



چالشها و فرصتهای  
صنعت چاپ در ایران



# چالشها و فرصتهای صنعت چاپ در ایران

## سخنرانان

یوسف افراش، صفر بیگزاده، نادر قدیانی، محمدحسین افشار،  
سیامک دری، علی نیکوسخن، مصطفی تینای تهرانی

پژوهشکده مطالعات راهبردی فرهنگ



پژوهشکده مطالعات راهبردی فرهنگ  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



---

## چالشها و فرصتهای صنعت چاپ در ایران

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

سخنرانان: یوسف افراش، صفر بیگزاده، نادر قدیانی، محمدحسین افشار، سیامک دری،

علی نیکوسخن، مصطفی تینای تهرانی

ویراستار ادبی: حبیب رائی تهرانی

صفحه‌آرا: حسین آذری

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - اسفند ۱۳۹۰

قیمت: ۴۳۰۰۰ ریال

چاپخانه: طنین پاسارگاد

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

---

نشانی: تهران، پانین‌تر از میدان ولیعصر(عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار ۸۸۸۹۳۰۷۶ **Email: Nashr@ric.ir**

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	سخن ناشر.....
۹	مقدمه.....

### بخش اول میزگرد

۱۳	یوسف افراش.....
۱۵	صفر بیگزاده.....
۱۷	نادر قدیانی.....
۱۹	محمدحسین افشار.....
۲۳	سیامک دری.....
۲۷	صفر بیگزاده.....
۲۹	علی نیکوسخن.....
۳۳	یوسف افراش.....

### بخش دوم میزگرد

۳۷	صفر بیگزاده.....
۳۹	علی نیکوسخن.....
۴۱	مصطفی تینای تهرانی.....
۴۳	محمد حسین افشار.....

### بخش سوم میزگرد

۵۵	پرسش و پاسخ.....
۵۹	جمع بندی.....



## سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در راستای اهداف و وظایف خود اقدام به برگزاری نشست‌هایی با موضوع‌های مختلف در حوزه فرهنگ، هنر و ارتباطات می‌نماید تا از این رهگذر فضای گفتگو و تبادل نظر میان نخبگان فرهنگی کشور، نقد و بررسی مسائل و مشکلات مبتلا به جامعه فراهم آید. گزارش پیش‌رو، نتیجه نشست علمی - تخصصی، با عنوان «چالشها و فرصتهای صنعت چاپ در ایران» است که در تاریخ ۸۹/۸/۱۵ از سوی پژوهشکده مطالعات راهبردی فرهنگ در پژوهشگاه برگزار شده است. یادآوری می‌شود، موضوعات مطرح شده از سوی سخنرانان، لزوماً منعکس‌کننده دیدگاه‌های پژوهشگاه نیست.





## مقدمه

میزگرد تخصصی «چالشها و فرصتهای صنعت چاپ در ایران» در تاریخ ۱۵ آبان ۱۳۸۹ در سالن همایشهای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات برگزار شد. در این میزگرد، متخصصان و صاحبان نظران صنعت چاپ سخنرانی کردند که عبارت بودند از:

صفر بیگزاده؛ حقوقدان و کارشناس رسمی طبع و نشر (رئیس جلسه)  
یوسف افراش؛ سرپرست دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
محمدحسین قاسمی افشار؛ مدرس رشته چاپ و مؤلف کتابهای

درسی چاپ

سیامک دری؛ مدرس چاپ و مدیر گروه چاپ مرکز شماره پنج

دانشگاه جامع علمی و کاربردی

علی نیکوسخن؛ رئیس اتحادیه چاپخانهداران تهران

نادر قدیانی؛ رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران

مصطفی تینای تهرانی؛ نائب رئیس اتحادیه چاپخانهداران تهران

در ادامه مشروح سخنرانیهای حاضران ارائه می شود.



بخش اول میزگرد



### یوسف افراش

بنده از ابتدای سال ۱۳۸۹ که مسئولیت سرپرستی دفتر چاپ را متقبل شدم احساس کردم که ما با یک سری چالشها و دغدغه‌ها در حوزه صنعت چاپ مواجه هستیم که نیاز به کار کارشناسی اساسی در این حوزه دارد. روالی که طی سالهای گذشته در ارتباط با پیگیری ارائه راهکارهای مناسب برای رفع مشکلات و چالشهای صنعت چاپ وجود داشته، به این شکل بوده که مجموعه‌ای از کارشناسان دعوت می‌شدند و دغدغه‌ها به آنها منتقل می‌شد و آنها با ارائه راهکارهایی که به ذهنشان می‌رسید به این صنعت کمک می‌کردند. برای این کار یکسری کارهای مطالعاتی و تحقیقاتی انجام می‌شده است. ولی متأسفانه هیچ‌کدام از این راهکارها عملیاتی نمی‌شد و در قالب طرح و ایده باقی می‌ماند تا اینکه مدیریت‌ها تغییر می‌کرد و مدیر جدید هم با توجه به سلیقه، تجربه و تخصص خودش، یکسری چالشها را تعریف و به گروه‌هایی واگذار می‌کرد تا کار

کارشناسی و ارائه راه‌حل کنند و به همین ترتیب کارها دنبال می‌شده است. احساس کردم اگر بخواهیم جدی‌تر و عملیاتی‌تر، پژوهش‌ها و تحقیقات را دنبال کنیم، لازم است از وجود و ظرفیت مجموعه‌ای که کار علمی می‌کنند بهتر استفاده کنیم. در ساختار وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت پژوهشی وجود دارد که چندین سال است کار علمی می‌کند. مکاتباتی را با این معاونت به عمل آوردیم و دغدغه‌ها و انتظارات را مطرح کردیم و آن‌ها پیشنهاد دادند که در این حوزه جا دارد از ظرفیت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات استفاده شود. از کارشناسان مطرح دعوت و نشست‌هایی که نتایج عملیاتی داشته باشد، برگزار شود.

جلسه حاضر، در واقع، جلسه هماهنگی جهت اولویت‌بندی موضوعات و چالش‌های پیش‌رو تلقی می‌شود، تا بر اساس اولویت‌ها، نقشه راهی فراهم شود و بر مبنای آن جلسات ادامه پیدا کند. در واقع موضوع این جلسه یعنی «چالش‌ها و فرصت‌های صنعت چاپ در ایران» از دغدغه‌های اصلی ماست. یک‌سری برنامه‌ها هم به صورت پاورپوینت از سوی دفتر امور چاپ تهیه شده است که به عنوان چشم‌انداز صنعت چاپ، ترسیم وضعیت موجود، راهکارها و نقشه رسیدن به چشم‌انداز (از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب) ارائه خواهد شد.

### صفر بیگ زاده

اگر بتوانیم نشر را از حالت سنتی به صنعتی تبدیل کنیم و دغدغه‌های آن را بررسی کنیم نتایجی به بار خواهد آورد که چه در حوزه تدریس در دانشکده‌ها و چه در حوزه حمایت از اهالی نشر، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان صنعت نشر حتماً کارساز خواهد بود. بهتر است به این سمت پیش رویم که به لحاظ ترسیم چشم‌انداز، تدوین راهبردها و اهداف این صنعت، نگاه صنعتی داشته باشیم. آنگاه برخورد ما با اهالی این صنعت متفاوت خواهد بود. اساس و هدف این جلسه، چگونگی بررسی چالشها و فرصتها در نگاه صنعتی به نشر خواهد شد. در حقیقت این جلسه در حد طرح مسئله خواهد بود و در ادامه جلسه‌ها سعی خواهد شد به نتایج عملیاتی منجر شود.





