده مردم همدان و رئیس کمیسیون شوارها

همدان پیام: «گرفتاری ما از خودمان است که نمی‌دانیم چه می‌خواهیم؟!»

این حرف خجسته در گفت‌وگو با مجله صنعت چاپ در شهریورماه ۹۳ بود که به نقل از آن مجله پمپاژ ناامیدی به بدنه صنعت بود که خجسته آنجا گفته است اگر دوباره حرف بزند فقط می‌تواند از اینکه صنعت چاپ نمی‌داند چه می‌خواهد انتقاد کند و البته دوست ندارد فعالان چاپ را ناامید و ناراحت کند. اینکه وی درست گفته است که صنعت چاپ پیگیر نیست و احیاناً نمی‌داند چه می‌خواهد؟ دوباره به سراغ وی رفته‌ایم.

رئیس کمیسیون شوارها و امور داخلی کشور در گفت‌وگو با همدان پیام می‌گوید: سال گذشته در بازدیدی که از چاپخانه پیام رسانه داشتیم در حضور معاون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام کردم که حامی چاپخانه‌داران هستم به شرطی که خودشان هم حرکتی بکنند.

امیر خجسته اظهار می‌دارد: این موافقت از طرف همه جامعه صنعتی چاپ اعلام شد و امضاهایی هم جمع‌آوری شد، اما از آن روز به بعد تا امروز، کسی سراغ من نیامده است که بگوید چه شد؟!

وی می‌افزاید: ایجاد فراکسیون چاپ در مجلس نیز تنها منتظر چراغ سبز چاپخانه‌داران است تا حرکتی کنند و بیایند و بگویند چه می‌خواهند.

نماینده مردم همدان و فامنین در مجلس شورای اسلامی در پاسخ به این گفته چاپخانه‌داران که دولت هیچ حمایتی از آنها نمی‌کند، می‌گوید: وقتی هنوز کاری نشده است چطور حمایت کنند.

خجسته می‌افزاید: اتحاد و همفکری بین چاپخانه‌داران نیست در صورتی که چاپ صنعت مادر است و فقط نیازمند آن است که خلأهای قانونی را درست کنیم.

نمایشگاه‌های بین‌المللی چاپ رویکرد تجاری و اقتصادی داشته باشد

در تقویم نمایشگاهی داخلی گنجانده شده پس باید حتماً آن را هر سال برگزار کنیم؟ چرا به پرسه‌های زمانی ۳، ۴ ساله این نمایشگاه‌ها در کشورهای دیگر توجه نمی‌کنیم. این فاصله زمانی برای برپایی چنین رویدادهایی برای آن است که روند توسعه صنعت چاپ و چگونگی تغییر و تحول‌ها به زیبایی و دقت هرچه تمام‌تر به نمایش گذاشته شود.

وی معتقد است: برپایی این نمایشگاه‌ها در کشورهای مختلف با این هدف برگزار می‌شود که قرار است بر توسعه اقتصادی با رویکرد مناسبی تأکید کند. اما در نمایشگاه بین‌المللی چاپ تهران به نظر نمی‌رسد این رویکرد مورد توجه قرار گرفته باشد؛ زیرا جای برندهای اصلی این حوزه خالی است.

برای مثال (هایدل برگ) یک برند مطرح در حوزه چاپ است که نمایندگی آن در ایران هم فعال است، اما برخلاف آنکه بزرگترین تولیدکننده دستگاه چاپ است شاید به دلیل توجیه نشدن توسط عوامل برگزاری نمایشگاه به نظر می‌رسد شاهد حضور این برند معتبر نخواهیم بود.

وضعیت چنین برندهایی در یک نمایشگاه با عنوان بین‌المللی نمی‌تواند بیانگر اتفاق خوبی برای ما باشد. وی تأکید کرد: وقتی پای برگزاری چنین نمایشگاه تخصصی و تأثیرگذاری وسط می‌آید باید نکات مهمی مورد توجه قرار گیرد.

نکاتی که شامل این موارد باشد:

– فعال بودن دبیرخانه نمایشگاه‌های تخصصی در طول سال
– رایزنی برای به مشارکت دعوت کردن اسپانسرهای تأثیرگذار
– اتخاذ رویکرد دانش تجاری در جمع امور صنفی و صنوف نمایشگاهی

– استفاده از تجارب فعالان عرصه چاپ در عرصه بین‌المللی و مشاوران در این حوزه

– ایجاد زمینه‌های مناسب برای حضور برندهای مطرح جهان در چنین رویدادی



آن هستند که برندهای مطرح حوزه صنعت چاپ را پای کار بیاورند.

برای مثال برندهای تجاری همچون Kodak، Canon توسط برنامه‌ریزان نمایشگاه‌ها به مشارکت برای برگزاری دعوت می‌شوند.

بر این اساس برندهای بزرگ تولیدکننده حامی نمایشگاه می‌شوند و سیاست‌های خودشان را در روال برپایی این نمایشگاه‌ها اعمال می‌کند. سیاست‌هایی که در کل به تحول اقتصادی و ایجاد ارتباط‌های تجاری منتهی می‌شود.

این کارشناس بیان کرد: اسپانسر فقط حامی مالی

نیست، بلکه باید برگزارکننده‌های نمایشگاه‌های اینچنینی بتوانند از ظرفیت اسپانسرها برای به دعوت فراخوان فعالان

این حوزه نیز بهره کافی را ببرند.
فرشچی در ادامه عنوان کرد: در مقایسه نمایشگاه‌های بین‌المللی مطرح چاپ در عرصه جهانی با نمایشگاه صنعت چاپ ایران باید گفت که جای خیلی از برنامه‌ریزی‌ها و اعمال سیاست‌ها و بهره بردن از تجارب موفق در این فضا خالی به نظر می‌رسد.

در قدم نخست باید به این نکته اشاره کرد که صنعت چاپ آنقدر هم تغییر و توسعه‌اش سریع نیست که هر سال نیازمند برپایی نمایشگاه برای عرضه تفاوت‌ها باشیم. چرا فکر می‌کنیم چون این رویداد

تأثیر این نمایشگاه‌ها در اقتصاد کشور برگزارکننده به قدری حایز اهمیت است که در زمان برگزاری نمایشگاه پایتخت ایالت به آن مکان منتقل می‌شود

همدان پیام: صنعت چاپ از صنایع مهم جهانی است، تأثیرگذاری این صنعت در عرصه بین‌المللی بر هیچ کس پوشیده نیست، حال در نظر بگیرید ویترونی برای نمایش این ظرفیت شاخص در یک منطقه ایجاد شود رویدادی که قرار باشد داشته و نداشته‌های صنعت چاپ را به عرصه ظهور بکشانند، رویدادی در قالب یک نمایشگاه، به محض آنکه خبر برگزاری چنین نمایشگاهی اعلام می‌شود فعالان مطرح حوزه چاپ و بسته‌بندی از جای‌جای جهان با پیش می‌گذارند تا بهره‌برداری منطقی و معقول خود را از این فضا ببرند. نمایشگاهی همچون نمایشگاه دوسلدورف آلمان، نمایشگاه صنعت چاپ گوانگجو، نمایشگاه چائوپالاست و کانتن و چائوپرنت چین، نمایشگاه ۴ ساله دوروپا در آلمان، نمایشگاه ایپکس (IPEX) در لندن یکی پس از دیگری از جمله رویدادهای بین‌المللی در حوزه صنعت چاپ هستند که مورد توجه فعالان طرح در این زمینه بوده و هستند.

مسعود فرشچی، مدیر هماهنگ‌کننده شرکت بازدید که از برنامه‌ریزان و ارائه‌دهندگان طرح‌های صنعتی بزرگ در حوزه صنعت چاپ است، در این زمینه می‌گوید: «اصولاً در صنایع چاپ کشورها این نمایشگاه‌های چاپ و بسته‌بندی هستند که آنها را رونق می‌دهند.»

از نگاه این کارشناس، برگزاری نمایشگاه بین‌المللی چاپ در هر منطقه‌ای موجب تحول اقتصاد خواهد شد. تأثیر این نمایشگاه‌ها در اقتصاد کشور برگزارکننده به قدری حایز اهمیت است که در زمان برگزاری نمایشگاه پایتخت ایالت به آن مکان منتقل می‌شود.

فرشچی از برنامه‌ریزی‌های منسجم و اتخاذ سیاست‌های خاص در حوزه برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی چاپ اینگونه حرف به میان می‌آورد که؛ به محض پایه‌گذاری این رویدادهای بین‌المللی برایان دبیرخانه‌ای فعال ایجاد می‌شود. دبیرخانه‌هایی که حتی در سال‌هایی که نمایشگاه برگزار نمی‌شود، اما ارتباط‌شان با فعالان عرصه چاپ به قوت خود باقی است.

در روند برگزاری این نمایشگاه‌ها متولیان امور به دنبال

چاپخانه‌داران از دولت چشم‌یاری دارند

✍ مهدی ناصرزاد

همدان پیام: صنعت چاپ در نوع خود به عنوان یکی از صنایع مادر در دنیا نام برده می‌شود. هرچند انتشار اطلاعات و عکس و خبر در دنیای امروز به صورت‌های گوناگون در حال توسعه است، ولیکن آنچه تاکنون به نام چاپخانه در دنیا مصطلح بوده و هست، بیشترین بار مراوده‌های فرهنگی جوامع بشری را بر دوش دارد و بدون شک با نادیده گرفته شدن چنین صنعت دیرینه‌ای، چهره فرهنگی و تبادلات فرهنگی جوامع مانند سکه‌ای یکرویه، مخدوش و بی‌اعتبار خواهد بود.

در استان همدان صنعت چاپ با وجود سبقتی حدود ۱۰۰ ساله تا همین ۲-۳ سال اخیر رونق چندانی نداشت و در محدوده کم‌شمعایی تنها برای برطرف کردن پاره‌ای نیازهای بومی فعالیت می‌کرد. اما خوشبختانه به موازات توسعه نشریات و روزنامه در همدان، صنعت چاپ هم جان گرفت و با تأسیس چاپخانه پیشرفته و مدرنی نه تنها و بلکه بخش وسیعی از استان‌های غرب کشور از صنعت چاپ برای توسعه نشریات و برنامه‌های وسیع فرهنگی بی‌نیاز شدند. این حرف به معنی ارضای کامل استان همدان از چاپخانه و فعالیت‌های چاپی و انتشارات فرهنگی نیست؛ زیرا با توجه به برنامه‌های گسترده دولت و بخش‌های خصوصی برای توسعه همه‌جانبه استان، صنعت چاپ و چاپخانه نیز باید همزمان مراحل رشد و شکوفایی خود را بپیماید. در حال حاضر حدود ۷۰ چاپخانه در سطوح بزرگ و کوچک در نقاط مختلف استان همدان فعالیت دارند که برای همسویی و رقابت و توسعه دامنه چاپ و تنوع باید تقویت شوند. نخستین قدم برای بهبود شرایط چاپخانه‌داران تشکیل اتحادیه منسجم و قدرتمند است.

به گفته آقای حمید فرسایي وحید، رئیس امور اصناف استان همدان اقدام قانونی برای تشکیل اتحادیه مستقل چاپخانه‌داران در استان به عمل آمده و انتخابات چاپخانه‌داران برای تشکیل اتحادیه نیز پیش روی می‌باشد.

انتظار می‌رود با انتخابات آینده اتحادیه چاپخانه‌داران، بررسی مشکلات و موانع پیشرفت این صنف با جدیت بیشتری در مدار قانونی و حمایت‌های اجرایی قرار بگیرد. اما آنچه از فحوای کلام شماری از چاپخانه‌داران همدان برمی‌آید، لازمه توسعه و بازدهی سزاوارانه صنعت چاپ و به تبع آن چاپخانه‌داران تغییر نگاه مسئولانه و کارساز دولت به این صنعت و این صنف است.

یکی از موانع اصلی فعالیت و حیات بی‌دغدغه چاپخانه‌داران، لابد نگاه این صنعت به برخی واردات از خارج است که عمده چنین اجباری واردات کاغذ و جوهر و بعضاً قطعه است. چنین دغدغه‌هایی نیازمند چاره‌جویی و حمایت دولت است که در صورت تدبیر و چاره‌جویی اصولی، بیشترین بهره نصیب حوزه‌های فرهنگی در کشور خواهد شد. به نظر می‌آید انتظار چاپخانه‌داران از دولت برای همراهی و کمک، فراتر از یک چشمداشت بشود یا نشود، می‌باشد و این چشم‌یاری داشتن در این برهه زمانی برای چاپخانه‌داران بسیار حیاتی و جدی است؛ زیرا برخی فعالان عرصه چاپ و چاپخانه سختی به طریقی دیگر بر زبان آورده و اظهار کرده‌اند بی‌تفاوتی و عبور برخی دولتمردان از نیاز و خواسته چاپخانه‌داران حتی تا مرز مانع‌تراشی هم پیش می‌رود و بسیاری مشکلات ناشی از همین بی‌مهری‌هاست.

حال ناخوش یک صنعت



✍ امیر بختیاریان

بوده است و سال جاری هم تنها می‌تواند نوید بخش رونق قلمداد شود، این ۳ سال دوره‌ای سخت را به صنعت چاپ در کشور تحمیل کرده است. به همین دلیل اگر نگوئیم نفس صنعتگر چاپ به شماره افتاده است باید بپذیریم که شرایط بسیار سخت و طاقت فرسایی را تحمل می‌کند و دلیل ماندگاری او در صنعت، تعلق خاطری است که در نتیجه سال‌ها تلاش به حرفه پیدا کرده است و امیدی که به آینده دوخته تا شاید پس از این سختی، گشایش و فرصتی را برای شکوفایی تجربه کند.

بر این اساس سال ۹۴ سال مهمی است. سالی که یا باید در شکل بدبینانه‌اش فاتحه صنعت خوانده شود و یا در اثر شکل‌گیری واقعی رونق، صنعتگران عرصه چاپ پس از ۳ سال نفسی بکشند و یکبار دیگر به آینده امیدوار شوند.

دارایی صنعتگر را می‌بلعد، بلکه تراز دارایی او را هم به شدت منفی می‌کند. از سوی دیگر بی‌ثباتی در قیمت مواد اولیه هم بخش دیگری از مشکلات پیش روی صاحبان صنعت چاپ است. آنها در شرایط رکود مجبورند نسبه کار کنند و در شرایطی که نرخ مواد اولیه بی‌ثبات است تسویه توأم با تأخیر مطالبات، سود که هیچ، کفاف هزینه‌ها را هم نمی‌کند. تمام اینها به کنار، عمر فناوری هم در صنعت چاپ کوتاه است و تجهیزاتی که باید ظرف حداکثر ۳ سال بازدهی کامل اقتصادی داشته باشند به دلیل افت شدید تولید از این مهلت زمانی جا می‌مانند و در سال‌های بعدی هم به خاطر ورود تجهیزات جدیدتر هیچ وقت صاحبان خود را به نحو مطلوبی از سرمایه‌گذاری منتفع نمی‌کنند.

از آنجا که سال ۹۱ و ۹۲ دو سال بسیار سخت و رکودی

همدان پیام: صنعت چاپ جزو صنایع وابسته است؛ صنعتی که رونق آن وابسته به رونق صنایع اصلی است. از آنجا که این صنعت نقش حمایتی را در زنجیره تولید ایفا می‌کند، شکل‌گیری تقاضا در آن تابع وجود تقاضا در صنایع دیگر است و در شرایطی که این صنایع در رکود به سر می‌برند چاپ نیز ناچار به تحمل رکود است. این رکود در شرایط تورمی بسیار سهمگین‌تر است؛ چراکه سود تسهیلات، بالا و کم‌رشد است و صنایع درگیر در رکود به دلیل ناتوانی در بازپرداخت تسهیلات در عرض مدتی کوتاه با حجم بالای بدهی مواجه می‌شوند و امکان باز پرداخت آن‌هم به دلیل رکود ناممکن می‌شود. گاه حجم بدهی به علاوه بهره و جرایم دیرکرد ظرف مدت کوتاه نه تنها تمام

مدیرعامل انتشارات علمی فرهنگی:

ظرفیت دستگاه‌های چاپ بیش از نشر کتاب است

از ناشران به سوی تولید کتاب‌هایی با موضوعات ادبیات، فلسفه و جامعه‌شناسی پیش می‌روند و در واقع جامعه را دوقطبی می‌کنند، با پژوهی روشنفکری، کتابهای زرد و روانشناسی در حالی که باید حد وسط را در زمینه تولید کتاب تقویت کنیم. وی با بیان اینکه کتب زیباشناسی یک تا ۲ هزار نسخه فروش دارند، افزود: مردم به دلیل مشکلات مالی به سوی نشر روشنفکری حرکت می‌کنند.

