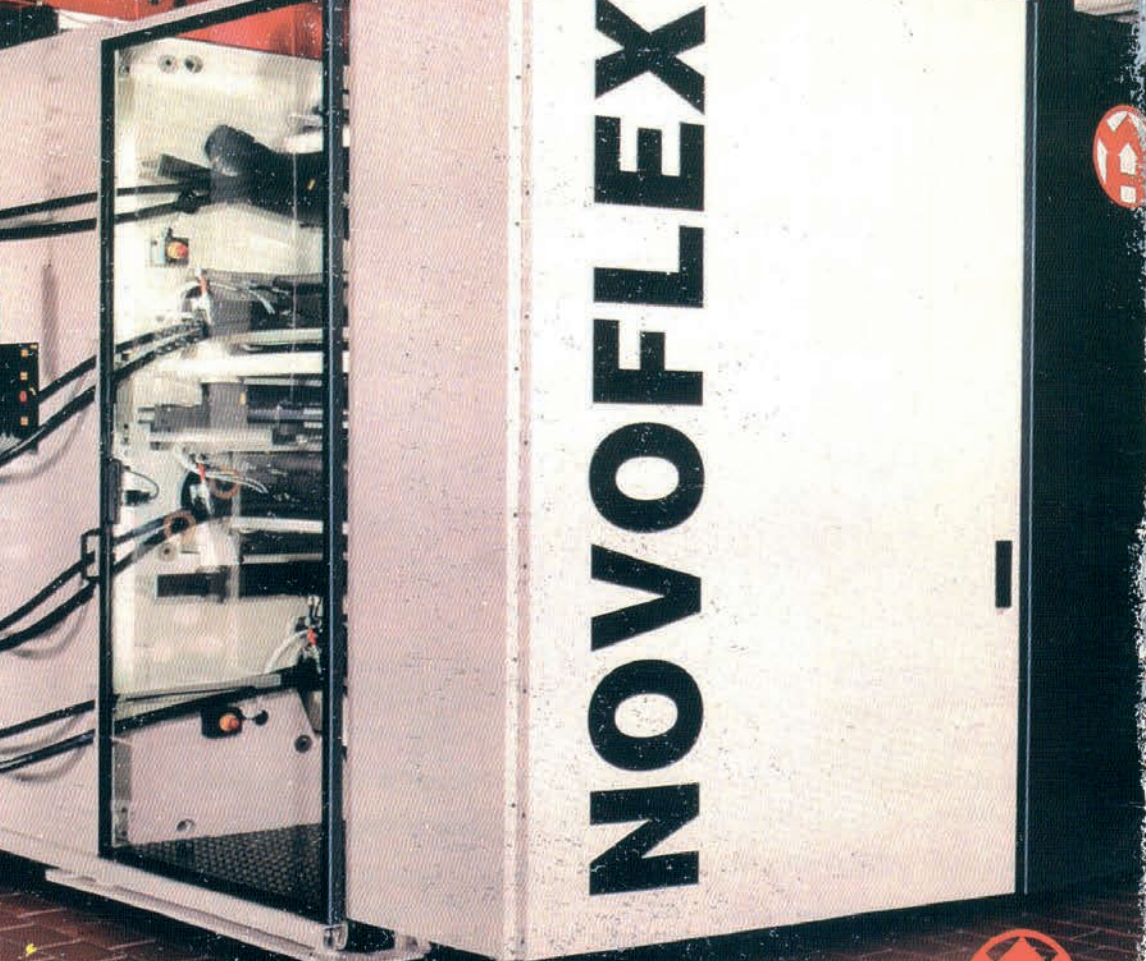
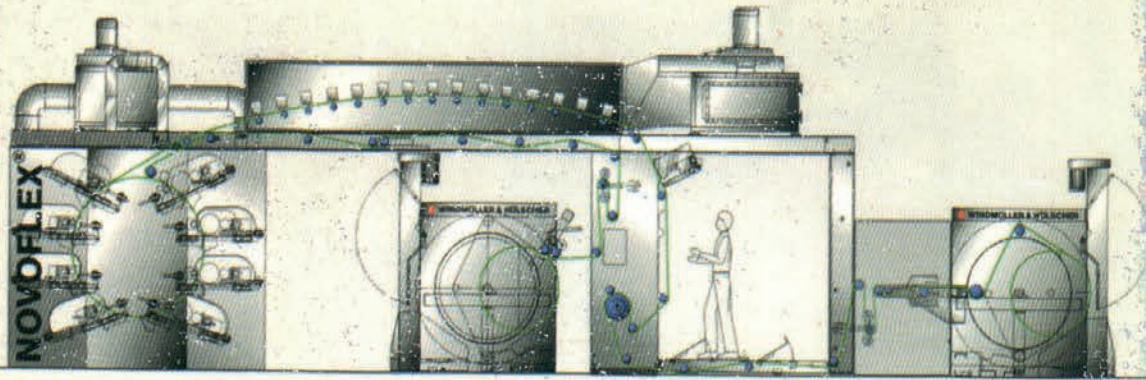


کار و صنعتی زندگی

Print & Packing monthly magazine

سال دوم شماره ۱۴ اسفند ۱۳۷۷ قیمت ۲۵۰ تومان



سال نو مبارک



مؤسسه نوریانی

WINDMÖLLER & HÖLSCHER



بسته‌بندی امروز

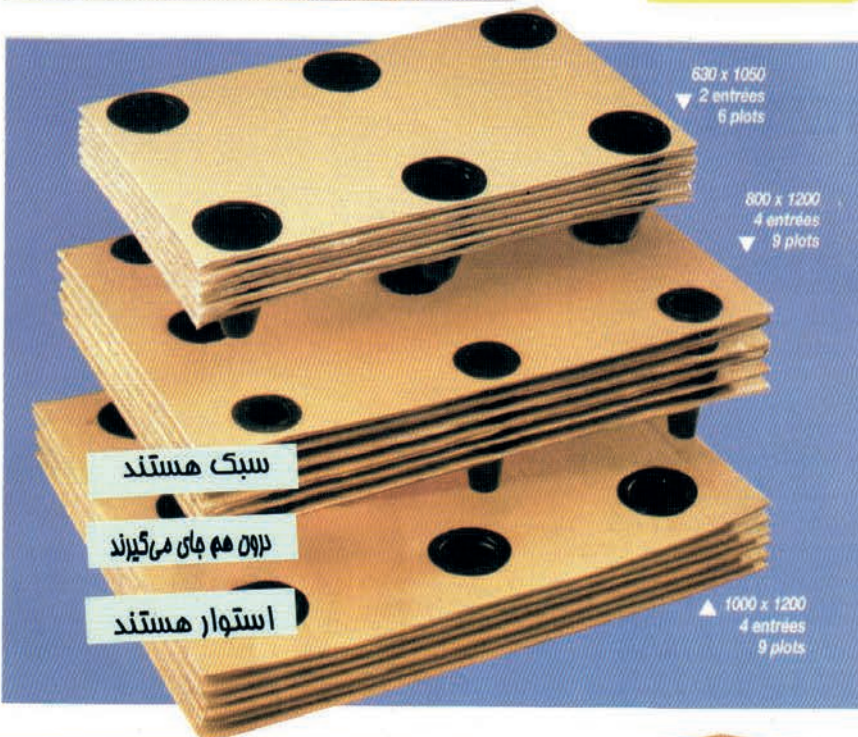
آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز

پالت

پایه پلاستیکی چسب‌دار
با چهار یا پنج پایه از این نوع می‌توان سطحی به ابعاد ششصد در هشتصد میلیمتر را نگاه داشت. هر پایه تحمل دویست کیلوگرم فشار را دارد. همانطور که در عکس دیده می‌شود، این پایه با چسب به سطح زیرین جعبه چسبانده می‌شود.

پالت از جمله لوازم پرمصرف و مفید برای بسته‌بندی و حمل و نقل است.

در عین حال ساخت، نگهداری و حمل و نقل خود پالت نیز مسئله مهمی است. با وجود نقش مهم پالت در بسته‌بندی و حمل و نقل معمولاً دو مسئله در رابطه با استفاده از پالت پیش می‌آید. نخست آنکه برای کسانی که استفاده چندانی از پالت ندارند، دسترسی سریع و آسان به یک یا دو عدد پالت خوب و سالم چندان آسان نیست. دیگر اینکه کارگاههایی که استفاده زیادی از پالت می‌کنند، همیشه با مشکل ساخت و انبار کردن پالت روبرو هستند. در این زمینه طراحان دست به طراحی انواع پالتهایی زده‌اند که سبک، قابل دسترس و کم‌حجم و در رابطه با حمل و نقل و انبارداری نیز دارای مزیت‌های بیشتری باشند. از جمله آنها مواردی است که در عکس مشاهده می‌کنید.



سبک هستند

درون هم جای می‌گیرند

استوار هستند

تخته پالت

براساس سطح مقطع بسته، تعداد پایه‌ها در پالت تغییر می‌کند. قطر دایره بالایی هر پایه یازده سانتی متر است. پنجاه عدد از این پالت‌ها به شکل تودرتو تنها یک متر ارتفاع خواهند داشت. این نوع پالت‌ها تحمل تا پانصد کیلوگرم فشار را داراست. نوع دیگری از این پالت نیز وجود دارد که لبه‌هایی تاشو دارد. این لبه‌ها را به زیر درب کارتن فرو می‌برند تا در صورت عدم استفاده از تسمه، پالت از کارتن جدا نشود. این پالت‌ها در اندازه‌های مختلفی برای جعبه‌ها تا یک مترمربع یافت می‌شوند.



جنس پایه از پلی پروپیلن قابل بازیافت است و در مقابل چربی‌ها و اسیدها نیز مقاومت دارد.

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی



نمایشگاه حضور پیدا نکردند. شاید بهتر باشد نمایشگاه سال آینده را تحت شرایط دیگری برپا کرد تا صنعت و خدمات بسته‌بندی این قدر در هم و برهم، فشرده و له شده به نمایش در نیاید. گفتگوهایی که با برخی از بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان نمایشگاه امسال داشتیم مؤید آن است که نمایشگاه سال آینده به مراتب گسترده‌تر از امسال خواهد شد و بسیاری با توجه به محدودیتهای اعمال شده در این نمایشگاه در توانایی برگزارکننده آن برای سال بعد، شک و تردید داشتند.

پ- حضور کم‌رنگ نمایندگی‌های خارجی و ماشین‌سازان چاپ.

دیگر ویژگی نمایشگاه امسال حضور کم‌رنگ و حتی بی‌رنگ شرکت‌های خارجی و نمایندگان آنها بود. مشکلات ارزی عمده‌ترین عامل باز دارنده حضور خارجی‌ها در این نمایشگاه بود. این خلاء درباره چاپ بیشتر به چشم می‌آمد. چرا که صنعت چاپ بیشتر از صنعت بسته‌بندی به خارج وابسته است. حتی سازندگان داخلی ماشین‌آلات چاپ نیز در این نمایشگاه حضوری کم‌رنگ داشتند. بدین ترتیب نمایشگاه سال گذشته قسمتی از صنعت و خدمات چاپ و بسته‌بندی بود و نمایشگاه امسال قسمتی دیگر. کسی چه می‌داند شاید سال دیگر همه دست‌اندرکاران این صنایع بخواهند در نمایشگاه شرکت کنند. باید دید چه کسی جوابگو است. تنها بخش ماشین‌های اداری نمایندگی‌های خارجی حضوری همچون گذشته داشتند. ولی با این حال در همان بخش نیز جای شرکت‌های بزرگی نظیر مرکز ماشین‌های اداری و شرکت کانولا و امثال آنها خالی بود. با برخی از شرکت‌کنندگان به گفتگو نشستیم که در ادامه می‌خوانید:

مجدد آذربایجان

بدون اعلام قبلی به غرفه شرکت مجد آذربایجان وارد شده و با مهرداد رونقی مدیر بازاریابی و فروش آن به صحبت می‌نشینیم. از نمایشگاه راضی است اما معتقد است که جای بعضی شرکت‌ها گم است و طبقه‌بندی کامل نیست. وی در این باره به پراکندگی شرکت‌های چاپ اشاره کرد.

آن هم در زمانی که کشور نیازمند توسعه فرهنگی و صنعتی در موضوع مورد بحث است. شاید مهمترین عامل بازدارنده برای توسعه این نمایشگاه اداره آن توسط بخش خصوصی و محدود شدن آن به مکانی خاص (سالن مینا) باشد.

نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی یک نمایشگاه شیرین و هیجان‌انگیز است که سال به سال بر شرکت‌کنندگان آن افزوده می‌شود. نمایشگاه امسال بسیار متراکم و در حال انفجار بود. حتی اگر شرکت‌هایی را که موفق به گرفتن غرفه نشدند در حساب نیاوریم باز هم در حق نمایشگاه امسال کم لطفی شده بود. چرا که بسیاری از شرکت‌کنندگان، غرفه‌ای کمتر از مساحت درخواستی خود دریافت داشتند. شاید در نظر اول باید از برگزارکننده نمایشگاه تشکر کرد که بالاخره جایی حتی در حد چند متر برای هر شرکت در نظر گرفته است تا چراغی روشن باشد و کسی یتیم نماند. اما در یک دیدگاه رسمی و دور از ملاحظات مصلحت‌جویانه باید گفت که این کار یعنی محدود کردن نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و سرمایه‌گذاران در آن، نوعی بدعت در امور نمایشگاهی است. به عبارت دیگر می‌توان گفت که حق این نمایشگاه و شرکت‌کنندگان آن ادا نشده است. در صنعت و خدمات بسته‌بندی سرمایه‌گذاران زیادی اعم از دولتی و خصوصی وجود دارند که مایل به حضور گسترده در نمایشگاه هستند. اما با کم شدن مساحت درخواستی غرفه روبرو می‌شوند و یا اصلاً جایی به آنها داده نمی‌شود. البته در مورد دوم اهمال برای درخواست غرفه نیز از سوی شرکت‌کنندگان وجود دارد.

نکته جالب توجه اینجاست که امسال برخی غرفه‌داران، بزرگ که موضوع کار آنها در دو نمایشگاه بسته‌بندی و پلاستیک مشترک بود به نمایشگاه صنایع پلاستیک و لاستیک رفتند. به واقع باید گفت نمایشگاه صنایع پلاستیک و لاستیک به کمک نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی آمد. اگر نه سالن مینا و متولیان آن با درد سر بیشتری روبرو می‌شدند. و باز باید توجه داشت که امسال به دلیل مشکلات ارزی، بسیاری از نمایندگی‌های خارجی که غرفه‌های بالای صد متر مربع را به خود اختصاص می‌دادند در این

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی از ۲۶ تا ۳۰ بهمن ماه سال جاری در سالن مینا برگزار شد. در این نمایشگاه یکصد و سی شرکت داخلی در مساحت دو هزار و ششصد و چهل و شش متر مربع و شصت شرکت خارجی (از طریق سی نماینده داخلی) در مساحت هفتصد و نود و پنج متر مربع (جمعاً سه هزار و چهار صد و چهل و یک متر مربع) حضور داشتند. نمایشگاه امسال بسیار متفاوت از سالهای گذشته بود.

از جمله تفاوت‌های آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف - استقبال و کثرت بازدیدکنندگان متخصص نسبت به سالهای قبل.

نمایشگاه امسال در هر پنج روز خود، شاهد حضور افراد مفید برای دست‌اندرکاران بسته‌بندی بود. یکی از دلایل استقبال از نمایشگاه امسال را می‌توان توجه بیشتر واحدهای تولیدی به موضوع بسته‌بندی دانست. دلیل دیگر این استقبال، برپایی هم‌زمان دو نمایشگاه دیگر، به ویژه نمایشگاه صنایع پلاستیک و لاستیک بود. نکته‌ای دیگر نیز قابل توجه است که با وسعت پیدا کردن یک صنعت سهم دست‌اندرکاران همان صنعت نیز در بازدیدکنندگان افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر با توسعه صنایع و خدمات بسته‌بندی، نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی پذیرای دو دسته بازدیدکننده است که یک دسته آن مصرف‌کنندگان صنعت و خدمات بسته‌بندی و دسته دیگر دست‌اندرکاران آن هستند و شاهد هستیم که سهم دسته دوم نیز روبه افزایش است.

ب - استقبال و کثرت شرکت‌کنندگان در نمایشگاه.

از ویژگی‌های مهم این نمایشگاه که می‌توانست آن را به یک نمایشگاه بزرگ تبدیل کند، استقبال گسترده دست‌اندرکاران صنعت و خدمات بسته‌بندی برای شرکت در آن بود. تا جایی که بسیاری از شرکت‌ها از تحصیل غرفه محروم ماندند. با توجه به اینکه گسترده شدن یک نمایشگاه تخصصی باعث رونق هر چه بیشتر آن تخصص می‌شود. فشرده‌گی و جلوگیری نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی غیر قابل توجیه می‌باشد.



در خصوص کیفیت دربه‌های تولید این شرکت اظهار داشت: "ما در حال گرفتن استاندارد فنی سر بطری‌های گازبندی و آب‌بندی هستیم. وی در ادامه به ارزیابی سربطری‌های آلومینیومی اشاره کرد و گفت: "سربطری‌های آلومینیومی ارزیابی فراوانی دارد. ما درب پلاستیکی تولید کرده‌ایم که ارزیابی ندارد. اما متأسفانه شرکتهای دارویی از مصرف آن واهمه دارند."

این در حالی است که برخی از مهندسان ما عضو سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی هستند. در اینجا مهندس جهانگیری مدیر عامل شرکت نیز در خصوص طرح‌های توسعه شرکت گفت: "ما درصدد

اظهار داشت: "شرکت ما در نمایشگاه بیشتر برای حضور در صحنه بسته‌بندی است. ضمن آنکه ما به مشتری اطلاعات زیادی می‌دهیم."

چرا که آگاهی مشتری برای ما مهم است و اگر مشتری آگاهی کافی از چند و چون کار نداشته باشد برای ما نیز مشکل ساز خواهد بود. نقش این نمایشگاهها در بالا بردن این آگاهی بسیار زیاد است.

نیک لاوک

وحید فولادوند یکی از مسئولان شرکت نیک لاوک یعنی یگانه تولیدکننده دربه‌های پلاستیکی آب‌بندی و گازبندی، در غرفه کوچک خود پاسخگوی ماست. به گفته وی یکی از مشکلات مهم این شرکت نحوه عملکرد پتروشیمی است. پتروشیمی مواد مورد نیاز را به صورت یک برنامه ثابت و یکنواخت ارائه نمی‌کند. در این اوضاع شرکت برای حفظ کیفیت خود دچار مشکل شده، گاهی با مسئله پیدا کردن مواد مورد نیاز را پیدا می‌کند و گاهی باید مواد را با قیمت‌های متفاوت به دست آورد. فولادوند معتقد است که صنایع پائین دست باید حمایت شوند. این صنایع بدنه‌ای شکننده دارند و فشارهای زیاد را نمی‌توانند تحمل کنند. وی از جمله این مشکلات به انتظار سه ماهه شرکت برای بالا بردن آمپر برق خود اشاره کرد و از دولت انتظار داشت که در اینگونه موارد، اولویت‌هایی برای امثال این شرکت که تنها واحد تولیدی از نوع خود در کشور است قایل شود. فولادوند راجع به وضعیت تولید و مصرف دربه‌های آب‌بندی و گازبندی در کشور توضیح داد: "مصرف داخل حدود دو بیست میلیون عدد است. وزارت صنایع برای حمایت از ما تا سقف نود و دو میلیون عدد منع ورود اعلام کرد. اما شرکتهای وابسته نظیر زمزم خود رأساً اقدام به ورود نزدیک به پنجاه میلیون درب انجام داده‌اند. حتی بعضی خدمات فروش هم ارائه می‌کنند. شرکت زمزم دربه‌های خود را از ترکیه وارد کرده است. ما علی‌رغم کیفیت قابل قبول دربه‌ایمان، امکانات مناسبی برای چاپ روی آن نداریم و این خود بهانه‌ای برای شرکتهای مذکور شده است. وی پیرامون ظرفیت تولید شرکت نیک لاوک اظهار داشت: "ظرفیت تولید روزانه ما سیصد تا سیصد و پنجاه هزار درب است که تا پانصد هزار عدد نیز قابل افزایش است." فولادوند در بین صحبت‌هایش از اداره کل صنایع استان تهران به دلیل حمایت از صنایع کوچک تقدیر و تشکر کرد. وی

ضمن اینکه واحدی برای راهنمایی و اطلاع رسانی نیز وجود ندارد. از وی راجع به قدمت و فعالیت‌های شرکت مجد آذربایجان می‌پرسیم.

رونقی می‌گوید: "شرکت ما یکسال است که به‌بهره برداری رسیده و در بخش چاپ دارای چهار دستگاه روتوگراور شش رنگ از عرض شصت تا یکصد و بیست سانتی متر است. وی راجع به سیلندرهای مورد استفاده در واحد چاپ به سیلندر گراور لیزری موجود در غرفه اشاره کرده و می‌گوید: "ما سیلندرهای خود را از خارج تهیه می‌کنیم و دلیل آن نبود سیلندر سازی لیزری در ایران است. در ایران سیلندرهای گراور به روش شیمیایی تهیه می‌شود. رونقی به فعالیت‌های دیگر شرکت اشاره می‌کند که تولید فیلم شریک پی وی سی، فیلم‌های چند لایه، فیلم متالایز با عرض شصت سانتی متر، انواع پاکت‌های لب چسبدار، کاغذ پی وی سی مناسب برای لیبل بطری‌های پی تی تی و خدمات پاکت زنی را شامل می‌شود. وی اشاره می‌کند که برخی از تولیدکنندگان بزرگ مواد غذایی سفارش خود را در این شرکت انجام می‌دهند حال آنکه در گذشته کار آنها در ترکیه چاپ می‌شد. رونقی اضافه می‌کند: "ما درصدد هستیم که به مشتریان تفهیم کنیم که این کارها در ایران قابل چاپ است. وی در پایان متذکر می‌شود که شرکت هنوز به ظرفیت کامل خود در تولید نرسیده است."

اختر شمال

یک چهره آشنا با غرفه‌ای آشنا و نمونه کارهایی که بیشتر آنها مورد استفاده عامه مردم است. سجادی مسئول بازرگانی یا مرد نمایشگاهی چاپ و جعبه سازی اختر شمال تمام مدت نمایشگاه به تنهایی در غرفه سی و نه متری این شرکت، انجام وظیفه می‌کند چاپ اختر شمال برای سومین سال است که در این نمایشگاه شرکت می‌کند. با سجادی به صحبت می‌نشینیم. در ارزیابی نمایشگاه امسال به افزایش بازدیدکنندگان متخصص اشاره می‌کند و می‌گوید: "به نظر می‌آید بسته بندی بیش از گذشته جا افتاده باشد و فکر می‌کنم سال آینده استقبال بیشتری شود."

ظاهراً همه به اهمیت بسته‌بندی پی برده‌اند. وی اظهار داشت که غرفه اختر شمال امسال مورد استقبال تعداد زیادی از صنایع چینی فروشها، بلور فروشها و تولیدکنندگان قاشق و چنگال قرار گرفته است. سجادی در خصوص دلیل شرکت در نمایشگاه





رنگی و بزرگتر و عرض بیشتر نیز به خط تولید اضافه شد و اکنون طرح توسعه ما در خصوص بالا بردن حجم تولید و عریض کردن و تنوع فیلمها است. مدیر بازرگانی شرکت حباب پلاستیک روز به ارزیابی کم تولیدات این شرکت اشاره کرده و اظهار داشت که هشتاد درصد مواد از تولیدات داخلی تأمین می‌شود. وی از جمله مشکلات بسیار مهم را به موقع تحویل ندادن مواد از سوی پتروشیمی دانست و گفت: "ماده مورد مصرف ما پلی‌اتیلن گرید صفر بیست است. ما برای خرید مواد لازم سه ماه زودتر پول واریز می‌کنیم و در نهایت از زمان واریز پول تا تحویل به مشتری هفت تا هشت ماه طول می‌کشد و این شرایط سختی است. حدود یک ماه و نیم پیش، صحبت‌هایی انجام شد که مواد را طی دو هفته تحویل دهند، اما هنوز خبری نیست."

ماشین سازی مهندس جعفری

به غرفه بیست و یک متری ماشین سازی مهندس جعفری رفته و با احمد رضا جعفری سی و دو ساله رئیس هیئت مدیره این شرکت به گفتگو نشستیم. وی گفت: "پنج سال است که روی سیستم تسمه کش کار می‌کنیم و آنچه در حال حاضر ارائه کرده‌ایم صد در صد ایرانی است. ما تولید انبوه داریم و محصول خود را ارزان می‌دهیم تا همه بتوانند بخرند." وی در خصوص بازار خود اظهار داشت: "سرمایه ما در شش ماه اولیه بازگشت و طی دو سال تولید نزدیک به سیصد عدد تسمه کش فروختیم." احمد رضا جعفری در خصوص مشکلات شرکت به هزینه بالای قالبهای بدنه اشاره کرد و ادامه داد: "ما از جانب دولت هیچ‌گونه حمایتی نشدید و مسئولان به مشکلات ما گوش نمی‌دهند. مثالی برای شما می‌زنم، دو سال پیش وقتی ما برای نخستین بار در ایران تستر کاسه نمود را ساختیم، در شرکت سایکو، مهندس شافعی وزیر صنایع به من گفتند بیا از نزدیک با هم صحبت کنیم. ولی بعد از آن موفق به دیدار ایشان نشدید و ایشان هم پی‌گیری نکرد. در حالی که دستگاهی که ما ساخته بودیم یک دستگاه منحصر به فرد بوده و پانصد میلیون تومان هزینه واردات آن از انگلیس بود."

ایران زمین

شرکت چاپ ایران زمین از آشنایان بازدید کنندگان نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی است.

شد. یک مثال مهم آن شرکت سهامی عام کف است که واردات قالبهای خود را از ایتالیا قطع کرد."

آسان پرداز

در میان راهروهای سالن مبنا یک غرفه پر زرق و برق توجه بسیاری را به خود جلب می‌کند. شرکت آسان پرداز با ارائه آثار چاپی متنوع هلوگرافی و هلوگرام جای خالی یک تکنیک پر طرفدار چاپ را پر کرده است. آسان پرداز با نمایندگی شرکت آماجیو (که خود نماینده شرکت آماجیک تکنولوژی آمریکا است) به میدان آمده است. محمدرضا معتمد مدیر فروش شرکت توضیح می‌دهد: "در زمینه هلوگرافی، تازه شروع کرده‌ایم. اما استقبال بسیار عالی بود و ما بعد از نمایشگاه جلسات مفیدی با مشتریان خواهیم داشت." جوزف جشی مدیر عامل شرکت آماجیو که در دومی فعالیت دارد در خصوص اولین حضور خود در این نمایشگاه اظهار داشت: "صنعت در ایران خیلی خوب پیشرفت کرده است. ما با توجه به استقبال خوبی که در اینجا از این محصول شده است به بازار خود در ایران بسیار امیدوار و راضی هستیم." وی هلوگرافی را یکی از وسیله‌های پیشرفته برای جذابیت بسته‌بندی دانست و نمونه‌هایی را در این زمینه ارائه کرد.

حباب پلاستیک روز

شرکت حباب پلاستیک روز اولین تولید کننده فیلمهای حباب دار پلاستیکی Air babble film در ایران است. پیمان صادقی مدیر فروش و شهرام شیروانی مدیر بازرگانی شرکت در غرفه حضور دارند. پس از تعارف بسیار، شهرام شیروانی لب به سخن گشود و گفت: "فیلم حباب‌دار هنوز کاملاً در ایران جا نیفتاده است. هنوز بسیاری از تولیدکنندگان از پوشال استفاده می‌کنند. با این حال ما مشتری‌های خودمان را داریم. اما بطور کلی تولید کنندگان ما هنوز هزینه‌های بسته‌بندی را نمی‌پذیرند و به آن به دیده هزینه اضافی می‌نگرند." شیروانی در خصوص مشتریان فعلی خود اظهار داشت: "ما در همه صنایع مشتری داریم اما بخش عمده آن در حال حاضر چینی‌سازها هستند ولی در آینده، تولید کنندگان لوازم منزل نیز به آنها خواهند پیوست." وی روند تولید شرکت را بدین‌گونه توضیح داد: "ما از تولید فیلم حباب‌دار با جابجایی کوچک و شفاف در عرض پنجاه سانتی‌متر شروع کردیم. به تدریج جابجایی

ساخت ماشین چاپ سه رنگ نیز هستیم که تا سه ماه آینده مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. ضمن اینکه در قسمت پلمپ دربها نیز اصلاحاتی انجام دادیم. بدین صورت که آن را از حالت قالب یک تکه خارج کردیم. بدین صورت هم عمر قالب افزایش پیدا می‌کند و هم باز کردن پلمپ برای مصرف کننده آسانتر است."

آریا تکنیک

امسال در غرفه وسیع شرکت نورینانی با یک شرکت داخلی به نام "آریا تکنیک" برخورد می‌کنیم. البته آریا تکنیک یک شرکت تازه کار نیست. امسال آریا تکنیک با یک ماشین چاپ فلکسو به نمایشگاه آمده است. آریا تکنیک یک مجموعه ساخت ماشین سازی است که بیست سال سابقه در ساخت ماشین ابزار دارد. برای شرح اوضاع به سراغ مهندس فیض‌آبادی رفته و راجع به ماشین فلکسویی که به نمایشگاه آورده‌اند پرسیدیم. وی گفت: "ما می‌توانیم هر چهار ماه یکی از این ماشینها تولید کنیم. البته مهر سال آینده نیز ماشین چاپ فلکسو سیلندر مرکزی شش رنگ خود را عرضه خواهیم کرد. که آن ماشین تمام سینکرونیزه و الکترونیک خواهد بود. ضمن اینکه همین ماشین موجود نیز قابلیت الحاق انواع بازشونده‌ها، جمع شونده‌ها و اسکیز رجیستر را داراست."