### نادر قدیانی

نشست‌هایی از این دست باعث می‌شود که دغدغه‌ها و چالش‌های حوزه چاپ و نشر مطرح شود. با سابقه ۴۵ ساله در حوزه نشر و سابقه ۱۰ ساله در حوزه چاپ، تقریباً از دو حوزه فوق می‌توانم به مشکلات و چالش‌هایی اشاره کنم. سال‌هاست که صنعت نشر مظلوم واقع شده است. هرچند از سوی مجلس شورای اسلامی حمایت‌هایی در قالب بخشنامه پیشنهاد شده ولی این کار در عمل و اجرا، با چالش‌هایی مواجه شده است. مهم‌ترین آن‌ها مسئله مالیات است که از وضعیت خوبی برخوردار نیست. آن چیزی که انتظار داشتیم اتفاق نیفتاد. دولت در دهه اول انقلاب اسلامی در حوزه چاپ، یارانه‌ها و اختیارات زیادی در وارد کردن دستگاه‌ها اعمال می‌کرد، به نظر من، مدیران آن زمان نتوانستند از این موقعیت بهره ببرند. در حوزه چاپ در همه جای دنیا کاملاً تخصصی عمل می‌کنند؛ اما در ایران یک چاپخانه، هم جعبه دارو تولید می‌کند، هم جعبه قنادی و هم کتاب چاپ

می‌کند. صادقانه عرض می‌کنم که مدیران دولتی در این حوزه از همان اول انقلاب نتوانستند به‌طور تخصصی وارد صنعت چاپ شده و هدایت کنند. بنابراین متأسفانه با توجه به تخصصی نبودن وظایف، پرسنل از کارایی و بهره‌وری مورد انتظار، برخوردار نیستند. با آموزش و تقویت نیروهای زبده، می‌توان به دو صنعت چاپ و نشر کمک بسیار زیادی کرد. مهم‌ترین چالش موجود در این زمینه، ارتباط بین ناشران و چاپخانه‌داران کشور است. این چالش - که باعث می‌شود ارتباط میان ناشران و چاپخانه‌داران کم‌رنگ شود- را باید در عدم امکان تأسیس چاپخانه توسط ناشران دانست. اگر شرایط به‌گونه‌ای باشد که ناشران بتوانند چاپخانه‌ای تأسیس کنند، شاید بسیاری از مشکلات فعلی مرتفع شود. بنابراین در مجموع می‌توان مشکلات را در دو بعد طبقه‌بندی کرد: مشکلات مدیریتی (عدم اجرای صحیح بخشنامه‌ها، مصوبات تهیه شده در مجلس شورای اسلامی، هیئت وزیران، معاونت فرهنگی و...) و مشکلات مالی (گران بودن ماشین‌آلات این صنعت، بالا بودن هزینه مکانیزه کردن چاپخانه‌های خاص و...) که حمایت دولت را می‌طلبد. مالیات بر ارزش افزوده، یک‌سری پیچیدگی‌ها فراروی این صنایع گذاشته است و آینده آن معلوم نیست. دفتر امور چاپ در این زمینه می‌تواند با شفاف‌سازی و کمک در خصوص مالیات بر ارزش افزوده و تعیین تکلیف آن، خدمات قابل توجهی از خود به جا بگذارد.

### محمدحسین افشار

مدت طولانی است که همراه مهندس درویش در تهران در راستای آموزش صنعت چاپ فعالیت دارم. چالشهای صنعت چاپ را به دو بخش کلی تقسیم کرده‌ام که عبارت‌اند از:

۱. چالشهای تکنولوژیکی

۲. چالشهای مدیریتی

چالشهای تکنولوژیکی، در واقع ضرورت آگاهی مسئولان، سرپرستان و همکاران چاپخانه‌ها به فناوری‌های نوین یا به عبارتی دانش است. عوامل درگیر، بایستی با دانش روز این صنعت آشنا باشند. فناوری نوین، امروز، نیاز به دوره‌های آموزشی تخصصی دارد و کسی که قصد ورود به این صنعت را دارد بایستی با دانش بالا وارد شود و برای استفاده از دانش جدید باید حداقل تحصیلاتش، فوق‌دیپلم باشد. متأسفانه واحدها و سرفصل‌های درسی دانشگاه‌ها با تغییراتی که هر روز در صنعت چاپ رخ می‌دهد، همگام نیست.

نتیجه این می‌شود که قشر دانشجو با توان اطلاعاتی و پژوهشی پایینی وارد بازار کار می‌شود. امروزه دستگاه‌هایی که راه‌اندازی و استفاده می‌شوند، همه با فناوری‌های نو است. دیگر آن زمان نیست که در صنعت چاپ از حروف سربی استفاده و فرم‌بندی کنیم یا زمان زیادی صرف چاپ کنیم. امروزه همه این موارد با سرعت بیشتر و فناوری نوین است. شیوه کاربرد هر یک از فناوری‌های نوین، بایستی در راستای استفاده بهینه فرا گرفته شوند. متخصص چاپ باید بداند که استفاده از چه دستگاهی بهینه است. یعنی راندمان کار را بالا ببرد، زمان صرف شده و هزینه‌ها را پایین بیاورد، کیفیت بالا برود و قدرت رقابت افزایش یابد. ما با استفاده از فناوری نوین بایستی بتوانیم کلیه کارهای چاپ منطقه را انجام دهیم، اما بدیهی است که برای این کار باید قیمت تمام‌شده، ارزان باشد که این فقط با استفاده از فناوری نوین امکان‌پذیر است. فناوری نوین به ما دقت، سرعت و کیفیت بالا می‌دهد و در نتیجه قیمت پایین را به دنبال دارد. در همین راستا باید به منابع انسانی، توجه بسیار زیادی داشته باشیم. امروزه منابع انسانی جزو سرمایه اولیه چاپخانه‌داران است. در واقع این‌ها منابع و ثروت سازمان محسوب می‌شوند. ما باید مدیریت بهره‌وری را در این منابع پیاده کنیم. در این راستا تأکید بر ضرورت آگاهی همکاران، مدیران، سرپرستان و ... به فناوری‌های نوین است.

بحث دوم بحث مدیریتی است. امروزه مدیران کارآمد به مراتب از سرمایه سازمان، ارزش بالاتری دارند، چون مدیران هستند که سرمایه می‌آفرینند. مدیر، فکر و تفکر دارد و تفکر حاصل پیشروی در کار است. ما باید مدیران را کاملاً به علم و دانش امروزی مسلح کنیم. امروزه در تمام مراکز پیشرفته جهان، چنانچه بخواهند مدیریت موفق داشته باشند بایستی مدیران قوی تربیت کرده و آن‌ها را به دانش مدیریت مجهز کنند. مجهز شدن مدیران به علم، هزینه زیادی ندارد و از آزمون و خطاهای متعدد و

تصمیم‌گیری‌های غلط که هزینه‌های زیادی را به سازمان‌ها تحمیل می‌کند، جلوگیری می‌نماید. بنابراین ضرورت آگاهی مدیران و سرپرستان چاپخانه‌داران به علوم مدیریتی کاملاً احساس می‌شود.

تعدادی از مهم‌ترین اصول مدیریتی عبارت‌اند از:

۱. **مدیریت بازار:** اولین کاری که مدیران باید داشته باشند، این است

که آموزش ببینند تا بازار را مدیریت کنند.