کوثری، نقش اتحادیه ناشران را به عنوان یک سازمان غیردولتی در طراحی مناسب برای نشر مهم دانست و افزود: این اتحادیه با برگزاری جلسات مختلف با ناشران و نقد کتب، می‌تواند راه حلی برای وضعیت نامطلوب نشر پیدا کند، البته همه فکر می‌کنند این راه حل در دست وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، در حالی که انجمن‌های غیردولتی و مشارکت ناشران در این زمینه بی‌تأثیر نخواهد بود.

کوثری، از آمادگی انتشارات علمی و فرهنگی برای ساماندهی وضعیت کپی رایت و تشکیل جلسات مختلف با ناشران درمورد نیازهای مردم خبر داد و گفت: ناشران مانند یک کشتی که همه در آن جمع هستند، برای خروج از آن باید به هم کمک کنند.

مردم خلاصه خوان شده‌اند

مدیرعامل انتشارات علمی و فرهنگی همچنین درباره وضعیت کتابخوانی در کشور گفت: مردم خلاصه خوان شده‌اند و حوصله مطالعه کتاب‌های مفصل را ندارند، کتبی که قابل خواندن سریع باشد و درون‌مایه متوسط داشته باشد، بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کوثری افزود: باید کتاب‌های پرمایه و وزین را با تمهیداتی که دولت در صنعت نشر به وجود می‌آورد چاپ کنیم و البته نباید انتظار داشته باشیم همه مردم کتاب‌هایی مانند دیوان مولوی، تاریخ و غیره بخوانند، ضروری است کتبی در خور نیازهای مردم منتشر شود.

وی با اشاره به اینکه فضای مطالعه باید از محیط خانه بیرون آید، اظهار کرد: کتاب باید به گونه‌ای طراحی شود که با نیازهای مردم در ارتباط باشد طوری که مردم به دنبال کتاب‌های سانسور نشده نباشند، در غیر اینصورت بازار سیاه به وجود می‌آید.

*** کتاب متناسب با گروه‌های سنی نداریم
کوثری در ادامه، با انتقاد از اینکه کتاب متناسب با گروه‌های سنی مختلف در کشور وجود ندارد، گفت: بسیاری

همدان پیام: ظرفیت دستگاه‌های چاپ در کشور بیش از نشر کتاب است و برخی از چاپخانه‌ها در آستانه ورشکستگی هستند.

مدیرعامل انتشارات علمی و فرهنگی، با تأکید بر اینکه دولت باید فضای مناسبی برای بهتر شدن وضعیت نشر فراهم کند، گفت: برخی از چاپخانه‌ها به دلیل وضعیت نامطلوب کتاب، از دستگاه‌های چاپ برای پرینت جعبه‌های سفارشی و کالاهای مختلف استفاده می‌کنند.

مسعود کوثری در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا با اشاره به اینکه صنعت نشر باید از جایگاه ویژه‌ای برخوردار باشد، اظهار کرد: حد وسط در صنعت نشر وجود ندارد، لذا بسیاری از ناشران به چاپ کتب ضعیف روی آورده‌اند و یا فقط کتاب‌های با بسته‌بندی‌های لوکس منتشر می‌کنند.

کوثری با بیان اینکه، به طور متوسط کتاب باید خوش‌قیافه و مناسب باشد، ادامه داد: برخی از کتاب‌ها در بازار نشر با یک هزار نسخه، یک تا ۵ سال به فروش می‌رسند و برخی دیگر دارای زمان عرضه ۳ تا ۵ ساله هستند و پس از مدتی در کتابخانه‌ها گنجانده می‌شوند.



این صنف به کجا می‌رود

ک محمودرضا رده



به بهانه فرارسیدن ایام نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در تهران از ۶ دی‌ماه مطلبی به ذهنم رسید که بهتر دیدم آن را بنویسم، شاید مسئولان برگزاری و روسای اتحادیه‌ها و بزرگان از

جمله وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی و صنعت و معدن و تجارت کمی از وقت با ارزش خود را به این صنعت که در این سالیان دچار معضلات عذبه‌ای شده اختصاص دهند و فکری به حال آن کنند.

سوالاتی که بیشتر از همه موارد ذهن اعضا این صنف را به خود مشغول ساخته این است که با شرایطی که در صنعت چاپ و صنوف وابسته دیگر از جمله لیتوگرافان و صحافان حاکم است، گرفتن اعداد و ارقامی در این حد برای یک غرفه در نمایشگاه چه معنایی دارد؟

آیا بازدهی نمایشگاه این سال با ۵ سال قبل یا پیشتر قابل مقایسه است؟ چیزی که در این میان مشهود است بالا رفتن روز افزون قیمت‌ها و هزینه‌های جاری و کم شدن بازدهی و بازدیدکنندگان به علت ریسک بالای سرمایه‌گذاری و نبود اعتماد در بازار است.

در ۲ سال گذشته حدود ۱۵۰ چاپخانه و واحدهای وابسته به دلیل افزایش قیمت اقلام مصرفی و مواد اولیه همچون کاغذ، مرکب، الک، زینک و غیره و پایین بودن سفارش‌های چاپی و عدم پرداخت به موقع مطالبات چاپخانه‌ها و کمبود سرمایه که با نبود حمایت بانک‌ها به تعطیلی کشیده شده‌اند و کارگران این واحدها با بیکاری گذران عمر می‌کنند.

با یک حساب سرانگشتی ساده و احتساب ۱۰ کارگر در هر واحد چاپی ۱۵۰۰ نفر در حال حاضر از اشتغال و تولید و تأمین معاش دور شده‌اند.

این خود به تنهایی می‌تواند دلیلی باشد بر اینکه توجه خاص به صنعت مادری چون چاپ لازمه بازگشت رونق به چاپخانه‌ها است و سوال این است که با وجود این مشکلات نباید با جدیت وارد فاز برنامه‌ریزی و پیگیری مسائل این صنف شد؟ آیا برگزاری نمایشگاه صرفاً می‌تواند از عقب‌گرد و واپس زدگی مدیران این صنوف جلوگیری کند؟ با نبود امکانات ارزی و منابع بانکی و تسهیلات کم بهره و نقدینگی واردات ماشین آلات جدید و به روز ممکن است؟ آیا روسای اتحادیه‌ها نمی‌خواهند از این تفکر سنتی خارج شده و افراد کارشناس و زبده و با تجربه و متخصص را به کارگیرند؟ و صدها سوال دیگر که از حوصله این مقال خارج است.

تنها خواسته‌ای که می‌توان در حال حاضر از مسئولان امر انتظار برآورده داشتن داشت، ارائه آمار و ارقام صحیح از میزان ماشین‌آلات و نیروی انسانی و سفارشات و غیره در استان‌ها و کشور است تا علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در این حوزه بدانند در کجا و چگونه ادامه راه دهند و از سرمایه‌گذاری در حوزه‌ها و بخش‌هایی که به حد اشباع رسیده و یا توجیه اقتصادی ندارند صرف نظر کنند.

رئیس ستاد نمایشگاه بین‌المللی چاپ:

دولت به جای تأسیس چاپخانه، مواد اولیه وارد کشور کند



می‌شوند و قراردادهای خوبی هم بسته می‌شود. بنابراین تأثیر بسیار مثبت و خوبی خواهد داشت. غفاری درباره تفاوت‌های نمایشگاه امسال با سال‌های گذشته گفت: نمایشگاه امسال از لحاظ ساختار تفاوتی با سال‌های قبل ندارد اما در اجرا شاهد اصلاحات و تغییر و تحولاتی خواهیم بود. برای این کار باید طوری برنامه‌ریزی می‌شد که در نهایت توانمندی‌ها به سطحی برسد که مخاطبان که در سطح گسترده‌ای از کشور وجود دارند، تحت پوشش قرار گیرند.

وی در ادامه افزود: به طور کلی هر کالایی که تولید می‌شود ارتباطی با این صنعت دارد؛ زیرا بسته‌بندی کالا و چاپ در تولید نقش اساسی دارد. بنابراین باید این توانمندی وجود داشته باشد که تمامی کالاها را تحت پوشش قرار دهد. به همین منظور امسال در نظر داریم با ارائه برنامه‌های مفید رویکرد مثبتی به وجود آوریم.

غفاری با بیان اینکه برای رسیدن به اهداف، امسال برای نخستین بار مباحث مربوط به آموزش نیز در نمایشگاه وجود خواهد داشت، گفت: در نمایشگاه امسال برای نخستین بار در صبح و بعدازظهر تمامی روزهای برگزاری نمایشگاه کلاس‌های آموزشی خواهیم داشت.

در این کلاس‌ها قرار است مباحث مربوط به چاپ، بسته‌بندی، سرمایه‌گذاری در این حوزه و بسیاری موارد دیگر آموزش داده شود.

وی درباره تعداد شرکت‌کنندگان داخلی و خارجی در این نمایشگاه گفت: به طور کلی حدود ۵۰۰ شرکت‌کننده در این نمایشگاه حضور دارند که بیش از ۱۰۰ شرکت خارجی و ۴۰۰ شرکت داخلی هستند.

همچنین در قسمت ارزی بیش از ۱۲۰ درصد نسبت به سال گذشته و در قسمت ریالی حدود ۲۰ درصد نسبت به سال گذشته شرکت‌کننده‌ها افزایش یافته‌اند.

غفاری اما درباره مشکلات روزافزون این صنعت نیز صحبت کرد. به عقیده او مشکلات آن چنان زیاد است که

همدان پیام: بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته از ۶ تا ۹ دی‌ماه، در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

اهمیت این نمایشگاه در آن است که صنعت چاپ و بسته‌بندی در اقتصادهایی که وابسته به تولید ملی هستند از ارکان اصلی پشتیبانی تولید به حساب می‌آید. از این رو این صنعت در بسیاری از کشورها به طور ویژه مورد توجه قرار گرفته و حمایت می‌شود.

در عین حال در ایران این صنعت با مشکلات عذبه‌ای روبروست. از طرفی چون اوضاع به صورتی است که هم ماشین‌آلات و هم مواد اولیه از کشورهای خارجی وارد می‌شود نوسانات ارزی فشارهای زیادی به فعالان این عرصه وارد می‌کند و از طرف دیگر وقتی تولید ملی ضعیف است عملاً بازار این صنعت در حالت رکود به سر می‌برد.

رئیس بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات اعتقاد دارد هم ضعف تولید و هم حضور بیش از اندازه بخش دولتی در صنعت چاپ موجب خروج بازار از بخش خصوصی شده است.

جلیل غفاری در عین حال عقیده دارد در عین مشکلات بسیار زیادی که وجود دارد اما این حجم استقبال از نمایشگاه به منزله تأثیرگذاری مثبت آن است.

غفاری درباره این نمایشگاه به همدان پیام گفت: رویکرد اصلی نمایشگاه امسال تجمع همه تولیدکنندگان و فعالان در بخش مواد اولیه و بخش‌های گوناگون صنعت چاپ و بسته‌بندی است. هدف این است که در این نمایشگاه شرکت‌کنندگان با تکنولوژی‌های جدید، مواد اولیه جدید و رویکردهای مدیریتی جدید، توانمندی‌های چاپ در ایران را نشان دهند. وی در پاسخ به این سؤال که برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی را در بهبود وضعیت صنعت چاپ مؤثر می‌دانید یا خیر؟ گفت: حتماً تأثیری مثبت خواهد داشت. به‌ویژه در چنین برنامه‌هایی که به صورت تخصصی افراد دور هم جمع

سخت است آنها را اولویت‌بندی کرد. وی گفت: مشکل اصلی که وجود دارد وارداتی بودن این صنعت است. در حال حاضر ماشین‌آلات و مواد اولیه وارداتی هستند. در حالی که می‌توانستیم روی مواد اولیه‌ای همچون کاغذ و مقوا سرمایه‌گذاری کنیم ولی متأسفانه این کار را انجام نداده‌ایم. مشکل دیگری که وجود دارد حضور بخش دولتی در صنعت چاپ است. به جای اینکه بخش‌های مختلف دولتی چاپخانه تأسیس کنند، این انرژی و سرمایه روی مواد اولیه گذاشته شود تا مجبور نباشیم آنها را از کشورهای دیگر وارد کنیم. به خاطر همین خیلی از فعالان بخش خصوصی ناامید شده و کم‌کار هستند؛ زیرا اصلاً کاری وجود ندارد که انجام شود.

غفاری حل این مشکل را در عزمی ملی دانست و افزود: متأسفانه در حال سپری کردن روزمرگی هستیم. در حالی که بخش دولتی چاپخانه دارد و حتی به کار بخش خصوصی هم وارد شده است، بسیاری از فعالان بخش خصوصی عملاً بیکار شده‌اند. در حالی که بخش خصوصی باید کارهای دولت را هم انجام دهد. در این وضعیت خود به خود واحدهای خصوصی ضعیف می‌شوند و تنها کسانی کار می‌کنند که بنا بر شرایطی کارهای خوبی به دست می‌آورند. اما قدیمی‌ها توانایی کار کردن در این بخش را ندارند؛ زیرا توان مالی ندارند با بخش دولتی رقابت کنند.

رئیس بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات در پایان گفت: من موقعی می‌توانم به صنعت چاپ امیدوار باشم که کسب و کار در ایران رونق بگیرد. یعنی تولید داخلی افزایش یابد تا صنعت چاپ بتواند به ازای قدرت گرفتن فضای تولید، کار کند. در حال حاضر چندان نمی‌توان به رونق و بهبود وضعیت صنعت چاپ امیدوار بود. در یکسال گذشته اقدامات خوبی انجام شده ولی وضعیت همچنان وخیم است.

رئیس اتحادیه لیتوگرافان استان تهران می‌گوید:

آینده چاپ نیازمند حمایت مسئولان



برطرف نشود این صنف از بین می‌رود. وی مشکل دیگر که گریبانگیر صنف است را گمرک دانست و گفت: این مشکل شامل تمام فعالان در حوزه تولید و صنعت می‌شود، در حوزه چاپ، کارهای چاپی که وارد می‌شود تعرفه کمی دارد و این موجب می‌شود که واردات این کارهای به کشور افزایش یابد ولی در مقابل تمام وسایل لازم برای چاپ به طور جداگانه تعرفه گمرک دارند.

ابوالحسنی با اشاره به اینکه با این کار رقابت را برای کشورهای خارجی افزایش و در داخل کاهش می‌دهیم گفت: وقتی در داخل توان تولید را داریم باید تعرفه کارهای چاپی وارداتی بالا رود تا اشتغال در کشور افزایش یابد اگر اینگونه نشود عمداً و یا سهواً اشتغال در منطقه بهبود می‌یابد و در داخل دچار ضعف می‌شود.

وی از دعوت رئیس گمرک ایران در افتتاحیه نمایشگاه چاپ خبر داد و افزود: این وسیله مشکلات را با وی مطرح می‌کنیم که این مشکل برطرف شود. این مشکل اگر ادامه یابد تولید در کشور با مشکل مواجه می‌شود.

ابوالحسنی به موفقیت تعاونی لیتوگرافان در بهبود مواد مصرفی اشاره کرد و گفت: این تعاونی از سال ۶۲ آغاز به کار کرده است و دارای هیأت مدیره مجزاست.

وی معتقد است: اگر می‌خواهیم در منطقه حرفی برای گفتن داشته باشیم و به دنبال پیشرفت و بهبود اقتصاد هستیم نمی‌توانیم صنعت چاپ را نادیده بگیریم، زیرا تولیدات نیاز به بسته‌بندی دارد و بسته‌بندی نیز نیازمند چاپ است.

به گفته ابوالحسنی، آینده صنعت چاپ درخشان خواهد بود اگر دولت و مسئولان از آن حمایت کنند، صنعت چاپ

همدان پیام: توجه به کمبود کار، مالیات‌های سنگین و رو به افزایش مشکلی است که امروز به سراغ هر کدام از تولیدکنندگان بخش صنعت که می‌رویم از آن گله‌مند هستند و از دولت می‌خواهند چاره‌ای بیندیشد، علاوه بر آن تعرفه‌های متعدد گمرکی در واردات مواد اولیه موجب شده است به آرامی سرمایه‌گذاران عطای تولید را به لقایش ببخشند و در جای به دور از این مشکلات سرمایه‌گذاری پرسودتری داشته باشند و اگر چاره‌ای برای این مشکلات پیدا نکنیم علاوه بر کیمیا شدن اجناس با نام تولید داخل باید منتظر رشد چند برابری بیکاری در کشور باشیم.