فیض‌آبادی راجع به شرکت آریا تکنیک افزود: "بنیه ماشین سازی شرکت بسیار قوی است و ما مشکل تکنولوژیک نداریم. ما در تمام رشته‌ها مهندس داریم. وی ضمن اشاره به دقت عمل و پیچیدگی ساخت ماشین آلات چاپ متذکر می‌شود: "ما مدت‌ها روی قالب ماشین آلات سی ان سی کار کرده‌ایم. صنعتگران می‌دانند که قالب سازی و بخصوص قالبهای سی ان سی جزء ظریفترین و دقیق‌ترین فن‌آوری‌های صنعت است. بنابراین ساخت چنین ماشینهایی (ماشین چاپ) برای ما بسیار آسان است. ما ماشین آلات بسیار دقیقی داریم. اما عامل اصلی موفقیت ما عشق و علاقه قلبی برو بچه‌های ما نسبت به اصول و امور فنی است."

فیض‌آبادی راجع به سایر فعالیت‌های شرکت به ساخت قالب بطری‌های شیشه‌ای دارو اشاره کرده و گفت: "در این رابطه بخشی از قالبهای وارداتی کشور را ما در اینجا تولید کرده‌ایم و واردات آن از ایتالیا قطع



همه این عناوین به توانمندی صادرات، و ارزآوری کشور کمک می‌کند که منجر به کاهش هزینه و ضایعات موجود می‌شود. مشابه این دیدگاه در گروه بسته‌بندی شکل گرفته و برای رفع مشکلات بسته‌بندی اقلام خودمان در حال اقدام و بهینه‌سازی می‌باشیم و ایجاد این بانک اطلاعاتی و حضور گروه بسته‌بندی در عرضه صنایع بسته‌بندی به لحاظ همین ضعف اطلاعات علمی بوده است که انشاء الله از همت والایی که از صاحبان صنایع مشاهده می‌شود ما بتوانیم از امکانات اجرایی آنها در آینده بهره‌مند باشیم تا باعث کاهش هزینه‌های موجود گردیم.

نوآوران پگاه/ محمود یوسفی

سازنده ماشینهای شریک، وکیوم فرمینگ و ماشینهای سفارشی دیگر.

ما یک شرکت نوپا هستیم و برای شناخته شدن ما خوب بود. حضور ما در نمایشگاه توأم با نوآوری بود که از جمله آن می‌توان به سیستم پاشیدن هوا به زیر فیلم و دیگری میکرو پروسور برای هدایت برنامه‌ریزی دستگاه اشاره کرد. ضمن اینکه ما از پفکهای اسفنجی نیز برای ماشین آلات خود بهره گرفته‌ایم. در مجموع طی این پنج روز نمایشگاه تعداد سیزده قرارداد داشتیم. البته در خصوص وضعیت غرفه خود گله‌مند هستیم. زیرا غرفه ما شکل هندسی ناقصی داشت و مناسب ماشین آلات ما نبود. همچنین در خصوص مسائل جنبی نظیر تهیه جای و پذیرایی نیز کاستی‌هایی مشاهده می‌شد. ما طرح توسعه‌ای نیز در زمینه رباتیک کردن و حذف کارگر داریم که در نمایشگاه‌های بعدی ارائه خواهیم داد.

چاپ ارس / محبوب محمدیان

به نظر من، تبلیغات کم رنگ بود و مردم را چندان در جریان نگذاشتند. خصوصاً که کار مطبوعاتی روی این نمایشگاه انجام نشد اگر تبلیغات نباشد مردم جذب نمی‌شوند.

تهران‌آوا / فریدون اهرپور

من همیشه به این موضوع فکر کرده‌ام که چرا صنعت چاپ کشور ما فقط باید دو مجله تخصصی داشته باشد. چرا در ایران در این رشته هیچ تحقیقاتی صورت نمی‌گیرد. هیچ کس روی تفاوت بین مراکز چاپ تحقیق نکرده است. آیا چاپخانه‌ای که ماشین «ملخی» دارد یک چاپخانه است یا آن که ماشین روتوگراور دارد؟ این مراکز مختلف چه تفاوت‌هایی با

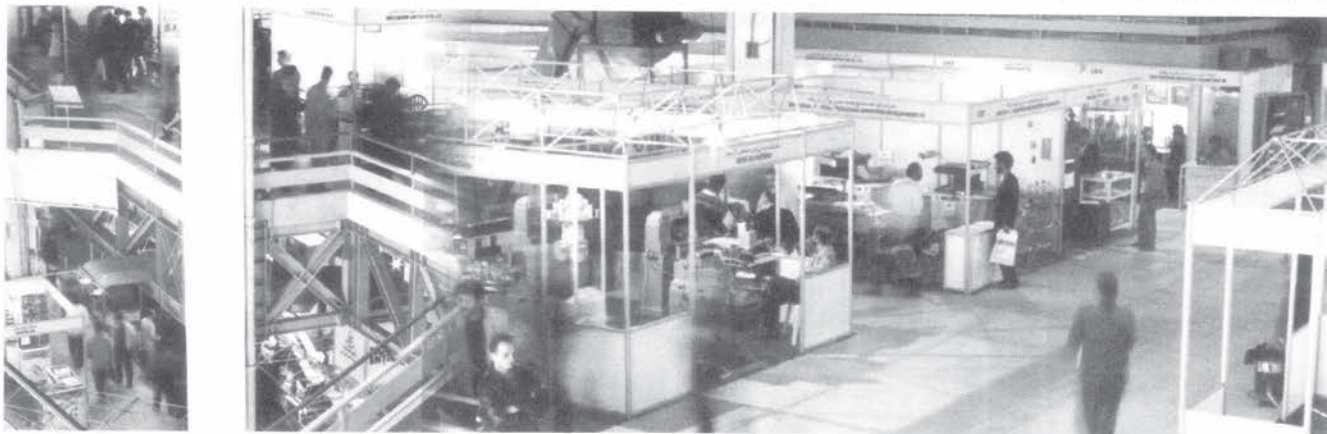
سپس مطالبه دستمزد می‌کنند و این امر برای شرکتهای بزرگی چون ما که با برنامه‌ریزی و پرسنل کافی به نمایشگاه می‌آییم غیر قابل تحمل و موجب ناراحتی است. همچنین تردد بی‌حساب و کتاب بچه‌ها در این نمایشگاه تخصصی که برای غرفه‌ای چون غرفه ما که دارای نمونه‌های چاپی رنگین بوده و جلب توجه می‌کند دردسر آفرین شده است. انتظار ما از برگزارکنندگان این است که یک طرفه به برگزاری نمایشگاه نگاه نکنند و در قبال وجهی که از شرکت کنندگان می‌گیرند احساس مسئولیت کنند. مسئله دیگر سیستم رستوران و کیفیت غذا است که متأسفانه به کمبودهای دیگر اضافه شده است. بهای غذا با کیفیت آن و کیفیت آن با ذائقه شرکت کنندگان هیچ تناسبی نداشته و این همه بی‌توجهی به شخصیت نمایشگاه و افراد حاضر در آن واقعاً جای تأسف دارد. سپهرآرا پس از طرح این مسائل راجع به دیدگاهها و برنامه‌های شرکت ایران زمین در آینده اظهار داشت: "ما برای سال آینده پیش‌بینی‌هایی کرده و برنامه‌های زیادی داریم. همچنین طرح توسعه‌ای در خصوص تولید لفاف سیستمهای ترموفرمینگ و برخی محصولات پلاستیک دیگر داریم که به زودی ارائه خواهد شد."

بانک اطلاعات بسته‌بندی معاونت نگهداری اداره لجستیک ستاد مشترک سپاه

با تقدیر و تشکر از مسئولین برپاکننده این نمایشگاه همانطور که در طی پنج‌ساله گذشته از فعالیت‌های گروه بسته‌بندی اداره لجستیک سپاه اطلاع دارید در ابتدای آغاز فعالیتهای این گروه، سعی شد که خلاء اطلاعاتی موجود (به لحاظ عدم وجود رشته دانشگاهی و مرکز تحقیقاتی متمرکز) پر گردد. و همانطور که از شواهد موجود از عملکرد علمی مشخص است بر این مشکل با توجه به وضع موجود فائق شدیم اما نکته‌ای که در اینجا حائز اهمیت است خلاء یک مرکز پشتیبانی و هدایت‌کننده در سطح کشور که بایستی یک نهاد یا انجمنی متشکل از افراد متخصص و دارای تجارب فراهم آید تا بتواند: راهکارهایی جهت رونق بخشیدن به اطلاعات علمی، کاربردی که این اطلاعات در صنایع بسته‌بندی و سایر صنایع جنبی، توسعه فرهنگ بسته‌بندی و ایجاد افزایش تمایل تولیدکنندگان کالا را به بسته‌بندی مناسب خودشان فراهم آورد.

چرا که در تمام دوره‌های این نمایشگاه حضوری فعال داشته است. فرصت را مغتنم را شمردیم و با مهدی گلستانیان شرکت ایران زمین به گفتگو نشستیم.

حاج مهدی گلستانیان در بدو امر به نبود استانداردهای لازم نمایشگاهی اشاره کرده و اظهار داشت: "این نمایشگاه، نمایشگاه خوبی است اما ایده‌آل نیست. و از نظم رایج در نمایشگاه‌های تخصصی دنیا بی‌بهره است. انتظار ما این است که آقایان برگزارکننده، بیشتر به نمایشگاهها بها بدهند و به برخی استانداردها و ملاحظات نمایشگاهی پایند باشند. برای مثال مسائل مربوط به پارک و سواناط نقلیه و جلوگیری از ورود آنها هنوز حل نشده است. برخوردها مناسب یک جو نمایشگاهی نیست و خوب بود که حداقل وسیله‌ای در داخل نمایشگاه برای حمل و نقل بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان اختصاص می‌دادند. افراد را مجبور می‌کنند که بیرون نمایشگاه وسیله نقلیه خود را پارک کنند و مسیر سالن نمایشگاه را پیاده طی کنند. در حالیکه شاید برای بعضی مقدرور نباشد. ضمن اینکه وجود وسائل نقلیه درون نمایشگاه برای حمل و نقل بازدیدکنندگان در نمایشگاه‌های دنیا رایج است. دیگر اینکه زمان تحویل غرفه‌ها بسیار دیر است. دو سه روز پیش از نمایشگاه اعلام می‌کنند که غرفه حاضر است. همچنین در زمان تسویه حساب نیز مشکلاتی وجود دارد. بطور کلی روش کار چندان سیستماتیک نیست و می‌تواند بهتر باشد. با این حال من به تمام صنعتگران توصیه می‌کنم که همه ما باید جدیت بیشتری برای صادرات به خرج دهیم و در این باره بطور عمیق فکر کنیم. ما نیز البته در این باره اقداماتی انجام داده‌ایم. "انوشیروان سپهرآرا مدیر بازرگانی چاپ ایران زمین نیز در خصوص نمایشگاه امسال اظهار داشت: "بازدید کنندگان امسال نسبت به دوره‌های قبل تخصصی‌تر بودند و ما آن را معلول توجه به اهمیت بسته‌بندی می‌دانیم. ما مراجعه‌کننده زیادی داشتیم و قراردادهای زیادی بستیم. از سپهرآرا در خصوص برگزاری نمایشگاه امسال پرسیدیم. وی با تأسف سری تکان داده و گفت: "متأسفانه از ابتدا تا انتهای نمایشگاه شاهد بی‌نظمی‌هایی بودیم که از جمله آن بی‌نظمی و فعالیت بی‌ضابطه کارگران باربر در نمایشگاه است که خودسرانه اقدام به تخلیه بار شرکت کنندگان کرده و



بگویم که بهترین کیفیت را داراست. دلیلی این کیفیت واضح است. سوئیس متکی به صادرات است. سوئیس بسیار کوچک است و بازار آن جز با صادرات نمی‌تواند دوام بیاورد. در حال حاضر، همه نوع شرکت‌هایی در این زمینه در سوئیس وجود دارد. مثل چاپخانه‌ها و غیره. این امر را همگان تأیید می‌کنند و من معتقدم که این وضعیت یک روز هم در ایران به وجود خواهد آمد زیرا که این برنامه در کشورهای خلیج فارس نیز پیاده شده است. قبل از آمدن به اینجا من در دبی بودم، در دبی شرکت‌های خوبی در زمینه چاپ و بسته‌بندی به وجود آمده‌اند. اگر می‌خواهید به کیفیت دست پیدا کنید، باید وارد تجارت شوید.

اما در مورد نمایشگاه نیز باید بگویم که تاکنون از چندین نمایشگاه در تهران دیدن کردم و فکر می‌کنم ایرانیان علاقه زیادی به فن‌آوری‌های جدید و تازه دارند. نه تنها چاپخانه‌داران به غرفه ما می‌آیند (البته این امری طبیعی است زیرا آنها مشتریان ما هستند) بلکه آنچه برای من جالب است، مردم عادی هم بسیار علاقه‌مند هستند. به‌واقع این امر برای من باعث خوشنودی است. مردم ایران بسیار روشنفکر هستند. با همه می‌توان صحبت کرد. آنها سوالات زیادی می‌پرسند و می‌خواهند همه نوع ماشین‌آلات و دستگاه‌ها را در اختیار داشته باشند و طبیعتاً در مورد قیمت دستگاه‌ها هم از من سؤال می‌کنند. من فکر می‌کنم مردم ایران علاقه زیادی به پیشرفت و آینده دارند. همچنین من از بقیه غرفه‌ها نیز دیدن کردم و برای من بسیار راضی‌کننده بود. نکته جالب این‌که بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند از اروپایی‌ها الگوبرداری کنند و این یک کار طبیعی است.

این‌گونه قطعات در سوئیس و کارخانه‌های ایرانی وجود دارد. نکته مهم این است که بدانیم چگونه باید عمل کنیم. همچنین در این مورد، ما و دیگر شرکت‌ها با علاقه بسیار آمادگی آن را داریم که دانش این کار را در اختیار ایران بگذاریم. این مهم نه تنها با فروش ماشین‌آلات، بلکه با راه‌کارهایی در زمینه تغییرات در شرکت‌ها انجام‌پذیر است. ما برای این خدمت آماده هستیم و پس از آن شما بطور قابل‌توجهی خودکفا خواهید شد.

در همین رابطه به یاد دارم پیش از اینکه به ایران بیایم به سفارت ایران در پرن رفتیم. در آنجا پیشنهادهای بیشتری به من شد. ما بیش از یک ساعت گفتگو داشتیم. از جمله به من گفته شد که در ایران نیاز به بسته‌بندی و مواردی از این قبیل است. همچنین از من پرسیدند: آیا می‌توان در ایران نیز این کار را کرد؟ من جواب دادم: البته، شما قادر به انجام همه کار هستید. شما می‌توانید به دانش این کار دست پیدا کنید. ما نیز این دانش را در اختیار شما قرار می‌دهیم. زیرا کالای صادراتی شما باید کیفیت مطلوب داشته باشد. باید به این کیفیت دست یافت و ماشین‌آلات خوب و دانش کافی در اختیار داشت. برای مثال، چنانکه می‌دانید اروپایی‌ها پسته را به مقدار زیاد (فله) با تعداد زیاد و در کانتینرهای بزرگ از ایران می‌خرند، اینطور که من فهمیدم بسته‌بندی و کارهای نظیر آن در ایتالیا انجام می‌شود. اما اگر شما دانش و ماشین‌آلات آن را داشته باشید می‌توانید این کار را در کشور خود انجام دهید.

به سوئیس توجه کنید. سوئیس در زمینه چاپ و بسته‌بندی در جهان جایگاه رفیعی دارد و می‌توانم

هم دارند؟ چرا دست اندرکاران اقدامی برای تحول در این رشته انجام نمی‌دهند؟ اینها باید تفکیک شود و یک نمایشگاه چاپ، فقط نمایشگاه چاپ باشد.

سهامی عام کف / علی نقیب (مدیرعامل)

پنجمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی با سیاست ارتقاء سطح این صنعت برگزار گردیده و تا حد قابل‌قبولی هم پربارتر و بهتر از نمایشگاه‌های قبلی برگزار گردید و مورد توجه زیاد متخصصان قرار گرفت.

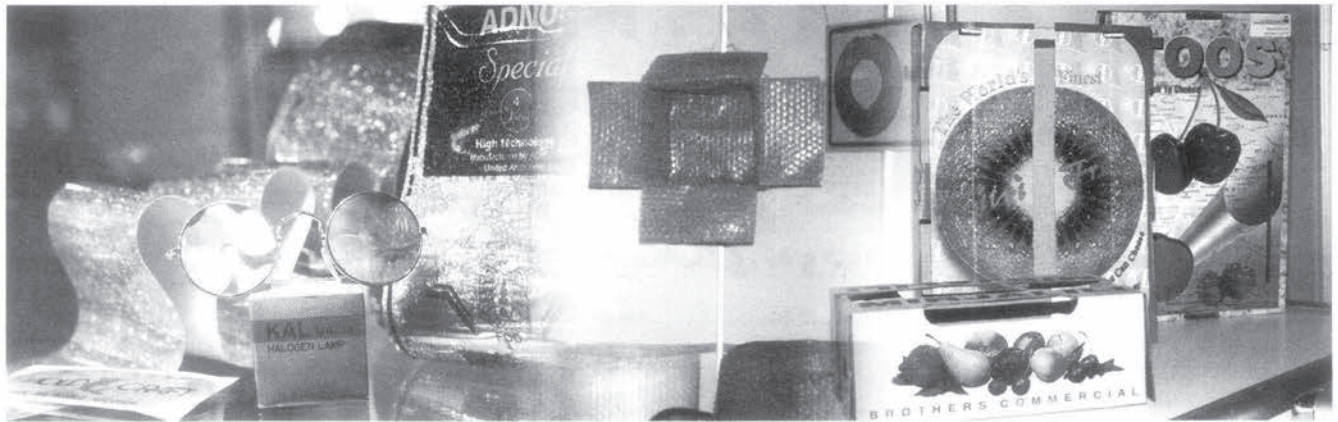
صنایع بسته‌بندی داروگر نیز از نمایشگاه پنجم بهره‌برداری مناسب و مورد نظر را داشت و امیدواریم دست‌اندرکاران و مسئولین مرکز توسعه صادرات با ادامه برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی زمینه پیشرفت‌های بیشتر این صنعت را بیش از پیش فراهم نماید تا یکی از مهمترین اهداف دولت که همانا افزایش صادرات غیرنفتی است سرعت بیشتری بگیرد. نمایشگاه پنجم با به نمایش در آوردن تلاشهای انجام شده در زمینه چاپ و بسته‌بندی علاوه بر بازدیدکنندگان، شرکت‌کنندگان را نیز با پیشرفتهای بدست آمده که با همت صنعتگران ایرانی و مسئولین محترم انجام گرفته آشنا کرد که امیدواریم چنین حرکت‌های مثبتی در کلیه زمینه‌ها ایجاد گردد.

برهانس رودولف

مدیر موسسه نورانی درسوئیس

ما به فروش ماشین‌آلات و یا هر کاری که در این راستا بشود در ایران انجام داد علاقه‌مند هستیم. البته ما فقط چیزهایی را می‌فروشیم که هنوز در ایران ساخته نشده‌اند یا اینکه اصلاً وجود ندارند. همچنین محصولاتی یا قطعاتی که در ایران قابل ساخت باشند. در این رابطه نیز همکاری خوبی بین سازندگان





کلیشه برجسته از شرکت BASF آلمان شرکت کنیم. قیمت این پروسور یکصد هزار دلار است. در این میان ما با دو شکل روبرو شدیم. یکی اینکه طرف آلمانی اذعان داشت که "با اوضاع بد اقتصادی ایران و کمبود ارز بعید است که کسی بتواند این دستگاه را بخرد و ما مجبور خواهیم شد دهها هزار دلار هزینه بازگردان آن کنیم." از طرف دیگر گمرک از ما وثیقه‌ای معادل سه برابر ارزش طلب می‌کرد. یعنی ما می‌بایست چیزی حدود سیصد هزار دلار بصورت پول یا سند نزد گمرک، ضمانت می‌گذاشتیم که برای ما مقدور نبود. به هر حال ما قصد حضور در نمایشگاه را داشتیم. غرفه خود را نیز خریده بودیم اما مشکلات به وجود آمده مانع حضور ما در این نمایشگاه شد.

بدین ترتیب به خود استراحت دهیم. ما سالانه در هفت نمایشگاه شرکت می‌کنیم و معمولاً تمام مجموعه را در نمایشگاه معرفی می‌کنیم. زیرا هدف ما جلب اعتماد مشتری است و مشتری با دیدن همه امکانات ما با اعتماد و آسایش خاطر بیشتری با ما کار می‌کند.

سیستمهای تجارتي ایران / حسن بیک

مشکلات ارزی و مسائل مربوط به ارز عمده‌ترین دلیل نیامدن ما به این نمایشگاه بود. ضمن اینکه خود من در تایوان و دست‌اندرکار تهیه چند ماشین جدید بودم. بطور کلی ما در خصوص ارز مسائلی با وزارت دارایی داریم که مشکلات عدیده‌ای پیش روی ما گذاشته است. ما نیاز به رشته‌های جدید و دانشهای جدید داریم که باید به کشور وارد شود و دولت باید در این باره کمک و از صنعت بسته‌بندی کشور در مقابل ترکیه حمایت کند. چرا که مقدار زیادی از ارز ایران برای کارهای چاپی، به دلیل بکارگیری تکنولوژی برتر توسط ترکیه به این کشور منتقل شده و مبالغ گزافی صرف سفارش چاپ به ترکیه می‌شود. ما بطور معمول سالانه در سه نمایشگاه داخلی شرکت می‌کنیم و در نمایشگاه مهر ماه سال آینده با چند ماشین جدید خواهیم آمد.

پاهک / پورناظری

مسائل مختلفی دست به دست هم داده تا ما در این نمایشگاه شرکت نکنیم. از جمله آنها وضعیت بد اقتصادی، رکود داخلی و مسائل ارزی است. ضمن اینکه ما از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی راضی نیستیم و ترجیح می‌دهیم در نمایشگاه صنایع غذایی شرکت کنیم. سال گذشته نیز که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شرکت کردیم چندان نتیجه‌ای نگرفتیم. ضمن اینکه تبلیغات ضعیفی داشت. زمانی که مرکز توسعه صادرات این نمایشگاه را برپا می‌کرد، راضی کننده‌تر بود. به هر حال عدم رونق اقتصادی از عوامل اصلی نیامدن ما به نمایشگاه‌ها است و اگر اوضاع اقتصادی بهبود پیدا کند ما دوباره در تمام نمایشگاه‌ها خواهیم آمد. ما سالانه معمولاً در سه نمایشگاه شرکت می‌کنیم و برنامه آینده ما برای نمایشگاه صنایع غذایی در اردیبهشت هفتاد و هشت است.

این پرنیتا / علمی

ما امسال سی و پنج متر غرفه بصورت ارزی خریدیم. امسال قصد داشتیم که با یک پروسور

حتی در شرکت نوریانی در سوئیس با افراد ایرانی تماس دارم که می‌خواهند به ایران بیایند و هدف ایشان ساختن چیزی مثل یک کارخانه کوچک یا دستگاه آن هم صدرصد ایرانی است. در واقع با این ایده که در آینده می‌توان واردات برخی از قطعات را قطع کرد. طبیعی است که هیچ کشوری نمی‌تواند خود را از واردات و صادرات محروم کند. این درست نیست که به دنبال آن باشیم که فقط صادر کنیم یا فقط وارد کنیم. این کار اصلاً عملی نیست. باید مانند همه کشورها سعی کرد تعادل برقرار شود. من فکر می‌کنم ایران در حال حاضر باید، واردات صنعتی زیادی داشته باشد و هزینه زیاد صرف کند، البته چیزهای زیادی نیز هست که می‌شود در اینجا ساخت، منظور من تولیدات تجملی نیست زیرا خوشبختانه این‌گونه تولیدات در اینجا زیاد مورد نیاز نیست.

از من درباره سرمایه‌گذاری سوئیسی‌ها در ایران سوال شد. باید بگویم در ایران چاپخانه‌داران خوبی هستند که کار خود را به خوبی انجام می‌دهد، نیازی نیست که سوئیسی‌ها برای رقابت یا سرمایه‌گذاری به ایران بیایند. علاوه بر آن شما سرمایه‌داران خوبی در ایران دارید. اما آنچه که باید به ایران منتقل کرد، دانش رسیدن به کیفیت مطلوب در چاپ و بسته‌بندی است. در این صنعت، ایران جایگاه خوبی دارد، شما همه‌گونه ماشین‌آلات و افراد علاقه‌مند به کارکردن را دارید و نیازی نیست که اروپایی‌ها یا سوئیسی‌ها برای به دست گرفتن امری به اینجا بیایند. البته برای کمک کردن به، ولی نه برای رقابت و در دست گرفتن امور.

آنها که حضور نداشتند

در نمایشگاه سال گذشته شاهد حضور گسترده بعضی شرکتها بودیم که امسال اثری از آنها نبود. بر آن شدیم تا علت عدم حضور این شرکتها و برخی شرکتهای دیگری نیز که در این نمایشگاه نیامده بودند جویا شویم.

مرکز ماشینهای اداری / حیرری

این نمایشگاه بیشتر در بعد بسته‌بندی است. ضمن اینکه امسال ما به دلیل کمبود بودجه بعضی نمایشگاه‌ها را از برنامه خود خارج کردیم. ما امسال بیشتر میل داریم که در نمایشگاه شهرستانها باشیم و

یک دستگاه ماشین بسته‌بندی شرینک پک

نو با قیمت بسیار مناسب موجود است

PVC

اندازه دوخت: ۴۵×۳۵

توان مصرفی: ۱۲۰۰ وات

ولتاژ/فرکانس: ۲۲۰ ولت، ۵۰ هرتز

ابعاد: ۱۲۰×۶۷×۸۲ سانتیمتر

وزن: ۵۰ کیلوگرم

سرعت بسته‌بندی: ۱۸۰ الی ۳۰۰ بسته در ساعت

مناسب جهت صنایع کوچک

ناشران و کتابفروشان

چاپخانه‌ها و صحافی‌ها

تلفن تماس: ۶۴۹۲۵۹۲

نشست زندگی سسته

پس از ماهها تلاش و کوشش توسط ماهنامه چاپ و بسته‌بندی بالاخره روز بیست و هشت بهمن ماه سال جاری به عنوان تاریخ نشست مقدماتی صنعت و خدمات بسته‌بندی اعلام شد. پیش از آنکه به آنچه در روز بیست و هشت بهمن انجام شد بپردازیم لازم است از رویدادهای پیش از آن نیز سخنی به میان آوریم. ماهنامه چاپ و بسته‌بندی با درک اهمیت موضوع تشکلهای صنفی و صنعتی از مدتها پیش به طرح این مسئله پرداخت. این کار از طریق نشر مقالات در ماهنامه، بحث و گفتگو با برخی از اعضای صنف و نامه‌نگاری‌های فراوان به مقامات دولتی انجام شد. خوانندگان عزیز اطلاع دارند که طی چند ماه اخیر بعضی از دولتمردان نیز با ارسال نامه به دفتر مجله استقبال و پشتیبانی خود را از ایجاد یک تشکل فراگیر برای صنعت و خدمات بسته‌بندی اعلام کردند که تمامی این نامه‌ها در مجله منتشر شد. در این راستا ماهنامه چاپ و بسته‌بندی ضمن جانداختن این بحث در دولت و دست اندرکاران بسته‌بندی، موفق به جلب نظر برخی از ادارات دولتی مربوطه شد که از جمله آن می‌توان به اداره کل توسعه صادرات وزارت صنایع اشاره کرد. در این راستا پس از هماهنگی با این اداره و برخی ادارات کل دیگر وزارت صنایع و مرکز توسعه صادرات، برنامه اولین نشست پی‌ریزی شد.

آنچه که در این سطور آمده و می‌آید برای خواننده به سادگی خواندن آن است. ولی به واقع ایجاد هماهنگی در چنین برنامه‌ای شبیه جمع کردن اوراقی است که در باد پراکنده شده باشد. ماهنامه چاپ و بسته‌بندی طی این مدت به موازات توجیه اهمیت مسئله برای دو بخش دولتی و خصوصی به جمع‌بندی و نزدیک کردن نقطه نظرهای ارائه شده نیز پرداخته است و در این میان، سخت‌ترین کار نتیجه‌گیری عملی از این نقطه نظرها است. همیشه در کند و کاو به جهت یافتن یک هویت منسجم و تعریف شده برای بسته‌بندی کشور، کمبود یک مرجع مشخص و جوابگو در دولت که راجع به مسائل عمومی و کلی بسته‌بندی در کشور اظهار نظر کند، احساس شده و می‌شود. همین مشکل در بخش خصوصی نیز وجود دارد. مشکل دیگر عدم اتفاق آراء در کلیات تشکل است. از جمله اینکه برخی معتقد هستند که در چنین تشکلی باید نماینده‌ای از سوی دولت حضور داشته باشد و بعضی دیگر هشدار می‌دهند که اگر بویی از دولت در این تشکل به مشام برسد خود را از آن کنار خواهند کشید. عده‌ای هم اصلاً چنین تشکلی را امری ناممکن می‌دانند و از همان ابتدای طرح موضوع، بدون آنکه به خود زحمتی بدهند بنای یأس و ناامیدی می‌گذارند. البته حرف این گروه آخر به عمل نزدیکتر است. چرا که دو گروه اول حرفهایی می‌زنند که خودشان در پی عملی شدن آن نیستند. اما گروه آخر حرفی را می‌زند که در میان دو گروه اول و دوم، خود به خود عملی می‌شود. بنابراین گروه آخر همیشه افرادی پخته و باتجربه به نظر می‌آیند.