۲. **تکنیک‌های حل مسئله و اخلاقیت:** بتوانند تکنیک‌های حل مسئله

و اخلاقیت را در خود تقویت کنند. هر موضوعی که وارد چاپخانه می‌شود یک مسئله است. برای حل آن، باید روش علمی آن را آموخت. مدیران باید اخلاقیت هر فردی را شکوفا کنند. کاری کنند که همه افراد زیرمجموعه خودشان، خلاق باشند. برای این قضیه نیازی به سرمایه نیست، بلکه نیاز به بالا بردن دانش افراد می‌باشد.

۳. **مدیریت و کنترل پروژه:** هر کاری که به چاپخانه محول می‌شود، نوعی

پروژه است. ابتدا و انتهای پروژه باید معلوم باشد و مدیر است که کل این فرایند را تحت کنترل و مدیریت خویش درمی‌آورد. پروژه باید برنامه‌ریزی شده باشد.

۴. **مدیریت تغییر:** مدیر بایستی این توانمندی را داشته باشد تا بتواند

در چاپخانه تغییر به وجود آورد. منظور از تغییر این است که از نقطه‌ای مثل (الف) به نقطه دیگری مثل (ب) رسید. اگر در این تغییر بتواند بار مثبت به وجود آورد، آن، همان تغییر و تحول است.

۵. **مدیریت تولید:** کلیه کارهایی که به چاپخانه می‌رسد کار تولیدی

محسوب می‌شود.

۶. **مدیریت زمان:** بازه‌های زمانی بر حسب دقیقه کم است. باید به

ثانیه برسد. کوچک‌ترین عمل و فعالیت نیروی انسانی، بایستی قبلاً پیش‌بینی شده باشد و آن‌ها را در مدیریت زمان ببینیم.

۷. مدیریت بهره‌وری: بایستی فعالیتها و فرایندها را طوری ارتقا دهیم که با کمترین هزینه، بیشترین بهره‌وری را ایجاد کنیم و این نیازمند علم و دانش است.
۸. مدیریت قوانین و مقررات و تأمین اجتماعی: بایستی در این راستا بدانیم چگونه با نیروهایمان کار کنیم. حق و حقوق هر کسی محفوظ باشد و هر کسی در قالب خودش کار کند.
۹. مدیریت ارتباط با مشتری و مشتری‌مداری: امروزه مشتری یعنی همه چیز، همواره حق با مشتری است. منظور از مشتری‌مداری این است که با روی خوش با او برخورد کنیم، به او حق بدهیم و همواره جاذبه داشته باشیم.
۱۰. مدیریت رفتار سازمانی و منابع انسانی: اخلاق حرفه‌ای داشته باشیم. در صورت وجود اخلاق حرفه‌ای، کلیه پرسنل، مؤسسه را از آن خودشان می‌بینند یعنی به سیستم بها می‌دهند.

### سیامک درّی

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۸۷ گزارشی را درباره صنعت چاپ ایران تهیه کرده که در آن، به چالش‌ها و فرصت‌های این صنعت پرداخته است. چکیده این گزارش، دو بعد اجرایی و حقوقی این صنعت را ارائه کرده است.

ضعف برنامه‌ریزی، نبود استانداردهای لازم، عدم توجه به آموزش و کمبود نیروی متخصص، فقدان بانک اطلاعاتی، وجود ماشین‌آلات فرسوده و نیز نقش حاشیه‌ای اتحادیه چاپخانه‌داران جزو مشکلات اجرایی صنعت چاپ است. در بعد حقوقی نیز به تناقض‌ها، ابهام‌ها و خلأهای قانونی مرتبط با صنعت چاپ، اشاره شده است.

در کل، این مسائل بررسی و در برخی موارد راهکارهایی هم ارائه شده است. ولی متأسفانه در این دو سال فقط در قالب یک گزارش باقی مانده و بازخورد و راهکاری برای آن از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه نشده است. اگر

این‌گونه میزگردها تداوم پیدا نکنند، مثل همین گزارش خواهد شد. تقریباً تمام مطالبی که دوستان در این جلسه ارائه می‌کنند در این گزارش دیده می‌شود.

بنده مشکلات را در دو بعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری طبقه‌بندی کرده‌ام. بعد سخت‌افزاری، مسائل مربوط به ماشین‌آلات و بعد نرم‌افزاری مربوط به مسائل تکنولوژیک است. با توجه به اینکه نگاه به چاپ، صنعتی و صنعت بحثی تکنولوژیک است، بنابراین چنانچه تغییری در تکنولوژی اتفاق بیفتد، صنعت پیشرفت خواهد کرد. مثلاً طبیعی است با رواج نانو تکنولوژی، در آینده شاهد تأثیرات آن در صنعت چاپ نیز باشیم. تمام تغییراتی که به وجود می‌آید، احتیاج به مدیریت تغییر دارد و یکی از راهکارهای رسیدن به آن، همان‌طور که اشاره شد، آموزش است. در بخش آموزش صنعت چاپ، امکانات بالقوه بسیاری وجود دارد که متأسفانه به دلیل عدم ارتباط مناسب، به حالت سکون درآمده و پویایی مطلوب خود را از دست داده است و در صورتی که به پرسنل آموزش‌های لازم در جهت تغییرات تکنولوژیک داده نشود، صنعت، با مشکل مواجه خواهد شد. آموزش باید مستمر و روند دائمی داشته باشد. چنانچه در چاپخانه‌ای، آموزش مقطعی باشد، پس از دو سال دوباره مشکلات قبلی به صورت دیگری خود را نشان می‌دهند. دوستان به اندازه کافی به چالش‌ها اشاره کردند، بنده می‌خواهم برخی فرصت‌های موجود در صنعت چاپ ایران را توضیح دهم.

- کشور ما در صنعت چاپ، از نظر ماشین‌آلات با کشورهای همسایه (حاشیه خلیج فارس) برابر است. ما می‌توانیم محصولی قابل قبول تولید کنیم. یک سری مشکلات در خصوص استانداردسازی داریم که می‌توانیم با برنامه‌ریزی آن‌ها را حل کنیم، ولی ببینید چه فرصتی را از دست می‌دهیم. در کشورهای حوزه خلیج فارس، بیشتر چاپ دیجیتال رایج است. انجام چاپ بسته‌بندی در تیراژ بالا رایج نیست. بنده در بررسی‌های خود، به این نتیجه



رسیدم که کشوری مثل بحرین که با ما فاصله بسیار کمی دارد، محصولات چاپی خودش را از کشور ترکیه وارد می‌کند. پرس‌وجوی زیادی درباره‌ی علت این اتفاق انجام دادم - با اینکه تیمی که آنجا کار می‌کند ایرانی است - مسئله را فقط مسئله ارتباط مطرح کردند. گفتند که در هفته، پنج پرواز از ترکیه به بحرین است، در صورتی که از ایران فقط یک پرواز به بحرین انجام می‌شود و کارها را نمی‌توانیم فقط یکبار در هفته جمع کرده و توزیع کنیم، چرا که از نظر زمان‌بندی عقب می‌افتیم. می‌بینید که ما یک فرصت در کشورمان داریم ولی به خاطر مشکلات ارتباطی نمی‌توانیم از آن استفاده کنیم. فرصتهای دیگری هم وجود دارد که به همین دلیل (ارتباطات) از دست می‌دهیم.