صنعت چاپ نیز از این قاعده به دور نیست و این مشکلات گریبان آنها را نیز گرفته است، این صنعت، صنعتی پرهزینه است که با مشکلات پیش رو کمتر کسی اقدام به ورود به این حوزه می‌کند در صورتی که یکی از نیازهای کشور در راستای پیشرفت و مطرح شدن در منطقه است.

رئیس اتحادیه لیتوگرافان استان تهران و عضو ستاد برگزاری ۲۱ نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و محصولات وابسته در گفت‌وگو با همدان پیام با اشاره به اینکه دولت تاکنون اقدامی برای برطرف کردن مشکلات این صنف انجام نداده است، گفت: دولت سمنارهایی در خصوص اشتغالزایی برگزار می‌کند، اما میزان مالیات‌ها هر سال افزایش می‌یابد، به‌رغم اینکه دولت از نبود کار و مشکلات خبر دارد.

احمد ابوالحسنی مالیات را از مشکلات جدی این صنف معرفی کرد و افزود: اعضای اتحادیه با امضای طومار از اتحادیه خواسته‌اند به آنها کمک کند، اگر این مشکل

سمینار در حاشیه نمایشگاه خبر داد و افزود: در نمایشگاه ارتباط با مسئولان از جمله نمایندگان مجلس، وزرا و برگزاری میزگرد با این افراد را خواهیم داشت. همچنین معاونت اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی در نمایشگاه مستقر خواهند بود.

ابوالحسنی به امضای تفاهم‌نامه‌ای بین اتحادیه‌های صنف صنعت چاپ، دانشکده شماره ۵ چاپ و ارشاد اشاره کرد و گفت: کسانی که از بدنه چاپ هستند می‌توانند وارد دانشگاه شوند، ۵۰ درصد هزینه تحصیل بر عهده اداره ارشاد خواهد بود. همچنین امسال نقش دانشگاه در نمایشگاه پررنگ است و یک غرفه نیز دارند.

وی از افزایش ۱۲۰ درصدی متقاضیان خارجی در نمایشگاه چاپ خبر داد و گفت: با توجه به اینکه امسال زمان نمایشگاه مصادف با عید کریسمس بود، ولی با این حال ۱۲۰ درصد افزایش متقاضیان خارجی و ۲۰ درصد متقاضیان داخلی را داشته‌ایم.

وی افزود: البته متقاضیان بیشتر بودند اما به دلیل کمبود فضا امکان شرکت آنها فراهم نشد، که از سال آینده قصد داریم مشکل زمان و کمبود فضا را از میان برداریم.

ابوالحسنی نمایشگاه چاپ را یکی از برندهای نمایشگاهی در کشور دانست و گفت: این نشان دهنده جایگاه و اهمیت صنعت چاپ است.

وی در پایان از همه رسانه‌ها خواست که صدای مشکلات صنعت چاپ را به گوش مسئولان برسانند و گفت که اگر بخواهیم موفق شویم باید مثلی از اصناف، دولت و مطبوعات داشته باشیم تا ما را یاری کند.

سرمایه‌گذاری پرهزینه‌ای است و به ۲ تا ۲/۵ میلیارد هزینه نیاز دارد و در حال حاضر اگر کسی بخواهد چاپخانه‌ای مجهز تأسیس کند با وام‌های ۲۸ درصد نمی‌تواند.

یکی از اعضای ستاد برگزاری بیست‌ویکمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و محصولات وابسته گفت: برنامه بر این منوال است که نمایشگاه خروجی داشته باشد، باید بتواند تکنولوژی روز دنیا را ارائه کند، صنعت چاپ را رونق دهد و بهترین‌های این صنعت را به عنوان لیدر معرفی کند.

وی از برگزاری کلاس‌های علمی و آموزشی و

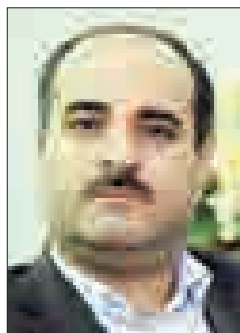




رنجش صنعت چاپ از نگاه نامهربانان دولتی‌ها



▲ نگاه دولتی به حوزه چاپ نامهربانانه است



یکی از چا پخانه داران همدان نیز از دغدغه‌های خود در این حوزه کاری گفت و افزود: نامگذاری یک روز به عنوان صنعت چاپ خود بیانگر ارزش و اهمیت این صنعت است

این صنف کند. به گفته وی، اتحادیه موجب می‌شود تا با شناسنامه‌دار شدن فعالان این عرصه، سودجویان به جای فکر به سودهای لحظه‌ای یا آتی، به فکر کیفیت و نام و نشان این صنعت باشند.

▲ صنعت چاپ صنعتی شکننده است

مدیر چاپخانه «پیام رسانه» در ادامه افزود: پس از مشکلات اقتصادی که در جامعه اتفاق افتاد یکی از نخستین جاهایی که آسیب شدیدی به آن وارد شده و سریع‌تر به محاق تعطیلی و رکود رفت، صنعت چاپ بود که مستقیماً با حوزه فرهنگ دخیل بود.

وی یادآور شد: برای اینکه بتوانیم در این صنف به بازسازی دستگاه‌های فرسوده اقدام کنیم باید حداقل تحرک را به چرخ‌های صنعت بدهیم.

طاقتی‌احسن در بخش دیگری از سخنانش به پیش‌بینی تسهیلاتی با بهره کمتر برای کمک به بازسازی صنعت چاپ تأکید کرد و افزود: باید بانک‌ها و سازمان‌های دولتی متولی، ورود پیدا کرده و بخشی از سرمایه در گردش این صنعت را تأمین کنند.

وی با بیان اینکه اتحادیه باید زیر نظر اصناف باشد، اضافه کرد: در حوزه صنعت چاپ ارشاد باید همان نقش متولی‌گری خود را حفظ کند.

این چاپخانه‌دار همدانی با گلایه از برخی سازمان‌های مربوطه که در تشکیل اتحادیه کم‌لطفی‌هایی را داشتند، یادآور شد: وزارت صنعت، معدن و تجارت نگاه نامهربانانه‌ای به صنعت چاپ داشته و در واقع به صورت یک صنعت رسمی این صنعت چاپ را نپذیرفته است که همین باعث شد از بسیاری از تسهیلات و کمک‌های دولتی بی‌بهره شویم. وی با اشاره به اینکه گرانی‌ها در صنعت چاپ خارج از عرف اتفاق افتاد، اذعان داشت: در صنعت چاپ گرانی در همه مواد اولیه به صورتی خارج از عرف اتفاق افتاد به نحوی که اگرچه در جامعه گرانی را تا دو برابر شاهد بودیم اما در صنف چاپ تا چهار برابر گرانی را تجربه کردیم.

در هر حال گوشه‌ای از دغدغه‌های این صنعت مهم که به نوعی چاپ و نشر حوزه فرهنگ را بر عهده دارد، شنیده و منعکس شد که امیدواریم مسئولان و متولیان امر در این خصوص با بکارگیری تمام سعی و تلاش خود بتوانند گره مشکلات این حوزه را باز و فتح بایی برای رشد و تعالی این صنعت متعالی شوند.

وی رونق اقتصاد فرهنگی را از اهداف دولت تدبیر و امید معرفی کرد و گفت: استان همدان با وجود شهر لالچین که به عنوان مرکز سفال، یک شهر فرهنگی است می‌تواند در این زمینه اثرگذاری خوبی داشته باشد.

به گفته عبادی، تقویت صنایع دستی می‌تواند در زمینه چاپ و بسته‌بندی نیز رونق ایجاد کند و این موضوع از مزیت‌های استان است، بنابراین برای توسعه و ارتقای تولیدات به‌ویژه تولید محصولات فرهنگی باید سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی داشته باشیم و آنها را تقویت کنیم.

وی معتقد است: وقتی آنها بتوانند در عرضه و صادرات کالای خود اقداماتی را انجام دهند، در کنار آن زمینه‌های پیشرفت صنعت چاپ و نشر نیز در استان فراهم خواهد شد.

عبادی با بیان اینکه هدف مسئولان رونق فعالیت‌های فرهنگی اقتصادی است، افزود: این دو موضوع مکمل یکدیگر است.

وی با اشاره به اینکه توسعه ظرفیت‌های صنعتی جزو برنامه‌های دولت تدبیر و امید است که در استان نیز توسط استاندار انجام می‌شود، افزود: ارتقا و پیشرفت این ظرفیت و توسعه کارخانجات و صنایع استان موجب می‌شود که نیاز به بسته‌بندی در استان افزایش یابد و سبب رشد صنعت چاپ خواهد شد.

به گفته وی، با توجه به مرکزیت همدان در غرب کشور شاهد هستیم که کارهای چاپی استان‌های همجوار در استان ما انجام شود؛ زیرا با توجه به موقعیت و توان چاپی استان، چاپخانه‌های مشتریانی را از مناطق غرب کشور دارند.

عبادی معتقد است: آموزش باعث ارتقای کمیت و کیفیت هر حوزه می‌شود و فعالان صنعت چاپ نیز مانند سایر حوزه‌ها نیاز به آموزش دارند، آموزش‌های بلندمدت که از طریق دانشگاه‌ها و مراکز علمی کاربردی که در این زمینه فعال هستند و تسهیلات و امکانات لازم نیز فراهم است که متقاضیان می‌توانند توان تخصصی خود را بالا ببرند.

وی در پایان از برگزاری کارگاه‌های آموزش فصولی خبر داد و افزود: توجه جدی به امر آموزش کوتاه مدت در اولویت قرار دارد، برنامه‌ریزی شده است که در هر فصل یک کارگاه آموزش جهت رشد و ارتقای توان چاپی و نیروی انسانی شاغل در این حوزه برای چاپخانه‌داران استان راه‌اندازی کنیم.

صنعت چاپ همدان امروز با دست و پا زدن در فقر امکانات، از نگاه نامهربانان دولتی‌ها نیز رنج می‌برد. یازدهم شهریور ماه با هویت‌دار کردن این صنعت روزی به یادماندنی را برای دست‌اندرکاران این حوزه تداعی می‌کند چراکه این صنعت پس از دو قرن قدمت، روزی را به نام خود ملی کرد.

تلاشگران و صنعتگران این حوزه با تحمل زحماتی همواره خواهان نامگذاری چنین روزی به نام صنعت خود بودند و امیدوار بر اینکه این حوزه بتواند از اعتبار فعالان حوزه چاپ دفاع کند.

با وجود همه اینها امروز شاهدیم که فعالان عرصه چاپ از نبود امکانات در این حوزه رنج برده و با دست‌افزارهایی که کهنه، فرسوده و به روز نیستند، دست و پنجه نرم می‌کنند.

همه ما می‌دانیم امکانات در هر حوزه‌ای به ویژه حوزه چاپ از نخستین مسائل مورد نیاز است که باید متولیان امر در این زمینه پای کار آمده و به فعالان این حوزه کمک کنند.

اما آنچه در این میان مهم است اینکه این حوزه نیازمند یک اتحادیه است تا بتواند خود را به سر منزل مقصود برساند زیرا اتحادیه در صنف چاپ یکی از مسائل اساسی و مهم است و هر صنفی با مراجعه به اتحادیه خود می‌تواند مسائل و مشکلات خود را پیگیری کند اما وقتی حوزه چاپ با چنین کمبودی مواجه می‌شود، دیگر نباید انتظار پیشرفت از این حوزه داشت.

▲ رونق صنعت چاپ گامی مؤثر در توسعه



صنعت چاپ یکی از راهکارهای توسعه استان است که این توسعه را می‌توان افزایش کارخانجات رونق دهد. در حال حاضر ۸۵ درصد از امور چاپی استان مربوط به بسته‌بندی است

که با رونق صنایع در منطقه طبیعتاً این موضوع نیز افزایش می‌یابد، توجه به صنایع دستی نیز در توسعه این صنعت بی‌تأثیر نیست که علاوه بر رونق چاپ معرفی و عرضه این محصول را نیز در پی دارد. اما در این میان توجه به آموزش و پرورش، نیروهای متخصص و تحصیلکرده نباید فراموش شود؛ زیرا افزایش سطح علمی بهبود و افزایش راندمان کاری را در پی خواهد داشت.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان در گفتگو با همدان‌پیام وضعیت صنعت چاپ و نشر در استان را نسبت به سایر استان‌های کشور مطلوب دانست و گفت: از نظر جایگاه زیرساخت‌ها و امکانات چاپی همدان از ۱۰ استان برتر کشور است. فاضل عبادی افزود: در این زمینه سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌های مناسبی فراهم شده است و دستگاه‌های که در سطح استان فعال هستند وضعیت مطلوبی دارند. وی بسته‌بندی را یکی از راهکارهای توسعه و پیشرفت استان در زمینه چاپ عنوان کرد و گفت: در حال حاضر ۸۵ درصد از کارهای چاپی استان مربوط به این حوزه است.

عبادی از محقق شدن اتحادیه چاپخانه‌داران در سال جاری خبر داد و افزود: راه‌اندازی تشکیلات صنفی از برنامه‌های مابوده است که امسال محقق شد و با همکاری اصناف اتحادیه چاپخانه‌داران مجوز دریافت کرد.

مدیر چاپ حدیث کوثر:

اتحاد و ارتباط بین وزارت صنایع و ارشاد وجود ندارد

■ صنعت چاپ در کشور ما مظلوم واقع شده است

■ بخش امنیتی و اصالت دهی به اسناد یکی از رویکردهای چاپ است

زمینه چاپ فعال است حدود ۵۷۰ هزار کارمند فعال است و ۸۸ میلیارد یورو ترنوال برآورد مالی آنها در سال ۲۰۰۳ بوده است در کشور صنعتی مانند ژاپن آلمان یا آمریکا چاپ صنعت ریز دهم آنها محسوب می شود در کشور ما ۲۸ مین صنعت کشور است و این نشان می دهد ما در این زمینه به صورت استراتژیک فکر نکردیم.

از سوی دیگر جهت گیری آینده چاپ در جهان بر مبنای مفهوم دیجیتالی شدن است به هر حال چاپ در همه طبقات و ابعاد خود به سمت بهره گیری از فرآیندهای دیجیتال رشد پیدا می کند یعنی در بستر دیجیتال یا چاپ سریع روش های مختلف چاپ مانند افست، گراول، چاپ های سریع و بدون فصل، چاپ های امنیتی و خاص، تبلیغاتی، تجاری می توانند رشد داشته باشند و این امر نشان می دهد چاپ در دنیا در همه شیوه ها پیشرفت داشته است.

یکی از مشکلاتی هم که امروز چاپ های ما دارند این است که فکر می کنند دنیا دارد به سمت دیجیتالی می رود دیگر چاپ در چاپ افست و گراول و... یا بخش های سنتی توسعه ندارد در صورتیکه چاپ دیجیتال در مفهوم عام مقوله ای فرا محتوایی است. عملکرد چاپ دیجیتال در مفهوم خاص منظور چاپ هایی است که در ماشین آلات دیجیتالی مانند پرینترهای رو میزی و سریع یا پرینتر در شمارگان متوسط به کار برده می شود.

صالحی در ادامه اظهار داشت: تولید کنندگان در صنعت چاپ بر آن هستند که زمینه چاپ های امنیتی و اصالت دهی به تولیدات خود را وارد عرصه های جدید تری کنند امروز دنیای چاپ خصوصا در زمینه بسته بندی دارویی، بهداشتی و لیبل به این نتیجه رسیده است که لیبل ها یا محصولات تولید کنند که قابل جعل و شبیه سازی نباشد به دلیل اینکه در همه بخش های دارویی و همه بخش های تولیدات اجتماعی ما با شبیه سازی تولیدات غیر اویژنال که آسیب های سنگینی هم به دنیای اجتماعی زندگی مردم وارد می کند روبه رو هستیم. به همین دلیل بخش امنیتی و اصالت دهی به اسناد یکی از رویکردهای چاپ است که در ۱۰ سال اخیر پیشرفت خوبی داشته است.