جالب آن است که مشابه همین گروه‌ها را در دولت نیز داریم. در هر صورت ماهنامه چاپ و بسته‌بندی پس از مطالعه روی نظرات متفاوت و ضد و نقیض افراد مختلف به این نتیجه رسید که قبل از هر گونه تشکلی اعم از تشکل صنفی (زیر نظر اتاق بازرگانی) یا انجمن صنایع همگن (زیر نظر وزارت صنایع) و با هر نوع ترکیبی بهتر آن است که در مورد عملکرد و

● رئیس کل مرکز توسعه صادرات: هنوز تشنگی لازم برای ایجاد چنین تشکلی در میان صنعت و خدمات بسته‌بندی به وجود نیامده است.

جایگاه متقابل دولت و تشکل مذکور بحث شود و این مهم تحقق نمی‌یابد مگر با حضور جمعی از دست اندرکاران صنعت و خدمات بسته‌بندی از یک سو و ادارات و سازمانهای دولتی ذی‌ربط از سوی دیگر. با توجه به گستردگی صنوف مرتبط با بسته‌بندی و عدم وجود یک کانون منسجم که فهرست صنف را ارائه دهد، بهترین زمان و وسیله اطلاع رسانی برای جلسه فوق در زمان نمایشگاه، ارزیابی شد. چرا که بیشتر علاقمندان و دست‌اندرکاران بسته‌بندی در زمان نمایشگاه گردمی‌آیند. اما جمع کردن طرف دیگر یعنی دولت نیز کاری بس دشوار بود که با تمام دشواری موفق به جلب نظر چهار مدیر کل وزارت صنایع و دو سازمان دیگر دولتی برای این جلسه شدیم. به زعم ما ادارات و سازمانهایی که بیش از هر جای دیگر با بسته‌بندی سر و کار دارند به قرار زیر هستند:

- اداره کل توسعه صادرات وزارت صنایع
- اداره کل شیمیایی و سلولزی
- اداره کل صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی
- اداره کل صنایع فلزی و ریخته‌گری
- مؤسسه استاندارد
- اتاق بازرگانی و صنایع و معادن

البته می‌توان به مرکز توسعه صادرات نیز اشاره کرد. ولی با وجود تأکید رئیس کل مرکز، در سطوح پایین‌تر اتفاق نظر و الزام عملی به اهمیت بسته‌بندی وجود ندارد. تا آنجا که برخی کارشناسان سازمان فوق ارتباطی بین صادرات و تشکل صنعت و خدمات بسته‌بندی نمی‌دیدند و درخواست ما را برای کمک مرکز به برپایی این جلسه غیر قابل توجیه می‌دانستند.

● نشست مقدماتی گفتیم که به علت گستردگی طرفهای ذی‌ربط چه در دولت و چه در بخش خصوصی بر آن شدیم که نشست مشترک بین این دو بخش ترتیب دهیم تا پیش از هر گونه تصمیم‌گیری از سوی دولت و یا بخش خصوصی درباره تشکل مورد بحث، موضع دو طرف روشن‌تر شود و در واقع زمینه یک ارتباط منسجم و سازمان یافته، ایجاد شود. بنابراین نام جلسه مورد بحث را نشست مقدماتی صنعت و خدمات بسته‌بندی گذاشتیم.

● چرا در زمان نمایشگاه بهترین زمان برای جلب مشارکت جمعی و طرح مسائل عمومی صنف پراکنده بسته‌بندی، همانا زمان نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی است. بنابراین زمان آن را روز سوم نمایشگاه تعیین کردیم. البته تصور این بود که با توجه به نزدیکی محل نشست به نمایشگاه و همزمانی آن استقبال خوبی را شاهد خواهیم بود.

● چرا در ساختمان رفاهی به دلیل آنکه زمان نشست در ایام نمایشگاه

تعیین شده بود مکان نیز باید در نزدیکی نمایشگاه می‌بود و این بزرگترین و اصلی‌ترین مسئله بود. چرا که تصرف مکانی برای چند ساعت و اختصاص آن به چنین نشستی، ما را واداشت تا به افراد زیادی توضیح داده و ایامی را به خواهش و استدعا از مرکز توسعه صادرات سپری کنیم. دلیل تحمل این همه دشواری، آن بود که اول: ما می‌خواستیم مرکز توسعه صادرات نیز در این امر مهم نقش فعال داشته باشد.

دوم: پرداخت هزینه سالن و خدمات آن از سوی برگزارکننده یعنی ماهنامه چاپ و بسته‌بندی که بیشتر نقش واسطه امر خیر را دارد، کاری غیر ممکن بود.

معاونت توسعه صادرات پس از توجیه شدن نسبت به لزوم کمک به برپایی چنین نشستی، سالن سبز واقع در ساختمان رفاهی را معرفی کرد و علی‌رغم کوششهای این ماهنامه برای در اختیار گرفتن یکی از سالنهای ساختمان مینا، این امر به دلیل مخالفت مسئولان آن ساختمان میسر نشد.

شایان ذکر است که تمامی این مشکلات از آنجا ناشی می‌شد که به تصور ما (ماهنامه چاپ و بسته‌بندی) ایام نمایشگاه بهترین زمان برای برپایی یک جلسه درون صنفی است و به همین خاطر ناچار شدیم تا برنامه پیشنهادی خود را با ضوابط و خواسته‌های حتی کارشناسان مرکز توسعه صادرات وفق دهیم تا این مهم صورت تحقق به خودگیرد.

● روز بیست و هشتم بهمن علی‌رغم تمام کوششهای بی‌وقفه ماهنامه چاپ و بسته‌بندی، وجود آمدن مهمانان دولتی یعنی مدیران کل مربوطه و نمایندگان سازمانهای دولتی و برخی خبرنگاران رسانه‌های جمعی، متأسفانه غیر از چند نفر انگشت شمار کسی از دست‌اندرکاران صنعت و خدمات بسته‌بندی در این نشست حضور بهم نرسانید و جلسه ناگزیر تعطیل شد.

● نتیجه آن گروه سوم که قبلاً معرفی شد با سنگینی سر تکان داده و گفتند: "ما که از اول هم گفتیم زحمت بی‌خود می‌کشید."

برخی دیگر فقط گفتند: "بیخوشید، ... و ما ماندیم و خستگی چند ماه تلاش بی‌وقفه و سؤال برانگیز. عده‌ای نیز از این فرصت استفاده کرده و زمان را برای مجروح کردن پیکر این ماهنامه و ضعیف جلوه‌دادن آن مغتنم شمردند.

به هر حال فرصتی بود مغتنم برای طرح مسائل و مشکلات که به سختی فراهم شد و به آسانی از دست رفت.

● نظر رئیس کل مرکز توسعه صادرات سجتبی خسروناج رئیس کل مرکز توسعه صادرات هنگام بازدید از غرفه ماهنامه چاپ و بسته‌بندی از برگزار نشدن این نشست اظهار تأسف کرده و گفت: "زمان اعلام شده، بهترین زمان ممکن برای برگزاری چنین جلسه‌ای بود و بهانه هم‌زمانی نشست با نمایشگاه برای شرکت نکردن در آن، قابل قبول نیست." وی دلیل برگزار نشدن این نشست را نبودن تشنگی و نیاز لازم برای ایجاد یک تشکل منسجم در صنعت و خدمات بسته‌بندی دانست و معتقد بود باید تشنگی لازم در این صنایع بوجود آید.

دنیای چاپ نوریانی

گفتگویی با علی نوریانی

امسال از غرفه پانصد متری نوریانی بوی تحول به مشام می‌رسید. به نظر می‌آید که مؤسسه نوریانی می‌خواهد خاطرات سالهای گذشته را دوباره زنده کند. علی نوریانی را می‌بینیم که خود از غرفه‌اش فیلمبرداری می‌کند. فکرهای تازه‌ای در سر دارد. در این غرفه خبرهایی است. شاید علی نوریانی نیز با جای پای پدر گذاشته و به فکر باقیات الصالحات است. در نمایشگاه مجال نیست. پس از نمایشگاه به مؤسسه نوریانی رفته، با علی نوریانی و همکاران جدید او محبوب محمدیان و فریدون اهر پور به گفتگو می‌نشینیم.



- در مورد نمایشگاه امسال بگوئید.

نوریانی: نمایشگاه خوبی بود. در واقع این نمایشگاه هم، مانند نمایشگاه‌های پیش از آن، مشکلات خاص خود را داشت و ما هم به این مشکلات عادت داریم. اگر در نمایشگاه‌های قبلی، یک نمایشگاه بدون عیب وجود داشت، می‌توانستیم بگوئیم این یکی اشکالاتی دارد. در حالی که می‌بینیم هیچ یک از نمایشگاه‌های برگزار شده در ایران، طبق استانداردهای بین المللی نیستند. بنابراین ما اعتراضی به نمایشگاه امسال نداریم. زیرا این یکی هم مانند بقیه بود. حداقل در این سالن یک رستوران وجود داشت که کارکنان غرفه‌ها مجبور نباشند در غرفه غذا بخورند. در کف راهروها کفپوش‌های پلاستیکی وجود داشت که مانع از به هوا برخاستن گرد و غبار می‌شد. اضافه بر آن، سالن نمایشگاه ظاهر مناسبی داشت. اما نکته قابل توجه این که، امکانات نمایشگاه در مقابل هزینه‌ای که از غرفه‌دار گرفته می‌شود مناسب نیست. در خصوص بازدیدکنندگان نیز باید بگوئیم، نسبت به حجم نمایشگاه، توقع ما بیش از این بود. ما انتظار داشتیم بسیاری از همکاران و دست اندرکاران را دیدار کنیم ولی متأسفانه به دلیل تبلیغات اندکی که درباره نمایشگاه شد، عده زیادی نتوانستند از آن بازدید کنند.

محمدیان: در نمایشگاه امسال، اگر مؤسسه نوریانی شرکت نکرده بود در واقع اثری از صنعت چاپ وجود نداشت. تنها چند ماشین کوچک به صورت پراکنده در نمایشگاه به نمایش گذاشته شده بود.

نوریانی: مؤسسه نوریانی هیچگاه با انگیزه مالی و کسب درآمد در نمایشگاه شرکت نکرده و نمی‌کند. به همین دلیل ما هیچگاه سعی نکردیم سفارشی از مشتری بگیریم یعنی پیش فروش کنیم و بعد به دلیل شرایط خاص گمرک، محصول پیش فروخته را در نمایشگاه ارائه کنیم. البته این طور نیست که ما از معامله و کسب درآمد گریزان باشیم. بلکه معتقدیم، حال که ما در نمایشگاه شرکت می‌کنیم و برای آن هزینه می‌کنیم، ماشینی را انتخاب کنیم که برای کشور و صنعت مفید باشد، نه اینکه ماشینی را بنا به خواست مشتری تهیه کرده و به نمایشگاه بیاوریم. متأسفانه در حال حاضر مشتریان یا از قدرت خرید کافی برخوردار نیستند و یا به دلیل نوسانات اقتصادی، قدرت تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری‌های سنگین را ندارند. در این حالت ما مجبور می‌شویم ماشینی را بیاوریم که از نظر کیفیت و تکنولوژی در حد مورد نظر نیست و ما چنین کاری را انجام نمی‌دهیم. ما در هیچ یک از نمایشگاه‌ها این کار را نکرده‌ایم و همیشه ماشینی را آورده‌ایم که برای ایران جدید بوده است. اگر بنا

باشد ماشینی که تعداد زیادی از آن در سال‌های گذشته فروش رفته و در نمایشگاه‌ها بوده است، دوباره به نمایشگاه بیاید، این دیگر نمایشگاه نیست، فروشگاه است. در گذشته به دلیل مسائل گمرکی تعداد زیادی از یک ماشین به عنوان نمونه به نمایشگاه وارد می‌شد و بعد از نمایشگاه ترخیص شده و به خریداران تحویل می‌گردید. در حال حاضر نیز که آن مشکلات گمرکی وجود ندارد، شاهد بودید که نمایشگاه امسال از وارد کنندگان ماشین آلات چاپ خالی بود. متأسفانه هیچ کسی نیز پیدا نشد که در این مورد تصببی از خود نشان دهد و جلوگیری کند و این وضع روز به روز بیشتر جا افتاد تا آنجا که امروز وقتی نفعی در شرکت در نمایشگاه نیست شرکت گسترده‌ای هم در این زمینه وجود ندارد. ما به عنوان یک مؤسسه متعهد به صنعت چاپ کشور، معتقد هستیم که در این چند ساله در اندازه‌های بسیار زیاد، از خود علاقه نشان داده، سرمایه‌گذاری کرده و هزینه کرده‌ایم، متأسفانه هیچگاه از پشت‌گرمی یا تقدیری که دلگرم کننده باشد برخوردار نبوده‌ایم. ما همیشه تکنولوژی‌های جدیدی را به مردم ارائه کرده‌ایم ولی در این رابطه همواره تنها بوده‌ایم حتی رقیبی هم نداشتیم که به خاطر رقابت ماشین‌آلاتی با تکنولوژی همسان یا پیشرفته‌تر به میدان آورده و در معرض دید دست‌اندرکاران قرار دهد و همکاران ما ریسک ارائه ماشین‌آلاتی با تکنولوژی بهتر یا ماشینی که در ایران وجود نداشته باشد را انجام ندادند. برای مردم چیزی که خارج از نمایشگاه هم وجود دارد جذابیتی ندارد. پس دیگر برای آمدن به نمایشگاه وقت خود را تلف نمی‌کنند. باید ماشینی را به نمایشگاه آورد که یا تکنولوژی آن خیلی جدید باشد و یا در کشور وجود نداشته باشد. ما همواره چنین ماشینی‌هایی را به نمایشگاه آورده‌ایم و البته بهترین نوع آن را.

- در واقع با رفع مسائل سابق گمرکی، دیگر نمایشگاه برای وارد کنندگان حالت فروشگاه‌هایی را ندارد.

نوریانی: بله. به همین دلیل هم امسال شاهد عدم حضور گسترده نمایندگی‌ها بودید. البته حق هم دارند. با چنان هزینه‌ها و امکانات کم، هیچ تشویقی در این کار دیده نمی‌شود. آنها هم که آمده‌اند از روی علاقه بوده‌است زیرا به این ترتیب در این نمایشگاه سودی برای ایشان وجود ندارد. با چنین شرایطی حضور دست اندرکاران در این نمایشگاه قابل تحسین نیز می‌باشد.

قیمت نمایشگاه‌ها در ایران بی‌حساب و کتاب است. آن طور که ما تحقیق کرده‌ایم قیمت نمایشگاه‌های ایران از بزرگترین و گران‌ترین نمایشگاه‌های دنیا گران‌تر است. برای مثال نمایشگاه «دروپا» که بزرگترین و معروفترین

● اگر در نمایشگاه‌های قبلی، یک نمایشگاه بدون عیب وجود داشت، می‌توانستیم بگوئیم این یکی اشکالاتی دارد.

● اگر بنا باشد ماشینی که تعداد زیادی از آن در سال‌های گذشته فروشی رفته و در نمایشگاه‌ها بوده است، دوباره به نمایشگاه بیاید، این دیگر نمایشگاه نیست، فروشگاه است.



سازمانی چند منظوره ایجاد شود. کار مهم و اصلی این سازمان، نشان دادن دستگاههای مدرن به علاقمندان است و البته این ماشین‌ها در حال کار خواهند بود.

– به چه صورت؟

نوریانی: بدین ترتیب ماشین آلات وارد و در این سازمان نصب و راه اندازی شده و شروع به کار می‌کنند. افراد علاقمند با بازدید از این ماشین‌ها، از نزدیک با نحوه کار آنها آشنا شده و می‌توانند راجع به ویژگیهای ماشین مورد نظر پرسش کنند و پاسخ بگیرند. این امر در شرایط خاص اقتصادی و صنعتی ایران می‌تواند پیش از هر گونه سرمایه‌گذاری، شرایط واقعی را برای سرمایه‌گذار ترسیم کند. خریداران یا افرادی که علاقمند به دیدن ماشین‌های پیشرفته هستند می‌توانند، به این محل آمده و از آن بازدید کنند. همچنین این مکان، محلی مناسب برای آموزش عملی این گونه ماشین آلات پیشرفته خواهد بود. در کنار همین مکان، فضایی را در نظر گرفته‌ایم که به موزه اختصاص خواهد یافت. در این موزه، ماشین‌آلاتی که توسط وزارت ارشاد جمع‌آوری شده و امکان بازدید آن برای همگان و در هر زمان موجود نیست به نمایش گذارده خواهد شد.

– این سازمان از چه زمانی شروع به کار خواهد کرد؟

نوریانی: کار این سازمان با همکاری آقایان محمدیان و اهرپور شروع شده است و به زودی بازسازی محل به پایان می‌رسد. طبق برنامه تا دو سه ماه دیگر اولین ماشین در این محل نصب خواهد شد. حدود شش ماه دیگر یک مراسم افتتاحیه کوچک خواهیم داشت. این مراسم با حضور دوستان و همکاران برگزار خواهد شد. مراسم افتتاحیه اصلی این سازمان در پایان سال هزار و نهصد و نود و نه میلادی و در آستانه شروع سال دو هزار برپا خواهد شد. در آن مراسم از تمام شرکتهای مهم خارجی و ایرانی، مقامات دولتی و صدا و سیما دعوت خواهد شد تا در جریان افتتاح چنین سازمانی قرار گیرند. چراکه تاکنون در هیچ جای دنیا شبیه چنین سازمانی و با این اهداف

طراحان جوان بسیاری به دفتر من آمدند و طرح‌هایی بسیار بدیعی ارائه کردند که ما این طرح‌ها را به شرکت ب.ام.و آلمان فرستادیم و سعی کردیم از سوی شرکت مزبور این طراحان را پشتیبانی و حمایت کنیم. ما این کارها را از سر علاقه انجام می‌دهیم. در حال حاضر نیز به اتفاق همکاران عزیزم طرح‌هایی آماده کرده‌ایم تا بتوانیم برای نیل به اهداف خود راه دیگری پیدا کنیم. چرا که این نمایشگاه‌ها با مشکلات فعلی برای ما بی‌نتیجه است و به واقع با این شرایط ما علاقه چندانی به شرکت دوباره در آنها نداریم. با این ناهماهنگی و عدم انضباط کار مفیدی نمی‌توان انجام داد. برای مثال شرکت‌های حمل و نقل هر کدام از ماشین‌های ما را به مکانی بردند و همکاران ما تا روزهای آخر به دنبال این ماشین‌ها بودند تا اشتباه شرکت‌های حمل و نقل را اصلاح کنند، گمرک نیز در این میان از صدور اجازه ترانزیت خودداری می‌کرد. تمام اینها جز ناراحتی و تحمل هزینه‌های سنگین برای ما چیزی در بر نداشته است.

– آیا برنامه جدیدی برای نیل به اهداف خود دارید؟

نوریانی: ما در مؤسسه نوریانی تصمیمی گرفته‌ایم و با آقایان محمدیان و اهرپور نیز همفکری‌هایی انجام شده‌است. ما قصد داریم تحولی در روش آشنایی علاقمندان به تکنولوژی‌های جدید ایجاد کنیم. ما قصد داریم خریداران و علاقمندان صنعت چاپ و بسته‌بندی را در سرمایه‌گذاری یاری کنیم. ما پس از نمایشگاه‌های مختلف داخلی به این فکر افتاده‌ایم.

محمدیان: هدف مؤسسه نوریانی این است که در جوار برگزاری سالانه جشنواره صنعت چاپ و نمایشگاه‌های دیگر این صنعت، یک نمایشگاه دائمی نیز به وجود آورد.

نوریانی: در نمایشگاه‌هایی که ما شرکت داشتیم نوعی نگرانی در مردم احساس کردیم. این نگرانی عمدتاً به قدرت خرید و آینده سرمایه‌گذاری آنها مربوط می‌شود. بنابراین فکر کردیم که خوب است

نمایشگاه چاپ در دنیا است از مشابه ایرانی خود ارزان‌تر است. این در حالی است که امکانات و تسهیلات و قدمت و اعتبار نمایشگاه «دروپا» با نمونه ایرانی قابل مقایسه نیست. این گرانی باید دلیلی داشته باشد. من در نمایشگاه‌های گذشته همیشه به این موضوع اعتراض کرده‌ام و هیچ جوابی نگرفته‌ام. در نمایشگاه «دروپا» بهای هر متر غرغه کمتر از دویست دلار است. حال آن که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در ایران بابت هر متر مربع غرغه دویست و هشتاد دلار و در سالن خدمات چاپ و نشر در نمایشگاه کتاب با آن سالن قدیمی و نامطلوب یک صد و هشتاد دلار باید پرداخت. در مقابل از خدمات صحیح نمایشگاهی نیز خبری نیست. برای مثال ما به خاطر وجود ماشین‌آلات سنگین، برای برق غرغه خود مشکل داشتیم. برق‌کار نمایشگاه فقط در حد بستن لامپ‌های روشنایی می‌توانست سرویس دهد. ما ناچار شدیم یک برق‌کار ماهر از بیرون بیاوریم، خودمان کابل و تابلو برق تهیه کنیم و کابل را از سقف سالن عبور داده و به تابلو برسانیم. این کارها، کار شرکت کننده نیست بلکه بر عهده برگزار کننده نمایشگاه است. ما علاقمند بودیم ماشین‌هایی را در ایران بیاوریم و به نمایش گذاریم که هم جدید باشد و هم زحمت متخصصان و دست اندرکاران را برای سفر کردن به کشورهای پیشرفته و دیدن این ماشین‌ها، کم کرده باشیم. به عبارتی دیگر به جای آن که افراد با صرف هزینه‌های گزاف و مشکلات خاص به کشورهای خارج بروند و تکنولوژی جدید را جستجو کنند، ما جدیدترین نمونه‌های آن را به ایران آوردیم. ما این کار را در مورد سایر محصولات خود نظیر موتورهای «ب.ام.و» نیز انجام داده‌ایم و هیچ یک از این اقدامات برای ما سود و درآمدی نداشته است. فقط خواسته‌ایم فکر و چشم هموطنان خود را از روی عکس مجلات و کتاب‌ها به نمونه‌های واقعی و قابل لمس آخرین دست آوردهای تکنولوژی ارتقاء دهیم. من به یاد دارم پس از نمایش دادن موتور سیکلت‌های جدید ب.ام.و در نمایشگاه بین‌المللی تهران،



مؤسسه نوریانی

اغلب کارخانه‌هایی که ما با آنها کار می‌کنیم سابقه‌ای طولانی دارند. در سالهای گذشته پیشنهادهای بسیاری از کشورهای مختلف به ما رسید. بخصوص در چند سال اخیر که اقتصاد کشور با مشکل مواجه شد. در این زمان کشورهای نظیر چین، هند، تایوان و امثال آنها تمسهای زیادی با ما برقرار و پیشنهادهای بسیار آسان و توأم با حمایت دولتهایشان ارائه کردند. حتی شرایط بدون انتقال ارز یعنی مبادله کالا را به ما پیشنهاد کردند. ما هیچیک از این پیشنهادهای را نپذیرفتیم. آن چنان که باعث تعجب ایشان شد و می‌پرسیدند که چرا شما چنین می‌کنید، من همیشه پاسخ می‌دادم که هیچگاه چنین ماشین‌آلاتی را به کشورم وارد نمی‌کنم، زیرا ماشین‌آلات شما هر چقدر هم که خوب باشد به درد جایی می‌خورد که آن را مصرف کنند و دور بیاندازند. ماشینی‌آلاتی را که ما برای کشور خود تهیه می‌کنیم باید به گونه‌ای باشد که سالهای سال کار کند تا کارایی آنها مورد تأیید قرار گیرد. در کشور ما اگر یک ماشین ضرر دهد شرایط به شکلی نیست که به راحتی بتوان آن ضرر را جبران کرد.

- با توجه به افکار و نقطه‌نظرات جنابعالی، برخورد دولت با شما چگونه بوده است؟

نوریانی: برخورد دولت با ما خوب بوده است. ما ناراحتی از جانب دولت نداشته‌ایم. البته دولت کار مثبتی هم برای ما انجام نداده است. برای مثال اینکه دولت بیاورد و بگوید: شما که طی این هفتاد سال سابقه، خدماتی را انجام داده‌اید این امکانات را بگیرید و ما از شما پشتیبانی می‌کنیم، نه تا به حال چنین چیزی نبوده است. البته هیچگونه مخالفت یا کارشکنی هم در کار ما انجام نشده است. ولی خوب آن توقعی را که ما به عنوان یک مؤسسه هفتاد ساله از دولت داریم برآورده نشده است.

- در برقراری ارتباط با شرکتها و کارخانجات بزرگ خارجی، دولت موفق‌تر خواهد بود یا مؤسسات معتبر

قطعه را گرفته و فوری آن را خواهیم فروخت و در خدمت تحقیقات و پیشرفت نخواهد بود. این کاری را که ما شروع کرده‌ایم نیاز به همکاری همه دارد. ما هر چقدر این سازمان را توسعه دهیم، گوشه‌ای از مشکلات و عقب‌ماندگی‌هایی که در این صنعت وجود دارد نتوانسته‌ایم جبران کنیم. ما از سیستم صحیح کارآرایی ماشین‌آلات، خیلی عقب هستیم. شما شاهد هستید که در همین موضوع بسته‌بندی و چاپ مربوط به آن چقدر ضعیف هستیم. باید کم کم امکانات را فراهم کرد. برای مثال قرارداد شرکت تتراپک روبه اتمام است. می‌توان با یک برنامه صحیح این سیستم را بهینه و از خروج مقدار زیادی ارز نیز جلوگیری کرد. و یا در مقابل افرادی که معتقدند کالاها به صورت فله به کشورهای نظیر عربستان برود و آنجا بسته‌بندی شود، می‌توان گفت، صادرات فله هیچگاه درآمد درستی برای ما نداشته و ندارد. اینها با حمایت دولت و مردم انجام‌پذیر است. در صورت حمایت ما می‌توانیم کار را توسعه بیشتری بدهیم، با شرکتهای بزرگ خارجی وارد صحبت شویم و امکاناتی از آنها در اختیار بگیریم. راه‌اندازی سازمانی که از آن صحبت کردیم برای ما کار بسیار پرهزینه و به عبارتی ریسک است. اما ما این ریسک را می‌پذیریم و دوست داریم فعالیتی جدا از کارهای معمول انجام دهیم. ما نیاز نداشتیم که آن امکان را به موزه و آموزشگاه تبدیل کنیم. ما هم می‌توانستیم مثل بقیه چاپخانه‌ای راه بیاندازیم، حتی با یک نام دیگر، و کسی هم نمی‌توانست با ما رقابت کند. چرا که ما می‌توانیم آخرین تکنولوژی‌ها و آخرین مهارتها را برای خود فراهم کنیم، با پیشرفت عالی و درآمد بالا. اما ما این کار را نکردیم. ما آمده‌ایم طرح خود را باز کرده‌ایم. حرفهایمان را زده‌ایم و دوست داریم که اطلاعات و علاقه خود را در این باره به هموطنان و دولت نشان دهیم. اکنون باید دید در قبال این حرکت ما چه عکس‌العملی نشان داده خواهد شد.

- آیا مؤسسه نوریانی کشورها و شرکتهایی را برای گرفتن نمایندگی انتخاب می‌کند یا آنها مؤسسه نوریانی را برای نمایندگی برمی‌گزینند؟

نوریانی: تا به حال، این مؤسسه نوریانی بوده است که شرکتهای مورد علاقه خود را انتخاب کرده است. ما سابقه، اعتبار و امکانات لازم برای کارکردن با اغلب کارخانجات دنیا را داریم. اما ما کارخانه مورد نظر را انتخاب می‌کنیم. چرا که می‌خواهیم مطمئن باشیم که آیا تولیدات آن کارخانه به درد کشور ما می‌خورد؟ آیا آن کارخانه می‌تواند سالهای طولانی به کار خود ادامه دهد؟



دیده نشده است. یعنی اینکه یک نمایندگی بخواهد چنین خدمتی به کشور خود بکند و سازمانی فراهم کند که هم نمایشگاه باشد، هم آموزشگاه باشد و هم ماشینها در حال کار باشند و هم از لحاظ درآمدزایی و تولید نیز قابل بررسی و محاسبه باشند. بخصوص این مورد آخر نکته‌ای است که در نگرش سرمایه‌گذاری و بررسی سازگاری ماشین‌آلات با محیط، بسیار حائز اهمیت است. تمام فعالیت‌های این سازمان به نفع کشور خواهد بود.