- از نظر پرسنل و نیروی متخصص در ایران، مرجع مشخصی وجود ندارد که بتواند تخصص و صلاحیت آن‌ها را تشخیص دهد. البته اتحادیه چاپخانه‌داران تا حدودی این کار را می‌کند ولی اینکه مرجعی باشد که صلاحیت و خبرگی افراد مرتبط با صنعت چاپ و همچنین صلاحیت و کارآمدی دستگاه‌ها را مورد نقد و بررسی و محاسبه قرار دهد وجود ندارد. این خلاء باعث می‌شود تا نتوانیم از تمامی ظرفیت‌های موجود بهره برده و استفاده نماییم. ما حتی در سیستم آموزشی خودمان مرجعی نداریم که بتواند به صورت مشخص، نتایج سیستم آموزش ما را ارزیابی کند. ما خودمان در مرکز با توجه به بازخوردی که از محیط خارج می‌گیریم این ارزیابی را انجام می‌دهیم. مثلاً یکی از ملاک‌های ارزیابی ما، درصد فارغ‌التحصیلان شاغل در صنعت است. ما نمی‌توانیم این ملاک را در جاهای دیگر، توسعه دهیم و تنها برای مرکز خودمان می‌توانیم مشخص کنیم. همچنین یکی دیگر از ملاک‌های ارزیابی در این زمینه، تعداد پایان‌نامه‌هایی است که در طی یک‌سال دفاع می‌شود. البته متأسفانه ما تولید پایان‌نامه نداریم و این ملاک ارزیابی را از دست داده‌ایم.



### صفر بیگزاده

ما نمی‌خواهیم این جلسات مثل جلساتی که دوستان فرمودند، ابتر بماند. فرض ما این بود و اساساً عجله‌ای که برای برگزاری این جلسه داشتیم این بود که دوستان بیایند، مسائل، چالشها و فرصتها را مطرح کنند و ما حاصل اینها جمع‌بندی بشود که جلسات بعدی، حسب این جمع‌بندی شکل بگیرد. سلسله جلسات را ادامه می‌دهیم تا به راهکارهای عملیاتی اساسی برسیم. ما بیشتر در پی کاربردی کردن این مباحث هستیم. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس را که آقای دری اشاره کردند، بنده شخصاً ندیده‌ام و اینکه مرکز پژوهش‌ها، بیشتر مشکلات صنعت را در بخش حقوقی‌اش مطرح می‌کند که من موافق نبوده‌ام و همچنان نیستم. به خاطر دارم پیش‌طرحی آمد تا نظام جامع نشر مشخص شود. من آنجا مخالف بودم، نظرم این بود که ما در نشر خلاء حقوقی نداریم. ممکن است خلاء قانونی باشد، یعنی قانونی نباشد که بتوانیم به ماده و بند آن استناد کنیم. اما به هر حال در طی این ۳۰ سال و قبل از انقلاب اهالی چاپ و

نشر، کارشان را پیش برده‌اند و تعارضی ایجاد نشده است. در حقیقت کار برعکس است و همان‌طور که آقای قدیانی هم فرمودند، یکسری قانون تصویب می‌شود که ایجاد مشکل می‌کند. اگر قوانین نباشند یا با مشورت گرفتن از اهالی نشر صورت بگیرد، بسیار بهتر است و در حقیقت چالش و مشکلی را هم ایجاد نمی‌کند.

### علی نیکوسخن

به نظر بنده تا زمانی که قانون حاکم نباشد و همه از قانون تمکین نکنند، مشکلات وجود خواهد داشت. اولین موردی که ما اعتراض داریم قانون است، مجلس شورای اسلامی قانونی را مصوب کرده که در آن یکسری شرح وظایف را برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعیین کرده و یکسری وظایف برای اتحادیه و امور صنفی وزارت بازرگانی. بخشی از این مسائل در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اجرایی می شود ولی هنوز مطلوب نیست. اتحادیه، منبعث از امور صنفی وزارت بازرگانی است که متأسفانه تا الان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، هیچ کدام از موارد قانون نظام صنفی را رعایت نکرده است. طبق قانون صنفی، هر واحدی بخواهد وارد صنعت چاپ شود، باید ابتدا به اتحادیه مراجعه کند، موقعیت خودش را بسنجد، اتحادیه هم اطلاعات لازم از نظر سرمایه گذاری، مکان و اداری که در این امر دخیل هستند را به واحد ارائه دهد. متأسفانه چالشهایی که

حداقل در این ۲۰ سال اخیر وجود دارد، حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد آن مربوط به عملکرد گذشته وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. در حال حاضر، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون هماهنگی با اتحادیه، مجوز را به چاپخانه‌داران می‌دهد و آن‌ها ماشین‌آلات را وارد می‌کنند. در حالی که به صورت قانونی روند کار بدین صورت است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بعد از دادن مجوز، باید واحد را به اتحادیه ارجاع دهد تا پس از تأیید توسط اتحادیه، به خرید ماشین‌آلات اقدام کند. بنابراین نخستین مشکل را باید در عدم پایبندی به قانون و مجوزهای تأسیس چاپخانه و ورود ماشین‌آلات بدون هماهنگی با اتحادیه چاپخانه‌داران دانست. مسئولیت این امر خطیر به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز برمی‌گردد.

مسئله دوم، در خصوص ظرفیت‌هاست، زمان زیادی است که ما می‌گوییم ظرفیت افست اشباع شده است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بدون نظر کارشناسی و نظر اتحادیه برای ورود ماشین‌آلات افست مجوز صادر می‌کند و هر موقع به آن‌ها (وزیر، مدیران ارشاد و...) اعتراض می‌کنیم، استدلالشان این است که به هر کسی که وارد این کار می‌شود باید مجوز بدهیم. بنابراین با این کار، چاپ، مفهوم اصلی خودش را از دست می‌دهد.

اما اصلی‌ترین مسئله و مشکل در این زمینه، همان‌طور که دوستان هم اشاره کردند، مسئله اقتصادی است. تا زمانی که در اقتصاد، مسائل مالی، تسهیلات، حمایت و نظارت دولت در بخش مجوز چاپخانه نباشد، امکان حل این چالشها وجود ندارد. اعتراض بعدی بنده، به آقای قدیانی است. اگر قرار باشد هر ناشری برای خودش جداگانه چاپخانه تأسیس کند، چاپ، ماهیت خودش را از دست خواهد داد. چاپخانه‌داران ما (مخصوصاً چاپخانه‌داران قبل از انقلاب و دهه ۶۰) در همه امور متخصص هستند، در صورتی که جدیداً با توجه به رانت و پارتی، چاپخانه ایجاد می‌کنند.

مسئله مهم‌تر از همه این است که متولی ما مشخص نیست. زمانی که وقت دریافت مالیات، عوارض، بیمه و... است و به وزارت امور اقتصادی و دارایی رجوع می‌شود، مدعی هستند که واحدهای چاپی در زمره صنایع محسوب می‌شوند؛ از دیگر سو، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - به عنوان متولی اصلی صنعت چاپ در حال حاضر - مدعی است که چاپ زیرمجموعه‌ای از امور فرهنگی است؛ در این میان، وزارت بازرگانی نیز معتقد است واحدهای چاپی در زمره واحدهای صنفی قرار می‌گیرند. مشکل اینجاست که آخر سر هم مشخص نیست متولی اصلی، کارآمد، حامی و قدرتمند صنعت چاپ کشور کدام نهاد، وزارتخانه، سازمان ملی یا... است؟ البته در اینجا اعلام می‌کنم که ما هیچ مشکلی با وزارت بازرگانی نداریم. چون تمامی بخشنامه‌ها، قوانین و مقرراتی که وزارتخانه به مجامع اعلام می‌کند و سپس به اتحادیه‌ها و اعضای آن ابلاغ می‌شود همه رعایت می‌شود و کاملاً هماهنگی وجود دارد. البته بهمن درزی معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ما این نوید را داده که ان‌شاءالله وضعیت چاپ را طی شش ماه آینده مشخص خواهند نمود. که صنعتی - فرهنگی است یا فرهنگی - صنعتی و امیدواریم که این اقدام زودتر به نتیجه برسد. چون خرید ماشین‌آلات چاپ بدون حمایت دولت امکان‌پذیر نیست. بنده مکاتباتی با رئیس‌جمهور، وزیر اقتصاد، وزیر صنایع و آقای افراش داشتم تا اینکه از این بلا تکلیفی درآییم و متولی ما دقیقاً مشخص بشود تا براساس آن‌ها مأموریت‌ها، شرح وظایف، حدود مسئولیت‌ها و... معلوم شود. آقای افراش اقداماتی برای این کار انجام داده‌اند که ان‌شاءالله به نتیجه برسد، ولی متضاد بودن نظرات در وزارتخانه‌ها در یک زمان، ابهامات و وظایف ما را بیشتر می‌کند. مهم‌تر از همه در اواخر سال گذشته بنده به همراه آقای تهرانی (نائب رئیس اتحادیه