از رانت های دولتی، عدم امکان نظارت واحد های نظارتی، جذب سفارش های کلان بخش خصوصی برشمرده. به اعتقاد مدیر چاپ حدیث کوثر با رفع مشکلات در بخش فرا صنعت می توان رشد سرمایه گذاری ۳۰۰ تا ۴۰۰ درصدی را در صنعت چاپ پیش بینی کرد. وی در ادامه به جایگاه صنعت چاپ در جهان پرداخت و گفت: در ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا ۱۲۰ هزار چاپخانه در

با محصولات آنها نیست اما در دنیا همه این موارد در بخش های خصوصی انجام می شود. در کشور ما علی رغم تأکیدات قانون اساسی بر شاهد توسعه در بخش های چاپخانه های دولتی هستیم به همین دلیل اکثر چاپخانه های خصوصی ما ورشکست می شوند با این روند وجود اتحادیه بی معنا است چون نمی تواند نظارتی داشته باشد. وی از جمله دلایل توسعه چاپخانه های دولتی را استفاده

همدان پیام: صنعت چاپ در کشور ما مظلوم واقع شده است هزینه های که در حال حاضر دریافت می شود با ۱۰ یا ۱۵ سال فرقی نکرده است اما این در صورتی است که قیمت مرکب ۵ هزار تومانی به ۷۵ هزار تومان افزایش یافته است که این موضوع بیانگر آن است که یعنی نتوانسته ایم به خوبی مدیریت کنیم.

این مقدمه کوتاه بخش از سخنان عباس محمد صالحی مدیر چاپ حدیث کوثر در گفتگو با خبرنگار ما است. صالحی در این گفتگو به مزیت ها و فرصت های صنعت چاپ در ایران اشاره می کند و معتقد است وجود شرایط جمعیتی و جغرافیایی خوب، بهره گیری از نیروی کار ارزان و فراوان، بهره گیری از صنایع دانشی دانشگاهی و افراد تحصیلکرده، بازارهای های داخلی و مذهبی خوب وجود سرمایه گذاران قدرتمند و توانمند، می تواند زمینه توسعه در عرصه چاپ را فراهم می کند.

وی در مورد وضعیت چاپ در ایران هم اینگونه توضیح می دهد بانک اطلاعات دفتر امور چاپ وزارت ارشاد در آذر ۹۲ گزارش داده بود که کل مجموع ماشین آلاتی افست در ایران بیش از ۳ هزار ۲۰۰ است، دیجیتال ۱۱۷۰، فلسکو ۱۱۳، اسکرین و تامپو ۶۲۹، لیتوگرافی ۴۷۱، چاپ های خاص ۵۱ مورد اما متأسفانه دلایلی که ما نمی توانیم به این آمار اتکا کنیم این است که ملاک شمارش و آمار وزارت ارشاد بر اساس مجوز هایی است که این چاپخانه ها یا کارگاهها از وزارت ارشاد دریافت می کنند در صورتی که خیلی از مجوزها را وزارت صنایع می دهد یعنی اطلاعات این دو وزارت خانه با یکدیگر مشترک نیست.

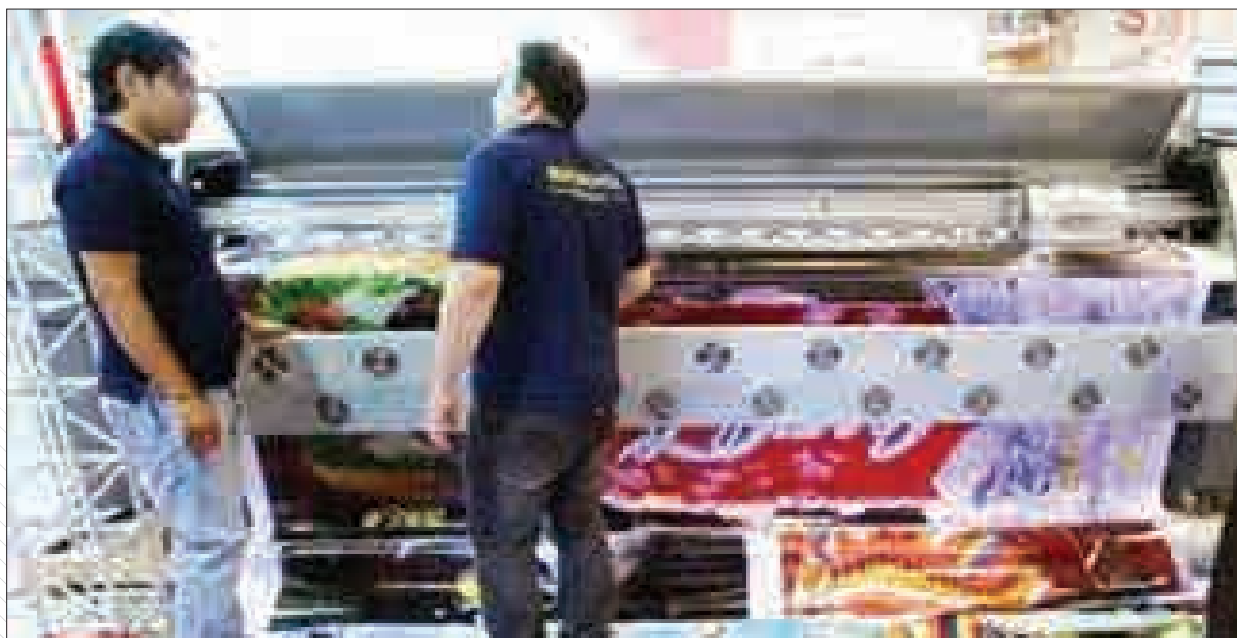
از سوی دیگر آمار ی از واحد های تعطیل شده نداریم و یا اینکه در ایران بسیاری چاپخانه ها داخل واحد های تولیدی هستند همچنین به سری از چاپخانه ها در واحدهای دولتی هستند با این تفاسیر می توان گفت خیلی از چاپخانه ها در آمار آنها قرار ندارند.

این مواد از جمله مشکلاتی است که وجود دارد چون اتحاد و ارتباطی بین وزارت صنایع و ارشاد به صورت مکانیزه و سیستماتیک وجود ندارد بنابراین آمار ها هم دقیق نیست به همین دلیل نمی توان استراتژی درستی هم برای صنعت چاپ تعریف کرد.

همچنین بنا بر آمار ارشاد مجموع کل واحد های چاپی ۵ هزار و ۹۰۰ مورد اعلام شده است در حالیکه تعداد بیش از این است. وی در ادامه در پاسخ به این سوال که با وجود این مزایا چرا صنعت چاپ ما در بازار جذب نمی شود گفت: این موضوع به دو مشکل داخل صنعت چاپ و فرا صنعت چاپ باز می گردد.

وی مشکلاتی داخل صنعت چاپ و فرا صنعت را وجود عرضه کنندگان و توزیع کنندگان و فروشندگان بی ثبات، مشکل در تهیه مواد اولیه مورد نیاز داخل، دستمزدهای پایین در تولیدات چاپ، معضلات که در اتحادیه ها و انجمن های مرتبط وجود دارد، پراکندگی چاپخانه ها در سراسر شهر و نبود اتحادیه توانمند و یکپارچه، ریسک های سرمایه گذاری سنگین در صنعت چاپ به دلیل ترس از عدم بازگشت سرمایه نبود حمایت های منطقه ای و اصولی بانکی عنوان کرد.

صالحی در مورد توسعه چاپخانه های دولتی هم اظهار داشت: متأسفانه از سال ۸۷ و ۸۸ توسعه سریع چاپخانه های دولتی مانند سپاه، نیروی انتظامی و... را شاهد بودیم به دلیل اینکه محصولات بخش خصوصی قابل رقابت





محمد رضا سزوار مدیر عامل گروه همتا:

نبود نیروی آموزش دیده بزرگترین چالش صنعت چاپ است

کنند. در سرمایه‌گذاری که بر اساس مشتری محوری کار می‌کنند این مشتریان به خاطر افزایش تعداد شرکت‌های سرمایه‌گذاری کم می‌شوند و رقابت روی قیمت متمرکز می‌شود. اما هر روز قیمت‌ها کاهش می‌یابد. در ادامه همه معترضند که چرا چاپخانه‌ها ورشکست می‌شوند یا نباید مالیات از آنها گرفته شود در حالیکه می‌شد از ابتدا روی سرمایه‌گذاری مطالعه کرد تا به این مشکلات در صنعت چاپ مبتلا نشویم.

در مورد خدمات پشتیبانی پس از فروش دستگاه‌های حوزه چاپ و بسته‌بندی هم توضیح دهید؟

شرکت ما سال گذشته جایزه "شعف مشتری" را از خاورمیانه دریافت کرد. در دنیای امروز به مشتری به دید مشتری یا منبع پولی نگاه نمی‌کنند. در این زمینه در جهان تفکری بزرگتر از مشتری‌مداری به نام "شعف مشتری" آمده است.

راضی کردن مشتری کار ساده‌ای است. در حالیکه باید مقوله‌ای با نام "شعف مشتری" داشته باشیم که بیش از رضایت است این مقوله برنامه‌هایی را برای خیلی بیشتر راضی بودن مشتری‌ها ارائه می‌دهد که یکی از این برنامه‌ها خدمات است. برای مثال ارائه خدمات آنلاین در کشور ما به دلیل وجود فرهنگ سنتی خیلی کار سختی است. مشتریان ما در فرهنگ سنتی به گونه‌ای نیستند که با مراجعه به وب سایت محصولی را سفارش بدهند در حالیکه ما می‌گوییم اگر قطعه از طریق وب‌سایت سفارش داده شود تخفیف ۱۰ درصدی برای آنها در نظر گرفته خواهد شد دادن این تخفیف برای ما فرقی نمی‌کند چون به دنبال فرهنگ سازی در عرصه چاپ هستیم و تلاش می‌کنیم این فرهنگ سازی توسط ما صورت بگیرد تا افراد بتوانند این دردرس را قبول کنند بروند در وب سایت قطعه را سفارش بدهند و تخفیفی دریافت کنند.

موضوع دوم اینکه در خدمات پس از فروش باید نیروی آموزش دیده داشته باشیم؛ چراکه در حال حاضر خدمات آنلاین در جهان به شدت مد شده است و شرکت ما با عنوان "گروه همتا" جز معدود شرکت‌هایی است که این خدمات را در اختیار مشتریان قرار داده است تا آنها مستقیماً با شرکت‌ها خارجی ارتباط داشته باشند.

ارائه خدمات آنلاین ۵ سال است که در این شرکت راه‌اندازی شده است. ما به دنبال جلب رضایت مشتری هستیم. معتقدیم رضایت مشتری با درست شدن دستگاه به دست می‌آید، اما شعف مشتری زمانی به دست می‌آید که شما بتوانید کاری کنید لبخند روی لب آن خریدار و سرمایه گذار بنشیند. با این تفاسیر دوست دارم پیشرفت صنعت چاپ را در کشور بینیم و سرمایه‌های خوب در حوزه‌های جدید جذب کنیم.

می‌بیند نمی‌تواند پای تجهیزات به روز دنیا کار کند. بنابراین به نظر من بزرگترین چالش در حوزه صنعت چاپ کشور نبود نیروی آموزش دیده است.

*فاصله ایران با کشورهای منطقه چگونه است؟

به عقیده من در ایران مهمترین چیزی که در هر تجارتی باید در نظر گرفته می‌شد مزیت رقابتی است. در هر کارگاه کوچک و بزرگ باید نمودارها برای شناسایی مزیت رقابتی و فرصت‌ها کشیده شود.

در ایران مزیت رقابتی نیروی آموزش دیده و سرمایه‌گذار می‌توانیم داشته باشیم در حالیکه اینگونه نیست به عقیده من بزرگترین مشکلات را باید در مسائل فرهنگی جستجو کرد.

برای مثال در همین نمایشگاه صنعت چاپ، شرکت نمایشگاه‌ها کاری با شرکت‌های بزرگ انجام داده است که چندین سال است این شرکت‌ها که در صنعت چاپ نمایندگی شرکت‌های خارجی هستند حاضرند در نمایشگاه خارجی شرکت کنند اما در این نمایشگاه شرکت نمی‌کنند و متأسفانه کسی هم دلیل آن را سوال نمی‌کند.

بنابراین این فاصله دلایل فرهنگی دارد، اتحادیه‌های چاپ جهان با هم ارتباط می‌گیرند. حتی این اتحادیه‌ها در سطح جهان می‌توانند دولت‌ها و شرکت‌های نمایشگاهی را موظف کنند به آنها امکانات ارائه دهند در حالیکه در اتحادیه ما علاوه بر اینکه نیروی جوان حضور ندارد انتخابات آنها به صورت سنتی انجام می‌شود و متأسفانه این تفکر سنتی اجازه نمی‌دهد که سبک جدید را درک شود.

من معتقدم اول فرهنگ‌سازی و دوم مدیریت این کار فرهنگی می‌تواند در خروج از این پیچیدگی به ما کمک کند. در فرهنگ‌سازی باید بخواهند که چاپخانه‌داران به جای تملق از اتحادیه‌ها تلاش کنند اتحادیه‌ها را مدرن کنند. از اتحادیه‌ها کار جدید خواسته شود، از سوی دیگر اتحادیه‌ها گالیه دارند و می‌گویند دولت برای آنها چه کار کرده است در حالیکه دولت‌ها قرار نیست کاری کنند. اتحادیه‌ها باید آنقدر قوی باشند که دولت بگوید این کار را انجام می‌دهد. ما در حال حاضر خلاهای سرمایه‌گذاری داریم اما از آنجایی که نیازمند دانش و مدیریت هستیم اکثر سرمایه‌گذاران به آن سمت نمی‌روند، یعنی نمی‌خواهند این ریسک را بکنند. مدتی روی سرمایه‌گذاری دانش محور کار

مدعی قوی بودن در همه صنایع را داریم اما رشد آنچنانی برخوردار نیستیم برای مقایسه چاپ ایران بهتر است از صادرات صحبت نکنیم، به دلیل اینکه ما یکی از بزرگترین وارد کنندگان صنعت چاپ در منطقه خاورمیانه هستیم با این حال بسیاری رویای صادرات دارند و برای این منظور محصولات چاپی در یک مقاطع کوچک انجام می‌دهند اما اینکه گفته شود صادر کننده صنعت چاپ محسوب می‌شود اینگونه نیست.

دلیل اینکه نمی‌توانیم در بازارهای صنعت چاپ به رقابت بپردازیم این است که ابزارهای رقابتی لازم را نداریم، برای مثال در حال حاضر ترکیه به دلیل حضور گسترده همه بازارها به قطب صنعت چاپ منطقه تبدیل شده است.

از سوی دیگر اکثر متولیان و مدیران صنعت چاپ ما

مدیران سنتی هستند که دانش لازم را ندارند، بنابراین همه تقصیرها را گردن دولتی‌های می‌اندازند در حالیکه اگر از آنها پرسیده شود که برای صادرات صنعت چاپ و محصولات چاپی چه اقداماتی انجام شده است می‌گویند کاری صورت نگرفته است.

بنده در سفری که به عراق داشتم بازار این کشور را بازاری فوق العاده بکر و عالی دیدم بطوریکه گستردگی صنعت چاپ آنها با توجه به نفتی که می‌فروختند روز به روز بیشتر می‌شود.

*با این روند در کشور ما صنعت چاپ را چگونه می‌توان توسعه داد؟ توسعه از دانشگاه‌ها آغاز می‌شود. در تمام جهان مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها علم را تولید می‌کنند و دانشجویان سرمایه‌گذاری

می‌کنند. سرمایه‌گذاران هم از آنجا که معتقدند علم تولید شده در دانشگاه‌ها ارزان تر است به گونه‌ای سرمایه‌گذاری می‌کنند تا افرادی که دانش لازم را دارند جذب شرکت‌های خود کنند. بطوریکه امروزه اگر به عنوان یک مجموعه چاپی پیشرفته‌ترین دستگاه‌های چاپ جهان را هم در مجموعه خود نصب کنید، چالش اصلی شما اپراتورهای است که باید با این دستگاه‌ها کار کنند.

به عبارتی می‌توان گفت ما فاقد نیروی انسانی حرفه‌ای و آموزش دیده توسط دانشگاه‌ها هستیم البته این موضوع را نمی‌توان تقصیر دانشجو انداخت، به دلیل اینکه ابزار لازم در دانشگاه‌ها وجود ندارد چراکه دانشگاهی که پیشرفته‌ترین دستگاه را ندارد و دانشجو با ماشین ۳۰ سال پیش آموزش

همدان پیام: محمد رضا سزوار، مدیر عامل گروه همتا بر این عقیده و باور است که ایده و عقیده تجارت خیلی سریع تغییر می‌یابد و ما امروزه با جامعه جدید، شبکه‌های اجتماعی، بحران اقتصادی و سرمایه‌گذاری بسیار هوشمند مواجه هستیم و مشتریان ما خواستار تحول هستند بنابراین هدایت مشتری به بهترین نحو برای سرمایه‌گذاری تجاری باید در اولویت باشد.