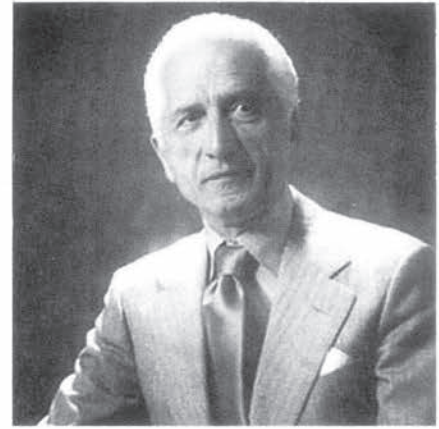
- راجع به محل این سازمان بگوئید؟
نوریانی: جایی که در نظر گرفته شده از جمله مرغوبترین مکانها جهت احداث چاپخانه و نمایشگاه است. این مکان در جاده کرج است و حدود چهار کیلومتر با فرودگاه فاصله دارد و جزء محدوده تهران می‌باشد. بدین ترتیب از نظر رفت و آمد نیز مشکلی ندارد. مساحت آن نزدیک به سی هزار متر مربع است که از این نظر نیز در نوع خود بی سابقه است. از این مساحت در حال حاضر حدود چهار هزار متر مربع به ایجاد و احداث بنا اختصاص یافته است.

- آیا ماشین‌آلاتی که به این مکان وارد می‌شوند در کشور می‌مانند یا پس از مدتی به کشور سازنده بازگردانده می‌شوند؟

نوریانی: هیچ ماشینی بازگردانده نمی‌شود. ما ماشینی را می‌آوریم که به درد مملکت بخورد. ماشینها در این مکان مشغول به کار می‌شوند و در صورتیکه ماشینی فروخته شد ماشین جدیدتری را جایگزین کرده و آن را فعال می‌کنیم.

- در راستای این برنامه، چه انتظاری از دیگران دارید؟

نوریانی: ما بیشتر دعا می‌کنیم که مشکلی برای ما پیش نیاید. چرا که این برنامه، کار ساده‌ای نیست. ما باید بتوانیم این سازمان را اداره کنیم و در آن امکانات پیشرفت به وجود آوریم. ما باید بتوانیم در پیشرفت دنیا نقشی ایفا کنیم. الان اگر برای تحقیقات بخواهیم حتی یک پیچ از یک کشور پیشرفته بگیریم، اکره دارند. معتقدند این



بخش خصوصی؟

نوریانی: نه در ایران بلکه در هیچ جای دنیا دولت موفق نبوده است. زیرا افرادی که در دولت هستند اختیارات و اطلاعات محدودی دارند و بالطبع دامنه تعهدات آنها نیز محدود است. همچنین این افراد در مقاطع خاص مدت زمان محدودی در مصدر امور هستند. بر این اساس، اگر کارخانه‌ای بخواهد قرارداد طولانی منعقد کند یا شرایط خاصی داشته باشد سعی می‌کند با جایی کار کند که با سابقه بوده و تخصص مربوطه را دارا باشد. معمولاً طرفهای خارجی به دنبال مؤسساتی هستند که بتوانند خدمات مربوطه را به هر دو بخش یعنی خصوصی و بخش دولتی ارائه دهند. معمولاً دولت ما اگر خریدی از خارج انجام دهد، نمی‌تواند خدمات آن را به بخش خصوصی ارائه دهد. در کار دولتی، سرمایه‌گذاری دولت نمی‌تواند در بخش خصوصی استفاده شده و سودآور باشد.

- شرایط قانونی موجود را برای فعالیت خود چگونه ارزیابی می‌کنید؟

نوریانی: ما بیشتر در مورد واردات قطعات مشکل داریم. در شرایط فعلی، ما نمی‌توانیم قطعات یدکی ماشین آلات خود را از خارج تهیه کرده و به ایران بیاوریم. یعنی از لحاظ قانون فعلی کشور، این امکان برای ما وجود ندارد. در این حال، هرکسی که ماشین می‌خرد، خود جداگانه به تهیه قطعات یدکی آن اقدام می‌کند. به عبارتی اگر ما بخواهیم برای مشتریان خود قطعه یدکی از خارج بیاوریم، اجازه آن را نمی‌دهند. برای مثال زمانی که من تازه به ایران بازگشته بودم، دیدم که یک سری از موتور سیکلتهای قدیمی ب.ام.و را به نیروی انتظامی داده‌اند. (شما می‌دانید که کار دیگر ما در مؤسسه نوریانی نمایندگی موتور سیکلتهای ب.ام.و است.) من بلافاصله به کارخانه ب.ام.و اعتراض کردم که چرا این موتورهای قدیمی را به ایران داده‌اید؟ آنها گفتند که خود دولت ایران این موتورها را خواسته است. پرسیدم پس چرا قطعه یدکی و خدمات لازم را به ایشان نداده‌اید؟ ب.ام.و در پاسخ گفت که "آنها از ما نخواستند. ما که نمی‌توانیم به زور، قطعه یدکی به ایشان بدهیم."



در آن زمان من با فرمانده راهنمایی و رانندگی صحبت کردم و ایشان درخواست نمودند که قطعات را وارد کنید تا موتورهای ما راه بیفتد، بدون توجه به مقررات روزمره و جاری فوری از طریق دورنویس به کارخانه، قطعه یدکی سفارش دادم و تاکید کردم که قطعات را با هواپیما برای ما بفرستند تا موتورهایی که خوابیده هرچه سریعتر راه اندازی شوند. در طی چهل و هشت ساعت قطعات به ایران رسید و از همانجا مشکلات شروع شد. هرچه ما اعلام می‌کردیم که بیاید قطعات خود را از گمرک در آورده و تکلیف ما را روشن کنید، اقدامی نمی‌شد. این قضیه شش ماه به طول انجامید و در این فاصله رئیس کارخانه سازنده موتورها هر ماه از من راجع به ترخیص قطعات می‌پرسید. سرانجام ما در پی تلاشهای خود توانستیم قطعات را از گمرک ترخیص نماییم. قطعاتی را که ما چهل و هشت ساعت به ایران رساندیم، شش ماه در گمرک ماند. بنابراین در شرایط موجود تأمین قطعات ماشین آلات و پشتیبانی پس از فروش برای ما ممکن نیست. راه حل فعلی، خرید قطعات یدکی توام با خرید ماشین است. در حال حاضر مشتری ما مجبور است که هم صنعتکار، هم بازرگان، هم متخصص امور گمرکی و هم متخصص امور بانکی باشد تا بتواند یک ماشین بخرد، چرا که تمام این خدماتی را که ما در گذشته ارائه می‌کردیم، اکنون بر عهده خود مشتری است و دست ما از خدمت به مشتریان کوتاه شده‌است. افزون بر این‌ها مشتری ما مجبور است که قطعات یدکی خود را هنگام خرید ماشین تهیه کند و چه بسا سالها این قطعات یعنی قسمتی از سرمایه مشتری در انبار چاپخانه می‌ماند و خاک می‌خورد.

است. زیرا به بخش چاپ و نشر، امکانات، اختیارات و بودجه زیادی داده نشده است. بنابراین ما نیز توقع خاصی نداریم. اگر وزارت صنایع متولی این کار بود، فرق می‌کرد. در وزارت صنایع امکانات برای برگزاری یک نمایشگاه صنعتی وجود دارد و می‌توان از وزارت صنایع این توقع را داشت. با اطلاعی که ما داریم، با محدودیت بودجه و اختیاراتی که در اداره کل چاپ و نشر وجود دارد، نمی‌توان توقع خاصی از آن داشت. تنها کاری که ایشان می‌توانند انجام دهند سپردن تعهد سه برابر ارزش ماشین آلات وارده به نمایشگاه است که باعث ترخیص موقت ماشین‌ها است.

- با توجه به مسائل موجود در صنعت چاپ و بسته‌بندی و به طور کلی صنایع کشور، نظر شما در خصوص عملکرد دولت و قانون چیست؟

نوریانی: دولت می‌تواند در خصوص تحقیقات کار بیشتری انجام دهد، کارشناسان متخصص و متعددی رابه کارخانجات خارجی بفرستد تا در خصوص ماشین آلات وارداتی و کیفیت آن تحقیق کنند. البته چنین کارشناسان متخصصی با حقوقهای دولتی جذب این کار نخواهند شد. به تصور من اگر این کارشناسی و تحقیقات واقعاً جنبه علمی به خود بگیرد، خود صنف در پرداخت بخشی از هزینه‌های آن پیش قدم خواهد شد.

- به نظر شما آیا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند متولی مناسبی برای یک نمایشگاه صنعتی مانند نمایشگاه صنعت چاپ باشد؟ نظیر آن چیزی که در نمایشگاه کتاب برگزار می‌شود.

نوریانی: برای اداره کل چاپ و نشر بسیار سخت

است. زیرا به بخش چاپ و نشر، امکانات، اختیارات و بودجه زیادی داده نشده است. بنابراین ما نیز توقع خاصی نداریم. اگر وزارت صنایع متولی این کار بود، فرق می‌کرد. در وزارت صنایع امکانات برای برگزاری یک نمایشگاه صنعتی وجود دارد و می‌توان از وزارت صنایع این توقع را داشت. با اطلاعی که ما داریم، با محدودیت بودجه و اختیاراتی که در اداره کل چاپ و نشر وجود دارد، نمی‌توان توقع خاصی از آن داشت. تنها کاری که ایشان می‌توانند انجام دهند سپردن تعهد سه برابر ارزش ماشین آلات وارده به نمایشگاه است که باعث ترخیص موقت ماشین‌ها است.

محمدیان: وزارت صنایع و وزارت ارشاد باید با هماهنگی و همکاری بیشتر جشنواره صنعت چاپ را فعالتر و با اختیارات بیشتری در جشنواره صنعت چاپ شرکت کنند. چرا که در جشنواره صنعت چاپ به دلیل نزدیکی زمانی و مکانی به نمایشگاه کتاب بازدیدکننده حرفه‌ای، تخصصی و دانشجویان بیشتر هستند. اگر دوزار تخانه ارشاد و صنایع با هم همکاری کرده و جشنواره صنعت چاپ را برپا تر کنند، بازدهی آن برای صنعت چاپ از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی بیشتر خواهد بود.

نوریانی: اگر برگزاری نمایشگاهها به این مکان فعلی و گرداندگان منحصر نباشد و بتوان در جاهای دیگر نیز نمایشگاه برگزار کرد، آن وقت رقابت به وجود آمده امکانات بیشتری به شرکت کنندگان داده می‌شود.

- به عقیده شما در بخش خصوصی باید چه تحولی صورت گیرد؟

نوریانی: تحول بخش خصوصی نیز وابسته به دولت است. تأمین امنیت سرمایه‌گذاری از جمله شرایط تحول بخش خصوصی است. در حال حاضر در آمد این بخش محدود و کنترل شده‌است. در این شرایط بعضی ترجیح می‌دهند از ریسک بپرهیزند و سرمایه خود را در بانک گذارده و سود آن را بگیرند. در بخش خصوصی نیاز به تأمین سرمایه‌گذاری و امید به آینده احساس می‌شود. تعاونی‌ها نیز در این زمینه می‌توانند تا حدی رفع مشکل کنند. ■

عیدی صنعت چاپ به سلیقه‌های برتر

به زودی

برای نخستین بار در ایران

برجسته‌کاری با تکنیک بازیافته:

ترموگرافی تمام اتوماتیک
THERMOGRAPHY

با سرعت و تیراژ بالاتر از گذشته

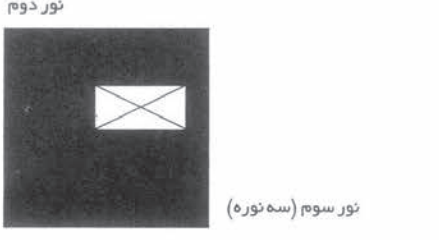
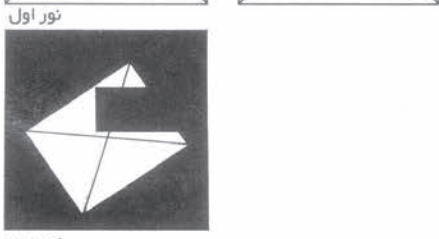
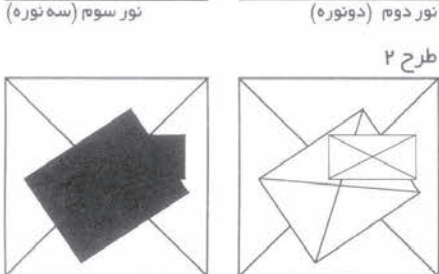
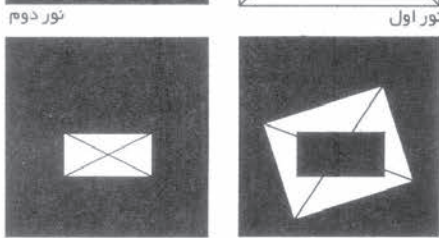
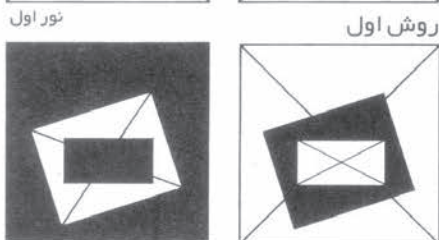
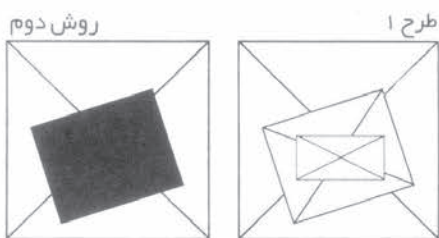
در چاپخانه صلاحی

تهران، فردوسی جنوبی، کوچه خواندنیها، شماره ۶

تلفن: ۶۷۱۶۱۷۳

مونتاز یا منطبق کردن عملیاتی است مابین عکاسی و کپی. انطباق رنگها، ماسکها، فیلمها، فرم‌بندی و هر چیزی که طبق طرح سفارش روی کار منطبق شود شامل کار مونتاز می‌شود و مونتاز کار که باید دارای دقت و دید قوی باشد این عملیات را با توجه بسیار انجام می‌دهد. پس از تفکیک رنگ مونتاز مهمترین دلیل در انتخاب یک لیتوگرافی خوب است.

واژه‌های کلیدی صنعت چاپ



کنید) اسکرهای حرفه‌ای نیز تا حدی توانایی ماسک‌سازی اتوماتیک را دارند اما با الحاق نرم‌افزارهای لابراتواری مخصوص، این توانایی افزایش خواهد یافت. ماسک‌سازی هم توسط دست و هم عکاسی انجام می‌شود.

● ماسک نر و ماده

اصطلاحیست در رابطه با عملیات ماسک‌سازی و چند نوره کردن که به آن ماسک «پرکننده» و «خالی کننده» نیز می‌گویند. ماسک نر و ماده، در تناسب با کار معنی پیدا می‌کنند و تعریف ثابتی ندارند. به طور معمول، هر عمل ماسک‌سازی حداقل شامل دو ماسک می‌شود که با این اصطلاح آن دو را از یکدیگر تفکیک می‌کنند.

● دو نوره (چند نوره)

دو نوره، سه نوره و و چند نوره کردن عبارتست از ثبت چند تصویر جدا روی یک سطح حساس مانند فیلم یا زینک در چند مرحله جدا از هم که با کمک عمل ماسک‌سازی انجام می‌شود و هر بار قسمتی از فیلم توسط ماسک پوشانده و قسمتی نور داده می‌شود. این کار بیشتر در مواقعی انجام می‌گیرد که تصاویر یا نوشته‌ها را بخواهیم در دل هم جای دهیم. این عمل به تعداد نوردادها نام می‌گیرد برای مثال؛ دو نوره یا سه نوره یا حتی ده نوره، یعنی به این تعداد به نقاط مختلف سطح حساس نور داده شده‌است. این عملیات در مونتاز رنگی برای هر رنگ جداگانه باید انجام گیرد (چهار بار ماسکینگ) اما می‌توان از یک ماسک برای هر چهار رنگ استفاده کرد.



● مونتاز رنگی

انطباق چهار فیلم رنگ‌های تفکیکی بر روی استرالون یا فیلم‌های جدا جهت کپی زینک طوری که هنگام چاپ بدون کوچکترین لغزشی سرچای خود نشسته و دوباره تصویر به همان شکل اریژینال رنگی درآید.

● ماسک

(نقاب = Mask) پوششی که در عملیات ماسک‌سازی یا چند نوره کردن به کار می‌رود و توسط آن قسمت‌هایی که نباید نور بخورد پوشیده می‌شود. ماسک می‌تواند از جنس فیلم، مقوا، سطوح قرمز رنگ (۱) و هر عامل بازدارنده نور باشد.

● ماسک‌سازی

(پنهان کردن، پوشاندن = Masking) ماسک‌سازی یا پوشاندن برای دو نوره یا چند نوره کردن کار انجام می‌شود. یعنی هنگامی که به مونتاز کار گفته می‌شود تصویری را در دل تصویر دیگر مونتاز کند عمل ماسک‌سازی به کار می‌آید. ماسک‌سازی هم در مرحله مونتاز و عکاسی و هم مرحله کپی می‌تواند انجام شود. (به «دو نوره» نگاه

● آسترالون

Foil

آسترالون طلای است شفاف و با ضخامتهای گوناگون در بازار یافت می‌شود. ضخامت آسترالون با میکرون سنجیده می‌شود و حدوداً انواع ۵۰ تا ۱۳۰ میکرون آن در لیتوگرافی مصرف دارد. آسترالون ۱۰۰ تا ۱۲۰ میکرون مناسب مونتاژ رنگی است. اگر از این بیشتر باشد هنگام کپی عبور نور با مشکل مواجه می‌شود (شکست نور). اما در حدود زیر این اعداد تا آسترالون ۵۰ میکرون نیز در مونتاژ رنگی استفاده شده‌است. برای مونتاژ سیاه و سفید حداکثر تا ۱۳۰ میکرون نیز قابل استفاده است. برای استفاده از آسترالون فیلم را با نوار چسب یا انواع چسب بیرنگ خمیری یا مایع روی آن می‌چسبانند. آسترالون اغلب به صورت پیوسته در بازار یافت می‌شود اما به صورت ورقهای جدا از هم (Sheet) نیز وجود دارد.

● فیلتر

Filter

● فیلترگذاری

Filteration

۱- طلق یا شیشه‌های رنگی که جهت تفکیک یا اصلاح رنگ آن را جلوی دوربین قرار می‌دهند. فیلترها دارای غلظت استاندارد بوده و غلظت آن با درجاتی مشخص شده‌است. فیلترها در رنگهای گوناگون یافت می‌شوند. فیلترهای بنفش، سبز، قرمز و زرد استفاده فراوانی در لیتوگرافی دارند. فیلتر بنفش برای تفکیک رنگ زرد، قرمز برای آبی یا سیان، سبز برای قرمز یا ماژنتا و هر سه این فیلترها برای رنگ سیاه استفاده می‌شوند.

به طور کلی در تهیه فیلم سفارشهای سیاه و سفید نیز فیلترهای رنگی نقش موثری دارند برای مثال فیلتر بنفش ایجاد کنتراست کرده و یا فیلتر زرد عبور قسمتهای سیاه تصویر را آسانتر می‌کند. بنابراین تاثیر فیلترهای رنگی در نرم‌کردن و سخت کردن نور و کم و زیاد کردن نُن غیر قابل انکار است (۲).

وقتی ما صحبت از فیلم سیاه و سفید می‌کنیم این شامل فیلم‌های «تفکیک شده» رنگی نیز می‌شود چرا که این فیلم‌ها پس از تفکیک رنگ، هر یک سیاه و سفید دیده می‌شوند و هنگام چاپ است که توسط مرکبهای رنگی چاپ دوباره به رنگ اولیه باز می‌گردند. پس عمل تهیه فیلم ترامدار از هافتن تفکیک شده رنگی درست مثل عکاسی سیاه و سفید است زیرا در اینجا سوژه عکاسی سیاه و سفید است. اما در اینجا وجود فیلترهای رنگی مؤثر است. این یعنی تصرف و

● فیلم لیت

Lith film

فیلم با کنتراست بالا. این نام، بیشتر در بین عکاسان مرسوم است و مقصود همان فیلم خطی یا فیلم ارتوکروماتیک مورد مصرف در لیتوگرافی است. (به «فیلم خطی» نگاه کنید)

● فیلم مستقیم

Duplicate, Reversal film

Direct duplicating film

Auto positive film

Auto reversal film

فیلم مستقیم به فیلمی گفته می‌شود که از تصویر پزیتو، پزیتو دهد و از نگاتیو، نگاتیو. به عبارت دیگر تصویر حاصله از لحاظ مثبت یا منفی بودن مانند نسخه اصلی (اریژینال) است.

● دیا

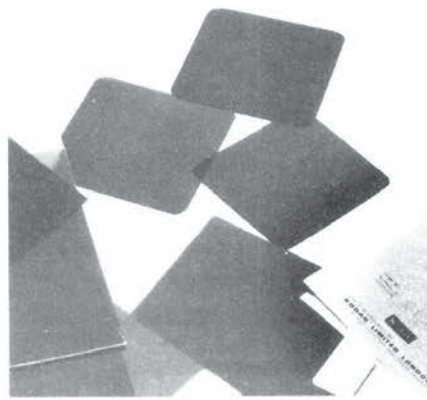
(Dia)

عکاسی از اریژینال ترانسپارات یا شفاف را گویند. برخلاف عکاسی از تصویرهای رفلکسی، اینگونه کارها را از پائین (از طرف ناخوانا) نور می‌دهند. ممکن است به جای اسلاید از یک فیلم نیز به همین ترتیب عکاسی شود. در مواردی که قصد تهیه ابعاد بزرگ فیلم برای کارهای چاپی بزرگ را داشته باشند، فیلم را (ترامدار یا خطی) دیا می‌کنند یعنی با عکاسی مجدد، اندازه بزرگ فیلم را بدست می‌آورند که ترامها و فاصله بین آنها نیز بزرگتر می‌شود. در این مورد بیش از موارد دیگر از دیا کردن استفاده می‌شود. چون دیا کردن، عکاسی از نسخه شفاف است و نوردهی چنین عکاسی برعکس نوردهی نسخ غیرشفاف، یعنی نور از پشت می‌باشد به طور کلی نور از پشت را نور دیا می‌گویند.

● نگاتیو

Negative

منفی، طرف منفی نسخه برعکس یک تصویر از لحاظ تیرگی و روشنی. نگاتیو در واقع یک مفهوم نسبی است. یعنی منفی نسبت به مثبت، منفی است و خود مثبت نسبت به منفی می‌تواند حالت نفی داشته باشد.



دستکاری در رنگی که در نهایت فیلم را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از این امکانات جهت اصلاح در فیلم‌های ثانوی یعنی فیلم‌های ترامدار یا تهیه فیلم از تصاویر سیاه و سفید بهره گرفته می‌شود. در اسکنرها نیز فیلتر استفاده می‌شود اما نحوه استفاده از آن اتوماتیک است. فیلترها در اسکنر پس از آینه‌های حساس به نور قرار گرفته‌اند و نور منعکس شده از آینه‌ها را از خود عبور می‌دهند.

۲- زیربرنامه‌ای در بعضی برنامه‌های کامپیوتری که قالب پرونده‌ها را برای کاربردهای جدید عوض می‌کند. مانند تبدیل پسوند گرافیکی GIF به TIF.

● فیلم

Film

پرده نازک. طلق شفاف پلاستیک یا از مواد سلولزی. طلق شفاف سلولزی با روکشی از مواد حساس به نور.

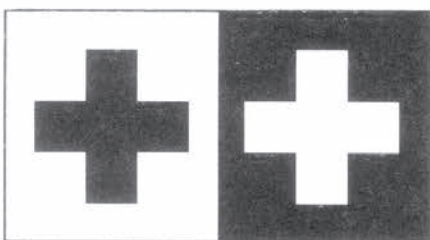
● فیلم آرشیوی

فیلم‌هایی که قطع آنها از ۱ × ۱ سانتی‌متر تا ۱۵ × ۱۰ سانتی‌متر باشد.

● فیلم خطی (تخت)

Line film

فیلم مورد استفاده در لیتوگرافی که به آن فیلم «لیت» هم گفته می‌شود. فیلم خطی دارای حساسیت پائین و کنتراست بالا است که آن را فیلم تخت یا کلیشه‌ای نیز نامیده‌اند. فیلم خطی وقتی ترامدار باشد، دیگر نام‌های تخت یا کلیشه‌ای به آن اطلاق نمی‌شود.



اما در اصطلاح عکاسی اغلب تصویری که طبیعی است و با آنچه که می بینیم مطابقت دارد یا به عبارتی سیر درست و منطقی خود را می پیماید مثبت و نسخه عکس آن منفی نامیده می شود. در مواردی مانند آرم یا بعضی اشکال هندسی و غیرطبیعی قانون خاصی مبنی بر اینکه نگاتیو تصویر کدام است وجود ندارد ولی معمول این است که اگر فرم اصلی با رنگ سفید در زمینه سیاه وجود داشته باشد به آن نگاتیو گفته می شود.

● پلیت

(صفحه فلزی، پلاک، لوح، لوحه = Plate)

Printing Plate

صفحه ای که اغلب از فلز تشکیل شده و حامل تصویر چاپی است.

● زینک Plate

(روی = Zinc)

(گراورسازی روی فلز روی، کنده کاری با روی، حکاکی با روی = Zincography)
۱- صفحه فلزی که کلیشه یا گراور یا هر نوع واسطه چاپ روی آن کار شده باشد.

۲- واسطه معروف چاپ آفست. زینک یا پلیت مورد استفاده در آفست لیتوگرافی از لحاظ جنسیت دو نوع است.

الف: زینک آلومینیومی (آلیاژی از روی، منگنز و آلومینیوم)

ب: زینک مسی (با روکش کروم)

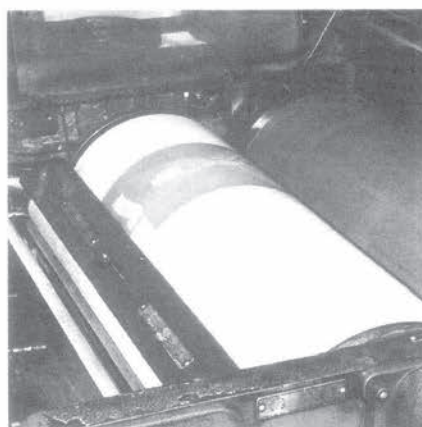
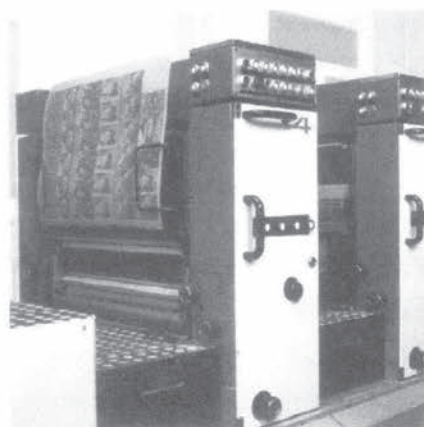
زینک آلومینیومی برای تیراژ تا ۴۰ هزار نسخه (بعضی انواع آن تا ۷۰ هزار نسخه) و زینک مسی برای تیراژ تا یک میلیون نسخه به کار می روند. شایان ذکر است که دقت و ظرافت زینک آلومینیومی از مسی بیشتر است. (۳)

زینک در لیتوگرافی آفست در مرحله کپی وارد کار شده و فیلم نهایی روی آن کپی می شود. زینک به تمامی نورها حساس است اما به نور زرد کمتر از سایر نورها حساسیت نشان می دهد. نور مورد استفاده در کپی زینک نوری است دارای پرتو ماوراءبنفش که تابش مستقیم و مداوم آن به بدن عوارض پوستی به دنبال دارد. برای کپی زینک اغلب از لامپ اگزتون یا لامپ متال هالاید استفاده می شود.

به طور کلی زینکها به دو صورت حساس و غیرحساس در بازار یافت می شوند. زینک حساس (Presensitised plate) به صورت آماده دارای رویه ای از ماده حساس به نور است و زینک



چپ: دستگاه حساس کردن زینک مسی
پایین: زینک آلومینیومی روی ماشین چاپ



زمان نورددهی و ظهور زینک نگاتیو از نوع پزیتیو کمتر است. استفاده از زینک نگاتیو محتاج دقت بسیار زیاد در مونتاژ و کپی است. به هر حال تصویر روی زینک باید پزیتیو باشد. زینک را پس از آنکه در دستگاه کپی نور دادند توسط داروی ظهور زینک ظاهر می کنند. زینک احتیاج به عملیات ثبوت ندارد و پس از پایان ظهور آن را رتوش و سپس جهت حفاظت در مقابل اکسید شدن صمغ زده و مرکب گیری می کنند به طوری که قسمت هایی که باید چاپ گردند مرکب گیری می شوند. داروی رتوش هر نوع ماده حساس با دیگری فرق دارد. پس از شستشو و رتوش زینک آماده چاپ است. زینکها در انواع یک رو و دورو و در اندازه های گوناگون، مناسب با ماشین های چاپ در بازار یافت می شوند. برخی از زینکها به نام ماشینهای چاپ مخصوص خود نام گرفته اند مانند G.T.O.

زینک یا پلیتهای کاغذی نیز وجود دارند که برای اندازه های کوچک (A4 تا A2) مورد استفاده هستند. این پلیتهای کاغذی اغلب با روش الکترواستاتیک، کپی و ظاهر می شوند و در تیراژ کمتر از هزار برگ مصرف دارند. کاربرد پلیتهای کاغذی نسبت به پلیتهای فلزی بسیار مدود و اندک است.