چاپخانه‌داران تهران) اقداماتی در مورد مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام دادیم. چون بعد از انقلاب حدوداً ۲۵ مدیرکل برای این اداره آمده‌اند و در زمان خودشان خدماتی ارائه کرده‌اند، ولی خدمات سلیقه‌ای بوده و در چارچوب قانونی نبوده است. چنانچه قانون باشد، با تغییر مدیریت‌ها بر اساس همان قانون عمل می‌شود در صورتی که چنین نبوده است. ما با هشت مدیرکل و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی مصاحبه انجام دادیم که در گزارش‌های مجله صنعت چاپ وجود دارد.



### یوسف افراش

به نظر بنده یکی از اصلی‌ترین چالش‌هایی که ما با آن مواجه هستیم، عدم وجود چشم‌انداز برای صنعت چاپ است. هیچ چشم‌اندازی برای صنعت چاپ تعریف نکرده‌ایم که بالاخره می‌خواهیم به کجا برسیم. نقطه مطلوب ما در صنعت چاپ چه نقطه‌ای است. چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور می‌تواند مبنایی برای آن باشد تا چارچوب آن دربیاید. البته ما اقداماتی را در طرح آمایش در این خصوص انجام داده‌ایم که در بخش بعدی عرایض، به آن اشاره خواهم کرد. اگر این چشم‌انداز تعریف شود، چالش بعدی، تبیین وضعیت موجود صنعت چاپ است. تمام مسائل و چالش‌ها در این جلسه و توسط دوستان گفته شد و در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نیز وجود دارد، اینکه ما الان در کجا قرار داریم و وضعیتمان چگونه است. وقتی این کار هم صورت پذیرفت، از شکاف موجود بین وضعیت موجود و چشم‌انداز صنعت چاپ، بایستی نقشه راه و راهبردها معلوم شود. طبعاً

در این خصوص در حوزه‌های مختلف همچون آموزش، قوانین و مقررات، ساختارهای اداری و تشکیلاتی و... وظایف و مأموریت‌ها تعریف و تبیین می‌شود.

بخش دوم میزگرد



### صفر بیگ زاده

همان‌طور که اشاره شد، هدف این جلسه طرح مسئله برای صنعت چاپ می‌باشد و سعی خواهد شد در جلسات بعدی بیشتر به راهکارهای عملیاتی و حل مسائل پیش‌رو پرداخته شود. اگر نگاه ما به چاپ و نشر صنعتی باشد و چشم‌اندازی که اشاره شد را در همین صنعتی شدن قرار دهیم، محصول صنعتی هر چه هم باشد، باید نگاهش معطوف به مصرف‌کننده باشد. بحث آموزش و ارتباطات (ارتباط با جهان) در قالب صنعتی معنا پیدا می‌کند و قالب کارگاهی (نگاه سنتی صنعت چاپ و نشر) نگاه بخشی و خردنگر است. در نگاه صنعتی نوع آموزش در دانشکده‌ها تغییر می‌کند. اگر فارغ‌التحصیلان دانشکده‌ها وارد بازار کار شوند بیشتر بحث علمی می‌کنند تا فنی. در صنعت چاپ، ترکیبی از این دو، شکل می‌گیرد. اگر این اتفاق بیفتد قسمت‌های مرتبط با چاپ همچون صحافان، مؤلفان و انجمن‌های تخصصی باید ارتباطاتشان با هم بیشتر شود و

خروجی این کار این است که وظایف هر کدام تا حدودی مشخص می‌شود که هر کدام چه بخشی از صنعت را باید پیش ببرند و بنابراین متولی صنعت چاپ معلوم می‌شود.

### علی نیکوسخن

یکی از چالش‌های صنعت چاپ، چاپخانه‌های دولتی و تحت پوشش است. این چاپخانه‌ها تجاوزی به کارهای چاپخانه‌های خصوصی کرده‌اند و تداخل در کار آن‌ها به وجود آورده‌اند. در گذشته برخی وزارتخانه‌ها چاپخانه‌های داخلی داشتند که صرفاً کار همان وزارتخانه را انجام می‌دادند، ولی امروزه در کارهای مربوط به چاپخانه‌های خصوصی دخالت می‌کنند. جلوی این کار باید گرفته شود. همچنین یکی از برنامه‌ها برای از بین رفتن رکودی که وجود دارد، احیاء کمیسیون تقسیم کار دولتی که ۱۰ سال پیش وجود داشت و بنا به مصلحتی لغو شد، می‌باشد تا کارهای مربوط به این صنعت (خصوصی شدن چاپخانه‌ها) از کانال اتحادیه انجام شود. در این زمینه اتحادیه مسئولیت آن را به عهده می‌گیرد و حقوق بیت‌المال هم حفظ می‌شود.





مصطفی تینای تهرانی

اعتقاد دارم به صنعت چاپ ظلم مضاعف شده است. بیشترین مشکل این صنعت عدم هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌ها در برخورد با مسائل (به صورت کلی) و به خصوص صنعت چاپ است. جایگاه صنعت چاپ را برخی درک نمی‌کنند و اینکه فرصتهایی وجود دارد که ارزش‌زاست، ایجاد کار و اشتغال می‌کند. کسانی در گذشته با دیدگاه «نمی‌توانیم» از این فرصتها استفاده نکردند. ولی ما در این دولت نامه‌نگاری کردیم و در مدت ۹ روز پاسخ شنیدیم. این جای شکر دارد و برخورد سازنده این دولت قابل تقدیر است. این باید تجزیه و تحلیل شود که در گذشته چرا این اتفاق افتاد. مدیران ضعیف، ورودی‌ها، آورده‌های علمی، سرمایه‌ای و... چرا مدخل ورودی اینقدر مخدوش است؟ چرا فقدان بانک اطلاعات وجود دارد؟ در صورتی که برای آن تاکنون سه بار بودجه اختصاص یافته است. اصل و اساس مباحث ما باید بر مبنای اعداد و آمار باشد. چرا این ارقام مخدوش و

پنهان است؟ باور اینکه باید خصوصی‌سازی این صنعت انجام شود، چرا در عمل تحقق نیافته است؟ دولت به عنوان رقیب با چاپخانه‌داران برخورد می‌کند. با عدم هماهنگی و عدم مدیریت، روزبه‌روز خودمان را از کشورهای منطقه عقب می‌اندازیم. به نظر بنده به بخش نرم‌افزاری بیشتر توجه می‌شود تا بخش سخت‌افزاری. نگاه صنعتی باید تقویت شود و مشکلات مربوط به ماشین‌آلات حل شود.