از سزوار در خصوص خدمات پشتیبانی پس از فروش دستگاه‌های حوزه چاپ و بسته‌بندی

پرسیدیم که اگر بخواهیم محتوای نظرات او را در جمله‌ای خلاصه کنیم این است که در دنیای امروز به مشتری به دید مشتری یا منبع پولی نگاه نمی‌کنند. در این زمینه در جهان تفکری بزرگتر از مشتری‌مداری به نام "شعف مشتری" آمده است و زمانی به دست می‌آید که شما بتوانید کاری کنید لبخند روی لب آن خریدار و سرمایه‌گذار بنشیند.

او درباره وضعیت چاپ و بسته‌بندی در ایران هم معتقد است: اکثر متولیان و مدیران صنعت چاپ ما مدیران سنتی هستند که دانش لازم را ندارند، بنابراین همه تقصیرها را به گردن دولتی‌ها می‌اندازند در حالیکه اگر از آنها پرسیده شود که برای صادرات صنعت چاپ و محصولات چاپی چه اقداماتی انجام شده است می‌گویند کاری صورت نگرفته است.

به گفته مدیر عامل گروه همتا، نبود ابزارهای رقابتی باعث شده کشور ما نتواند در بازارهای صنعت چاپ به رقابت بپردازد. محصل این گفتگو را در ادامه می‌خوانید.

حاجیه صنعت چاپ را در ایران و جهان چگونه ارزیابی می‌کنید؟

زمانیکه صحبت از صنعت چاپ می‌شود برعکس تصویری که ما در ایران از این صنعت داریم همه تمرکز بر روی چاپ کتاب، بروشور، مجله و... می‌رود، در حالیکه صنعت چاپ از گستردگی بیشتری برخوردار است از گوشی موبایل تا کیبورد، داشبورد ماشین، سرامیک کف سالن‌ها، ظرف‌های چینی کاغذهای دیواری و خیلی از این مواردی که در اطراف خود مشاهده می‌کنیم در حالیکه شاید این تصور را نداشته باشیم که اینها قسمت‌هایی از صنعت چاپ هستند.

به عبارتی صنعت چاپ جزو ۱۰ صنعت اول جهان محسوب می‌شود و از گردش مالی خوبی برخوردار است، مسلماً در کشورهای صنعتی گستردگی صنعت چاپ به مراتب نسبت به کشورهای در حال توسعه بیشتری است. با نگاهی به محصولات وارداتی متوجه می‌شوید بر برخی از محصولات هزینه بسته‌بندی ۶۰ درصد هزینه آن محصول را شامل می‌شود. یعنی سرمایه‌گذاری روی بسته‌بندی به مراتب سرمایه‌گذاری است که بر روی خود محصول می‌کنند.

اما در ایران متأسفانه ما برعکس عمل می‌کنیم با اینکه

یک چاپخانه امن چه ویژگی‌های دارد

تقلب در بسته‌بندی بیشتر به صورت جعل اتفاق می‌افتد. یعنی تولید بسته‌بندی مشابه اما با محصول تقلبی انجام می‌شود. اکثر تولیدکنندگان برای جعل محصولاتشان درصدی احتمال قاتل هستند. به طور مثال تا ۵ درصد را نادیده می‌گیرند و به سراغ ایجاد خصوصیت‌های امنیتی در کار نمی‌روند، زیرا سرمایه‌گذاری در این بخش به‌طور نسبی بالاست. اما اگر میزان جعل افزایش یافت به تولیدکننده لطمه وارد می‌کند. پس بهتر است از آیت‌های امنیتی در کار استفاده شود و در این بخش سرمایه‌گذاری کنند. برای سرمایه‌گذاری در ایجاد امنیت در بخش تولید، ابتدا باید بررسی شود که جعل از چه کانالی اتفاق افتاده است. با تعبیه رمزها و موارد خاص مخفی در چاپ می‌توان مسیر فوق را دنبال نمود. به این مفهوم که آیا جعل در اثر خروج نمونه‌های اصلی از چاپخانه و مسیر تولید تا تحویل صورت پذیرفته است یا آن که اساساً نمونه چاپی تقلبی است.

اگر محصول جعل شده باشد نیاز به یک سری المان‌های امنیتی در طراحی، متریا و یا چاپ است. طراحی امنیتی ارزان‌ترین آنهاست. اما اگر محصول از چاپخانه خارج شده باشد نیاز به سیستم کنترل همه جانبه و همان گردش کار در محیط چاپخانه است که پیش‌تر توضیح داده شد.

برای این مراحل در نظر گرفته شود. در غیر این صورت به ناچار مواد در جای دیگری باید نگهداری شود، که همین امر می‌تواند راهی برای خروج غیرقانونی محصول از چاپخانه باشد.

یکی دیگر از مسائلی که به بالا بردن امنیت چاپخانه کمک می‌کند، مشخص کردن حوزه اختیاری هر یک از کارکنان است. اینکه هر کدام از پرسنل موظف به انجام چه کاری است و در چه بخش‌هایی می‌تواند تردد داشته باشد. نه تنها نیروی انسانی، بلکه چگونگی گردش مواد مصرفی، لیفتراک، پالت کاغذ و... همه در قالب یک گردش کار صحیح حل می‌شود. در تعریف گردش کار، تمامی بخش‌های چاپخانه از پیش از چاپ تا پس از چاپ تعیین می‌شود.

در مقوله بسته‌بندی با خارج کردن یکی دو تا برگ چاپ شده اتفاقی نمی‌افتد. حداقل یک تخته کار چاپی باید خارج شود تا بتواند برای کسی صرفه اقتصادی داشته باشد.

*جعل به دو صورت اتفاق می‌افتد:

۱- مشابه جعلی محصول ساخته می‌شود (fake)

۲- نمونه اصل به سرقت رفته مستقیماً استفاده و یا دست‌کاری شده و اطلاعاتش تغییر پیدا می‌کند (Counterfeit) و سپس مصرف می‌شود.

کلیه عملیات در هر مرحله تحت کنترل باشد، شاید در یک چاپخانه معمولی نیازی به تمهیدات خاص امنیتی دیگر نباشد.

یکی از مواردی که در جریان گردش کار رابطه مستقیم با ایمنی محصول دارد، جدایی بخش‌های تولید، انبار و اداری به صورت فیزیکی از یکدیگر است. بخش تولید و انبار می‌بایست از یکدیگر مجزا و مستقل باشند. انبار ضایعات، محصول و مواد اولیه نیز بهتر است از یکدیگر جدا باشند. در انبار ضایعات پسماند، زباله و پوشال محصولات تولید شده جمع‌آوری می‌شود که اگر جنبه امنیتی داشته باشد، باید امحا شود.

البته در مقوله بسته‌بندی کمتر بحث امحای محصول پیش می‌آید. برای این بین بردن باطله‌ها در این بخش می‌توان، به یک برش طولی از وسط کار اکتفا نموده و سپس باقیمانده را به ضایعات سپرد.

در فرآیند تولید همچنین بخش‌هایی وجود دارد که نیاز به انبارداری موقت است. به طور مثال در طول فرآیند بسته‌بندی پس از چاپ برای انجام عملیات تکمیلی (مثل خط و تیغ) نیاز به انبار موقت اوراق چاپ شده است. یا برخی کارهای چاپی که دو رو چاپ می‌شوند. بهتر است فضایی مجزا با در نظر گرفتن حجم تولید، اندازه و ضخامت کاغذ

همدان پیام: چاپخانه به عنوان محل تولید محصول بسته‌بندی در ایمنی محصول نقش مهمی دارد؛ زیرا نبود تمهیدات ایمنی در فضای چاپخانه می‌تواند مدخلی برای خروج محصولات و یا کپی و جعل آنها باشد.

اگر چه چاپخانه‌های معمولی که چاپ بسته‌بندی انجام می‌دهند همانند چاپخانه‌های اوراق بهداشتی به سیستم‌های امنیتی احتیاج ندارند ولی به هر حال برای کنترل داشتن و اطلاع دقیق از آنچه در محیط چاپخانه اتفاق می‌افتد، نیاز به جریان گردش کار اصولی و حساب شده است.

اگر در یک چاپخانه جریان گردش کار صحیح انتخاب شود، به خودی خود مسأله ایمنی محصول در محیط چاپخانه لحاظ شده است. وجود جریان گردش کار، مانع از جابه‌جایی بی‌مورد و چندباره محصول در محیط چاپخانه می‌شود که خود این مسأله می‌تواند از ایمنی کار بکاهد.

گردش کار با سفارش مشتری آغاز می‌شود. تمامی اطلاعات سفارش بروی برگه سفارش ثبت می‌شود که در تمام مراحل تولید، همراه سفارش است.

تیراژ کار، درصد باطله پیش‌بینی شده (که به طور معمول ۲ درصد حجم کل کاغذ چاپی است)، نوع عملیاتی که قرار است انجام بگیرد و در نهایت نحوه بسته‌بندی و تحویل در برگه سفارش قید می‌شود. وقتی به این شکل

صدها قدم

عقب‌تراز

کشورهای همسایه

همدان پیام: استاد گرافیک با تأکید بر اینکه طراح بسته‌بندی که فارغ‌التحصیل چنین رشته‌ای باشد وجود ندارد، گفت: چرا سفال و سرامیک ایرانی به دلیل نداشتن بسته‌بندی مناسب به فروش نمی‌رسند، اما جنس چینی که کیفیتش پایین‌تر است جایگزین تولیدات ایرانی می‌شود؟ ما در حوزه بسته‌بندی صدها قدم از کشور همسایه خود، یعنی ترکیه عقب‌تر هستیم و این بزرگترین معضل در حوزه صادرات است.

به گفته وی، جامعه ما حدود ۵۰ سال با نظام آموزشی در حوزه بسته‌بندی فاصله دارد این درحالی است که امروزه بسته‌بندی کالا حرف نخست را در ارائه و بازاریابی می‌زند.

این گرافیست با تأکید بر اینکه طراح بسته‌بندی که فارغ‌التحصیل چنین رشته‌ای باشد وجود ندارد، ادامه داد: «چرا سفال و سرامیک ایرانی به دلیل نداشتن بسته‌بندی مناسب به فروش نمی‌رسند، اما جنس چینی که کیفیتش پایین‌تر است جایگزین تولیدات ایرانی می‌شود؟ ما در حوزه بسته‌بندی صدها قدم از کشور همسایه خود، یعنی ترکیه عقب‌تر هستیم و این بزرگترین معضل در حوزه صادرات است.»

اسفرجانی معتقد است: «بسته‌بندی خوب سبب سود و بسته‌بندی بد موجب ضرر تولید کننده می‌شود؛ زیرا در واقع بسته‌بندی با برندسازی برابری می‌کند. یک بسته‌بندی زیبا و درست می‌تواند برندی برای ارائه یک محصول باشد.»

عقب ماندن ما از صنعت بسته‌بندی که آسیب‌های فراوانی به بخش صادرات وارد کرده صحبت‌هایی است که شهرزاد اسفرجانی، عضو هیأت داوران نخستین مراسم سالانه اهدای جوایز و معرفی آثار برگزیده سال بسته‌ها در نشست خبری که امروز برگزار شد، مطرح کرد.

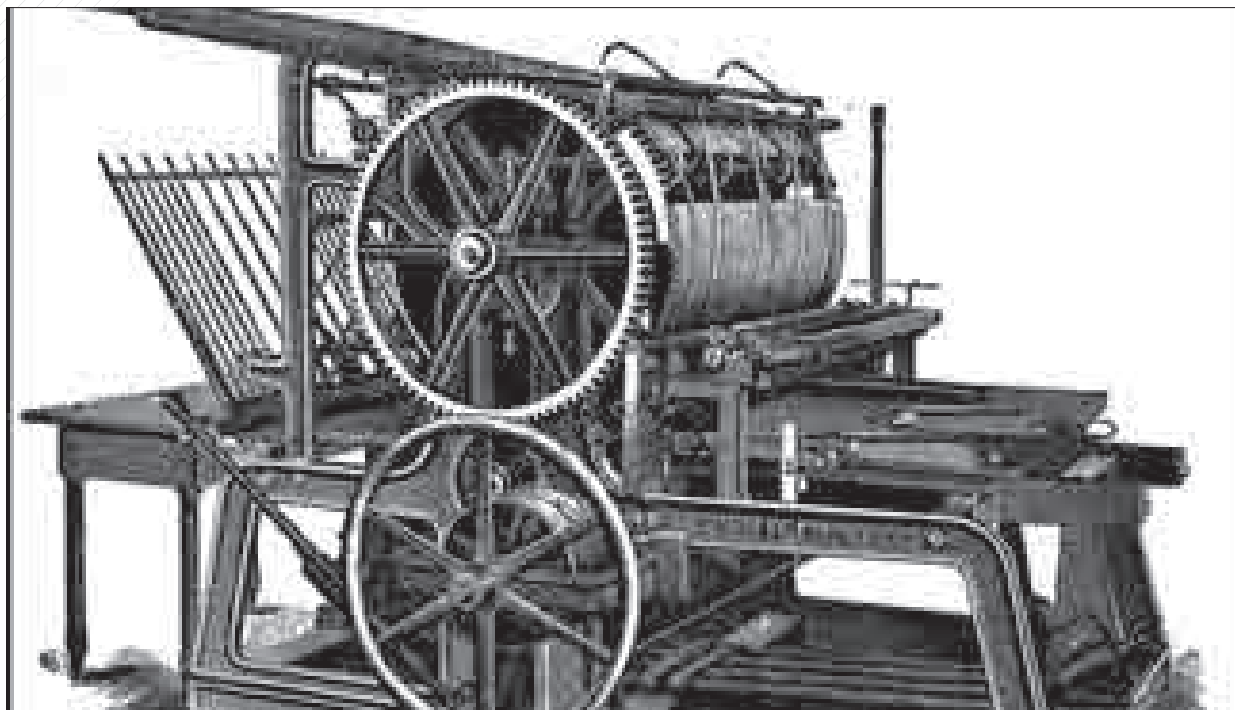
به گزارش میراث فرهنگی، اسفرجانی که سال‌ها تجربه در حوزه گرافیت و تبلیغات و تدریس در حوزه طراحی بسته‌بندی را در کارنامه کاری خود دارد با اشاره به اینکه صنعت، تولید، طراحی و تغییر تفکرات استراتژیک مسئولان سبب بهبود و ایجاد تغییرات در حوزه بسته‌بندی خواهد شد، گفت: «بسته بندی آخر راه تولید نیست، بلکه





تاریخچه صنعت چاپ در ایران

از سرب تا دیجیتال



پاسخی به نیازهای رو به افزایش منابع چاپی، به‌ویژه کتاب‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها بود، حال آنکه تنوع آموزشی و تکرر منابع که نیاز جدید کشور بود، با سیاست نظارت چاپی در تضاد کامل قرار داشت.

در جریان انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ چاپخانه‌ها یکی از مهمترین و حساس‌ترین کانون‌های فعالیت بر ضد حکومت پهلوی بودند. از خروج محمدرضا پهلوی از ایران در دی‌ماه ۱۳۵۷ تا آغاز تجاوز نظامی عراق به خاک ایران در پایان شهریورماه ۱۳۵۹، بیش از ۳۵۰ عنوان روزنامه در ایران چاپ شده است.

چاپ در ایران از ۱۳۵۷ به این سو به طور کلی بر اثر چند عامل رو به رشد نهاده است: افزایش عناوین کتاب و نشریه؛ برداشته شدن ممیزی، جز در دوره‌هایی کوتاه؛ گسترش آموزش چاپ؛ انتشار نشریه‌های تخصصی در این زمینه؛ گسترش و تقویت صنف چاپ و صنف‌های وابسته؛ ورود تجهیزات و فنون جدید چاپ، به ویژه استفاده از رایانه و دستگاه‌ها و شبکه‌ها و نظام‌های رایانه‌ای که انقلابی در اطلاعات و ارتباطات در سطح جهانی به بار آورده است؛ توسعه دانشگاه‌ها و آموزش عالی؛ افزایش جمعیت و رشد سریع نسل جدید لازم‌التعلیم و نیاز به چاپ منابع جدید؛ گسترش نهضت سوادآموزی و نظایر اینهاست.

در سال ۱۳۷۱ روش چاپ رنگی در مطبوعات به کار گرفته شد. روزنامه همشهری، نخستین روزنامه رنگی ایران است. در همین سال آیین‌نامه جدیدی در خصوص تأسیس چاپخانه‌ها و واحدهای وابسته و چگونگی نظارت بر آنها به تصویب رسید. در زمینه چاپ، ۳ نشریه تخصصی و نیمه تخصصی انتشار می‌یابد: ماهنامه صنعت چاپ؛ ماهنامه چاپ و بسته‌بندی؛ ماهنامه چاپ و انتشار.