غیرحساس را باید با داروی حساس، حساسیت داد. امروزه اغلب زینکهای آلومینیومی موجود، حساس هستند. اما در مورد زینکهای مسی هنوز زینکهای غیر حساس نیز مورد مصرف است که طی مراحل آنها را حساس می کنند. عملیات حساس کردن زینک تا حدی مانند حساس کردن کلیشه فلزی است. ورق زینک را درون دستگاهی دایره شکل قرار داده و آن را محکم می بندند. وسط زینک مقداری داروی حساس (فیش لم) ریخته، در دستگاه بسته می شود.

در این هنگام ماشین با سرعت زیاد با عمل چرخش و نیروی گریز از مرکز دارو را به صورت یکنواخت روی زینک پخش می کند. زینک را از دستگاه درآورده و پس از خشک شدن داروی حساس زینک آماده نور دادن است. زینکهای مسی را پس از نور دادن، توسط اسید مخصوص ظاهر می کنند. قسمتهایی که رنگ مس دیده می شود قابل چاپ هستند.

زینکها را بر اساس نوع ماده حساس آنها زینک پزیتیو یا نگاتیو می گویند. زینک پزیتیو از فیلم پزیتیو تصویر پزیتیو می دهد و زینک نگاتیو از فیلم نگاتیو، تصویر پزیتیو. زینک نگاتیو، ارزانتر است و اغلب برای چاپ تک رنگ به کار می رود.



قید کپی زینک با حفاظ پرتو ماورابنفش

Contact

● کنتاکت

برخورد، تماس، اتصال، مجاورت، ارتباط... کنتاکت یا «چاپ تماسی» نامی است برای چاپ یک تصویر با استفاده از فیلم با روش عکاسی، بدون تغییر اندازه و به صورت تماس دو سطح. در کنتاکت برای جلوگیری از به وجود آمدن «هاله» باید دو سطحی که ماده حساس دارند رو به هم باشند یا باصطلاح با هم کنتاکت داشته باشند. فیلمی را که می‌خواهیم کنتاکت کنیم از سمت ماده حساس آن روی طرف ماده حساس فیلم خام یا زینک یا کاغذ عکاسی بدون وجود فاصله بین آنها، تماس داده و از پشت فیلم اول به مقدار لازم نور می‌دهیم. سپس سطح نور خورده را ظاهر می‌کنیم. برای این کار اغلب از دستگاه قید کنتاکت استفاده می‌شود که برخی از این دستگاه‌ها مجهز به پمپ تخلیه هوا (Vacuum) هستند و هوای بین دو سطح کنتاکت شونده را به طور کامل تخلیه می‌کنند.

□ پانوشت:

۱ - Rubilith

۲ - دوربین‌های جدید لیتوگرافی بدون فیلتر نیز (به طور محدود) قادر به کم و زیاد کردن تُن هستند.
۳ - در زینک مسی به دلیل گود شدن زینک و روش چاپ آفست لیتوگرافی (ترکیب آب)، سایه‌های خیلی روشن، پدیدار نمی‌شوند (Deep-etch plat). در نتیجه تصویر سایه‌روشن‌دار بدست آمده از چنین زینک یا واسطه چاپی، تا حدی از سایه‌روشن‌های نرم بی‌بهره است (Deep-etch half-tone و Deep-out half-tone).



Printing down fram

قسمت نگهدارنده در دستگاه کپی زینک که سطح کپی دهنده و کپی شونده را به صورت کنتاکت یا تماسی محکم نگاه می‌دارد و از هرگونه حرکت یا تکانی جلوگیری می‌کند. (به «کپی» نگاه کنید)

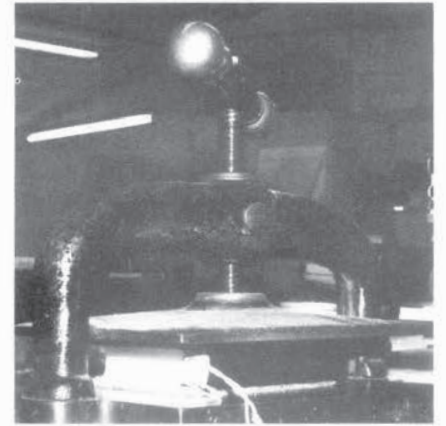
● قید کنتاکت

قسمت نگهدارنده در دستگاه چاپ تماسی (کنتاکت) که سطح کپی دهنده و کپی شونده را به صورت کنتاکت یا تماسی محکم نگاه می‌دارد و از هرگونه حرکت یا تکانی جلوگیری می‌کند. از قید کنتاکت برای تهیه فیلم پزیتو از فیلم نگاتیو و بالعکس استفاده می‌شود. (به «کنتاکت» نگاه کنید)

Copy

● کپی

کپی زینک آخرین مرحله آماده‌سازی واسطه چاپ آفست لیتوگرافی (زینک). در این مرحله پس از در نظر گرفتن لب‌کار دستگاه چاپ، فیلم یا صفحه مونتاژ شده را به صورت کنتاکت روی صفحات «زینک» یا «پلیت»، نور می‌دهند در این مرحله نیز عملیات رتوش و ماسک‌سازی امکان‌پذیر است. ماسک‌سازی در حین نوردادن انجام می‌گیرد و می‌توان زینک را چند نوره کرد رتوش نیز پس از ظهور انجام می‌شود. کپی در دستگاه مخصوص آن، داخل قید کپی یا به صورت روباز انجام می‌شود و در آن از نور ماورابنفش استفاده می‌شود. پس از کپی و ظهور زینک آن را قبل از ارسال به چاپخانه یا تحویل به مشتری با نوعی صمغ و مرکب حفاظ باصطلاح مرکب‌گیری می‌کنند. این کار جلوی اکسید شدن زینک را می‌گیرد.



قید ساده صحافی

● زینک‌سوزی

زینک را برای بالا بردن مقاومت آن حرارت می‌دهند.

داروی حساس روی زینک در برابر حلال مرکب مورد استفاده در ماشین چاپ، کم‌کم حل شده و بالاخره زینک دقت خود را از دست می‌دهد. عمر ماده حساس روی زینکها متفاوت است. بیست‌هزار تا پانصد هزار. زینک‌سوزی اغلب برای زینک آلومینیومی انجام می‌شود.

به طور کلی حرارت باعث امتزاج و ترکیب شدن مواد می‌شود. طی عملیات زینک‌سوزی زینک را تا میزان معینی حرارت می‌دهند تا ترکیب داروی حیای روی زینک با فلز آن محکم‌تر شود و بدینوسله مقاومت زینک بالاتر رفته و به تبع آن تیراژ زینک نیز بالاتر می‌رود. (حدود دوبرابر)

● اگزنون (لامپ اگزنون)

لامپ اگزنون لامپی گازی است. نور این لامپ نوری است سفید با کلورین بالا که در ظاهر آبی به نظر می‌آید. لامپ اگزنون در لیتوگرافی جهت کپی زینک استفاده می‌شود. در سیستمی که هنگام تفکیک رنگ از نور لامپ اگزنون استفاده می‌شود همیشه رنگ آبی افزایشی غیرطبیعی دارد.

● قید

۱- وسیله نگهدارنده‌ای که در صحافی مورد استفاده قرار می‌گیرد. اوراق را پس از دسته‌بندی و چسب‌زدن زیر قید می‌گذارند تا مدتی تحت فشار بماند و در این حال چسب آن نیز خشک شود.

۲- قید کپی

۳- قید کنتاکت

رنگ

جلال شباهنگی

جدائی تباین

جدائی و تجزیه تباین Contrast یک اصل زیربنایی است و می‌توانیم آن را به راه‌های مختلف بکار ببریم. یکی از روش‌های مؤثر استعمال و به خدمت گرفتن رنگ‌های خنثی است. اگر خطوطی را با رنگ‌های خنثی روی یک زمینه بکشیم و آن را به قسمت‌های متفاوت تقسیم کنیم (و در نتیجه این عمل تباین را کاهش دهیم)، توانسته‌ایم کنترل خود را بر روی تباین اعمال نمائیم. سیاه و سفید مؤثرترین رنگ‌هایی هستند که برای این مقصود بسیار بکار می‌آیند و این اثر از آنجا در این رنگ‌ها وجود دارد که اصولاً و باطناً رنگ‌های بسیار مثبتی هستند. خاکستری نیز می‌تواند چنین اثری را ایجاد نماید. برای مثال می‌توان پنجره‌های درون گوتیک را که با شیشه‌های رنگی کوچک آرایش شده‌اند نام برد که در آن‌ها برای ایجاد این اثر از رنگ سیاه استفاده شده است.

فراوانی نورهای قرمز، آبی و سبز اگر به وسیله رنگ سیاه شکسته نمی‌شد بسیار غیرقابل تحمل می‌نمود، در حالی که به واسطه این علت درخشش رنگ‌های بکار گرفته شده حالتی معجزه آمیز ایجاد می‌کند. نقاشانی مثل ژرژ رواتو Georges Roualt و آبراهام راتنز Abraham Rottner نیز با بکار بردن این شیوه آثار خود را از غنای تصویری غیر قابل انکار برخوردار ساخته‌اند. لازم به تذکر است که رنگ‌های خنثی از نظر ریشه‌ای و بنیادی اهمیت فراوان دارند و اصولاً دارای خصوصیات جداسازی و تجزیه کردن تباین رنگ‌های دیگر هستند. روش دیگر که همین اثر را القا می‌کند، این است که یک زمینه خنثی را انتخاب می‌کنیم و هنگامی که رنگ‌های متباین را روی این پهنه بکار می‌بریم تباین دلخواه به وجود می‌آید. این شیوه بسیار مورد استفاده طراحان صحنه واقع می‌شود. یک رشته خطوط رنگی می‌تواند از خشونت رنگ‌های مختلف با یکدیگر بکاهد ولی در زمینه، به یاری تسلط رنگ خنثی است که اثری از نشاط و انبساط بر بیننده می‌گذارد.

شما هیچ اجباری ندارید که همیشه رنگ خنثی را خاکستری انتخاب کنید. رنگ‌های دیگری که حتی کمی خنثی هستند نیز در این مورد بکار می‌آید. آنچه در این فصل انجام داده‌ایم مطالعه رنگ‌ها و زمینه‌های رنگی از جهت دارا بودن امکانات ویژه برای ساختن یک واحد رنگی، با روش معین و مشخص بوده است. هیچ یک از این مطالعاتی که ما انجام داده‌ایم قانون و نظام خاصی را در این مسیر بر نمی‌گیرد. فقط ارزش‌های رنگی می‌توانند شما را در توسعه احساس طبیعی خود، و تشخیص ارتباط رنگ‌ها کمک و یاری کند. امیدواریم این مطالعات و توضیحات، شما را در پیچیدگی‌های مسئله رهنمود دهند. این نتایج باید شما را در بدست آوردن توان و قدرت تشخیص ضعیف‌های خویش و سعی در از بین بردن آنها کمک

کند. نه تنها باید نقاط ضعف و کاهش اثر خود را کشف کنید بلکه باید علت آن را هم بدانید و راه از میان بردن این نارسائی‌ها را نیز بیاموزید. این نکات شما را قادر می‌سازد که رنگ‌ها را در طبیعت و در آثار دیگران به خوبی بنگرید، این دو نکته زیر شما را یاری خواهد کرد تا تفاوت رنگ‌ها را دریابید.

- ۱ - هر گاه با رنگ‌ها روبرو شدید در ارتباط آنها مطالعه نمائید.
- ۲ - تمرین کنید و باز هم بیشتر تمرین کنید.

تابش رنگ

رنگ به مثابه موسیقی هنر گرافیکی است. بدون رنگ می‌توان اثر هنری برجسته‌ای خلق کرد، اما حضور رنگ چنان حالت و عمق تجربه‌ای را ارمغان می‌آورد که از هیچ راه دیگری قابل حصول نیست. به علاوه همان گونه که در موسیقی از معدودی نت پایه آثار پیچیده و متنوعی برای ارکستر سفونیک تنظیم می‌کنند، در عالم رنگ‌ها نیز می‌توان از چند نوع رنگ، گونه‌های نامحدودی حاصل کرد و لذا در اینجا نیز رنگ‌ها، چون موسیقی، قابلیت عظیمی برای به حرکت در آوردن عواطف ما دارند. به این لحاظ رنگ در دست طراحان چون یکی از قوی‌ترین اندوخته‌ها و یا ابزار کارشان محسوب می‌شود.

رنگ را هم به عنوان یک علم و هم به عنوان یک هنر می‌توان مورد توجه قرار داده و طراح بایستی از هر دو جنبه در خور آن دانش فراچنگ آورد. طراحان می‌توانند بسیاری چیزها از دانشمندان بیاموزند؛ مثلاً از علمای فیزیک تئوری‌های انتزاعی و منابعی که انسان از آن منابع رنگ را حس می‌کند، و اصول نوری مربوط به آن را بیاموزند، از شیمی‌دان‌ها و قوانین مربوط به درهم آمیختن و کاربرد رنگ‌ها، و از روانشناسان می‌توانند اطلاعاتی راجع به واکنش‌های عاطفی که انسان نسبت به رنگ‌های معینی از خود نشان می‌دهد بیاموزند. هنرمند باید در پی درک همه این جنبه‌های رنگ باشد، پس از آن، او باید گامی پیش‌گذازد و همه این یافته‌های علمی را با یکدیگر هماهنگ سازد تا از دل آن‌ها گونه‌های رنگ باب طبع خودش را استخراج کند. هنرمند می‌تواند به اتکاء این یافته‌های شخصی نیازهای کاری خود را برآورده ساخته و در نتیجه آنها را از کارهای دیگران ممتاز گرداند.

رنگ در طبیعت

در طبیعت رنگ غالباً حکم مرگ و زندگی را دارد. در طبیعت وحوش گاهی چیزی که چون تکه سنگی پوشیده از گل سنگ می‌نماید ناگاه بر پر آورده و در برابر چشم ما به پرواز در می‌آید، در حالی که آنچه ما دیده‌ایم در واقع پرنده‌ای بوده که برای پنهان شدن از چشم شکارچی هم رنگ محیط شده است. همین پرنده در زمستان همچون خرگوش پابرفی و قائم به رنگ سفید در می‌آید، و به این ترتیب جانوران شکارچی نمی‌توانند آن را از توده‌های سفید برف تمیز دهند. این ویژگی را در سراسر عالم وحوش می‌توان یافت. در ناحیه آلاموگورودو Alamogorodo واقع در ایالت نیومکزیکو که پوشیده از ماسه سفید است، همه انواع حشرات و خزندگان به تبع محیط زیست خود به شکل طبیعی، رنگ سفید کسب کرده‌اند. همین موجودات در مناطق دیگر عالم دیگر عالم رنگ‌های دیگری دارند.

ماهیه‌ها با داشتن خطوط تیره‌ای خاکستری راه راه با محیط زیست خود جور می‌آیند، قسمت‌های زیرین بدن اغلب آبزیان روشن است و به این خاطر شکارچیان دریائی که از پایین به بالا در جستجوی

شکار می‌گردند، به سختی خواهند توانست شکار خود را بر پهنه آسمان روشن بیابند، اما قسمت‌های بالائی همین آبزیان تیره است و این بنوبه خود آنها را از دید شکارچیان که از بالا به قعر تیره گون دریا می‌نگرند پنهان نگاه می‌دارد. با این چنان اهمیتی که رنگ در طبیعت یافته است، منطقاً می‌توان انتظار داشت که تأثیر همه جانبه‌ای هم بر محیط ساخته دست بشر داشته باشد - برای طراحان هیچ یک از عناصر هنر طراحی به اندازه رنگ شایسته بدل و نیل به استادی در آن نیست.

ماهیت رنگ

در انسان پروسه رنگ یک پروسه نوروفیزیولوژیکی Newophy-Siological است و این بدان معنی است که در جریان ادراک رنگ هم سیستم عصبی، هم دستگاه فیزیولوژیکی بینائی هر دو در کاراند. با این که ما می‌دانیم که رنگ در واقع همان نوری است که به ارتعاشات الکترومغناطیسی شکسته شده است، اما هنوز همه ابعاد این دانسته بر ما روشن نیست. اختلاف ما بین طول موج این ارتعاشات موجب می‌گردد که انسان آنها را به صورت رنگ‌های گوناگون ببیند. بلندترین طول موج نور قابل رویت که سی و دو میلیونیم اینچ است رنگ سرخ نامیده می‌شود، آنچه که به نام بنفش در چشم ما ثبت می‌گردد در واقع کوتاهترین طول موج قابل رویت بوده که شانزده میلیونیم اینچ است.

با عبور پرتوی از نور خورشید از درون یک منشور طیف طول موج‌ها از کوتاه به بلند پدیدار می‌شوند، به این ترتیب منشور نور را به تعدادی رنگ تجزیه می‌کند. تعداد این رنگ‌ها و ترتیب آنها چون تعداد و ترتیب قوس قزح است که معمولاً این گونه خوانده می‌شوند: بنفش، نیلی، آبی، سبز، زرد، نارنجی و سرخ. گر چه ممکن است هنرمند مواد رنگی را ساخته دست انسان بداند، اما خود رنگ عملاً قابل ساخته شدن نیست. در واقع آنچه موجب پدیدار شدن رنگ‌ها می‌گردد موادی است که شعاع‌های معینی از نور را جذب کرده و مابقی را بازمی‌تاباند.

هنگامی که ماده‌ای در معرض نور قرار گیرد همه شعاع‌های نوری را، جز آنهایی که روی هم رنگ معینی را می‌سازند، جذب می‌کند. شعاع‌های بازتابانده شده روی هم، رنگی را که رنگ آن ماده دانسته می‌شود تشکیل می‌دهند. وقتی سازنده رنگ بخواهد رنگ سبز بسازد، وی در واقع موادی را سرهم می‌کند که شعاع‌های بنفش، نیلی، آبی، زرد، نارنجی و سرخ نور را جذب می‌کند. ماده سوخته شده شعاع‌های سبز را جذب نمی‌کند، چون شخص شعاع بازتابنده را ببیند خواهد گفت که ریگ مورد نظر سبز است. بنابراین به نظر می‌آید که روند کار عکس آن چیزی است که ظاهراً می‌نماید: یعنی در ماده تولید شده شعاع رنگی قرار داده نشده و چون دفع شود بیننده رنگ ماده را همانی می‌بیند که ماده نخوایسته و آن را دفع کرده است.

بیشتر گفتیم آن دسته از ارتعاش‌های متعلق به نوری قابل رویت، که بلندترین طول موج‌ها را دارند به صورت سرخ دیده می‌شوند و آنان را که کوتاهترین طول موج‌ها را دارند بنفش دیده می‌شوند، بنابراین در مقیاسی که طول موج واحد آن باشد، این دو رنگ در دو سر طیف و در مقابل هم جا می‌گیرند. حدود سال ۱۶۶۶ میلادی، اسحق نیوتن در حین مطالعه رنگ دریافت که بین بنفش و سرخ رابطه‌ای وجود دارد، زیرا آن دو چون در هم بیامیزند ارغوانی را که نوع عمیق‌تر بنفش باشد تشکیل می‌دهند. او در پی این یافته جدول مدوری ساخته و در آن هفت رنگ قوس و قزح را

به ترتیبی در کنار هم قرار داد که دو رنگ کناری طیف، یعنی بنفش و سرخ، در کنار یکدیگر واقع شوند و به این ترتیب مقیاس رنگی را در کل پیوسته‌ای یکپارچه کرد. این نخستین گردونه رنگ Color Wheel بود. متخصصین رنگ گردونه‌های دیگری ابداع کردند. در این گردونه‌ها ترتیب قرار گرفتن رنگ‌ها مطابق نظریه‌های مطرح شده در فیزیک، ادراک بصری، یا مواد رنگی تنوع می‌یابند.

احتمالاً هیچ جنبه‌ای از هنر به اندازه موضوع رنگ موجد نظریه‌های متناقض نبوده است. هم دانشمندان و هم هنرمندان سیستم‌های گوناگونی از این موضوع ارائه داده‌اند. کسانی که در این حوزه کار می‌کنند بسیار شائق‌اند که بیابند کدام سیستم صحیح است. در اینجا ما با بسیاری از سلسله تجربیات علمی و هنری درست یا نادرست سر و کار نداریم بلکه با نحوه برخورد‌های متفاوت مواجه هستیم. همین واقعیت که مردم در موضوع رنگ حساسیت وافر دارند شاهدهی است بر اهمیت رنگ در هنر و طراحی.

در موضوع اختلاط رنگ آشنائی با رنگ‌های مکمل Complementary Colors نقش اساسی دارد. این رنگ‌ها بر روی گردونه رنگ مقابل هم واقع می‌شوند. در گردونه سنتی از جمله این جفت‌های مکمل می‌توان سرخ و سبز، نارنجی و آبی، و زرد و بنفش را نام برد. از جنبه تئوری، چون مقادیر مساوی از رنگ‌های مکمل را در هم آمیזیم حاصل آن خاکستری خنثی خواهد بود. البته در بعضی مواد رنگی، نتیجه حاصله به قهوه‌ای نزدیک‌تر است. به صورت چنانچه به رنگی مقدار کمی از رنگ مکملش بیافزاییم آن رنگ خاکستری یا ملایم می‌شود. برخی از نقاشان برای تعدیل رنگ‌ها و بدست آوردن ارزش‌های تاریک‌تر و ایجاد تون‌های مختلف تنها از روش افزودن مکمل‌ها استفاده می‌کنند، زیرا آنان چنین حس می‌کنند که افزودن سیاه رنگ خالص را بی‌حالت می‌کند. رنگ‌های مکمل علیرغم تاثیر خاکستری‌کننده‌ای که هنگام در هم آمیختن دارند چون در جوار همدیگر قرار گیرند تأثیر کاملاً متناقض ایجاد می‌کنند. این رنگ‌ها وقتی کنار هم واقع شوند جلوه یکدیگر را تشدید می‌کنند. رنگ سرخ وقتی در مجاورت سبز قرار گیرد درخشان‌تر جلوه می‌کند، اما اگر با کمی سبز مخلوط شود به رنگ سرخ گلی ملایم در می‌آید. در گردونه‌های رنگی، فیروزه‌ای، نارنجی را ملایم می‌کند، سبز / زرد رنگ ارغوانی را، سرخ رنگ آبی - سبز را ملایم می‌کند.

خواننده توجه دارد که هر یک از جفت‌های مکمل بالا از یک رنگ گرم و یک رنگ سرد تشکیل شده است. زرد، نارنجی‌ها و سرخ‌ها رنگ‌های گرم‌اند، زیرا از خورشید و آتش‌اند. آبی، سبزها و بنفش‌ها چون با آب و جنگل‌های انبوه تداعی می‌شوند رنگ‌های سردی هستند. خاکستری هم می‌تواند گرم باشد و هم سرد، این بستگی دارد به این که کدام یک از دو رنگ مکمل برای ساختن خاکستری بیشتر مصرف شده باشد. اگر رنگ گرم بیشتر بکار رفته باشد خاکستری هم گرم می‌شود، اگر رنگ خاکستری را از درهم آمیختن سیاه و سفید بدست آوریم، نتیجه خنثی خواهد بود. این قاعده به ما امکان می‌دهد، تنها از همین خاکستری، طیف وسیعی داشته باشیم: طیفی که از خاکستری کم رنگ تا انواع با طراوت خاکستری گسترده است.

در رنگ‌هایی که توسط مکملشان ملایم می‌شوند کیفیت زنده و با نشاط در هر دو رنگ حفظ می‌گردد و در نتیجه لطافت رنگ به جا می‌ماند. رنگ‌هایی که در روی گردونه در مجاورت یکدیگر قرار می‌گیرند رنگ‌های متشابه خوانده می‌شوند. این چنین رنگ‌ها

به لحاظ همجواری همیشه مرتبط و هماهنگ هستند در بسیاری از مناظر طبیعت، رنگ‌های متشابه را در جوار یکدیگر می‌بینیم، مثلاً رنگ آبی دریاچه در محل کناره آن به آبی / سبز را بر گستره آسمان فیروزه‌ای می‌نگریم. همچنین در برخی از پدیده‌های طبیعت، رنگ‌های متشابه را در دو سوی یک رنگ معین، و یا در سایه‌هایی از آن می‌توان دید. در یک گل لادن یا همیشه بهار نارنجی رنگ تکه‌هایی به رنگ زرد روشن و یا سایه‌هایی به رنگ سرخ / نارنجی دیده می‌شود. یک برگ سبز اگر در تابش مستقیم آفتاب باشد به زرد / سبز می‌زند، اما اگر در سایه قرار گیرد آبی / سبز می‌زند.

تأثیر رنگ‌های متشابه نسبت به روش نقاشی یک رنگی Monochromatic، تنها به اندازه یک گام متفاوت است. در روش تک رنگی گونه‌های متفاوت یک رنگ واحد بکار می‌رود. کارکردن با یک رنگ واحد می‌تواند برای هنرمند همراه با تجربه و آگاهی زیاد باشد، زیرا تعدیل کردن یک رنگ به رنگ دیگر به گونه‌های متنوع می‌تواند چنان کیفیاتی را بر هنرمند روشن کند که شاید از هیچ راه دیگری دست یافتنی نباشد.

راه دیگر ترکیب رنگ‌ها به کارگیری تثلیث‌ها Tetrads است. در گردونه‌های رنگ به دسته‌های سه تایی رنگ که فاصله ایشان از یکدیگر مساوی است تثلیث گفته می‌شود. در اینجا اصل تعادل مطرح می‌شود زیرا هر تثلیث نمایانگر تعادلی ما بین رنگ‌هایی است که تمام نواحی طیف رنگ را در بر می‌گیرند. در گردونه سنتی سه رنگ اولیه (سرخ، آبی، زرد) تشکیل یک مثلث می‌دهند و سه رنگ ثانویه (نارنجی، سبز، بنفش) هم مثلثی دیگر در گردونه‌های دیگر مثلث‌ها ممکن است سه رنگ Magenta زرد و فیروزه‌ای یا مثلث زرد، نارنجی، ارغوانی، آبی و سبز باشد، یا به طور کلی سه رنگی که در سه رأس متساوی‌الاضلاع محیط در گردونه رنگ قرار گیرند تشکیل یک تثلیث می‌دهند. در طبیعت، یک چنین مجموعه‌های متعادل رنگ، به وفور دیده می‌شود. فلس‌های بعضی از ماهیان، تثلیث‌های تمام طیف را در خود دارد. یک گل شمعدانی سرخ که لکه‌های درخشان زرد دارد به همراه برگ‌های سبز خود تثلیثی نمونه‌دار است. در پرهای رنگین مرغ زرین پر و در رنگ‌های پرند، ماهی‌ها و پروانه‌های مناطق حاره تثلیث‌های گوناگون می‌توان مشاهده کرد.

منبع دیگری برای جورکردن هماهنگی‌های رنگی تریب‌ها Tetrad هستند همانگونه که از آسمش برمی‌آید یک تریب از چهار رنگ تشکیل شده است. چهار نقطه‌ای که این رنگ‌ها اشغال می‌کنند باید طوری باشد که گردونه رنگ را به چهار قسمت مساوی تقسیم کند. با تعبیه یک مربع محیط در گردونه رنگ را به راحتی پیدا کرد. زمانی که یکی از رئوس این مربع را مقابل رنگ معینی قرار دهیم سه رأس دیگر مربع نشانگر سه رنگی است که با رنگ مورد نظر یک تریب می‌سازند و متناوب مثال اگر یک رأس از مربع مقابل سرخ / نارنجی قرار گیرد، سه رنگ دیگر عبارت خواهند بود از زرد، آبی، سبز و بنفش. یکی دیگر از راه‌های سنتی ترکیب رنگ‌ها، نیمه مکمل‌ها Split complement هستند. رنگ معینی را در نظر می‌گیرند و به عوض این که مکمل آن را بکار گیرند یکی از رنگ‌های جانبی رنگ مکمل را برمی‌گزینند. بر روی گردونه سنتی به نیمه مکمل‌هایی چون زرد، آبی، بنفش و سرخ / بنفش یا آبی، سرخ / نارنجی و زرد / نارنجی می‌توان اشاره کرد.

چند کلمه درباره رنگ‌ها

از آنجا که راه‌های ترکیب و آرایش مواد رنگی مورد بحث ما بوده است شاید خالی از لطف نباشد که به موضوع طبیعت رنگ‌دانه‌ها و بعضی از خواستگاه‌های آنها هم نظری بیافکنیم. رنگ‌دانه‌ها در واقع مواد گوناگونی هستند که به وسیله آسیاب کردن به صورت پودر ریزدانه‌ای در آورده می‌شوند و از آنها در رنگ‌های نقاشی و رنگ‌رزی استفاده می‌کنند. اوائل مواد رنگی را از خاک یا از سایر مواد طبیعی می‌گرفتند. رنگ‌هایی که اصطلاحاً آنان را "تون‌های رنگی" Earth tones نامیده‌اند این نام را در دوره رنسانس یافتند. در آن دوره این نوع مواد رنگی را از خاک اطراف شهرهای سنا Siena و امبریا Umbria در ایتالیا حفر و استخراج می‌کردند. این مواد رنگی را از آن زمان تاکنون به نام سینای خام (انواع خاک‌های قهوه‌ای مایل به زرد) و امبر خام (قهوه‌ای مایل به زرد) می‌شناسند. وقتی این گل‌ها پخته شوند به آنها سینا وامبر سوخته می‌گویند. هر دو مورد انواعی از قهوه‌ای یا برنز هستند که نقش آنها در تخته هنرمندان نقشی اساسی است. رنگ سرخ خونی آلیزارین Alizarin از آسیاب کردن شیر سرخ گیاه روناس بدست می‌آید. آبی‌ها را از منابع مختلف می‌گرفتند. رنگ آبی سیر یا آنچه که اصطلاحاً ماوراء دریا Altramantine خوانده می‌شود در ابتدا از سنگ لاجورد پودر شده، گرفتند. در آن اعصار سنگ لاجورد را از شرق دور به اروپا می‌بردند و به همین خاطر نام این سنگ "ماوراء دریا" شد. آبی کبالتی (آبی لاجوردی) را از آسیاب کردن آلومینات کوبالت بدست می‌آوردند. آبی نیلگون Cenlean که آبی متمایل به سبز است یک نوع استانات کوبالت است.