### محمدحسین قاسمی افشار

همه ما دردها را گفتیم، اینها درمان می‌خواهد، باید روشی انتخاب شود که یک سیستم پیگیری داشته باشیم. اینکه ما چه گفتیم و چند وقت دیگر چه می‌خواهیم. باید راهکار پیدا شده و درمان آغاز شود. اگر صنعت چاپ را به عنوان یک بیمار تلقی کنیم، مراکز آموزشی ما باید آنقدر قوی باشند تا پاسخگوی این نیاز باشند و دردهای آنرا درمان کند. یعنی اتحادیه بگوید من این مشکل را دارم و از دانشگاه بخواهد آنرا حل کند. وزارتخانه به دانشگاه سفارش دهد تا مسائل را حل کند. بدیهی است دانشگاه بایستی اول خودش را هم در زمینه علمی و هم عملی یا فنی قوی کند تا در مرحله بعد بتواند مشکل‌گشایی بکند. دانشگاه به عنوان تکیه‌گاه عمل می‌کند.

در ادامه آقای فتحی از دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، گزارشی را در زمینه وضعیت موجود و چشم‌انداز صنعت چاپ (بخشی از پروژه برنامه‌ریزی استراتژیک صنعت چاپ ایران) ارائه می‌دهند.

ساختار دولتی مدیریت چاپ کشور (وضعیت موجود)

بر اساس بند ۱۶ ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و

ارشاد مصوب ۱۳۶۶/۲/۲۲ واحدهای زیر مجموعه:

- واحد حمایت و نظارت
- واحد صدور مجوز کارهای چاپی غیرکتاب
- واحد صدور مجوز صادرات و واردات کارهای چاپی
- واحد آمار
- واحد طرح و برنامه
- واحد روابط عمومی
- واحد تسهیلات و بررسی مشکلات واحدهای چاپی

بررسی بعضی از شاخص‌های عمده صنعت چاپ

ردیف	عنوان شاخص	سال ۱۳۸۰	سال ۱۳۸۸	نرخ رشد متوسط سالانه
۱	تعداد واحدهای چاپی و صنایع وابسته	باب ۳۱۶۵	باب ۴۸۰۸	۵۲ درصد
۲	تعداد لیتوگرافی	باب ۳۲۴	باب ۴۹۹	۳۹ درصد
۳	تعداد چاپخانه	باب ۲۶۷۹	باب ۳۷۷۱	۴۱ درصد
۴	کل نیروی انسانی مستقیم شاغل در صنعت	--	۲۶۱۰۶ نفر	
۵	میزان تحصیلات شاغلان در صنعت چاپ	--	دیپلم و زیر دیپلم فوق‌دیپلم و بالاتر	۸۶٫۸ درصد ۱۳٫۲ درصد



سهم کشورهای منطقه از بازار چاپ خاورمیانه

ردیف	کشور	۲۰۰۷ درصد	۲۰۱۲ درصد	نرخ رشد سالیانه ترکیبی (CAGR) %
۱	ترکیه	۴۴.۶	۴۶	۸.۴
۲	رژیم اشغالگر قدس	۲۳.۶	۲۱.۶۵	۵.۹
۳	عربستان	۷.۳	۷.۴۹	۸.۲
۴	ایران	۴.۹	۴.۹	۷.۸
۵	عمارات	۴.۱	۴.۳۳	۹.۱
۶	مصر	۳.۲	۳.۵۸	۱۰.۱
۷	کویت	۲.۲	۲.۲۱	۷.۷
۸	عمان	۲	۱.۷۸	۵.۶
۹	لبنان	۱.۹	۱.۶۳	۵
۱۰	قطر	۱.۸	۱.۷۹	۷.۵
۱۱	اردن	۱.۶	۱.۷۱	۹.۳
۱۲	سوریه	۱	۰.۹	۵.۹
۱۳	بحرین	۰.۸	۰.۸۶	۹.۳
۱۴	عراق	۰.۸	۰.۹۷	۱۱
۱۵	یمن	۰.۳	۰.۲۹	۷.۴
۱۶	مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۷.۷

## چالشها و فرصتهای صنعت چاپ در ایران ■ ۴۷

سهم هر یک از تکنولوژی‌های چاپ از بازار چاپ در هر یک از کشورهای خاورمیانه

ردیف	محصولات چاپی	ایران	ترکیه	رژیم اشغالگر قدس	عربستان	مصر	کویت	لبنان	امارات
۱	آفت	۴۱٫۹۸	۳۰٫۹۲	۵۰٫۳۲	۵۳٫۹۹	۴۲٫۵۳	۴۴٫۴۲	۴۳٫۷	۴۳٫۱۷
۲	گراور	۹٫۴۲	۲	۱۲٫۲۹	۱۷٫۵۱	۸٫۶	۸٫۷۴	۹٫۵۱	۹٫۴۹
۳	فلکسو	۲۱٫۶۷	۴۶٫۶۷	۱۰٫۲۷	۱۱٫۲۸	۱۸٫۰۹	۲۰٫۵	۱۹٫۵۴	۲۱٫۱۹
۴	اسکرین	۴٫۷۵	۲٫۹۸	۳٫۶۳	۳٫۰۴	۱۴٫۳۳	۳٫۹۴	۳٫۹۹	۳٫۶۵
۵	لتر پرس	۵٫۲۵	۰٫۴۴	۷٫۷۱	۹٫۳۵	۸٫۲۴	۵٫۲۳	۶٫۰۳	۶٫۵
۶	دیجیتال	۱۲٫۵۷	۱۳	۱۲٫۸	۲٫۷	۱۳٫۷۶	۱۳٫۱۲	۱۳٫۳	۱۲٫۴۸
۷	غیره	۴٫۳۶	۳٫۹۹	۳٫۴۱	۲٫۱۳	۴٫۴۵	۴٫۰۵	۴	۳٫۵۵
۸	مجموع	%۱۰۰	%۱۰۰	۱۰۰%	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰

نقاط قوت و ضعف صنعت چاپ ایران از دستاوردها و مطالعات ذیل

استخراج شده است:

- نتایج حاصل از نقطه نظرات عنوان شده توسط مدیران، صاحبان

صنایع و صنعتگران صنعت چاپ

- نتایج حاصل از نقطه نظرات عنوان شده توسط صاحب‌نظران و

اندیشمندان صنعت چاپ کشور

- مطالعات انجام شده در مرحله شناخت وضعیت موجود

- شناسایی فضای عمومی کسب و کار صنعت چاپ و بسته‌بندی در جهان

### نقاط قوت صنعت چاپ ایران

- سابقه دیرینه و قدمت بالای این صنعت در کشور

- ثبات مدیریتی در لایه‌های پایینی و به‌ویژه در سطح بخش خصوصی

فعال در این صنعت

- ظرفیت بالای ماشین‌آلات و تجهیزات به کار گرفته شده در صنعت و

صنایع پایین دستی

- ظرفیت بالای تولید در صنعت بسته‌بندی

- سرمایه‌گذاری بالای بخش خصوصی در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- علاقه و توجه نیروی انسانی فعال در صنعت به ارزش‌های صنعت چاپ و بسته‌بندی
- توانمندی انجام کلیه فعالیتهای زنجیره ارزش چاپ و بسته‌بندی در کشور
- تجارب بالای نیروی انسانی فعال در صنعت چاپ