چاپ تمپر، اوراق بهادار، اسناد، بلیت اتوبوس‌های شهری، برگه‌های عوارض و نظایر اینها در چاپخانه‌های دولتی و تحت مقررات خاصی انجام می‌شود. چاپخانه ویژه چاپ اسکناس در ۱۳۶۱ تأسیس شد و سال بعد به بهره‌برداری رسید و از ۱۳۶۷ اسکناس کشور کلاً در این چاپخانه چاپ شده است.

با تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۱ شهریورماه به عنوان روز صنعت چاپ نامگذاری شده است.

عصر، همراه با دولت و ارتش رو به گسترش، نیاز به چاپ برخی مطالب را در مقیاسی وسیع‌تر فراهم کرد. تأسیس چند چاپخانه دولتی و وابسته به دولت، مانند چاپخانه ارتش، چاپخانه بانک ملی ایران، چاپخانه دخانیات ایران، چاپخانه راه‌آهن و مانند اینها، حاصل نیاز دولت به تأمین احتیاجات خود در زمینه چاپ به طور مستقل بود.

از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲، به‌رغم مداخله‌های ادواری حکومت و ممیزی‌های موقت، چاپ و نشر تقریباً آزاد بود. شمار مطبوعات که در ابتدای دوره رضاشاه کاهش یافته بود، پس از سقوط او مجدداً افزایش یافت.

چاپخانه تابان، به عنوان نخستین چاپخانه خصوصی که به دستگاه‌های جدید و خودکار مجهز شد، در همین سال‌های پس از جنگ، تحولی چشمگیر را از سر گذراند. چاپخانه بانک ملی ایران هم به دستگاه‌های ملخی جدید مجهز شد. چاپخانه اطلاعات هم که پیش از ۱۳۲۰ چاپخانه بزرگی بود، مجهز تر شد.

در دهه ۱۳۳۰، دستگاه‌های افست رتاتیو و دورنگ و چهاررنگ جدید به ایران وارد شد و تحولی فنی در چاپ به بار آورد. چاپخانه‌های افست، روزنامه کیهان و سپهر، مهمترین چاپخانه‌های آن دهه هستند.

در دهه ۱۳۴۰ چاپ وارد مرحله تازه‌ای شد و انتشار کتاب‌های درسی در هیأتی جدید، کتاب‌های ارزان قیمت جیبی و شماری نشریه و گسترش آموزش‌های چاپ بر رونق آن افزود.

تا حدود نیمه دهه ۱۳۴۰، آموزش چاپ در ایران به شیوه استادی شاگردی و از طریق چاپخانه‌ها انتقال می‌یافت. در ۱۳۴۴، رشته چاپ در هنرستان فنی تا مقطع دیپلم فنی دایر شد. از ۱۳۴۵ به بعد، هر سال چند تن برای فراگرفتن فنون جدید چاپ به اتریش اعزام می‌شدند.

سال‌های منتهی به انقلاب اسلامی ایران در دهه ۱۳۵۰ نیز برای چاپ کشور از سال‌های پر تعارض به شمار می‌آید. افزایش چشمگیر درآمد کشور و طرح‌های گسترده توسعه، که گسترش چاپ را هم اقتضا می‌کرد، با سیاست نظارت بسیار شدید بر چاپ کتاب و مطبوعات همراه شد. ورود تجهیزات جدید چاپ، از جمله دستگاه لاینوترون،

تأسیس مدرسه دارالفنون بر وضع و سیر چاپ در ایران تأثیرگذار بود. نیاز به انتشار کتاب‌های درسی، سبب شد که در این مدرسه کارگاهی مختص چاپ آثار استادان دارالفنون، منابع درسی محصلان و نیز پارهای کتاب‌های دیگر تأسیس شود. چاپخانه کوچک دارالفنون ظاهراً در ۱۲۶۸ و با نام دارالطباعة خاصه علمیه مبارکه دارالفنون تهران و زیر نظر علیقلی میرزا اعتضادالسلطنه تشکیل شد و تا سال ۱۳۰۰ دایر بود و شاید حدود ۴۰ عنوان کتاب درسی در آن به چاپ رسیده باشد.

چاپخانه‌های دولتی، که تحت عناوین مختلف فعالیت می‌کرد و به چاپ کتاب و روزنامه می‌پرداخت، در دوره ناصرالدین شاه تأسیس شد.

نهضت مشروطه در ایران عامل افزایش تعداد عناوین و شمارگان روزنامه‌ها، گرایش بیشتر مردم به خواندن مطالب سیاسی و اجتماعی و نیز تقویت و گسترش چاپ در ایران بود. چاپ ژلاتینی، که بعداً جای خود را به روش چاپ استنسیلی داد، احتمالاً از اواخر عصر ناصری و همزمان با آغاز تحولات سیاسی تازه، برای تکثیر اعلامیه‌های پنهانی، نامه‌های سرگشاده و شب‌نامه‌های سیاسی مورد استفاده قرار گرفت و ظاهراً چاپخانه‌های مخفی کوچکی برای چاپ ژلاتینی تشکیل شده بود.

چاپخانه مجلس شورای ملی، مدت کوتاهی پس از تشکیل مجلس اول، به منظور چاپ و نشر روزنامه و نیز مطالب اختصاصی خود مجلس، به سرعت تأسیس شد و در مدت کوتاهی به بزرگترین چاپخانه کشور تبدیل شد. چاپخانه مجهز دیگری به نام چاپخانه شاهنشاهی، به سرپرستی عبدالخان قاجار که مدیریت او در صنعت چاپ معروف بوده است، پس از استقرار مشروطیت تأسیس شد و تا سال ۱۳۲۸ فعال بود.

در دوره محمدعلی میرزا، استفاده از چاپخانه‌های سربی اختصاصی و غیردولتی به جای چاپخانه‌های سنگی دولتی معمول شد، به طوری که بنا بر تخمین حوالی سال ۱۳۳۰ معدودی چاپخانه سنگی به فعالیت ادامه می‌دادند.

در سال‌های ۱۳۰۷، ۱۳۱۰ و ۱۳۱۷ برای چاپ و نشر کتاب‌های درسی در سراسر کشور و به شیوه‌ای نو اقدام شد. تأسیس دانشگاه تهران و نهادهای جدید آموزشی در این

همدان پیام: ارتباطات < چاپ - عده‌ای آغاز چاپ در ایران را عصر ایلخانیان می‌دانند؛ برخی احتمال داده‌اند که یهودیان فارسی‌زبان پیش از سایر گروه‌های فارسی‌زبان به اهمیت چاپ کتاب پی برده‌اند.

در سال ۱۶۳۹ سه کتاب به زبان و خط فارسی از سوی هیأت‌های تبلیغی مسیحی و در باب تبلیغ مسیحیت در لیدن هلند به چاپ رسیده و چاپخانه‌ای که این کتاب‌ها در آن چاپ شده، ظاهراً نخستین چاپخانه فارسی در جهان است. بر اساس مدارک موجود، نخستین کتابی که در خود ایران چاپ شده، زبور داوود یا ساغموس است که در ۱۶۳۸ به زبان و خط ارمنی در ۵۷۲ صفحه در جلفای اصفهان و به دست کشیشان ارمنی به چاپ رسیده است.

اینکه ارمنیان، پیش از دیگر گروه‌های قومی زبانی ساکن ایران توانسته‌اند در ایران چاپخانه‌ای از آن خود تأسیس کنند و آزادانه به چاپ و نشر منابع مسیحی بپردازند و در میان اقوام جهان مقام پانزدهم را از حیث قدمت چاپ احراز کنند، دلایل بسیاری دارد که مهمترین آن، محیط آزاد و تشویق‌آمیزی بود که به‌ویژه شاه عباس اول صفوی و فرمانروایان دیگر این سلسله برای آنها ایجاد کرده بودند. ارمنیان حدود ۳۰ سال پس از کوچ به جلفای اصفهان، بصره‌خانه‌ای در این شهر دایر و چاپ کتاب را آغاز کردند. براساس اشاره‌های سیاحان خارجی، به‌ویژه شاردن، شماری از ایرانیان در عصر صفویه از کار چاپ و چاپخانه آگاهی داشته و به ورود آن به ایران آگاه بوده‌اند.

جان پینکرتون و جونس هنوی، که در عصر نادرشاه افشار به ایران سفر کرده‌اند، از جزوه‌هایی صحبت به میان آورده‌اند که به زبان لاتینی و عربی چاپ و منتشر می‌شده است.

تحول عمده در فن چاپ و انتشار مواد چاپی، اعم از کتاب، روزنامه و مواد دیگر، از دوره ولائعه‌دیی عباس میرزای قاجار آغاز شد که مصادف است با پیامدهای جنگ‌های ایران و روس.

چاپخانه‌ای که بنا بر مدارک فعلی، وجود آن محرز است، در سال ۱۲۳۳ به دست آقا زین‌العابدین تبریزی و با حمایت عباس میرزا در تبریز تأسیس شده است.

فتح‌نامه، اثر میرزا ابوالقاسم قائم مقام فراهانی، تفصیلی از جنگ‌های ایران و روس، ظاهراً نخستین کتاب فارسی است که در ذی‌حجه ۱۲۳۴ در ایران چاپ و منتشر شده است.

بررسی نخستین کتاب‌های چاپی نشان می‌دهد که دولت وقت از فناوری چاپ برای مقاصد خود استفاده می‌کرده است. کتاب‌ها عمدتاً تاریخی، دینی، ادبی، یا در جهت ترویج اصول بهداشتی، ترویج جنبه‌هایی از حیات مدنی و فرهنگ زندگی اجتماعی جدید بوده است.

در سال ۱۲۴۰، حدوداً ۷ سال پس از تأسیس چاپخانه در تبریز، میرزا زین‌العابدین به امر فتحعلی‌شاه به تهران احضار و به تأسیس چاپخانه و چاپ کتاب مأمور شد.

چاپ سنگی در ایران بنا بر علی‌پس از چاپ سربی رواج یافت. جعفرخان تبریزی برای تعلیم دیدن چاپ‌سنگی به مسکو فرستاده شد و او در بازگشت، یک دستگاه چاپ سنگی را در ۱۲۳۹-۱۲۴۰، چند سالی پس از ورود چاپ‌سربی، با خود به تبریز آورد.

نخستین کتاب چاپ سنگی ظاهراً قرآنی بود که در ۱۲۴۸ به همت میرزا اسد... در تبریز چاپ شد و ۳ سال بعد، باز به همت او و در تبریز، زادالمعاد انتشار یافت.

چاپ سنگی جز در تبریز و تهران در بسیاری از شهرهای دیگر ایران رواج یافت، تا آنکه در دوره ناصرالدین شاه قاجار چاپ سربی پس از مدتی بیش از نیم قرن بار دیگر رایج شد. چاپ سنگی حتی بنا بر ضرورت فنی بر خط فارسی تأثیر گذاشت و در شیوه تحریری آن تغییری ایجاد کرد.

غربت بسته‌بندی در بازار صنایع دسته‌گردشگری

اثرگذاری ۷۰ درصدی بسته‌بندی در رفتارهای خرید

همدان پیام: بر اساس تحقیقات انجام گرفته، بیش از ۷۰ درصد فروش کالاهای مصرفی مربوط به تأثیر مستقیم بسته‌بندی بر رفتارهای خرید مصرف کنندگان در سراسر دنیا است.

از یک بسته‌بندی مؤثر نباید انتظار عملکردی همچون ظرف داشت، بلکه طراح بسته‌بندی باید با علم به نیازهای محصول، مصرف کننده، عمده فروش، خرده فروش و سایر نیازهای مرتبط با بسته‌بندی به تمامی آنها پاسخگو باشد و همه این خواسته‌ها را با هزینه‌ای منطقی و مطلوب برآورد سازد.

قطعاً همکاری طراحان، پیش از چاپ و چاپ با متخصصان بسته‌بندی می‌تواند تأثیر قابل توجهی در کاهش هزینه‌های بازاریابی بر جای بگذارد و نکته مهمتری که این روزها به آن بیشتر از همیشه توجه می‌شود بازاریابی آخرین لحظه توسط بسته بندی است. امروزه فن فروش انگیزشی، به یک روش موفق و بی بدیل برای صرفه جویی در هزینه‌های بازاریابی تبدیل شده است که در این بین المان‌ها و اشکال بسته‌بندی نقش اساسی و محوری ایفا می‌کند. اکنون می‌توان با مطالعات رفتار مصرف کننده و کاربرد آن به صورت بسته‌بندی کالا، موفقیت محصول را تخمین و تضمین کرد.

در حال حاضر بهبود یا طراحی مجدد بسته‌بندی به مفهوم افزایش قیمت آن نیست و حتی گاهی با ایجاد تغییراتی مانند کاهش وزن بسته‌بندی البته با در نظر گرفتن افزایش عمر محصول و بدون صدمه کیفی به محصول می‌توان هزینه‌های اضافی را کاهش داد. این در حالی است که صنعت چاپ ایران با محوریت قرار دادن چاپ افست و تجمع ماشین آلات مربوطه با مشکلات عدیده‌ای در این چند ساله گذشته دست به گریبان است و عدم اطلاع رسانی و شناخت سرمایه گذاران این صنعت هر روز این گره را پیچیده‌تر می‌کند. از سوی دیگر کشورهای همسایه مانند امارات متحده و قطر و عربستان با توجه به حضور در عرصه‌های بزرگ صنعت چاپ و استفاده از مشاوران اروپایی در حال تجهیز چاپخانه‌های خود به ماشین آلات روز این بخش از صنعت چاپ هستند.

چندی پیش دو چاپخانه المورید و EEP در کشور امارات متحده عربی اقدام به خرید ICS گالوس با هفت واحد فلکسو و چهار واحد روتوگراور نمود که اکنون این ماشین آلات نصب و راه اندازی شده و هدف از این خرید بزرگ و گران چاپ جعبه‌های سیگار برای بازار هدف آنها شامل امارات متحده عربی، آفریقا و در آینده‌ای نزدیک ایران است. موضوعی که مدیر عامل چاپخانه المورید به زبان آورد: گرفتن بازار ایران در برنامه‌های آتی این مجموعه قرار گرفته است.

نگاه تخصصی به موضوعات مختلف در بازار چاپ امروز تأثیرگذار است، اتفاقی که در ایران بسیار اندک مورد توجه قرار می‌گیرد و شرکت‌هایی که به آن می‌پردازند به عنوان یک راز به مسأله می‌نگرند.

رازی که موجب مغفول ماندن بخش اعظمی از صنعت چاپ از این موهبت شده و نهایتاً کم کاری و بی رونقی در یک بخش و عدم توان تولید و تقاضای بازار در بخش دیگر و در آخر با واردات مواجه خواهد شد.

منبع: آژانس خبری چاپ و بسته بندی ایران



و احتمال وارد آمدن خسارت به محصول را به حداقل برساند.

رنجبر تأکید کرد: اگر بپذیریم صنایع دستی باکیفیت و اصیل ایرانی با مشکلات بسیاری به دلیل نبود بسته‌بندی مناسب مواجه است، ارائه راهکارهای صحیح از سوی کارشناسان و صاحبزنان و پذیرش آن از سوی مسئولان و متولیان اهمیتی دوچندان می‌یابد.

چنانچه بسته‌بندی مناسبی برای سفال‌های لالچین تعیین شود و سفالگران و سفال فروشان متقاعد شوند محصولات خود را در پکیج‌های مناسب قرار دهند در فروش صنایع دستی بیش از پیش موفق خواهیم بود.

در حالی سفال در حوزه صنایع دستی غریب است که لالچین با توجه به داشتن هنرمندانی متبحر (بالغ بر ۴ هزار نفر در بیش از ۷۰۰ کارگاه در تولید صنایع دستی سفال و سرامیک) از دیرباز به عنوان یکی از ۳ قطب مهم بوده و اصلی ترین صادرات استان همدان در محصولات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است.

بحث مهم در مورد سفال لالچین بسته‌بندی این آثار ارزشمند است که بهبود آن راهگشای بسیاری از مشکلات این صنعت خواهد بود.

است که مشتری هنگام خرید صنایع دستی با آن ارتباط برقرار می‌کند. از این رو به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای بازاریابی است.

مرتضی رنجبر، فروشنده صنایع دستی هم در این باره می‌گوید: گاه دیده می‌شود صنایع دستی در نایلون‌های پلاستیکی یا کارتن با چهره‌های نامتعارف که شاید درخور آن کالا نباشد به مشتری‌ها ارائه می‌شوند. حداقل در خصوص محصولاتی که از توجه بیشتر مصرف کنندگان داخلی و خارجی برخوردارند، می‌توان طرحی را در پیش گرفت که در کنار جذب مشتری به حفظ محصول نیز کمک کند.