ماده رنگی ارغوانی خاکی که در دوران باستان هم از آن استفاده می‌شد از غدد یک نوع حلزون به نام مورکس برانداریس Murex Brandaris که در آب‌های ساحلی یکی از شهرهای بندری فینیقیه (لبنان کنونی) یافت می‌شد بدست می‌آید. برای بدست آوردن مقدار کمی از این رنگ سرخ متمایل به آبی، که به نام ارغوانی تیریانی Tyrian Purple معروف است، می‌بایست تعداد بسیار زیادی حلزون صید کنند، لذا این رنگ گران قیمت فقط مختص اشراف شد. به لحاظ میناق تاریخی اشرافیت با این رنگ است که رنگ "ارغوانی سلطنتی" چنین نام گرفت. در حال حاضر بسیاری از مواد رنگی که اغلب دست‌اندرکاران، با آنها آشنائی دارند به طریق شیمیائی تولید می‌شود، که در نتیجه تولید آن افزایش یافته و دوام و روشنائی و جلوه آنها بهبود یافته است.

رنگ‌های مخصوص رنگ‌رزی نسبت به رنگ‌های نقاشی باید واجد کیفیات ویژه‌ای باشند، زیرا رنگ‌های رنگ‌رزی باید بتوانند کاری بیش از رنگ کردن رشته‌های پارچه بکنند. این رنگ‌ها بایستی از نظر شیمیائی با رشته‌های پارچه ترکیب شوند. تنها در صورت ترکیب شیمیائی رنگ با پارچه است که ما قادر خواهیم شد پارچه را با خیال راحت بشوئیم و بیوشیم و در ضمن این رنگ‌ها، عمر پارچه‌ای را که رنگ‌رزی می‌کنیم بیشتر می‌کند. برای ساختن رنگ پس از آن که رنگ دانه را آسیاب کردیم آن را با ماده واسطه‌ای مخلوط می‌کنیم. از ماده واسطه و رنگ دانه‌ها ماده‌ای پلاستیکی شکل بدست می‌آید که می‌توان آن را با قلم مو یا کاردک بر روی تابلو کشید. در مواد مختلف رنگی چون رنگ‌های روغنی، آب رنگ‌ها، رنگ‌های خمیری و رنگ اکریلیک ماده رنگ دانه‌ها همه یکی است، چیزی که باعث اختلاف این مواد با یکدیگر شده، ماده افزودنی است که رنگ دانه در آن مخلوط می‌شود.

CHAAP O BASTEBANDI
(Print & Packing Monthly Magazine)

Iran's Packing Information Centre

WEB SITE

www.iran.central.net/iranpack

Email

iranpack@iran-central.net

گشایش مرکز اطلاعات بسته‌بندی ایران در شبکه جهانی اینترنت

گامی دیگر به سوی تحول در سال ۲۰۰۰

ماهنامه چاپ و بسته‌بندی در راستای اهداف از پیش تعیین شده خود اقدام به ایجاد پایگاهی در شبکه جهانی اینترنت کرده‌است. این پایگاه در اوایل سال هزار و سیصد و هفتاد و هشت شروع به کار خواهد کرد. پایگاه مرکز اطلاعات بسته‌بندی ایران که بانثانی:

www.iran.central.net/iranpack

شناخته خواهد شد، از سراسر جهان قابل دسترس بوده و در تمام لیست‌گیری‌های مربوط به "ایران" یا "بسته‌بندی" وجود خواهد داشت.

از جمله فعالیت‌های این پایگاه اطلاع‌رسانی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ارائه فهرست واحدهای فعال صنعت و خدمات بسته‌بندی در ایران (به زبانهای مختلف)
- پخش آگهی (حتی به صورت ویدیو) به سراسر جهان (WEB SITE) (به زبانهای مختلف)
- ارسال خبر و نامه‌های تبلیغاتی به شرکتهای، نشریات و مراکز تحقیقات بسته‌بندی در سراسر جهان از طریق پست الکترونیک (Email) (به زبانهای مختلف)
- اعلام اخبار مهم و جهانی چاپ و بسته‌بندی ایران روی شبکه اینترنت (حتی به صورت ویدیو) به زبانهای مختلف
- دریافت خبرهای جهانی از صنعت چاپ و بسته‌بندی به صورت سفارشی برای اشخاص حقیقی و حقوقی
- ارائه خبرها و مقالات ماهنامه چاپ و بسته‌بندی در شبکه اینترنت بصورت رنگی به زبانهای مختلف
- برخی از فعالیت‌های فوق به صورت ارائه خدمات به اشخاص حقیقی و حقوقی است که تعرفه آن به زودی اعلام می‌شود.

● ماهنامه چاپ و بسته‌بندی همچنان به سوی ایجاد قطب نیرومند بسته‌بندی در صنایع کشور حرکت می‌کند.

GASHTA SANAT TABRIZ LTD.Co
 The First Manufacturer of HOT-FOIL PRINTER
 in Iran & Consultant in Food Industries.

شرکت گشتا صنعت تبریز

با مسئولیت محدود

اولین تولیدکننده دستگاه تاریخزن حرارتی در ایران

شرکت گشتا صنعت تبریز با بهره گیری از تجربه ۲۰ ساله در صنایع غذایی و بسته بندی افتخار دارد گامی در جهت خودکفایی صنعتی و قطع وابستگی برداشته و تاریخزن حرارتی را به صنایع کشور عرضه نماید.



شماره ثبت ۹۴۴۲

مشخصات دستگاه :

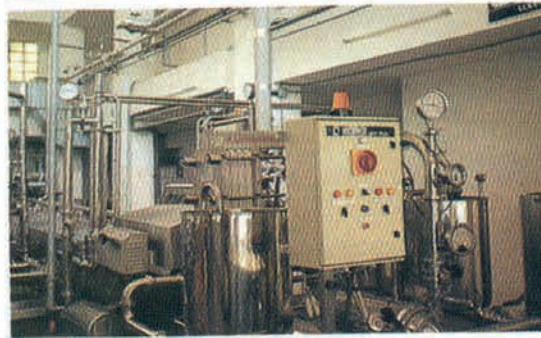
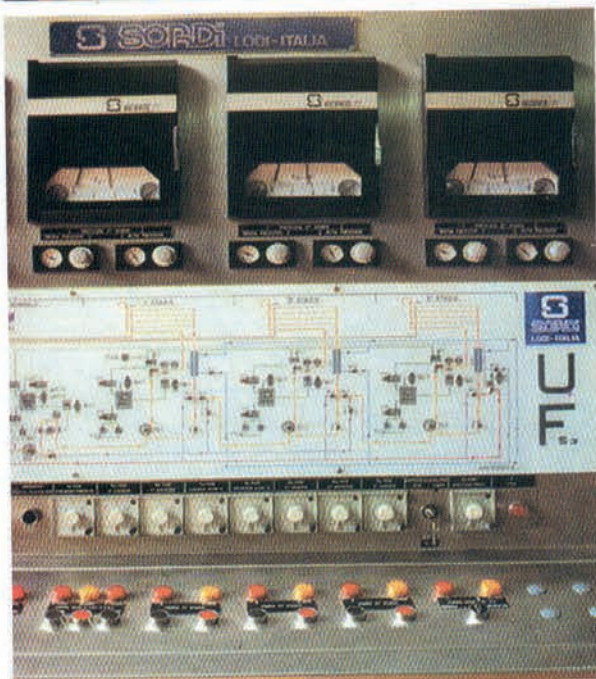
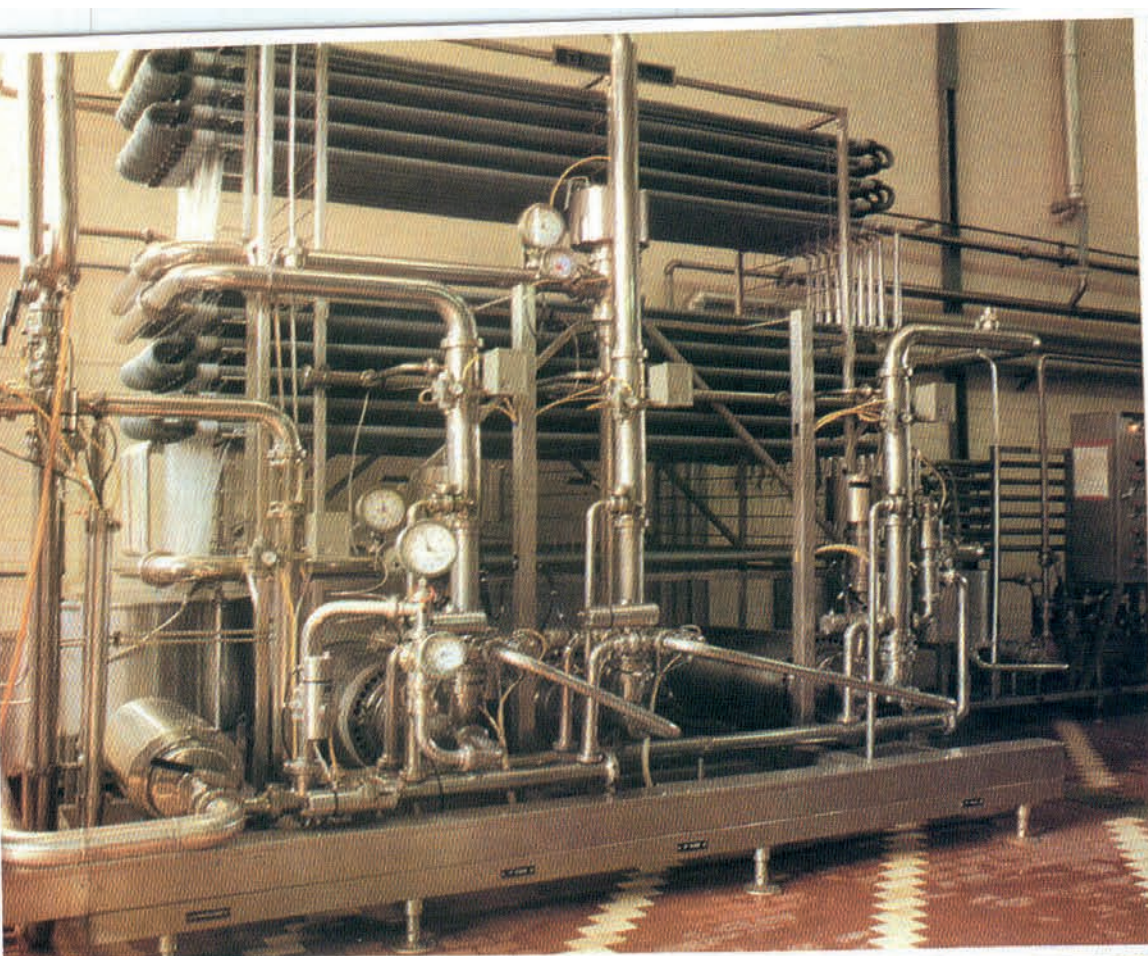
- سیستم حرارتی پنوماتیکی
- کنترلر الکترونیک و تمام اتوماتیک
- انتخاب هر نقطه از صفحه جهت چاپ
- قابلیت تنظیم سرعت چاپ از ۱ تا ۲۰۰ عدد در دقیقه
- قابلیت هماهنگی با دستگاه بسته بندی
- هزینه پایین چاپ
- قابلیت زدن کدهای مورد نیاز بصورت فارسی و لاتین
- قابل استفاده بصورت اتوماتیک و دستی
- قابلیت شمارش تعداد بسته های تاریخ زده شده
- تعداد سطر چاپ طبق سفارش

دفتر مرکزی: (تبریز) خیابان ارتش جنوبی
 ساختمان قائم طبقه مفتم) تلفکس: ۵۳۱۸۰۸ (۰۴۱)
 تلفن همراه: ۰۹۱۱۴۱۵۷۵۱۲
 نمایندگی مناطق مرکزی و شمال کشور: (اصفهان)
 خیابان چهارباغ عباسی) پاساژ شکری
 تلفن: ۲۳۵۴۹۰ (۰۳۱)
 نمایندگی استانهای آذربایجان شرقی و غربی
 و مناطق غرب کشور: (تبریز) تلفن: ۷۳۴۷۲ (۰۴۱)
 تلفن همراه: ۰۹۱۱۴۱۵۸۸۲۶



۶ ماه ضمانت
 ۱۰ سال
 پشتیبانی فنی

Main Office:
 7th floor- Ghaem Bldg.
 South Artesh Av.
 TABRIZ - IRAN
 Telfax: +98 41 531808



Ultrafiltration

DAL 1821 **S** SORDI

SORDI spa - Viale Trento Trieste, 37 - 20075 Lodi (Italia)
Tel. 39 (0371) 424024 - Fax 39 (0371) 424283

Dairy & food equipment
Manufacturing & engineering

بازرگانی حصیرچیان نمایندگی انحصاری فروش ایران - تهران
صندوق پستی ۱۱۵-۱۵۷۴۵ تلفن: ۸۸۲۴۳۶۱ نمابر: ۸۸۲۵۵۱۰

WRAPPING MACHINE FOR MILK

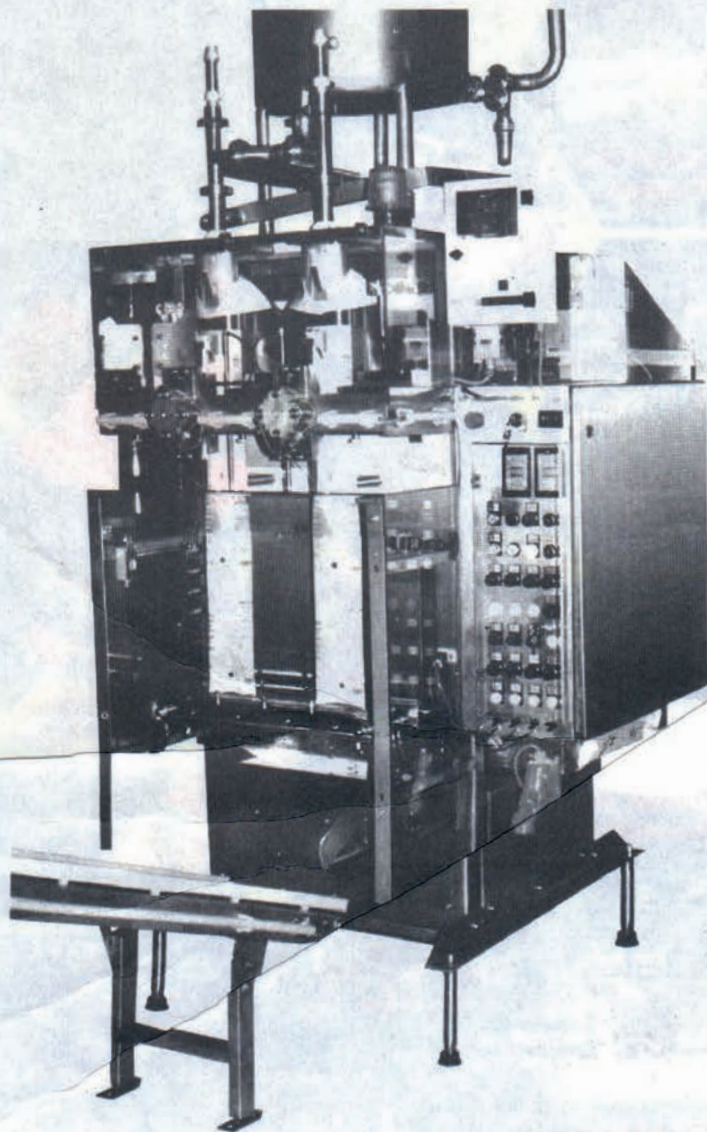
**Formen, Füllen
und Verschweissen von
Kunststoffbeuteln**

Spezialausführung für die Molkereiwirtschaft

Schlauchbeutel-Maschine für Molkereiprodukte
und sonstige flüssige Produkte - Milch, Butter-
milch, Sahne, Quark - speziell 1 - 2 Liter Haus-
haltspackungen

WILHELM WILL
Herstellung von Verpackungsmaschinen und -anlagen

Will 1000
für flüssige
und pastöse
produkte



اطلاعات فنی

اندازه بسته

فویل

حجم

تعداد فیت

پرین

سیستم قدرت

فشار هوا

سیلکن

هدایت فویل

چاپ

سیستم فرمان

Simplex	Duplex
Breite 14 cm	2 x 14 cm
Polyäthylen-Flachfolie von der Rolle	
Breite 30 cm	Breite 60 cm
Starke 90 u, Rollendurchmesser 40 cm	
1 - 2 Liter	1 Liter
2000 Beutel je 1 l/Std.	4000 Beutel je 1 l/Std.
Zulaufdosierung/Pumpendosierung	
Drehstrom 400 Volt - 50 Hz	
6 bar	
Spezial-Warmeimpulsverfahren.	
Elektromechanisch oder mit Druck	
Für Datum und Schrift.	
Freiprogrammierbare SPS-Steuerung.	

بازرگانی حصیرچیان

نماینده انحصاری فروش ایران - تهران

تلفن: ۸۸۲۳۳۶۱ شماره: ۸۸۲۵۵۱۰

صندوق پستی ۱۱۵-۱۵۷۴۵



شرکت

پرنیان چاپ

- چاپ ، لمینیت ، واکس و تبدیل
- انواع لسفافهای بسته بندی

پرنیان چاپ با اعتقاد به اینکه عقب ماندن از تکنولوژی رقابت فردا را دچار مشکل خواهد کرد با بکارگیری تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته و بهره گیری از دانش فنی و یافته های روز و با کمک نیروی انسانی کارآمد همراه با مدیریتی آگاه ، ضمن افزایش کمی و کیفی تولید ، توانسته زمان انجام سفارشات ، و هزینه های تمام شده را کاهش دهد

**PARNIAN CHAP
CO. (LTD)**

CONVERTING & PRINTING HOUSE
Flexible packaging
films and papers
Tel : 021 4504868 (7 L) 4503898
Fax : 021 4504857

عرضه محصولات برتر
با
چاپ پرنیان

PARNIAN CHAP



تهران

کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج ، مقابل شهاب خودرو

خیابان نخ زرین ، کدپستی: ۱۳۸۹۷ صندوق پستی: ۱۱۹ - ۱۳۸۸۵

تلفن: ۴۵۰۲۸۶۸ - ۴۵۰۲۸۹۸ فاکس: ۲۵۰۲۸۵۷

راهنمای صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

■ پرفروش‌ترین کتاب ■

■ در پنجمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی

■ و اولین نمایشگاه مواد غذایی و ماشین‌آلات بسته‌بندی اصفهان

✿ ماهنامه چاپ و بسته‌بندی مفتخر است به اطلاع برساند که برای فراهم آوردن امکان بهره‌وری هرچه بیشتر از صنایع بسته‌بندی کشور و ایجاد ارتباطات گسترده‌تر واحدهای فعال این صنایع در داخل و خارج، «نخستین کتاب راهنمای صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران» را منتشر کرده‌است.

✿ این کتاب را در کنار مجله چاپ و بسته‌بندی در تمام نمایشگاه‌ها و سمینارهای مربوطه داخلی و خارجی که این ماهنامه در آن فعالیت داشته باشد، خواهید یافت.

با دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی ☎

یا نمایندگی‌های آن تماس حاصل فرمایید ☎



نشتمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی و مواد غذایی
 قابل توجه
 علاقمندان به شرکت در

iran 99
 agro
 food

نظر به اینکه کتاب ویژه نمایشگاه فوق‌الذکر که حاوی مطالبی در زمینه سرمایه‌گذاری و آخرین اطلاعات و آمار بخش صنعت در مورد صنایع غذایی و کشاورزی و نشانی و زمینه فعالیت شرکت‌کنندگان در نمایشگاه می‌باشد در زمان و محل برگزاری نمایشگاه در اختیار علاقمندان و بازدیدکنندگان قرار خواهد بود.

شرکتها و افراد فعال در این زمینه در خارج و داخل از کشور خود باشید.

بدينوسیله از شما دعوت بعمل می‌آید تا با مشارکت در این کتاب ضمن پر بار تر نمودن آن منعکس کننده نوع فعالیت و اهداف تولیدی و تجاری خود باشید.

نحوه توزیع در خارج از کشور : توسط شرکت نمایشگاهی fairtrade

لطفاً جهت مشارکت و کسب اطلاعات بیشتر در مورد کتاب ویژه نمایشگاه فوق‌الذکر با تلفنهای ۲۸۴۶۵۸۵ - ۲۸۴۷۱۷۵ تماس حاصل فرمائید.

بازار
 ۹۹



به نام خدا فرم اشتراک ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

نخستین نشریه تخصصی بسته‌بندی در ایران
برای اشتراک ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

۱- فرم اشتراک را کامل و خوانا پر کنید.
۲- مبلغ ۶۰۰۰۰ ریال بابت حق اشتراک یکساله به حساب جاری شماره ۱۳۵۸-۵۰۵۴۳ بانک تجارت شعبه اردیبهشت به نام رضا نورائی واریز نمایید.
۳- اصل رسید پرداخت را همراه اصل یا فتوکپی فرم اشتراک به نشانی تهران صندوق پستی ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵ ماهنامه چاپ و بسته‌بندی ارسال کنید.

مبلغ ۶۰۰۰۰ ریال بابت حق اشتراک یکساله به حساب پس‌انداز شماره ۳۰۴۳۸۰/۸ بانک ملت شعبه میدان انقلاب به نام رضا نورائی واریز نمایید.

شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:

مسئولیت:

صنف:

نام و نام خانوادگی:

شهرستان:

استان:

دولتی نیمه‌دولتی خصوصی

نشانی: محل کار منزل

خیابان:

کد پستی:

تلفن:

پرداخت شد.

شعبه

بانک

ریال طی فیش یا حواله شماره

مبلغ

یکی از نیازهای صنعت چاپ کشور چاپ در سطح بزرگتر از ماشین های معمولی است که با ورود و راه اندازی ماشین چاپ M.A.N به قطع ۱۰۰×۱۴۰ سانتیمتر در چهار رنگ بر طرف گردید.

با کمال مسرت به اطلاع همکاران و علاقمندان به صنعت چاپ می‌رساند: این چاپخانه برای چاپ پسترهای بزرگ - جعبه - نقشه - کتاب، بر روی کاغذ و مقوا آماده پذیرش کار می‌باشد.

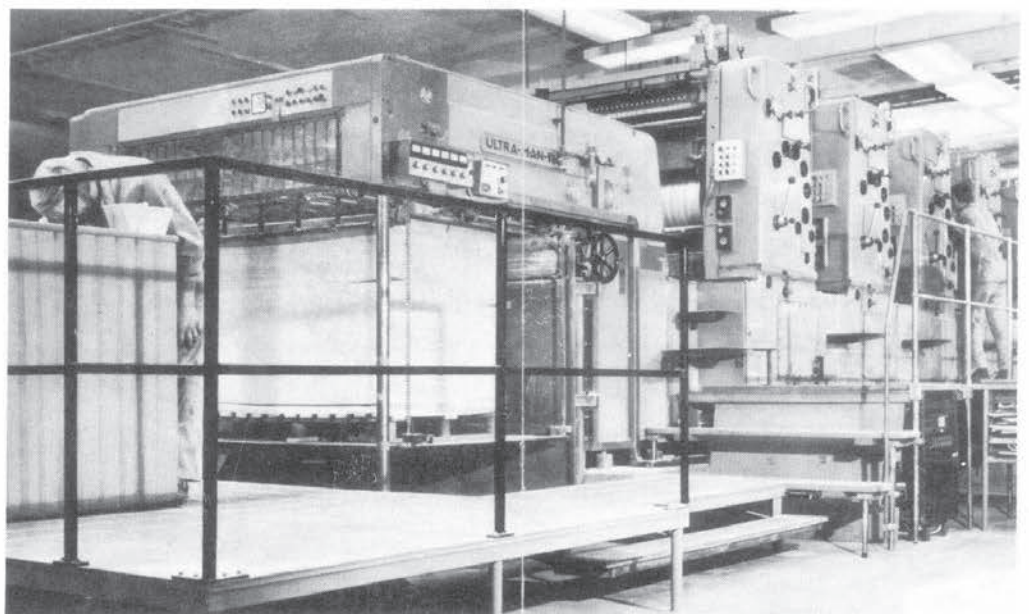


Sahab Geographical Printing Cooperative Co.

شرکت تعاونی تولیدی

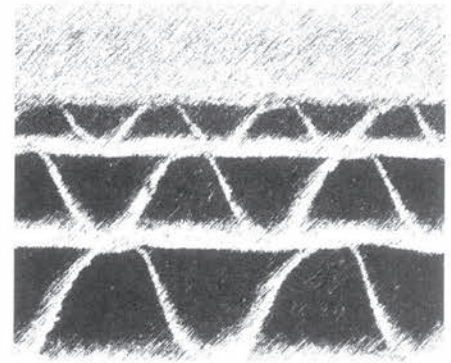
چاپخانه جغرافیائی سحاب

ماشین چاپ افست به قطع سطح چاپ ۱۰۰×۱۴۰ سانتیمتر چهار رنگ



اهمیت و نقش تشکل صنفی بسته‌بندی در روند توسعه صادرات غیر نفتی

مرکز توسعه صادرات ایران / لیلا باغبان



بسته‌بندی و خدمات نرم‌افزاری مربوطه مانند استانداردها

۵- واردکنندگان ماشین آلات و مواد مورد استفاده در بسته‌بندی

۶- متخصصین و کارشناسان داخلی و خارجی بسته‌بندی

۷- سازمانهای تخصصی بین‌المللی فعال در امر بسته‌بندی

۸- منابع بین‌المللی بسته‌بندی به صورت مکتوب و تصویری

۹- نشریات ادواری و تخصصی

۱۰- استانداردها، مقررات و ضوابط بسته‌بندی در سرفصلهای کالائی و کشوری

ب) ارائه خدمات اطلاعاتی و آموزشی از طریق:

۱- برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه بسته‌بندی

۲- برگزاری سمینارها و کنفرانسهای تخصصی بسته‌بندی با توجه به اولویتهای موجود کشور

۳- برگزاری نمایشگاههای تخصصی بسته‌بندی

۴- انجام مطالعات موردی در زمینه بسته‌بندی به سفارش مراجعه کنندگان و علاقه مندان

۵- ایجاد ارتباط بین صاحبان صنایع نیازمند به خدمات بسته‌بندی با ارائه دهندگان خدمات فنی، تکنولوژیک و اطلاعاتی مربوطه

۶- انتشارات بصورت ماهنامه، فصلنامه و یا جزوات ادواری

تمامی آنچه بعنوان وظیفه برای تشکل صنفی - تولیدی بسته‌بندی پیشنهاد گردید مسائلی است که در حال حاضر هیچ سازمانی قادر به پاسخگویی به آنها نمی‌باشد. و لذا امید می‌رود با ایجاد این تشکل تمامی اطلاعات یاد شده در آینده‌ای نزدیک براحتهای در اختیار متقاضیان قرار گیرد و شاهد رشد فزاینده این صنعت و نتیجتاً رشد هر چه سریعتر صادرات محصولات دارای ارزش افزوده باشیم.

صادرکنندگان از بسته‌بندی‌های مناسب دانست که این خود در نتیجه عدم وجود فرهنگ کیفیت نزد تولیدکنندگان، پراکنده بودن فعالان صنعت و عدم اطلاع تولیدکنندگان از شرکتها و مراکز ارائه دهنده خدمات بسته‌بندی متناسب با نوع کالا و نیز هزینه‌های بالای بسته‌بندی بدلیل کوچک بودن مقیاسهای تولید این صنعت می‌باشد. با توجه به تمامی نکات اشاره شده بنظر می‌رسد تسهیلات در نظر گرفته شده و تلاشهای مسئولان کشور برای توسعه این صنعت بدون وجود تشکلهای تولیدی - صادراتی و حضور فعالانه دست‌اندرکاران این صنعت در صحنه تصمیم‌گیریها، چنانچه انتظار می‌رود مثمر ثمر نباشد. در حالیکه با ایجاد تشکل صنعتی علاوه بر گردهم آمدن تولیدکنندگان و تسهیل دسترسی صادرکنندگان به اطلاعات مربوط به بسته‌بندی کالای مختلف، کمبودهای موجود در این صنعت چه از لحاظ مواد اولیه مرغوب و چه از نظر ماشین‌آلات مدرن مورد نیاز این صنعت نمود بیشتری یافته و در یک فضای رقابتی سالم تلاشها به سمت مرتفع نمودن این کمبودها سوق می‌یابد. از سوی دیگر اعضای این تشکل می‌توانند براحتهای مسائل و موانع موجود در جهت توسعه این صنعت را مشخص کرده و به مسئولین ذیربط منعکس نمایند. از جمله وظایف پیشنهادی برای این تشکل، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

الف) جمع‌آوری و طبقه‌بندی اطلاعات به شرح ذیل:

۱- سازندگان ماشین آلات بسته‌بندی در داخل کشور

۲- تولیدکنندگان مواد اولیه مورد نیاز صنعت بسته‌بندی کشور

۳- شرکتهای ارائه دهنده خدمات فنی در زمینه طراحی، ساخت، نصب و بهره‌برداری از ماشین‌آلات و خطوط تولید بسته‌بندی در کشور

۴- شرکتهای دارای تخصص و تجربه در طراحی

صنعت بسته‌بندی از جمله صنایع جوان کشور محسوب می‌شود که توجه بدین صنعت و صنایع وابسته بدان صرفه‌جوییهای ارزی، اشتغال‌زایی و کاهش چشمگیر ضایعات کالاهای و محصولات تولیدی را برای کشور به همراه خواهد داشت. در ابعاد بین‌المللی نیز علاوه بر معرفی بهتر و شایسته‌تر کالاهای ایرانی و نتیجتاً افزایش تقاضا برای آن در سطح بین‌المللی، ارزش افزوده بالاتری را نیز نصیب کشور خواهد نمود که این مسئله از لحاظ کسب درآمدهای ارزی بسیار حائز اهمیت است.