### نقاط ضعف صنعت چاپ ایران

- بی‌ثباتی مدیریتی در سطح دولت
- نبود متولی مشخص برای هدایت و نظارت بر فعالیتهای جاری و عمرانی صنعت چاپ و بسته‌بندی
- نبود نظام جامع آمار و اطلاع‌رسانی صنعت چاپ و بسته‌بندی
- عدم تمرکز در هدایت و برنامه‌ریزی فعالیتهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در صنعت چاپ
- تولید در مقیاس اقتصادی نامناسب
- نبود مراکز تحقیق و توسعه مناسب برای انجام پژوهش‌های کاربردی در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- رویکرد سنتی به نظام تولید و توزیع در صنعت چاپ
- کمبود دانش نیروی انسانی به‌ویژه در مواجهه با فرایندهای نوین صنعت چاپ و بسته‌بندی
- نبود استانداردهای ملی در صنعت چاپ (کیفیت، ایمنی، بهداشت و محیط زیست)
- عدم فرهنگ‌سازی و توجه به رعایت حقوق نسل‌های آینده در پاسداشت محیط‌زیست
- نبود برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی در صنعت چاپ و بسته‌بندی



- عدم تعامل پذیری مناسب بدنه اجرایی صنعت چاپ و بسته‌بندی با یکدیگر

### فرصتهای پیش روی صنعت چاپ ایران

- اقبال عمومی به صنایع پایین دستی صنعت چاپ به ویژه بسته‌بندی

- توسعه و ترویج فرهنگ کتابخوانی و روزنامه‌خوانی در کشور

- حضور و ظهور نسل جدید از فعالان و مدیران در صنایع چاپ و بسته‌بندی

- بازارهای جدید ایجاد شده در کشورهای حوزه آسیای میانه و قفقاز

- حضور نسل جدید از سرمایه‌گذاران خطرپذیر در صنعت چاپ و

بسته‌بندی

- موقعیت ژئوپلیتیک و قرابت‌های فرهنگی و قومیتی با برخی از

کشورهای منطقه

- دانش شکل‌یافته و تجمیع‌یافته در صنایع بالادستی صنعت چاپ و بسته‌بندی

- صدور خدمات فنی و مهندسی چاپ و بسته‌بندی به کشورهای همسایه

- تغییر شیوه‌های زندگی و الگوهای مصرف در جامعه

- نیروی کار ارزان قیمت و در دسترس

- حامل‌های انرژی در دسترس و ارزان قیمت

- تولید با قیمت مناسب مواد اولیه به ویژه در حوزه پلیمرها و

فرآورده‌های پتروشیمی مورد نیاز صنعت

### تهدیدهای پیش روی صنعت چاپ ایران

- بروز تحریم‌های اقتصادی و سیاسی در کشور

- تحولات تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و اشاعه اطلاعات در بستر IT

- تغییر رویکرد در آموزش سنتی به آموزش‌های مجازی

- تحولات تکنولوژیک سریع در فناوری ماشین‌آلات و مواد صنایع

چاپ و بسته‌بندی

- هزینه بالای تولید در واحدهای کوچک فعال در صنعت چاپ
- نرخ بالای برخی از تعرفه‌ها و عدم طرح‌ریزی مناسب نظام تعرفه
- رشد شتابان کشورهای همسایه در حوزه‌های مختلف صنعت چاپ و بسته‌بندی
- جذب بخشی از بازار داخلی توسط تولیدکنندگان از کشورهای همسایه به‌ویژه در حوزه بسته‌بندی
- چرخش تکنولوژیک سیستم‌های مبتنی بر کاغذ و اسناد چاپی به سیستم‌های بدون کاغذ در نظام اداری
- جهانی شدن و حذف مرزهای جغرافیایی بازارهای داخلی
- عدم هماهنگی اقدامات و فعالیتها مابین نهادهای فعال و تصمیم‌گیرنده در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- صادرات کالاهای غیرنفتی به صورت فله‌ای
- فرار مغزها و نیروهای نخبه در حوزه‌های مختلف مورد نیاز صنعت چاپ و بسته‌بندی
- عدم حمایت و امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی
- مدیریت نامناسب سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی که به اشباع رسیده‌اند.

### چالشها و تنگناهای صنعت چاپ کشور

#### الف. چالشها و تنگناهای ساختاری و حمایتی

- نامتناسب بودن ساختار دولتی صنعت چاپ
- نامتناسب بودن تسهیلات و حمایت‌های دولت
- عدم بهره‌مندی از معافیت مالیاتی
- پایین بودن توانمندی بخش خصوصی

**ب. چالشها و تنگناهای اجرایی**

- نبود آمار دقیق از وضعیت صنعت چاپ و واحدهای وابسته
- نبود استانداردهای مشخص
- ضعف آموزش نیروهای متخصص

**ج. چالشها و تنگناهای زیرساختی**

- فرسودگی ماشین آلات چاپ
  - پیشرفت کند شهرکها و خوشه‌های چاپ
  - ضعف در بازاریابی راهبردی محصولات و خدمات فنی و مهندسی
- صنعت چاپ و بسته‌بندی
- پایین بودن کیفیت و تنوع تولیدات و خدمات صنعت چاپ و بسته‌بندی



بخش سوم میزگرد  
پرسش و پاسخ



در ابتدای بخش پرسش و پاسخ این میزگرد فتح‌الله فروغی به بیان دیدگاه‌های خود در زمینه میزگرد مذکور پرداخت. وی عضو اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران و رئیس کمیسیون آموزش این اتحادیه است. سخنان فروغی یک بخش بسیار مهم و چالش‌برانگیز داشت، وی نشر را یک صنعت عنوان نموده و اظهار داشت: صنعت نشر، صنعتی عظیم بوده و گستره بسیار وسیعی دارد. جایگاه صنعت چاپ نیز می‌تواند به عنوان بخش و زیرمجموعه‌ای از صنعت نشر تعریف شود. به عبارت دیگر، اگر صنعت عظیم و بزرگ نشر نباشد، چاپ، محصولی برای تولید نخواهد داشت و در نتیجه این صنعت نشر است که باید به عنوان یک اصل و رکن اساسی مورد توجه قرار گیرد. صنعت چاپ در سایه صنعت نشر رشد خواهد کرد.

**پرسش:** در حال حاضر، برنامه پنجم توسعه در صحن علنی مجلس مشغول بررسی است. در تمامی ۴۹ صفحه این برنامه هیچ نام و نشانی از صنعت چاپ و نشر ذکر نشده است و به هیچ‌وجه صنعت چاپ مورد

توجه قرار نگرفته است. آیا دفتر امور چاپ و اتحادیه چاپخانه‌داران در این راستا تلاشی انجام داده‌اند؟ آیا با نمایندگان ارتباطی برقرار نموده‌اند؟ و اگر این نهادها قادر به رفع مشکلات و معضلات روزمره و قابل پیگیری صنعت چاپ در این حد و اندازه نیستند، چطور می‌توان انتظار داشت که برنامه‌های استراتژیک و بلندمدت را ترسیم نمایند؟