وی معتقد است: به همین دلیل است که پس از شناسایی بازار هدف به عنوان مهمترین گزینه باید به سراغ بسته‌بندی برویم؛ زیرا در غالب اوقات صادرات محصولات بخصوص صنایع دستی به دلیل نبود بسته‌بندی مناسب دچار خلأ می‌شود.

در مقوله بسته‌بندی صنایع دستی، زیبایی ظاهری به همراه قیمت مناسب حرف اول را می‌زند، بسته‌بندی باید

زیبا و دارای شناسنامه ویژه‌ای باشد. از سوی دیگر بسته‌بندی باید به گونه‌ای طراحی شود تا ضمن جلوه ظاهری قدرت محافظت از کالا را داشته

همدان پیام: امروز بسته‌بندی و تبلیغات حرف اول را در فروش و جلب مشتری در بازار بین‌المللی می‌زند، این در حالی است که صنایع دستی همدان در این زمینه حرفی برای گفتن ندارد. اطلاعاتی که بسته‌بندی صنایع دستی به مشتری می‌دهد یک معرف و بازاریاب با مهارت است. شکل تعریف شده ابتدایی و استاندارد نقش زیادی در ترغیب مشتری برای خرید آن خواهد داشت، این در حالی است که صنایع دستی همدان بدون بسته‌بندی مناسب برای عرضه در بازارهای داخلی و خارجی ارائه می‌شوند و به همین دلیل صادرات حوزه صنایع دستی استان بی‌نام و نشان است.

در این زمینه آنچه بیش از هر چیز مهم جلوه می‌کند باز هم نبود بسته‌بندی برای صنایعی است که با دست نقش گرفتنشان بر اعتبار آنها می‌افزاید. رضا سماوات، کارشناس امور اقتصادی در این زمینه می‌گوید: در صورت نبود بسته‌بندی مناسب و برچسب معرفی کالا، ارتباط منطقی با مشتری خارجی برقرار نشده و در این صورت استقبال برای خرید کم شده است، آمار صادرات کاهش یافته و کیفیت تولیدات نیز به همین میزان با کاهش روبه‌رو می‌شود و در نتیجه صادرات صنایع دستی کشور به دلیل نبود توجه به بحث بسته‌بندی مناسب با مشکل مواجه می‌شود.

وی همچنین افزود: امروزه بازار صنایع دستی در دنیا به شدت رقابتی است و برای باقی ماندن و پیشرفت در این بازار باید سعی در تولید و صادرات کالاهای صنایع دستی با بسته‌بندی‌های مناسب و مرتبط با کالای تولید شده داشت. برای هویت بخشی و شناسنامه دار شدن صنایع دستی کشور باید به بسته‌بندی اهمیت داده شود.

سماوات تأکید کرد: چنانچه بسته‌بندی مناسبی برای سفال‌های لالچین تعیین شود و سفالگران و سفال فروشان متقاعد شوند محصولات خود را در پکیج‌های مناسب قرار دهند در فروش صنایع دستی بیش از پیش موفق خواهیم بود.

مهدی رهبر، هنرمند سفالگر نیز می‌گوید: به واقع اگر می‌خواهیم کالایی مانند خاک را تبدیل به محصولی قابل صادرات برای ارزآوری کنیم؛ ناگزیر از بسته‌بندی زیبا و مناسب هستیم، بحثی که متأسفانه روزبه‌روز موجب کمرنگ تر شدن استقبال خریداران خارجی از محصولات سفال ما می‌شود. وی معتقد است: با حمایت و همکاری میراث فرهنگی و صنایع دستی و اتحادیه سفالگران لالچین شاید همدان هم سفال خود را با نام و نشان واقعی وارد بازار کند.

یافتن راهی برای فروش، کسب بیشترین مشتری و ایجاد جذابیت برای کسب بازارهای جدید همواره در رأس برنامه‌های هر بازرگان موفق قرار دارد.

وی نبود بسته‌بندی برای صنایع دستی را خطری برای این هنر می‌داند و می‌گوید: از راه‌های کسب جذابیت، ایجاد بسته‌بندی مناسب و شکیل است. بسته‌بندی چهره کالا است و نخستین موضوعی



مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری همدان:

بسته بندی، سرمایه گذار و طراح کارشناس می خواهد



طراح بسته بندی باید به تمام وجوه یک محصول اعم از مراحل تولید گرفته تا وضعیت بازار اطلاعات کامل داشته باشد و این امر کاری دشوار است اما با توجه به گسترده بودن این هنر و هنرمندان کمتر در این زمینه کار شده است.

اهمیت بسته بندی یک کالا به اندازه ای است که بسیاری از بسته بندی اجناس کشورهای خارجی اگرچه کیفیت هم ندارد اما سعی می کنند با بسته بندی مناسب، متقاضی را برای خرید آن کالا جذب کنند.

بسته بندی در شأن کالا باشد

گفتنی است، یک صنعتگر هنرمند در هر شاخه از صنایع دستی که باشد، حداقل فرقی که با یک روانشناس، فوتبالیست، مدیر، وکیل، وزیر و... دارد، این است که خدا قدرت و اراده ای به او داده که آنچه به ذهنش خطور می کند، بتواند با دستان خودش بسازد.

این شاخص ترین ویژگی صنایع دستی است؛ تولید چیزی با کمترین وابستگی و نیاز به غیر. حال باید گفت، بسته بندی صنایع دستی در مقایسه با خود محصولات صنایع دستی، موضوع پیش پا افتاده ای است، اما متأسفانه آنقدر از طراحی و خلاقیت دور افتاده ایم که دیگر قدرت دیدن راه حل مشکل را نداریم و چاره کار را در جای دیگری جستجو می کنیم؛ در جایی که انواع ماشین آلات پیشرفته در حال طراحی و تولید است.

اما تفاوت های چشمگیری بین بسته بندی هر کالا با بسته بندی صنایع دستی وجود دارد.

در صنایع دستی، بسته بندی ابزار کمکی پس از فروش و انتخاب کالا است. زمانی که خود کالای صنایع دستی قابل دیدن و لمس شدن نباشد، دیده نشود، لمس و انتخاب نشود، بسته بندی نقشی ندارد. بسته بندی در اینجا قرار نیست کالا را تحت الشعاع قرار دهد؛ بلکه قرار است که فقط در شأن آن کالا باشد.

اگر هم بسته بندی مستقل از کالای صنایع دستی

یک فرصت سرمایه گذاری در استان همدان معرفی شود تا بتوان برای آن با برنامه ای کارشناسانه به نتیجه رسید.

وی با بیان اینکه رونق بازار صنایع دستی در کشور منوط به حضور بخش خصوصی در حوزه صنایع دستی است، گفت: حوزه گردشگری از وجود سرمایه گذاران سازمان یافته بی بهره است.

سروش مقدم بیان کرد: اهمیت بسته بندی در ترغیب و ترویج خرید محصولات صنایع دستی، هویت سازمانی و شناسنامه دار کردن محصولات صنایع دستی زمینه ساز تشویق صنعتگران برای ورود به این عرصه می شود.

طراحی بسته بندی در اولویت

در حالی که بسته بندی کالا حرف نخست در بازاریابی را می زند، این حوزه همچنان در صنایع دستی بلا تکلیف مانده است. در این میان دست بافته های کوچک، سفال و سرامیک در اولویت بسته بندی صنایع دستی قرار گرفته اند تا دستورالعمل ویژه ای برای آن تدوین شود.

با وجود آنکه بیش از ۲۵۰ رشته صنایع دستی در کشور و بیش از ۱۵۰ رشته در همدان فعال هستند، اما در یکی از مهمترین بخش های ارائه آن، که همان بسته بندی است با مشکلات زیادی روبه رو هستیم.

جای دادن صنایع دستی در جایگاهی که هم در شأن آن هنر باشد و هم جذابیت داشته باشد باید بر عهده متخصصان گذاشته شود. از آنجایی که یک

همدان پیام: در مقوله بسته بندی از قافله جهانی عقب مانده ایم.

کیفیت تولیدات صنایع دستی یک طرف، چگونگی عرضه آنها هم یک طرف. طرف اول بیشتر بر عهده صنعتگران و هنرمندان محلی در مناطق شهری و روستایی در سراسر کشور است، اما در طرف دوم، سازمان صنایع دستی و دست اندرکاران تجارت و فروش این محصولات نقش دارند.

صنایع دستی بازاریاب کارشناس می خواهد

مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری همدان در زمینه برنامه برای بسته بندی

گفت: برخلاف تعدد رشته های هنری در استان و ظرفیت غنی صنایع دستی در استان، اما در حوزه بسته بندی از قافله جهانی عقب مانده ایم.

بسته بندی صنایع دستی به سرمایه گذار نیاز دارد. عده ای به عنوان بازاریاب و بسته بندی کننده باید وارد بازار صنایع دستی شوند و کسی که از روی علاقه وارد حوزه هنر شده باشد، ممکن است قواعد بازاریابی را بلد نباشد، اما بخش خصوصی باید وارد کار شود.

ریحان سروش مقدم ادامه داد: در تلاش هستیم تا هنرمندان صنایع دستی بتوانند کسانی را در کنار خود داشته باشند که بتوانند کار بازاریابی و بسته بندی را انجام

دهند و چنانچه زنجیره صنایع دستی کامل شود می تواند از نظر اقتصادی رشد کند.

وی گفت: بسته بندی صنایع دستی باید به عنوان

تأثیر بگذارد، نباید تأثیر آن محسوس باشد. همین تفاوت ها موجب شده اند که همواره بسته بندی صنایع دستی مثل یک کلاف سر در گم باشد. شاید به مرور زمان با مدیریت حرفه ای و هوشمندانه بتوان این نقش را تغییر داد. آنچه در ابتدا باید در مورد بسته بندی محصولات صنایع دستی در نظر گرفت، نگاهی نو و متفاوت است. این تفاوت می تواند در انتخاب متریا، تکنیک طراحی و همچنین روش تولید آن نمود پیدا کند. برای تحقق این امر، شناخت مواد و تکنیک های بسته بندی، شناخت کالای مورد نظر (انواع صنایع دستی) از بعد تاریخی، فرهنگی، اقتصادی، عوامل مؤثر فیزیکی و شیمیایی و از همه مهمتر عنصر خلاقیت و نوآوری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. تفاوت این نگاه باید با ظرفی هوشمندانه، طوری ایجاد شود که همه موارد فوق را با انتظارات روز در بازار هدف کالا تطبیق دهد.

علی اکبر قاضی زاده:

در کشور ما نویسندگان و تولیدکنندگان فرهنگ ضعیف ترین طبقه جامعه هستند



همدان پیام: علی اکبر قاضی زاده، نویسنده حوزه رسانه اظهار کرد: اگر بخواهیم در جامعه نقش کتاب و کتابخوانان را تقویت کنیم باید ابتدا بتوانیم اهل کتاب یعنی اندیشمندان، دانشمندان، شاعران و نویسندگان را در سطح جامعه تکریم کنیم.

قاضی زاده در گفت و گو با اینا، گفت: عده ای تصور می کنند با برگزاری نمایش و سمینار می توان جایگاه علم و دانش را ارتقا داد در حالی که این موضوع به تنهایی کافی نیست، در سطح جامعه باید شرایطی ایجاد شود که معلمان و استادان دانشگاهی از نظر مادی و معنوی از قشرهای برگزیده جامعه باشند.

این نویسنده حوزه رسانه درباره راهکارهای تقویت نقش کتابخوانان در کشور توضیح داد: اگر بخواهیم در جامعه نقش کتاب و کتابخوانان را تقویت کنیم باید ابتدا بتوانیم اهل کتاب، یعنی اندیشمندان، دانشمندان، شاعران و نویسندگان را در سطح جامعه تکریم کنیم. وی یادآور شد: باید عملاً به مردم جامعه نشان بدهیم انسان هایی که اهل کتاب هستند و مطالعه و پژوهش را در اولویت برنامه ها و کارهای خود قرار می دهند جایگاه بالاتری در جامعه دارند.

به گفته قاضی زاده، عده ای تصور می کنند با برگزاری نمایش و سمینار می توان جایگاه علم و دانش را ارتقا داد در حالی که این موضوع به تنهایی کافی نیست، در سطح جامعه باید شرایطی ایجاد شود که معلمان و استادان دانشگاهی از نظر مادی و معنوی از قشرهای برگزیده جامعه باشند.

مؤلف کتاب «گزارش نگاری» با انتقاد از وضعیت استان و فعالان حوزه فرهنگی در کشور گفت: متأسفانه در کشور ما استادان و تولیدکنندگان فرهنگ، ضعیف ترین و از یادرفته ترین طبقه های جامعه هستند و جوانان در مواجهه با این قشر و نگاهی به وضعیت آنها از خود سؤال می کنند که چرا باید به تحقیق و دانش روی بیاوریم، وقتی سرنوشت این افراد درخشان نیست، چگونه می توان به نوجوانان و جوانان گفت که راه آنها را پیش بگیرند.

وی اظهار کرد: معتقدم یکی از راههای ترویج فرهنگ و رفتار مثبت و ارزشمند در هر جامعه ای الگوسازی برای قشر جوان است، زمانی که استاد، محقق و نویسندگان ما آجازه نشین و مقروض هستند و نمی توانند حداقل های زندگی خود را تأمین کنند چگونه می توان به نسل آینده گفت که این افراد را الگوی خود قرار دهید.

قاضی زاده گفت: در این میان اگر همه زمینه ها ایجاد شد، یعنی بحث کتابخوانی در خانواده ها رونق گرفت و اهل کتاب سطح اجتماعی قابل قبولی پیدا کردند، پس از آن مطبوعات می توانند این روند را تقویت کنند.

نقش احساس در طرح و خیال بسته بندی



بازتاب و واکنش ها:

۱- به طور کلی طراحی یک بسته بندی باید بتواند در ذهن خریدار تداعی کننده برند آن محصول باشد. هم چنین یک بسته بندی می تواند سبب تداعی برندهای دیگر در ذهن ما شود. هم چنین بعضی از برندها برای برانگیختن احساسات مشابه در خریداران، از بسته های برندهای معروف کپی برداری می کنند. می توان به بسته بندی های کوکاکولا به عنوان نمونه بارزی از این برندهای معروف اشاره کرد.

کوکا کولا نه تنها به عنوان معروف ترین برند برای نوشابه های کولا شناخته شده است، بلکه به عنوان یکی از مطرح ترین برندها در بین تمام محصولات به حساب می آید. در طراحی این برند از یک رنگ قرمز خاص در ترکیب با حروف سفید رنگ استفاده شده است که در تمام تبلیغات و بازاریابی هایش بارز و مشخص است. برخی از برندهای ارزان نوشابه ها برای ایجاد واکنش های مشابهی که برند کوکاکولا در خریداران برمی انگیزند، از آن کپی برداری کرده اند. این تأثیر گذاری تا جایی است که پس از گذشت ده ها سال از طراحی آن، این ترکیب خاص (ترکیب رنگ قرمز و حروف سفید) به نمادی برای معرفی و شناسایی انواع نوشابه های کولا تبدیل شده است.

۲- طراحی بسته بندی می تواند احساسات خریداران را در دو جهت متفاوت هدایت کند: ایجاد حس لوکس بودن محصول و در مقابل آن، ایجاد حس کم ارزش بودن یک محصول. به عنوان مثال بسته بندی های لوکس که ظاهر گران قیمتی دارند، می توانند تأثیر خوبی در خریداران داشته باشند و احساس خرید محصولی برتر و استثنایی را در آنان به وجود آورند. خریداران اغلب تمایل دارند که این بسته های لوکس را به دیگران نشان دهند و یا حتی آنها را به عنوان یادگاری نزد خود نگه دارند. ممکن است در اداره یا محل کار، بسته بندی یکی از محصولات شرکت اپل را روی میز در کنار وسایل خود قرار دهیم، فقط به این منظور که به دیگران نشان دهیم که صاحب یکی از محصولات این شرکت معتبر هستیم. احتمالاً نمونه های بسیاری از این قبیل دیده اید. از طرف دیگر بسته بندی های نازیب و ارزان نمی توانند به عنوان نقطه ضعف محسوب شوند.

اما قضیه تنها این نیست. محصولات ارزان قیمت که اغلب ظاهر نامرغوب و کم ارزشی دارند، در فروشگاه های بزرگ در قفسه ای پائین تر چیده می شوند که این کار به تصور منفی ما نسبت به این محصولات دامن می زند. گویا این کالا ها باید کم ارزش جلوه کنند.