در کشور ما علیرغم وجود پتانسیلهای قابل توجه صادراتی، در بخشهای مختلف اقتصادی به ویژه در بخش کشاورزی، محدودیتهای موجود و ارزش افزوده پائین محصولات تولید شده موجب شده است تا ارقام تحقق یافته در صادرات کالاهای غیر نفتی، طی برنامه‌های اول و دوم توسعه اغلب پائین‌تر از مقادیر پیش‌بینی شده باشد. این در حالی است که کاهش شدید قیمت نفت، رشد جمعیت و بیکاری گسترده، لزوم توجه بیشتر به تولید کالاهای ساخته شده با کیفیت قابل رقابت در بازارهای جهانی را بعنوان تنها راه غلبه بر مشکلات متعدد اقتصادی بیش از پیش نمایان ساخته و به صنعت بسته‌بندی در جهت تحقق این هدف، نقش غیر قابل انکاری می‌بخشد.

علیرغم تمامی تأکیدات انجام شده برای گسترش این صنعت و تسهیلات در نظر گرفته شده برای تولید کنندگان و وارد کنندگان ماشین‌آلات و مواد اولیه مورد نیاز صنعت بسته‌بندی، در مصوبه‌های مختلف هیئت وزیران من جمله تخصیص اعتبارات بانکی، معافیت‌های گمرکی و استفاده از تسهیلات معاملات بیع متقابل، جهت ورود ماشین‌آلات مورد نیاز این صنعت، تغییر محسوسی در صنعت بسته‌بندی و استفاده از خدمات آن به چشم نمی‌خورد. مهمترین عامل در توسعه صنعت بسته‌بندی را می‌توان در نتیجه عدم استفاده تولید کنندگان و

تکنولوژی صنعت بسته‌بندیهای پلاستیکی

ترجمه از: ر. سعیدعبیری / م. ر. خیرآبادی

جدول (۱-۲) حداکثر ارتفاع جهت حمل کالا

حداکثر ارتفاع سقوط (cm)	نحوه حمل و نقل	وزن بسته (kg)(lbs)
۱۰۷	توسط یک نفر	۹ یا کمتر
۹۱	توسط یک نفر	۳-۹
۶۱	توسط دو نفر	۴۵-۲۵
۵۳	توسط دو نفر	۶۸-۴۵
۴۶	توسط دو نفر	۹۱-۶۸
۶۱	توسط وسایل مکانیکی	۲۷۳-۹۱
۴۶	توسط وسایل مکانیکی	۱۳۶۴-۲۷۳
۳۰	توسط وسایل مکانیکی	۱۳۶۴ یا بالا

جدول (۱-۱) میزان شکنندگی انواع مختلف کالا

شکنندگی	مثال	دسته بندی
۱۱۵g به بالا	ماشین‌الات	ناهمگون
۸۵-۱۱۵g	وسایل خانگی	نیم‌همگون
۶۰-۸۵g	تلویزیون	نیم‌ظریف
۴۰-۶۰g	وسایل الکتریکی دفتری	ظریف
۲۵-۴۰g	مسایل الکتریکی بسیار	ظریف
۱۵-۲۵g	وسایل حساس آزمایشگاهی	بسیار شکننده

سقوط مطرح است.

با توجه به اینکه شکنندگی یکی از ویژگیهای محصول است لذا بعضی از بسته‌بندی‌ها در این خصوص در جدول ذیل نشان داده شده است.

وزن، یکی از عوامل مهم در طرح بسته‌بندی است زیرا عامل مؤثر در حمل و نقل می‌باشد. شیوه حمل بر اساس نوع بسته‌بندی کالا و ارتفاعی که می‌توان آن را حمل نمود می‌باشد. برای مثال محصولات سبک نسبت به محصولات سنگینی که با چرنقیل حمل می‌شوند، می‌توانند در ارتفاع بالاتری جابجا شوند. جدول (۱-۲) ارتفاع ویژه حمل و نقل را بنا بر حفظ امنیت کالا نشان می‌دهد.

در ارتباط با کالاهای شکننده بایستی ارزیابی صحیحی نسبت به استحکام و حداکثر توان شکنندگی کالا برای حمل در ارتفاع بدست آید و آزمایشات مختلفی در خصوص شکل‌های مختلف بسته‌بندی و افزایش استحکام نوع بسته‌بندی برای حفظ کالا بعمل آید، منحنی صدمات در شکل (۱-۳) بیانگر صدمات و میزان استحکام است که سبب خسارت می‌گردد.



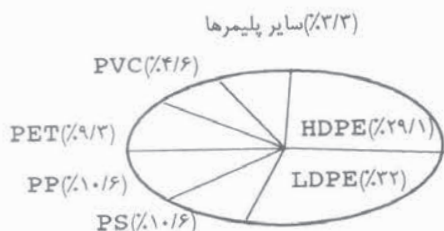
شکل (۱-۳) منحنی خسارت در حمل ارتفاع.

این دو جهت تهیه فرم‌های مطلوب‌تر بسته‌بندی استفاده می‌شود. با وجود این مواردی دیده می‌شود که مصرف کاغذ در حال جایگزینی با پلاستیک است.

صنعت بسته‌بندی یکی از عمده مصرف کننده‌های مواد پلاستیکی است که حدود ۱۰٪ آن متعلق به ایالات متحده آمریکا است. طبق شکل (۱-۱) مواد پلاستیکی مصرفی در این صنعت عبارتند از: HDPE, LDPE, PVC, PET, PS, PP بیشتر مصرف را دو مورد اول دارد. پلیمرهای دیگری نیز وجود دارد که بصورت خاصی برای بسته‌بندی‌های ویژه‌ای استفاده می‌شود که در مباحث بعدی، پلیمرهای اصلی در صنعت بسته‌بندی به تشریح مورد بحث قرار خواهد گرفت. عمده مصرف پلاستیک در صنعت بسته‌بندی برای تولید ظرف‌هایی مانند بطری، تیوپ، بشکه، سطل و صندوق است دیگر مصارف آن در تولید فیلمها است که در تهیه درپوش و پوشش دهی (کتینگ) استفاده می‌شود.

۱-۵) خطرات توزیع کالای بسته‌بندی شده

یکی از مهمترین هدف‌های بسته‌بندی، حفظ کیفیت و سلامت کالا از صدمات احتمالی در حمل و نقل از مرکز تولید تا مصرف کننده نهایی است.



شکل (۱-۱) میزان مصرف پلاستیک‌های مختلف در صنعت بسته‌بندی



شکل (۱-۲) درصد نوع مصرف پلاستیک در صنعت بسته‌بندی

اصل مهم در محافظت اکثر محصولات، مخصوصاً مواد غذایی و دارویی نحوه بسته‌بندی است که از اهمیت بالایی برخوردار است و برای سایر محصولات اصل محافظت کالا از صدمات فیزیکی احتمالی در توزیع و پخش کالا مانند فشار، لرزش و

۱-۳) بسته‌بندی بعنوان یک سیستم هنگامی که بسته مناسبی طراحی شد باید به عنوان بخشی از یک سیستم گسترده مطرح شود. استحکام بسته بر اساس ماهیت محصول و سیستم توزیع و عرضه محصول و بسته تأمین می‌گردد. بسته باید مناسب سیستم تولید محصول باشد و در مکان‌های مورد نیاز با کیفیت مناسب قابل دسترس باشد. نگرانی حاصل از مشکل زیاده‌سازای صنعت بسته‌بندی روبه‌افزایش است. بنابراین تغییر در طرح بسته‌بندی اغلب دارای طیف وسیع تأثیرات بر کلیه سیستم تولیدات صنعت بسته‌بندی، توزیع و عرضه است. بطور کل، بسته‌بندی ممتاز، حاصل تبادل نظر در طرح تولید و مرحله شکل‌گیری است که مشکلات هزینه‌سازای بسته بندی ممانعت از کمترین تغییر در سیستم می‌نماید.

۱-۴) مواد اصلی بسته‌بندی بیشترین مواد مصرفی در صنعت بسته‌بندی عبارتند از چوب، کاغذ، کاترین، شیشه، استیل، آلومینیم و پلاستیک. غالباً مواد پلاستیک در مقایسه با مواد مذکور در مصارف بسته‌بندی برتری دارد. مزایای پلاستیک عبارتست از: وزن کم، دوام و پایداری، سهولت شکل‌گیری، تنوع شکل و ترکیب و مقرون به صرفه بودن.

استفاده اولیه چوب در بسته‌بندی در پالته‌ها، جعبه‌ها، و بشکه‌ها می‌باشد. در سال‌های اخیر، استفاده از پالته‌های پلاستیکی به سبب دوامشان رو به افزایش است. پلاستیک‌ها برای ساخت جعبه‌ها، قوطی‌ها، بشکه‌ها و سایر سیستم‌های حجم‌دار نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. در صنعت بسته‌بندی ظروف، بطری، شیشه یکی از اقلام مهم را تشکیل می‌دهد ولی در سه دهه گذشته مصرف شیشه سهم عمده خود را در مقایسه با پلاستیک از دست داده است و از طرف دیگر مقداری از این سهم را آلومینیم بر گرفته‌است.

عمده‌ترین معرف مدتهای مصرف ورق‌های استیل در ساخت قوطی‌های کنسرو می‌باشد. در اکثر موارد تغییرات در فرمولاسیون تولید سبب می‌گردد ترکیبات پلاستیکی وارد بازار شود و در نتیجه جایگزینی مستقیمی توسط ترکیبات پلاستیکی صورت گیرد. برای مثال کیسه‌های مشمایی که جهت نگهداری و بسته‌بندی مواد منجمد مصرف می‌شوند جایگزین قوطی‌های فلزی شده است. بدلیل گرانی و هزینه بالای قوطی‌های فلزی، بطور ناپاورانه‌ای مصرف کیسه‌های مشمایی به شدت افزایش یافته و به همین نحو بشکه‌های پلاستیکی و سلولزی نیز جایگزین بشکه‌های فلزی گردیده است. در مقایسه با استیل بطور کلی، آلومینیم سهم بیشتری از بازار مصرف را در بردارد. آلومینیم در مقایسه با شیشه عمده مصرف بازار را در بر گرفته بطوری که اکثر قوطی‌های آمیوه از جنس آلومینیم است و بخشی از مصرف استیل را نیز جایگزین شده است. علی‌رغم تمام مطالب مذکور آلومینیم نیز جای خود را در برابر پلاستیک (خصوصاً پلی پروپیلین) از دست داده است. گواه این مطالب رشد بالای ساخت بطری‌های یکبار مصرف پلاستیکی نوشابه در مقابل قوی‌های آلومینیومی است.

علی‌رغم آنکه در بعضی موارد پلاستیکی جای کاغذ را در بازار مصرف دربر گرفته، در حال حاضر از ترکیب

اولین همایش بسته‌بندی محصولات پتروشیمی

اولین همایش بسته‌بندی محصولات پتروشیمی در تاریخ ۲۱ بهمن ماه ۱۳۷۷ در سالن اجتماعات شرکت ملی صنایع پتروشیمی با ابتکار شرکت بازرسان فنی ایران و همکاران امور آموزشی شرکت ملی صنایع پتروشیمی برگزار شد. این همایش از ساعت ۹ صبح با سرود جمهوری اسلامی ایران و تلاوت آیاتی از قرآن کریم شروع و تا ساعت ۱۳/۳۰ دقیقه بعدظهر به طول انجامید.

در این همایش تعداد ۸ مقاله توسط سخنرانان ارائه شد که قبل از شروع ارائه مقالات، جناب آقای مهندس زردبانی مدیر عامل شرکت بازرسان فنی ایران در مقدمه افتتاحیه گفت: این انقلاب بدست کلیه احاد ملت بخصوص جوانان شکل گرفته و اعتماد به کارایی نیروی جوان روزبروز در حال افزایش و گسترش است. این همایش هم با تکیه بر همین اعتقاد کاملاً به دست جوانان سپرده شده تا یکبار دیگر این توان و کارایی به منصفه ظهور برسد. وی بعد از مقدمه و خوش آمدگویی به مدعوین، اضافه کرد: صنعت بسته‌بندی دارای قدمت زیاد بوده و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که این اهمیت روز به روز در حال افزایش می‌باشد و در این همایش مسائل زیر بنائی و کلی بسته‌بندی محصولات پتروشیمی مورد بحث قرار خواهد گرفت. کارشناسان شرکت بازرسان فنی ایران مقالاتی در ارتباط با پالت و پاکس پالت، کیسه‌های دو لایه و پلی پروپیلن، کیفیت در بسته‌بندی، عوامل مؤثر بر بسته‌بندی و همچنین مروری بر وضعیت فعلی بسته‌بندی مجتمع‌های پتروشیمی خواهند داشت، راه‌حلها و پیشنهادهایی نیز در این رابطه ارائه خواهند کرد. این همایش به صورت فراخوان کلی و عمومی نبود بلکه شرکت بازرسان فنی ایران را سا اقدام کرده و جمعاً ۲۶ مقاله توسط کارشناسان و متخصصین تهیه شده بود و از بین آنها ۸ مقاله انتخاب شد.

سیس آقای مهندس نعمت‌زاده معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی پس از ایراد مقدمه‌ای در مورد پیروزی انقلاب اسلامی گفت: "هنوز عده‌ای بسته‌بندی را به عنوان یک کار تحمیلی و یک کار مازاد تلقی می‌کنند و حتی اسراف می‌دانند." باید متذکر شد که نقش بسته‌بندی در تولید چیزی کمتر از خود آن محصول نیست و همانند سایر مواد خام، افزودنی‌ها و مواد جانبی در یک فرآیند تولیدی حائز اهمیت می‌باشد و ما صنعت‌گران باید بسته‌بندی را عین محصول دانسته و آن را در چهارچوب پروسه صنعتی قرار دهیم." بسته‌بندی بسیار علمی‌تر، تخصصی‌تر و مهندسی‌تر از خود محصول است. بحث کاروری بسته‌بندی چه به عنوان مصرف‌کننده نهایی صنعتی و چه مصرف‌کننده نهایی جزء، باید مورد توجه خاصی

قرار گیرد. طراحی و مهندسی بسته‌بندی، برخلاف آنچه که تصور می‌شود بسیار ساده است در عین حال کاری بسیار پیچیده و حساس می‌باشد. به عنوان مثال برای طراحی و تهیه یک جعبه یا یک پالت در واقع عین یک ساختمان بحث سازه‌ها و محاسبات مطرح می‌شود. "بحث هنری و زیبایی بسته‌بندی بسیار حائز اهمیت است. دقتی که در کیفیت محصول باید انجام بدهیم، رنگ آمیزی روی بسته‌ها، خطاطی، انتخاب رنگ و غیره بسیار با اهمیت است."

"سهولت حمل و نقل و جابجایی در بسته‌بندی بسیار مهم است تا حدی که باید طراحان از دانش و دید حمل و نقل همچنین تخصص انبارداری نیز برخوردار بوده و در عین حال که از تمامی فنون و تخصصهای مهندسی و هنری استفاده می‌شود باید قیمت تمام شده نیز مورد نظر باشد که بر قیمت خود محصول اثر چندانی نگذارد."

"یکی دیگر از مباحث مهم، استفاده مجدد و بازیابی بسته‌بندی است که بایستی با دید مصرف مجدد و بازیابی، یک بسته طراحی و تولید شود. از مواردی که بسیار مهم است مسأله نوآوری در طراحی بسته‌بندی‌ها می‌باشد چرا که اگر ما امروز بهترین بسته‌بندی را داشته باشیم، سال آینده این بهترین نخواهد بود." وی در پایان توصیه کرد: "مدیران باید بسته‌بندی را در اولویت و سرلوحه کارهای خود قرار دهند و باید باور کنیم که بسته‌بندی جزء کار جاری تولید است."

طی این همایش مقالات مفیدی در خصوص موضوع همایش ارائه گردید که چکیده برخی از آنها در این شماره و شماره‌های بعد می‌آید. شایان ذکر است اصل مقالات در دفتر شرکت بازرسان فنی ایران موجود می‌باشد.

خلاصه مقالات

عوامل مؤثر در کیفیت بسته‌بندی

برای بازدهی بهتر بسته‌بندی لازم است که سازندگان، کیفیت محصول (بسته) خود را کنترل کنند سابقاً این امر به کنترل ویژگی‌های ظاهری مواد محدود می‌گردیده اما امروز تأکید غالباً روی جنبه‌های کاری بسته می‌باشد. در حقیقت کیفیت بسته ساخته شده، به مواد خام اولیه، مهارت و دقت به کار رفته در خط تولید، حفظ کیفیت در فرآیند و نیز حذف به موقع مواد غیر استاندارد بستگی دارد. جهت تهیه استانداردهای بسته‌بندی باید تمام جنبه‌های قابل اندازه‌گیری و غیر قابل اندازه‌گیری را مورد توجه قرار دهیم. در هر گونه عملیات ساخت بسته ضروری است

که واحد ساخت و همچنین واحد طراحی دارای هدف مشترک و روشنی از عملکرد و ظاهر بسته باشند هر چقدر مشخصات بسته تولید شده با مشخصات طراحی انطباق بیشتری داشته باشد، از کیفیت بهتری برخوردار است. بنابراین برای جلوگیری از هزینه‌های ناشی از تولید کالای غیر قابل قبول، مدیریت هر واحد تولیدی باید برنامه‌هایی را برای بازرسی مواد قبل از تولید، در خط تولید و بازرسی محصول نهایی تنظیم نماید.

یکی از عوامل کاهش کیفیت بسته‌ها مخاطرات حین ذخیره‌سازی و حمل و نقل می‌باشد از قبیل مخاطرات مکانیکی، مخاطرات مربوط به سکون، مخاطرات آب و هوایی، مخاطرات حمل و نقل، مخاطرات متفرقه، مشکلات بار استاتیکی، مشکل آلودگی و غیره.

در بسته‌بندی و حمل و نقل مورد خطرناک باید مواردی از قبیل علامت‌گذاری روی هر بسته که نشان می‌دهد نوع و روش بسته‌بندی آن آزمایش شده و با استانداردهای مربوطه مطابقت دارد، نیز ویژگی‌های عمومی و اضافی خاص هر نوع بسته و همچنین روش‌های آزمون استاندارد که باید قبل از استفاده از بسته به روی آن انجام گیرد مورد توجه قرار گیرند.

تهیه‌کننده: شرکت بازرسان فنی ایران

واحد تضمین کیفیت

oooooooooooooooooooooooooooo

وضعیت بسته‌بندی مجتمع‌های صنایع پتروشیمی و ارائه پیشنهادها لازم

oooooooooooooooooooooooooooo

در دنیای امروز با توجه به اهمیت روز افزون حضور در بازارهای جهانی و قرار داشتن در کنار رقبای با سابقه و به نام، موضوع بسته‌بندی اهمیت روزافزونی یافته است. محصولات پتروشیمیایی ایران اکثراً از لحاظ کیفیت قابل رقابت با تولیدات مشابه کشورهای رقیب بوده و اگر مسائل موجود در بسته‌بندی اصلاح گردد می‌تواند در بازارهای جهانی حضور موفق داشته باشند. بر این اساس دو دیدگاه ذیل جهت ارتقا کیفیت بسته‌بندی دقیقاً باید مورد توجه قرار گیرد.

۱ - بسته‌بندی را همانند پتروشیمی به عنوان یک صنعت بنگرییم.

۲ - باید خود سازنده دستگاه‌ها و سیستم‌های بسته‌بندی باشیم.

مهندسان و کارشناسان شرکت بازرسان فنی ایران در طی چندین سال فعالیت بازرسی از قسمت‌های مختلف بسته‌بندی مجتمع‌های پتروشیمی در ایران و شناسایی موانع و مشکلات موجود، علت اصلی نامناسب بودن کیفیت بسته‌بندی محصولات را عدم تحرک و قدرت مانور این صنعت به علت وارداتی بودن و نداشتن استانداردهای مدونی در این زمینه می‌دانند لذا بسته‌بندی نمی‌تواند به دو وظیفه اصلی زیر به خوبی عمل کند:

بسته‌بندی باید کالا را سلامت به دست مصرف کننده برساند.

بسته‌بندی باید بتواند با مخاطب خود ارتباط برقرار کند.

بنابراین طرح پیشنهادی جهت ارتقا آتی کیفیت بسته‌بندی محصولات پتروشیمیایی و رهایی از مشکلات و معضلات فعلی تحت ایجاد تشکیلاتی با

پارامترهای ذیل ارائه می‌گردد:

- ۱- ایجاد گروه تعیین و تدوین استانداردها و مشخصات فنی بسته‌بندی
 - ۲- ایجاد گروه طراحی
 - ۳- ایجاد گروه تأمین و ساخت قطعات
 - ۴- ایجاد سازمان بازرسی
- شایان ذکر است که این تشکلات پس از ایجاد می‌تواند خدمات خود را به دیگر صنایع بسته‌بندی در ایران ارائه دهد.

**تهیه کننده: شرکت بازرسان فنی ایران
واحد بازرسی فنی مجتمع‌ها**
○○

مراحل تولید و بازرسی کیسه‌های دولایه
○○

تعریف کیسه دولایه: کیسه‌ای است متشکل از دو لایه خارجی از جنس پلی پروپیلن و لایه داخلی از جنس پلی اتیلن که برای بالا بردن مقاومت مواد بسته‌بندی شده در مقابل نفوذ رطوبت و آب و همچنین مقاومت در برابر ضربات مکانیکی بعد از پروسه تولید به کار می‌رود و با توجه به حساسیت برخی از مواد تولیدی مجتمع‌های پتروشیمی نسبت به موارد ذکر شده مورد استفاده قرار می‌گیرد.

تولید

کارخانجات تولید کیسه عمدتاً از دو واحد مجزا

تشکیل می‌گردند:

الف - واحد تولید:

- ۱- اکسترودر و ماشین‌آلات وابسته به آن نظیر کوره یا میز تثبیت حرارتی، غلطک‌های کششی و وایندها
- ۲- ماشین‌های گردباف
- ۳- ماشین‌های برش اتوماتیک و چاپ

ب - واحد تکمیل:

- ۱- لایه گذاری PE
 - ۲- سردوزی و ته دوزی
 - ۳- بسته‌بندی
- پلی پروپیلن همراه با افزودنی‌هایی نظیر مستریج به عنوان خوراک اولیه به مخزن اکسترودر ریخته شده و پس از ذوب در آن به شکل فیلم وارد حوضچه آب شده و بسته به ابعاد، برش می‌خورد و به روی غلطک‌های کشش قرار گرفته و وارد سیستم تثبیت حرارتی می‌شود و پس از عبور از کوره به روی غلطک‌های کشش قرار می‌گیرد.
- در این مرحله نخ، ضخامت، عرض، دنیور و کشش مورد نظر را پیدا خواهد کرد. در نهایت توسط وایندها به بوبین‌های پر نخ تبدیل می‌شود و به سمت ماشین‌های گردباف هدایت می‌گردد. در ماشین‌های گردباف نخ‌های تولید شده به شکل تار در روی قفسه‌های ماشین گردباف و به شکل بود در شاتل‌ها یا ماکوهای گردباف قرار می‌گیرد و پارچه را با توجه به

عرض یا تراکم بافت مورد نظر می‌بافند پارچه مورد نظر با توجه به طول درخواستی برش خورده و پس از چاپ کلیشه مورد نظر بر روی آن جهت لایه گذاری و سردوزی و ته دوزی به بخش تکمیل ارسال می‌گردد در نهایت کیسه‌های آماده، بسته‌بندی شده و جهت بازرسی نهایی آماده می‌شود تا در صورت تأیید به مقصد مورد نظر ارسال گردد.

بازرسی

به طور کلی بازرسی در دو مرحله صورت می‌گیرد:

۱ - در مرحله ساخت:

در هر مرحله از تولید نخ مشخصات کیفی شامل دنیور، ضخامت و مقاومت کششی نخ توسط بازرسی چک و ثبت می‌شود.

۲ - در مرحله تکمیل:

شامل انتخاب عدل‌های مورد بازرسی، آزمایش سقوط آزاد (DROP TEST)، اندازه‌گیری ابعاد کیسه و وزن کیسه‌ها شامل لایه خارجی و داخلی

در نهایت پس از اطمینان از قابلیت مصرف کیسه‌ها توسط مشتری دستور حمل و ارسال آنها یا هماهنگی بازرگانی پتروشیمی داده می‌شود.

**تهیه کننده: شرکت بازرسان فنی ایران
واحد خدمات فنی گروه بازرسی کیسه
ادامه دارد...**

پس از پنج سال بازنگری فنی

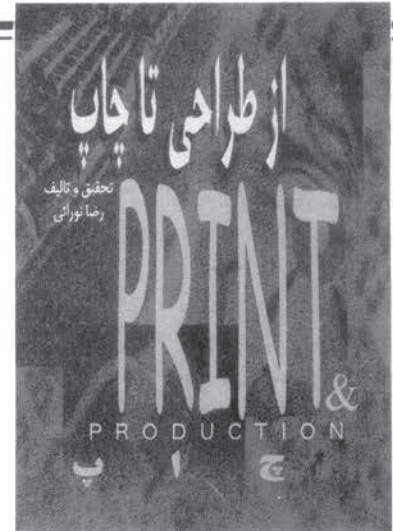
به زودی کتاب

از طراحی تا چاپ

منتشر خواهند شد

تالیف: رضا نورائی

با مقدمه: مرتضی ممیز



قابل توجه:

دست‌اندرکاران، خصوصاً نمایندگان ماشین‌آلات چاپ و پیش از چاپ

نشر بشارت (ناشر کتاب) از شما برای همکاری در چاپ بخش‌هایی از این کتاب

منحصر به فرد دعوت می‌کند.

بدیهی است که در فهرست عملیاتی کتاب شماره صفحه‌های که عملیات فنی آن توسط سیستم

شما انجام شده به همراه نام و مدل ماشینی مربوطه قید خواهد شد.

اولین نمایشگاه تخصصی مواد غذایی، شوینده‌ها

این نمایشگاه از سوی برخی شرکتهای شاهد آن بودیم و ساعت برگزاری نمایشگاه نیز باید با وضعیت مردم هر شهر وفق داده شود. از سوی دیگر تبلیغات این نمایشگاه کم بوده و ما شاهد بازدید همه متخصصانی که انتظارشان را داشتیم نبودیم. ولی در کل، نمایشگاه خوبی بود. فقط می‌خواستیم بدانیم که آیا سال آینده نیز در همین زمان این نمایشگاه برگزار می‌شود یا خیر؟

● مهندس محمود اسماعیلی مدیر فروش و عضو هیأت مدیره شرکت صنایع تبدیلی کارمایه تولیدکننده چیس سبب‌زمینی و فرنج فرایز با نام تام‌تام راجع به این نمایشگاه گفت: «این نمایشگاه در کل دارای معایب و محاسنی بود. از محاسن آن این است که با وجود اولین حضور ما در این استان، شاهد استقبال خوب مردم بودیم. سیستم اطلاع‌رسانی ما که بخشی از هدف عمده فعالیت ماست به دلیل نزدیک بودن این نمایشگاه به دانشگاه برای دانشجویان رشته صنایع غذایی خوب عمل نمود. همچنین در این مجال با همکاران جدیدی جهت تأمین مواد اولیه و انجام خدمات چاپ و بسته‌بندی آشنا شدیم. ولی از معایب آن می‌توان به یکسره بودن نمایشگاه و فروش برخی غرفه‌ها اشاره کرد. ولی در نهایت فضا و نورپردازی سالن و غرفه‌ها خوب بود هرچند که امکانات غرفه‌آرایی آن از جمله ویترین کم بود. بجاست که از مسؤلین محترم شرکت نمایشگاهها و اداره بازرگانی برای تأمین چنین مکانی تشکر کنم.»

وی در پایان اظافه کرد: «امیدواریم که در سال آینده توسط نماینده استانی خویش در این نمایشگاه شرکت کنیم.»

● محسن داعی مدیر شرکت زرین‌خاتم تهران که سازنده ماشین‌آلات وکیوم‌فرمینگ، شرینگ و پرس حرارتی است درباره این نمایشگاه اظهار داشت: «این یک نمایشگاه تخصصی است و بهتر است خرده‌فروشی در آن انجام نشود. ما برای اولین بار است که به این نمایشگاه آمده‌ایم و سال دیگر نیز شرکت خواهیم کرد. اما بهتر است زمینه به‌گونه‌ای باشد که بازدیدکننده تخصصی بیشتری جذب نمایشگاه شود. در حال حاضر بیشتر بازدیدکنندگان را خانمها تشکیل می‌دهند. با اینحال ما توانسته‌ایم فروش ماشین‌آلات داشته باشیم.»