**پاسخ:** یوسف افراش؛ در طول سالهای گذشته تلاش‌های بسیاری را برای برقراری ارتباط با نمایندگان مجلس شورای اسلامی در کمیسیون‌های صنعتی، اقتصادی و فرهنگی انجام داده‌ایم. به‌خصوص در دوره مدیریت قبلی دفتر، ارتباطات و تعاملات مثبت و سازنده‌ای نیز برای تحقق این هدف انجام شد. به طوری که حتی نمایشگاهی از آثار و محصولات چاپی در مجلس شورای اسلامی دایر شد. هدف اصلی ما از برگزاری این نمایشگاه در مجلس شورای اسلامی، آشناسازی نمایندگان مجلس با صنعت چاپ، محصولات و فرآورده‌های آن بود. طی این گفتگوها و ارتباطات، امیدواری‌هایی نیز برای ما ایجاد شد، به طوری که بسیار امیدوار بودیم در برنامه پنجم توسعه، نام و نشانی از صنعت چاپ وجود داشته باشد. نمایندگان مرتبط با دفتر نیز قول داده بودند نهایت همکاری و همراهی را با ما داشته باشند. تصور ما در دفتر امور چاپ نیز این بود که این بار در برنامه‌های بلندمدت توجه ویژه و خاصی نسبت به صنعت چاپ کشور ایجاد خواهد شد. لیکن متأسفانه علی‌رغم همه این تلاش‌ها و قول مساعدت‌هایی که از سوی دوستان و همکاران ما در مجلس شورای اسلامی داده شده بود، مشاهده کردیم که صنعت چاپ در برنامه هیچ جایگاهی ندارد. البته ما هنوز ناامید نیستیم و امیدواریم در مدت زمان باقی مانده، بتوانیم راهکارهایی را ارائه نماییم و تعاملی را با نمایندگان ایجاد کنیم و انشاءالله شرایط صنعت چاپ را در برنامه پنجم توسعه کشور تغییر دهیم.



**پرسش:** انتخاب کارشناسان و موضوع محوری این میزگرد بر چه اساسی صورت گرفته است؟

**پاسخ:** صفر بیگزاده؛ نخست اینکه بسیاری از دوستان، میهمانان و مدعوین این میزگرد نتوانستند در این نشست حضور پیدا کنند. برنامه ما این بود که از تمامی فعالان صنعت چاپ و نشر دعوت نماییم تا به اظهار نظر و بیان دیدگاه‌های خود بپردازند. اما متأسفانه امکان این امر مهیا نشد. در مورد اینکه چرا موضوع چاپ را با موضوع نشر به صورت همزمان انتخاب کردیم هم باید عرض کنم که اینجا پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات است، لذا اگر به صنعت چاپ نیز می‌پردازیم از همین موضع است. به بیان دیگر، ابعاد و جوه فرهنگی و انتشاراتی صنعت چاپ برای این پژوهشگاه اهمیت دارد. نکته پایانی اینکه در جلسات و نشست‌های بعدی از کارشناسان و صاحب‌نظران دیگری نیز در ابعاد و جهات مختلف صنعت چاپ بهره‌مند خواهیم شد. ما بسیار امیدواریم تا این جلسات و نشست‌ها نتایج و ثمرات پربراری به دنبال داشته باشد.



### **جمع‌بندی**

روی هم رفته و با توجه به آنکه این جلسه، نخستین جلسه از این دست در یکی از زیرمجموعه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود، هدف مورد نظر که توجه به «چالشها و فرصتها» بود به طور نسبی به دست آمد. البته همان‌طور که در ابتدای جلسه و نیز در سخن پایانی آن گفته شد، برگزاری این جلسه، آغاز سلسله‌نشست‌هایی است که قرار است با هدف مورد اشاره برگزار شود و در صورتی نتایج محقق خواهد شد که به واقع نشست‌های بعدی نیز برگزار شوند والا در یک جلسه سه ساعته نمی‌توان نتیجه‌ای به دست آورد یا هدفی را روشن کرد. از این رو، تمامی حاضران، برگزاری نشست‌های آتی را نیز درخواست کردند.

در یک جمع‌بندی کلی، پیشنهادهای کاربردی حاصل جلسه برای

مسئولان امر به شرح زیر است:

۱. تسریع در تدوین چشم‌انداز و برنامه استراتژیک صنعت چاپ و نشر

۲. تقویت ارتباط بین ناشران و چاپخانه‌داران
۳. ایجاد ارتباط بیشتر دانشگاه و صنعت در حوزه چاپ و نشر
۴. تحول در نظام آموزشی صنعت چاپ
۵. ایجاد تحول در صنعت چاپ و نشر بر پایه علوم روز و با استفاده از دانشگاه
۶. تقویت نقش دانشکده‌های چاپ در درمان بیماری‌های صنعت چاپ کشور
۷. مجهز نمودن مدیران بخش چاپ و نشر به دانش مدیریت
۸. تشکیل مرجعی برای بررسی و تأیید صلاحیت حرفه‌ای افراد و شرکت‌های ذی‌مدخل در صنعت چاپ و نشر
۹. ارتباط بیشتر نظام تصمیم‌گیری و بدنه اجرایی صنعت چاپ (استفاده مسئولان امر و از فعالان این حوزه در برنامه‌ریزی‌ها)
۱۰. حمایت بیشتر از مؤلفان، مصنفان و... به عنوان پدیدآورندگان در صنعت چاپ و نشر
۱۱. تغییر نگاه سنتی و بخشی به چاپ و نشر به نگاه صنعتی که به تحول در نگاه به نحوه آموزش، حمایت‌ها و نیز چشم‌انداز این حوزه می‌انجامد.
۱۲. تشکیل جلساتی مابین نهادهای دخیل در صنعت چاپ به‌ویژه وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، بازرگانی و صنایع برای برطرف کردن تداخل وظایف و مأموریت‌های موجود بین این نهادها و تعیین جایگاه هر یک و دستیابی به یک تقسیم وظایف منطقی
۱۳. جا انداختن این نکته در بین دست‌اندرکاران این صنعت، که صنعت چاپ متعلق به همه آن‌هاست و آنان، این صنعت را دچار تحول خواهند کرد و چاپ و نشر به همه آن‌ها مربوط است و همه باید برای پیشرفت آن کمک کنند.

۱۴. سوق دادن نگاه دست‌اندرکاران چاپ و نشر از حوزه‌های خُرد و بخشی، به نگاه منطقه‌ای و جهانی که مستلزم تلاش و آگاهی بیشتر بوده و دور از تلقی سنتی است، با ارائه نگاه فرابخشی و فرامرزی
۱۵. حمایت از بخش خصوصی و جلوگیری از مداخله بخش دولتی و چاپخانه‌های تحت پوشش در فعالیتهای چاپخانه‌های بخش خصوصی
۱۶. احیاء کمیسیون تقسیم کار دولتی (این کمیسیون در حدود ۱۰ سال پیش وجود داشته و بنا به مصلحتی منحل شد)
۱۷. توجه بیشتر به نقش اتحادیه چاپخانه‌داران در امور مختلف مربوط به چاپخانه‌ها از قبیل ورود ماشین‌آلات چاپ
۱۸. ایجاد هر چه سریع‌تر بانک اطلاعاتی و آماری صنعت چاپ
۱۹. استفاده بهتر از سرمایه‌گذاری‌های بالای بخش خصوصی در صنعت چاپ بویژه جهت ورود به بازارهای جدید ایجاد شده در منطقه
۲۰. برطرف کردن مشکل بی‌ثباتی مدیریتی در سطوح بالا (در لایه‌های پایینی و عملیاتی ثبات نسبی وجود دارد ولی به علت عدم وجود ثبات مدیریتی در سطوح عالی، مشکلات بسیار زیادی به وجود آمده است)
۲۱. تدوین استانداردهای ملی صنعت چاپ
۲۲. درج بندهایی مربوط به صنعت چاپ در برنامه‌های ذیل قانون برنامه پنجم توسعه