سن بالای کاربر می تواند این مشکل را وخیم تر سازد. در سنینی که قوای بدنی کاهش یافته است، استفاده از قیچی یا سایر ابزار برای باز کردن بسته بندی ها می تواند مشکل دیگری محسوب شود.

۲- فقدان دستورالعمل های تصویری بر روی بسته بندی ها در بعضی از بسته بندی ها با فقدان نشانه های بصری که شیوه و محل باز کردن بسته را نشان می دهد، روبرو هستیم. طراحان بسته بندی خود نازک ترین بخش بسته را می شناسند و در نتیجه می دانند که چطور می توان آن را به شیوه مناسب باز کرد اما مشکل اینجاست که آنها این اطلاعات را بر روی بسته بندی به نمایش نمی گذارند.

۳- بسته بندی های پیچیده روش باز کردن یک بسته باید از ظاهر آن قابل درک باشد. به طوری که خریدار بتواند با نگاه اولیه به آن، طریقه و چگونگی باز کردن بسته را به راحتی متوجه شود.

۴- نداشتن دستگیره پوسته بسته ها طوری طراحی شده اند که بتوان با گرفتن از یک طرف و کشیدن به سمت دیگر، آن را پاره کرد و به طور معمول این بسته ها فاقد دستگیره و محل مناسب برای گرفتن در دست هستند.

۵- ظاهر نامشخص برای ۴۰ درصد از مردم اغلب بسته بندی ها به علت استفاده از رنگ های روشن و نداشتن کنتراست رنگی در طراحی جلد، ظاهری ناخوانا و نامشخص دارند. همچنین توضیحاتی که روی بسته ها در مورد نحوه باز کردن بسته ها ارائه می شود، اگر ریز و ناخوانا باشد، این مشکل را مضاعف می کند.

۶- صدمه زدن به خریدار به کاربردن قیچی، چاقو، درب بازکن یا کاتر برای باز کردن بسته ها اگر به خودی خود سبب صدمه رسانی به فرد نشود، باعث ایجاد لبه های تیز در جعبه ها و پلاستیک های بسته بندی می شود که موجب آسیب رساندن به خریداران است.

۷- صدمه زدن به محصول بعد از پاره کردن و باز کردن بسته بندی، در نهایت محصول را از بسته خارج می کنیم، اما اگر مجبور باشیم این کار را با اعمال زور و توسط ابزار تیز انجام دهیم، در این صورت ممکن است به محصول درون بسته آسیب برسیم.

۸- دور ریختن برخی از بسته بندی ها با مشکلات و سختی هایی همراه است. این مشکلات اغلب در ارتباط با ابعاد بزرگ بسته بندی ها (مثل بسته بندی یک جاروبرقی) و مقاومت آنها در مقابل پارگی و ضربه است. از طرفی بسته بندی های پلاستیکی که غیر قابل بازیافت باشند، بعد از دور ریزی برای تمام ساکنین زمین مشکلی اساسی محسوب می شوند.

مقوله بسته بندی در بازاریابی محصولات مصرفی نقش کلیدی را ایفا می کند. از این رو می توان بسته بندی را از نظر تأثیرات احساسی که در مصرف کننده ایجاد می کند از سه دیدگاه بررسی کرد:

۱- زیبایی شناسی ۲- قابلیت استفاده ۳- واکنش هایی که ایجاد می کند

همچنین در ادامه به بررسی بسته بندی های آن -لاین (on-line) می پردازیم که نمی توان آنها را با تمام حواس پنج گانه خود تجربه کرد. بسته بندی باید بتواند علاوه بر آوردن نیازهای بازاریابی و تبلیغاتی انتظارات زیر را نیز تأمین کند:

۱- گنجاندن و محافظت کردن از محصول ۲- قابلیت استفاده (کارکرد مناسب) ۳- متمایز جلوه دادن محصول در قفسه فروش ۴- برانگیختن احساسات خریداران همان طور که ذکر شد تأثیرات احساسی بسته بندی از سه دیدگاه قابل بررسی است (که می توان آنها را با نظر دونالد نورمن در مورد پردازش سه مرحله ای محصول نزدیک دانست)

۱- زیبایی شناسی ظاهری (روند ناخودآگاه) ۲- قابلیت استفاده مناسب و ایجاد لذت در استفاده (روند ناخود آگاه) ۳- بازتاب های اجتماعی، تداعی تجربیات قبلی و تأثیرات شخصی (روند خودآگاه)

زیبایی شناسی:

روش باز کردن یک بسته بندی باید از ظاهر آن قابل درک باشد، از طرف دیگر بسته بندی باید دارای ظاهری مشخص و بدون ابهام باشد. به طور مثال برای برجسته کردن یک بسته در بین بسته های دیگر، می توان از رنگ های روشن استفاده کرد و اگر این انتخاب رنگ به اندازه کافی تحریک کننده باشد می تواند سبب ایجاد واکنشی قوی در خریدار شود.

در این زمینه باید در انتخاب رنگ ها دقت کافی داشت. به طور مثال استفاده از رنگ صورتی در هر نوع بسته بندی مطلوب نیست. همچنین طراحی شلوغ بسته بندی ها، ارائه اطلاعات بیش از حد بر روی بسته و استفاده زیاد از نمادهای طراحی، از اشتباهاتی است که می توان در طراحی بسته ها به آن اشاره کرد. بسته بندی های شرکت اپل به علت ظاهر ساده و تمیز آن نمونه ای قابل توجه در این زمینه محسوب می شوند.

بسته بندی احساسی

اگر یک بسته بندی نتواند کارکرد مناسبی را ارائه دهد و به شیوه مناسب خود باز شود، می توان آن طرح را شکست خورده دانست. مانند بسته های و کیوم شده قهوه یا سلفون های پیچیده شده به دور جعبه های سی دی که همه ما با آنها آشنا هستیم. شنیدن داستان جالبی در این زمینه، خالی از لطف نیست. شخصی مسابقه ای را ترتیب داده بود که در آن شرکت کنندگان می بایست در زمانی که به آنها داده شده بود، لایه های سلفون کشیده شده بر روی تعداد زیادی از جعبه های سی دی را باز می کردند. با این که می توان نتیجه نهایی را حدس زد، باید به شما بگویم که نتیجه حاصل بسیار بدتر از آن چیزی است که تصورش را کنید. اکثر شرکت کنندگان تنها توانستند تعداد بسیار کمی از بسته ها را در زمان مسابقه که در حدود ۵ دقیقه بود، باز کنند. نتایج نشان داده است، مشکلاتی که در باز کردن بعضی از بسته ها با آنها مواجهیم هم از نوع روانی است و هم از نوع فیزیکی. پروفیسور Bryce grutter موسس شرکت Metaphase Design Group ریشه این مشکلات را که بیشتر در بسته های مبهم و پیچیده وجود دارند، بر اساس موارد زیر تشریح کرده است:

۱- نیاز به نیروی خارج از توان انسان (برای باز کردن بسته ها) نیروی مورد نیاز برای جدا کردن بسته ها از لایه نازک رویی، معمولاً بیش از توان ما است. از طرفی

جای تولیدکنندگان داخلی خالی است

کدام... طاقتی احسن

همدان پیام: یک ماه قبل از برگزاری بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ تهران، در سفری به شهر شانگهای چین از نمایشگاه All in print که دومین نمایشگاه بزرگ صنعت چاپ دنیا پس از dropa آلمان است بازدید داشتیم که با حضور فعالان عرصه این صنعت از بخش‌های مختلف پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ بودند. آنچه در آن نمایشگاه و یا نمایشگاه‌های مشابه دیده می‌شود درحالت سخت‌افزاری و تبلیغاتی با نمایشگاه ایران شاید تفاوت خاصی نداشته باشد. اما چیزی که در آن کشور دیده شد، حضور تولیدات کشور چین در کنار سایر تولیدکنندگان جهان بود. اگر بخواهیم برداشتی از نمایشگاه شانگهای را با فاصله کمی در ایران داشته باشیم همان موضوع دوباره تکرار می‌شود. نخستین موضوع گستردگی نمایشگاه و حضور شرکت‌کنندگان در ۶ سالن نمایشگاهی

بود که نشان از استقبال از این فضا داشت. اما از نظر فنی افزایش سطح کیفی ماشین‌آلات تولید شده، تلاش در کاهش هزینه‌های چاپی برای افزایش سرعت کار و کوچک‌سازی ماشین‌ها نکاتی بود که اغلب کارخانجات تلاش کرده بودند رعایت کرده و حتی پا را فراتر گذاشته به دنبال ساخت ماشین‌آلاتی می‌روند که

تمامی مراحل کار را در یکجا به صورت واحد و همزمان انجام دهد. این اتفاق در کنار رونق حوزه چاپ دیجیتال و حرکت سریع به این نوع چاپ که شاید تنها ضعف آن را در مقابل چاپ افست در کیفیت و سرعت مقایسه کنیم، کاهش هزینه‌ها و تولید در ابعاد مختلف و مباحث دیگر این صنعت را متمایزتر و مقبول‌تر از دیگر انواع چاپ در آینده خواهد کرد.

با این حال، اگر به صنعت چاپ ایران بازگردیم در کنار مشکلات متعددی، چون نبود آموزش، تکنسین‌های فنی، اپراتورهای مسلط و فرسودگی ماشین‌آلات و مشکلات متعدد دیگر عقب‌ماندگی صنعت چاپ نسبت به دنیای خارج را شاید اگر



اغراق نباشد ۲ نسل عقب‌تر از دیگر کشورها شاهد هستیم. موضوعی که اگر به همین منوال پیش رود به طور قطع هزینه‌های تولید را افزایش داده و صنعت مادر چاپ را بیش از گذشته زمین‌گیر خواهد کرد.

اما نکته بعد به رویکرد جامعه، اقتصاد و فرهنگ ایران باز می‌گردد که هنوز نسبت به این صنعت شناخت کافی نداشته و نتوانسته‌اند سطح مطالبات خود را از این حوزه بالا برده و برای افزایش سطح کمی و کیفی کار محرکی باشند. کما اینکه تیراژهای پایین و سنتی چاپ نشریات، کتاب و برجسب‌ها و لیل‌های روی محصولات کارخانجات در حال حاضر در سطحی پایین و تیراژ کم تقاضا و عرضه می‌شود.

نمایشگاه بین‌المللی صنعت چاپ و بسته‌بندی تهران می‌تواند آوردگاهی باشد برای ارائه جدیدترین تکنولوژی‌های این صنعت با تشویق و حضور تولیدکنندگان بزرگ جهانی که به جای ارائه ماشین‌آلات تولید سال‌های گذشته و یا حضور کم‌رنگ به دنبال سرمایه‌گذاری در ساخت ماشین‌آلات در خود ایران باشند، صنعتی که به جز اندک

شرکت‌های داخلی که یا نمایندگی خارجی‌ها را دارند و یا تولیداتی در سطح پایین و انگشت شمار را انجام می‌دهند.

آخرین نکته به همان موضوع نخست بحث بازمی‌گردد. حضور پررنگ تولیدات داخلی در کنار خارجی‌ها، چیزی که در نمایشگاه چین به وضوح دیده می‌شد و اغلب بازدیدکنندگانی که از صاحبزوران حوزه صنعت چاپ کشور هستند آن را تأیید می‌کنند. لازم است مسئولان امر و متولیان بخش صنعت، فرهنگ و حمایت‌های قوه مقننه با تشکیل فراکسیون چاپ در مجلس و تخصیص بودجه و برنامه ویژه از سوی قوه مجریه و برداشتن موانعی همچون باتکلیفی این صنعت در بین وزارت فرهنگ و صنعت و معدن که هر یک دیگری را متولی می‌داند و با تشویق سرمایه‌گذاران خارجی و حمایت از داخلی‌ها چاپ را در کشور احیا و به سطحی از کار برساند که ایران نیز جزو تولیدکننده‌های ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی شده و در سال‌های آینده برندهای ایرانی را در کنار تولیدکنندگان خارجی در رقابت ببینیم که این تنها با پیگیری و تلاش جامعه بزرگ صنعت چاپ و نهادها و مجامع وابسته به آن امکان‌پذیر است.

بیست و یکمین حضور در یک نگاه

حضور چاپخانه پیام رسانه در نمایشگاه بین‌المللی چاپ



همدان پیام: بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته تهران با حضور بیش از ۴۵۰ شرکت داخلی و خارجی از ۶ دی ما آغاز به کار کرده است.

در این نمایشگاه ۳۳۰ شرکت داخلی و بیش از ۱۲۰ شرکت خارجی، جدیدترین و مدرن‌ترین دستگاه‌های چاپ، دستگاه‌های بسته‌بندی، دستگاه‌ها و تجهیزات کدگذاری، دستگاه‌های پلمب صادراتی و کالاها و اجناس ویژه بسته‌های داخلی و صادراتی و روش‌های نوین بسته‌بندی کالا را در معرض دید مخاطبان و صادرکنندگان گذاشته اند.

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران امسال شاهد رشد چشمگیر شرکت‌های داخلی و خارجی است. به طوری که شرکت‌های خارجی امسال حدود ۸۰ درصد رشد یافته است. در بخش شرکت‌های داخلی نیز استقبال برای حضور در این نمایشگاه به حدی است که سالن‌های نمایشگاه از ۲ ماه قبل از رسیدن زمان برگزاری نمایشگاه تکمیل شده است و ۱۷۰ شرکت نیز در نوبت جایگزینی قرار گرفته‌اند.

فرانسه، سوئد، اتریش، آلمان، کانادا، چین، تایوان، ترکیه، اسپانیا، ایتالیا، کره جنوبی، هند و ژاپن کشورهایی هستند که در این نمایشگاه حضور و مشارکت دارند.

امسال ۳۵ درصد از فضای نمایشگاه در اختیار بخش ماشین‌آلات چاپ، ۳۰ درصد در اختیار ماشین‌آلات بسته‌بندی و ۳۵ درصد دیگر نیز در اختیار بخش‌های مرتبط با این حوزه قرار گرفته است.

چاپخانه پیام رسانه پس از حضور موفق در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی کشور که دی‌ماه سال گذشته در تهران برگزار شد و با توجه به استقبال بازدید استandar همدان، نمایندگان استان و تعدادی از مدیران ارشد از غرفه پیام رسانه این بار نیز مجموعه پیام رسانه برای دومین بار در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته که از ۶ تا ۹ دی‌ماه، در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود، شرکت می‌کند.

یکصد نشریه محلی، در حوزه چاپ کتاب، جعبه و مقوا، لیل و سایر حوزه‌ها فعال است.

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته از ۶ تا ۹ دی‌ماه هر روز از ساعت ۹ تا ۱۶ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران آماده بازدید علاقه‌مندان است.

پرداخت و در حوزه توسعه فعالیت چاپخانه در فاز ۴ که مورد تأکید کارشناسان است به ارائه اطلاعات و بازاریابی می‌پردازد.

گفتنی است، چاپخانه پیام رسانه با ۲ شعبه در همدان و تبریز زیر مجموعه روزنامه همدان پیام علاوه بر چاپ روزنامه همشهری برای استان‌های غرب کشور و بیش از

چاپخانه پیام رسانه در سالن ۳۵ (آلمان) در فضایی بالغ بر ۴۰ مترمربع در غرفه A۴۳ حضور خواهد داشت و پیش‌بینی شده است بتواند نماینده شایسته‌ای در حوزه چاپ و نشر از استان باشد.

در این نمایشگاه چاپخانه پیام رسانه در ۳ فاز پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ به ارائه توانمندی‌های خود خواهد



بزرگترین، مجهزترین و تنها جایگاه شبانه روزی در غرب کشور

مطابع - لیتوگرافی - چاپ رول - چاپ تیت - صنعتی

وعده دیدار ما در دومین حضور مجتمع جایگاه های پیام رسانه همدان و تبریز در
بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی
چاپ و بسته بندی تهران
سالن ۲۵ غرفه ۴۲۸
۶ لغایت ۹ دی ماه

دفتر مرکزی - همدان - خیابان شریعتی - خیابان همدان

رومیزی دبیرستان شریعتی - ساختمان همدان پیام - واحد ۲

تلفن ۰۲۶۶۶۶۶۶۶ (۰۲۶) ۰۲۶۶۶۶۶۶۶ (۰۲۶)

۰۲۶۶۶۶۶۶۶۶ (۰۲۶) واحد تیت - ۰۲۶۶۶۶۶۶۶ (۰۲۶)

پیام کوتاه ۰۲۶۶۶۶۶۶

www.payamresaneprint.ir

info@payamresaneprint.ir