اصفهان بودند (مانند نمایشگاه صادرات غیر نفتی استان، نمایشگاه فرش دستباف اصفهان و ...) برگزار شد که نمایشگاه اخیر نیز از این جمله بود. این نمایشگاه با شرکت بیش از چهل و پنج شرکت بزرگ در سراسر کشور برگزار شد.

مسلماً نمایشگاههایی از این دست که برای اولین بار برگزار می‌شوند، دارای معایبی هستند که ما با توجه به آنها سعی خواهیم کرد تا برای نمایشگاههای بعدی که انشاءالله در سالهای آینده برگزار می‌شود و با حضور پربارتری از شرکتهای تولیدی استان و کشور همراه خواهد بود، این معایب را برطرف نمائیم.

وی در مورد کل فعالیت‌های شرکت از بدو تأسیس تاکنون گفت: «شرکت در سال هفتاد و دو تأسیس گردید و تاکنون برگزارکننده بیش از شصت نمایشگاه داخلی و بین‌المللی بوده است. در حال حاضر مشغول تکمیل فضای جدید نمایشگاه هستیم که حدود ۳۰۲۵ متر مربع (3025m) وسعت دارد و در سال آینده نمایشگاهها در سالن جدید برگزار خواهند شد. علاوه بر آن، مکانی بزرگ و مناسب در حدود ۱۰۰ هکتار جهت احداث محل دائمی نمایشگاه استان اصفهان خریداری شد و در حال انجام مراحل ثانوی جهت دریافت زمین مذکور و طراحی خود نمایشگاه هستیم. هدف ما این است که با توجه به اهمیت شهر اصفهان به عنوان یکی از ده شهر مهم و معتبر دنیا از نظر اقتصادی و هنری، سطح نمایشگاهها را از داخلی به بین‌المللی برسانیم.»

شرکت‌کنندگان

● زمانی، مدیر کنترل کیفیت شرکت ایران چسب، تولیدکننده آب چسب برای بسته‌بندی درب کارتن و دیگر چسبهای صنعتی از جمله O.P.P و B.O.P.Pها و نماینده کمپانیهای خارجی **canadian tape, fipago, tesa** ضمن ابراز رضایت از برگزاری نمایشگاه خواستار حمایت هر چه بیشتر وزارت صنایع از تولیدکننده‌های داخلی شد.

● سرتیپی مدیر بازرگانی صنایع غذایی پژمان ارائه‌کننده سس گوجه فرنگی و پژمان در خصوص این نمایشگاه اظهار داشت: «فروش محصولات در نمایشگاه تخصصی کاری است غلط که متأسفانه در

اولین نمایشگاه تخصصی مواد غذایی، شوینده‌ها و صنایع بسته‌بندی اصفهان برگزار شد. این نمایشگاه با یاری استانداری اصفهان در تاریخ پنجم تا یازدهم اسفندماه سال جاری در محل نمایشگاههای بین‌المللی اصفهان برپا گردید. برپایی نمایشگاه اصفهان بسیار شتابزده اما با استقبال خوبی از سوی شرکت‌کنندگان صورت گرفت.

آنچه بیش از هر چیز در این نمایشگاه به چشم می‌آمد، دوگانگی در نوع فعالیت شرکت‌کنندگان و تبعاً بازدیدکنندگان آن بود. به عبارت دیگر ترکیب صحیح نمایشگاه «صنایع غذایی و صنایع بسته‌بندی» جای خود را به «مواد غذایی و صنایع بسته‌بندی» داده بود. بدین صورت و با توجه به وضعیت استقبال مردم از این گونه نمایشگاهها، بیشتر بازدیدکنندگان را عامه مردم یا کسبه و بازرگانان تشکیل می‌دادند و در این حال غرفه‌های صنایع بسته‌بندی تا حدی غریب افتاده بودند. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت این نمایشگاه در مقام یک نمایشگاه مواد غذایی و بهداشتی موفق بود، اما در جایگاه یک نمایشگاه تخصصی برای صنایع بسته‌بندی هنوز جای کار دارد. در خصوص صنایع غذایی و بهداشتی نیز حتی یک مورد هم در نمایشگاه وجود نداشت.

شایسته است با توجه به استقبال عامه مردم از این نمایشگاه، سازماندهی بیشتری در آن صورت گیرد تا به تمام ابعاد فرآورده‌های غذایی و بهداشتی توجه شود.

اما در کنار مسائلی که مطرح شد باید به خدمات نمایشگاهی مناسبی که از طرف برگزارکننده ارائه می‌شد نیز اشاره کرد. از جمله آن می‌توان نورپردازی مناسب محل نمایشگاه بود. همچنین دو نوبت پذیرایی از غرفه‌داران که هر روز انجام می‌شد در روحیه ایشان تأثیر خوبی داشت.

محمدی‌نسب مدیر عامل شرکت نمایشگاههای بین‌المللی اصفهان در گفتگوی اختصاصی پیرامون چگونگی برگزاری نمایشگاه گفت: «در یازده ماهی که از مدیریت اینجانب می‌گذرد، سعی شده است تا نمایشگاههایی که تاکنون برگزار نشده‌اند در اصفهان داشته باشیم. براین اساس تاکنون پنج نمایشگاه که همه آنها اولین نمایشگاه تخصصی در استان





و صنایع بسته‌بندی اصفهان

۷ تا ۱۱ اسفند ۷۷



برنامه زمانبندی نمایشگاه برای سال ۱۳۷۸ - اصفهان

ردیف	شرح	تاریخ
۱	سومین نمایشگاه سوغات ایران - اصفهان	فروردین ۱۳۷۸
۲	اولین نمایشگاه برترین‌ها (ISO)	اردیبهشت ۱۳۷۸
۳	اولین نمایشگاه خدمات مهندسی / تحقیقات صنعتی ایران - اصفهان	خرداد ۱۳۷۸
۴	اولین نمایشگاه وسایل اسباب‌بازی و سرگرمی تفریحی و کمک آموزشی و ورزشی	تیر ۱۳۷۸
۵	دومین نمایشگاه صنایع نساجی، موکت و فرش ماشینی و پوشاک و چرم و پوست	مرداد ۱۳۷۸
۶	نمایشگاه فروش پاییزه	شهریور ۱۳۷۸
۷	دومین نمایشگاه فولاد و صنایع فلزی اصفهان	شهریور ۱۳۷۸
۸	دومین نمایشگاه صادرات غیر نفتی استان اصفهان	مهر ۱۳۷۸
۹	پنجمین نمایشگاه کامپیوتر، الکترونیک و مخابرات	آبان ۱۳۷۸
۱۰	چهارمین نمایشگاه تجهیزات و مصالح ساختمانی اصفهان	آبان ۱۳۷۸
۱۱	دومین نمایشگاه تجهیزات پزشکی، آزمایشگاهی و دندانپزشکی	آذر ۱۳۷۸
۱۲	دومین نمایشگاه فرش دستباف اصفهان	بهمن ۱۳۷۸
۱۳	سومین نمایشگاه فرش دستباف اصفهان	اسفند ۱۳۷۸
۱۴	دومین نمایشگاه مواد غذایی و شوینده‌ها و لوازم آرایشی و بهداشتی	اسفند ۱۳۷۸
۱۵	نمایشگاه فروش بهاره	اسفند ۱۳۷۸



توجه: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی حداقل چهار نمایشگاه خارجی را نموده‌است.

آشنا کنیم. در حال حاضر با توجه به تکنولوژی خاصی که در تولید به کار گرفته‌ایم در سطح ایران و خاورمیانه، تک هستیم. ما تأکید داریم به مصرف کننده‌گان تفهیم کنیم که روش تولید ما، یک روش جدا و با کیفیت بسیار بالا است. تک ما کارون به کشورهای زیادی در اروپای غربی و آسیای میانه و خلیج فارس صادرات دارد و آنچه شما در ایران مصرف می‌کنید همان محصولی است که در تمام این کشورها مصرف می‌شود. حتی با همین بسته‌بندی، تک ما کارون به زودی تنوع محصول خود را به هجده نوع خواهد رسانید و این امر برای مصرف‌کننده، حق انتخاب ایجاد می‌کند. استقبال مردم برای ما غیرمنتظره بود و ما پرسنل غرفه را دوبرابر کردیم و سال آینده نیز با توانایی و تدارک بیشتر در این نمایشگاه خواهیم بود. ■

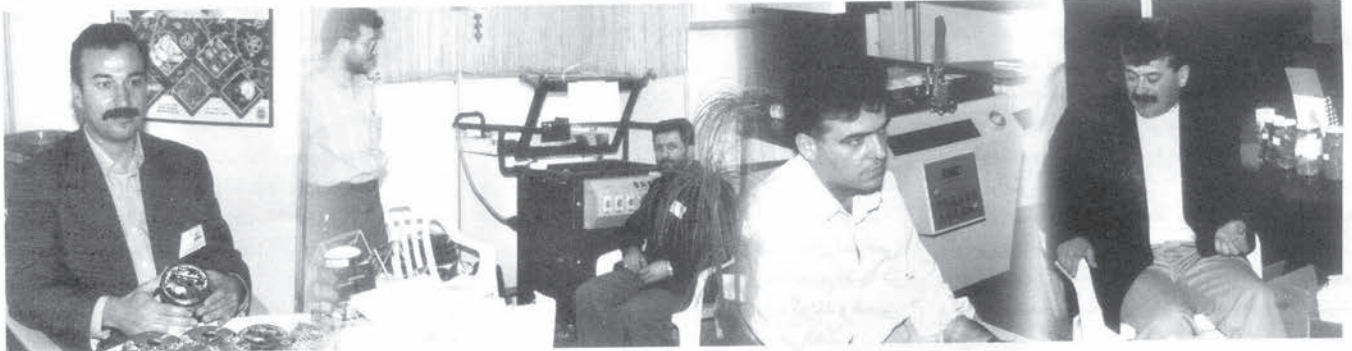
نمایشگاه‌های استانی و تخصصی حضور داریم. در نمایشگاه اگر وفود نیز شرکت خواهیم کرد. وی پیرامون نمایشگاه اصفهان گفت: "در حال حاضر شب عید است و مردم در حال خرید هستند و از این لحاظ نمایشگاه موفق است و ما سال آینده نیز شرکت خواهیم کرد. ما معتقد به تجارت سالم و به دنبال استاندارد ایزو نه‌هزار هستیم و اکنون نیز آن را رعایت می‌کنیم. صادرات را تازه شروع کرده‌ایم. به خاورمیانه بیشتر تمایل داریم. به بسته‌بندی خود اهمیت زیادی می‌دهیم و در این خصوص فعالیت خوبی داریم."

● مهرداد خلیلیان مدیر پخش شرکت تک‌ما کارون در منطقه مرکزی ایران از برگزاری نمایشگاه اظهار رضایت کرد و گفت: "دلیل شرکت ما در این نمایشگاه و امثال آن این است که مردم را با این کیفیت تولید

● مهندس محمود یوسفی مدیرعامل شرکت نوآوران پگاه نیز گفت: "ما یک شرکت نوپا هستیم و در زمینه ساخت ماشینهای بسته‌بندی از جمله وکیوم فرمینگ و شریک فعالیت می‌کنیم."

وی در خصوص این نمایشگاه چنین اظهار نظر کرد: "به آینده این نمایشگاه خوشبین هستیم و سال آینده نیز در این نمایشگاه شرکت می‌کنم. اما تبلیغات آن باید بیشتر باشد. زیرا منطقه نمایشگاه یک منطقه دورافتاده است و در شهر صنعتی مانند اصفهان توقع بازدید کننده تخصصی بیشتری داریم. ما چندین قرارداد داشتیم که یکی از آنها درست در زمان افتتاحیه نمایشگاه بود. من رمز موفقیت را در حضور پیوسته در صحنه می‌دانم و ما در نمایشگاه اگر وفود سال آینده که در اردیبهشت‌ماه برگزار می‌شود نیز حضور خواهیم داشت."

● عباس دشتی مدیرعامل شرکت نگین‌تام، تولیدکننده تافی علاءالدین نیز با تأکید بر حضور مداوم در صحنه اظهار داشت: "ما در تمام



کتابشناسی تشریحی ۱

دو کتاب از مجموعه کتب بسته‌بندی بسته‌بندی پلاستیکی

مؤلف: گروه کارشناسی بسته‌بندی معاونت نگهداری اداره لجستیک ستاد مشترک سپاه

● تیراژ: هزار جلد ● ناشر: مؤلف

نشریه چاپ و بسته‌بندی، یک رسانه اطلاعاتی و ارتباطی در صنعت چاپ و بسته‌بندی است. در راستای تداوم چنین رسالتی این نشریه از انواع روشهای اطلاع‌رسانی استفاده می‌کند. یکی از این روشها، معرفی کاربردی و تشریحی کتب است که از هدر دادن انرژی محققان و دست‌اندرکاران در پیدا کردن کتابهای تخصصی مورد نیاز جلوگیری می‌کند. در این معرفی تشریحی، غیر از شناسنامه کتاب، فهرست کتاب نیز ارائه می‌شود. اضافه بر اینها، چند مقاله که گویای خط و روش کتاب مذکور باشد، انتخاب و به چاپ می‌رسد. شایان ذکر است که کتابهایی به این روش معرفی می‌شود که نقل مطالب آن با ذکر مأخذ و ناشر، آزاد باشد.

بسته‌بندی پلاستیکی

۳ - اقتصاد: روز به روز قیمت پلاستیک‌ها در حال کاهش است. با این روند رو به رشد، نزول قیمت‌ها، افزایش دستمزدها و سایر موارد، قیمت مواد بازیافتی ضایعات پلاستیکی، تفاوت چندانی با مواد اولیه بکرو نو نخواهد داشت.

۴ - مورد لجستیکی: این مسئله برای تمام مواد بازیافتی، نظیر شیشه، کاغذ و غیره نیز وجود دارد، به ویژه آن سری از مواد پلاستیکی که وزن مخصوص کمتری دارند و حجم زیادی را اشغال می‌کنند، حمل و نقل آنها هزینه بردارتر است.

۵ - جدا کردن (Separation): جدا کردن مواد پلاستیکی از سایر مواد شایعاتی مشکل است چرا که با شایعات شهری به صورت اجتناب‌ناپذیر همراه می‌باشند.

بیشترین میزان بازیافت متعلق به مواد پلاستیکی ترموپلاست است. نکات مهمی که باید در استفاده از مواد بازیافتی رعایت گردند شامل:

الف - تشخیص بدهیم که آیا ظرف ساخته شده از ماده‌ای نو است یا از مواد بازیافتی تهیه شده است. راه‌های تشخیص آن عبارتند از: ۱ - از طریق شکل؛ با قرار دادن ظرف در مقابل نور خورشید، ماده پلاستیکی بازیافتی تیره‌تر و شامل رگ و ریشه‌های مجزا و جدا جدا می‌باشد ۲ - استحکام و سفتی آن؛ ماده بازیافتی در مقایسه با ماده نو بسیار نرم‌تر و شل‌تر است.

ب - از قرار دادن مواد غذایی و بهداشتی در ظروف بازیافتی پلاستیکی خودداری کنیم و همچنین از تماس زیاد این مواد با پوست بدن جلوگیری شود.

پ - به نحوی از پلاستیک استفاده مجدد گردد که بیشترین فایده را داشته باشد. به عنوان مثال از بازیافت PET الیافی را ساخته‌اند که در لباس و پولیورهای مستحکم استفاده می‌شوند و یا در ساخت ظروف و بسته‌های چند لایه، لایه بازیافتی را در میان‌ترین لایه در تماس با لایه‌های جدید دیگر است و هیچ ضرری ندارد، استفاده می‌کنند.

ساختار چند نمونه بسته‌بندی لمینیت متداول

نمونه بسته‌بندی بیسکویت و ویفر لایه‌های به کار رفته در بسته‌بندی یک نمونه بیسکویت و ویفر (از خارج به داخل) شامل:

الف - آرایش و چاپ شامل رویه اول - معمولاً برای حفظ سطح آرایش و چاپ به کار می‌رود. مواد چاپ، انواع مرکب و رنگ چاپ رویه دوم - برای حفاظت سطح خارجی فویل آلومینیم و ایجاد زمینه و ثبوت رنگ‌های چاپ و یا خاصیت آنتی‌الکترواستاتیک به کار برده می‌شود.

(Thermoforming) تکنولوژی تولید فیلم‌های پلاستیکی

- روش اکستروژن پوشش‌های بسته‌بندی

فصل پنجم: کنترل کیفیت

آزمون‌های استاندارد متداول ایران (مربوط به بسته‌بندی‌های پلاستیک)

شناسایی پلاستیک‌ها

شرایط محیطی برای آماده سازی و آزمون پلاستیک‌ها

آزمون‌های شناسایی خواص مواد پلاستیکی

فصل ششم: چاپ و بسته‌بندی

چاپ بر روی پلاستیک‌ها

- پوشش‌ها و فرایندهای قبل از چاپ

- تمیز کردن سطوح قطعات پلاستیکی

- ظاهر آرایشی یا پیش عملیات چاپ

انواع روش‌های چاپ

روش‌های متفرقه چاپ و درج اطلاعات

روش‌های چاپ متداول بر روی بسته‌های پلاستیکی

بررسی چاپ فیلم‌های پلاستیکی در ایران

- مرکب چاپ

برچسب‌ها

ضمیمه: جداول خصوصیات مواد

منابع

مقالات منتخب

باز یافت مواد پلاستیکی

فهرست

فصل اول: کلیات

مقدمه

تاریخچه

بررسی اقتصادی

مزایا و معایب بسته‌های پلاستیکی

- مزایا

- معایب

فصل دوم: مواد اولیه

مواد اولیه بسته‌بندی

- ترموپلاست‌ها (Thermoplasts)

- ترموست‌ها و ترموپلاست‌ها (Thermoplasts & Thermoset)

- مواد ترموست (Thermoplasts)

مواد اولیه جدید

نحوه انتخاب مواد برای تهیه بسته

مواد جدید حاصل از ترکیب پلیمرها

مواد افزودنی (Additives)

روش‌های اصلاح و بهبود مواد

بازیافت مواد پلاستیکی

روش‌های انتخاب و طراحی مواد پلاستیکی

فصل سوم: انواع بسته‌ها

طبقه‌بندی بسته‌های پلاستیکی

- طبقه‌بندی بر اساس روش ساخت

- طبقه‌بندی کلی بسته‌ها براساس تکنولوژی تولید و شکل

- ساختار چند نمونه بسته‌بندی لمینیت متداول

فصل چهارم: تکنولوژی تولید بسته‌ها

فرایندهای تهیه بسته‌های پلاستیکی

۱ - ریخته‌گری (Casting)

۲ - قالبگیری بادی (Blow Moulding)

۳ - قالبگیری فشاری (Compression Moulding)

۴ - قالبگیری انتقالی (Transfer Moulding)

۵ - قالبگیری تزریقی (Injection Moulding)

۶ - اکستروژن (Extrusion)

۷ - قالبگیری چرخشی (Rotational Moulding)

۸ - ترمومورفینگ یا شکل دهی حرارتی

پلاستیک	عملیات اولیه	پوشش پذیری	انواع پوششهای مورد استفاده
ABS	زدودن توسط حلال	خوب	وینیل - اورتان - وینیل بهبود یافته
آکرلیک	زدودن توسط حلال	خوب	'پوکسی - نیتروسولز - آکرلیک - اورتان
CAB	زدودن توسط حلال	خوب	وینیل - نیتروسولز - آکرلیک
نابلون	شستشو با شونده‌ها	متوسط	اکریلیک - وینیل - اورتان
فنولیک	زدودن توسط حلال	مشکل	آلکالید - اورتان - اپوکسی
پلی کربنات	انجام کارهای اولیه	متوسط	اورتان - آکرلیک
پلی استر	زدودن توسط حلال	خوب	اورتان - اپوکسی
PETP	انجام کارهای اولیه	خوب	آکرلیک
پلی اولفین‌ها	اج کردن با شعله	مشکل	اورتان - نیترو سلولز
پلی استایرن	انجام کارهای اولیه	خوب	اورتان - نیترو سلولز
PPO	انجام کارهای اولیه	متوسط	اورتان - آلکالید - آکرلیک
پلی اورتان	انجام کارهای اولیه	خوب	اورتان
PVC	عبور از حلالها یا زدودن توسط حلال	متوسط	اورتان - نیترو سلولز

جدول ۱-۶ انواع پوشش متداول که برای پلاستیکها بکار می‌رود

رویه اول: به منظور حفاظت از سطح بسته‌بندی و چاپ مورد استفاده قرار می‌گیرد.

رویه دوم: مواد چاپ و لایه زیرین آن به منظور آرایش و حفاظت سطح خارجی فویل آلومینیم به کار می‌روند. ب - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل هشت میکرون؛

پ - چسب بین فویل آلومینیم و کاغذ؛
ث - لایه آستر از نوع ترموپلاست مثل پلی اتیلن و یا پلی پروپیلن. در لایه از پلی استر یا PVDC به منظور افزایش مقاومت بسته‌بندی استفاده می‌شود.

کیسه‌های بسته‌بندی آب میوه

لایه مورد استفاده به ترتیب از خارج به داخل شامل:

الف - آرایش و چاپ

رویه اول: معمولاً برای حفظ سطح بسته‌بندی و چاپ استفاده می‌گردد.

مواد چاپ: انواع مربع

رویه دوم: معمولاً جهت حفظ سطح خارجی آلومینیم و به ویژه ایجاد زمینه چاپ و ثبوت رنگ مواد چاپ استفاده می‌شود.

ب - پلی استر با ضخامت حداقل دوازده میکرون؛

پ - فویل آلومینیم با ضخامت ۱۲-۹ میکرون؛

ث - لایه چسباننده به وزن سه تا چهار گرم در متر مربع؛

ث - پلی اتیلن با وزن مخصوص پایین حداقل صد میکرون (نود و دو گرم در مترمربع).

چاپ بر روی پلاستیکها

مواد پلاستیکی در صنایع بسته‌بندی نقشی با اهمیت ایفا کرده و مصارف متعددی برای آنها وجود دارد. این مواد در مصارف تجاری برای بسته‌بندی مواد غذایی، پوشاک، قطعات صنعتی و غیره کاربرد عمده دارند لذا چاپ مارک تجاری، دستور مصرف، اندازه و مشخصات کالای داخل بسته، جملات ایمنی، دستور باز کردن بسته، کدبار و... از جمله عادی‌ترین نیازهای صنایع محسوب می‌شود. به این ترتیب چاپ پلاستیک به عنوان صنعتی مستقل و قابل توجه می‌تواند مورد بحث و بررسی قرار گیرد. این صنعت که در ایران به طور ساده با آن برخورد شده است، حامل

انواع لایه‌های مورد استفاده در بسته‌بندی ماست و شیر به ترتیب از خارج به داخل چنین است:

الف - آرایش و چاپ شامل:

- پوشش پلاستیکی برای حفاظت آرایش و چاپ (در صورت امکان آنتی الکترواستاتیک).

- مواد چاپ

ب - مقوا یا گرماژ حداقل ۱۲۷ گرم بر مترمربع؛

پ - لایه پلی اتیلن حداقل هشت گرم بر متر مربع؛

ت - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل هشت میکرون؛

ث - پلی اتیلن یا پلاستیک ترموپلاست مناسب برای تماس با ماده غذایی.

بسته‌بندی مواد خوراکی آماده مصرف شامل: سوپ، ماکارونی، گوشت با سبزیجات، سیب زمینی و غیره به صورت خشک.

ترتیب لایه‌ها از خارج به داخل عبارتند از:

الف - آرایش و چاپ شامل:

رویه اول - معمولاً برای حفظ سطح بسته‌بندی و چاپ استفاده می‌شود. این رویه در برخی از انواع بسته‌بندی‌ها مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. از انواع رویه

مصرفی می‌توان به پلی استر اشاره نمود.

آرایش و چاپ - انواع مرکب و رنگ چاپ

روی دوم: معمولاً جهت حفظ سطح خارجی آلومینیم، به ویژه ایجاد زمینه چاپ و ثبوت رنگ مواد چاپ استفاده می‌شود.

ب - فویل آلومینیم به ضخامت هشت میکرون؛

پ - چسب بین فویل و لایه آستر؛

ت - پلی اتیلن با وزن مخصوص بالا یا فیلم از جنس پلی پروپیلن به میزان حداقل ۶۰ گرم بر متر مربع.

لایه‌هایی که در بالا اشاره شد برای بسته‌بندی تا پانصد گرم قابل استفاده است. و بسته‌بندی‌هایی که وزن آنها بیش از پانصد گرم باشد قبل از لایه آستر پلی اتیلن و یا پلی پروپیلن، از لایه پلی استر و یا PVDC استفاده می‌شود.

بسته‌بندی انواع سوپ خشک

لایه‌های مورد استفاده در بسته‌بندی سوپ خشک به ترتیب از خارج به داخل شامل:

الف - آرایش و چاپ؛

ب - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل هفت میکرون؛
پ - چسب بین فویل و کاغذ آستری با منشاء گیاهی؛
ت - کاغذ نازک؛

ث - موم یا پارافین و یا مواد مجاز نظایر آن.

لایه‌های به کار رفته در بسته‌بندی یک نمونه بستنی (از خارج به داخل) شامل:

الف - آرایش و چاپ شامل:

رویه اول - معمولاً برای حفظ بسته‌بندی و سطوح چاپ استفاده می‌شود.

مواد چاپ: انواع مرکب و رنگ چاپ

رویه دوم: معمولاً برای حفاظت سطح خارجی آلومینیم و ایجاد زمینه و ثبوت رنگ‌های چاپ به کار می‌رود.

ب - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل ۹ میکرون؛
پ - چسب بین فویل و کاغذ، در برخی مواقع به جای چسب از واکس موم و یا پارافین جامد مخصوص استفاده می‌شود؛

ت - کاغذ کرافت مناسب و مخصوص به ضخامت حداقل ۷۷/۵ میکرون و کاغذ مناسب با گرماژ حداقل ۲۲gr/m.

بسته‌بندی کیک و شیرینی

در زیر انواع لایه‌های مورد استفاده در بسته‌بندی کیک و شیرینی‌های قابل بسته‌بندی، به ترتیب از خارج به داخل آمده است.

الف - آرایش و چاپ شامل:

رویه اول - معمولاً برای حفاظت سطوح آرایش و چاپ استفاده می‌شود.

مواد چاپ - انواع مرکب و رنگ چاپ

رویه دوم - معمولاً برای حفاظت سطح خارجی آلومینیم و به ویژه برای ایجاد زمینه و ثبوت رنگ‌های چاپ به کار برده می‌شود.

ب - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل دوازده میکرون؛

پ - پوشش پلاستیکی از جنس پلی اتیلن به ضخامت بیست تا پنجاه گرم بر متر مربع و یا از نوع PVDC همراه با کاغذ در محل تماس با ماده غذایی.

بسته‌بندی آب نبات

الف - آرایش و چاپ شامل: مواد چاپ و رویه‌های حفاظتی جهت حفظ سطح بسته‌بندی و یا به منظور زمینه‌سازی و ثبوت رنگ‌ها (که باید از رنگ‌های مجاز خوراکی استفاده شود).

ب - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل ۹ میکرون؛
پ - چسب کاغذ بین فویل و کاغذ؛

ت - کاغذ یا گرماژ حداقل چهل گرم بر متر مربع؛
ث - موم یا پارافین و یا مواد مجاز نظایر آن؛

ج - کاغذ یا گرماژ دوازده تا بیست و سه گرم بر متر مربع؛

چ - در برخی موارد به جای کاغذ، در محل تماس با ماده غذایی از پوشش پلی اتیلن می‌توان استفاده نمود.

بسته‌بندی کره مارگارین و پنیر

الف - مواد چاپ همراه یا بدون رویه: رویه‌ها اکثراً به منظور حفظ سطح بسته‌بندی و ایجاد زمینه و ثبوت رنگ‌های چاپ مورد استفاده قرار می‌گیرند؛

ب - فویل آلومینیم به ضخامت حداقل ۹ میکرون (بر حسب حجم و وزن بسته‌بندی از صد تا حداکثر هزار گرم)؛

پ - چسب بین فویل و کاغذ (از نوع واکس‌های میکرو کریستالی، موم‌های مخصوص و غیره)؛

ت - کاغذ یا گرماژ حداقل چهل گرم بر مترمربع (برای بسته‌بندی صد تا هزار گرمی)؛

ث - واکس میکروکریستالی یا پارافین جامد خوراکی به مقدار حداقل هشت گرم در مترمربع همراه با کاغذ گریس پروف.

بسته‌بندی ماست و شیر

مسایل و مشکلات متعدد علمی و فنی است که در صورت بررسی صحیح و حل مشکلات، می توان به نتایج بسیار خوبی از نظر کیفیت چاپ نایل آمد.

در صنعت چاپ مرکب یکی از عوامل بسیار مهم می باشد. دسترسی به کیفیت مناسب در چاپ، بستگی زیادی به نوع مرکب چاپ دارد. به ندرت می توان از یک نوع مرکب برای مواد مختلف استفاده نمود. روش چاپ نیز دارای اهمیتی خاص است و در این مورد نیز نمی توان از روشی واحد برای چاپ بر روی مواد مختلف استفاده نمود. موادی نظیر پای اتیلن، پلی پروپیلن، پلی وینیل کلراید، اتیل وینیل استات و غیره، لازم است قبل از چاپ آماده شوند. آماده کردن پلاستیک ها نیز از موضوعات مهمی است که باید به آن توجه شود. همان طور که ملاحظه می شود، در صنعت چاپ مسائل متعددی وجود دارد که لازم است به طور دقیق مورد بررسی قرار گیرند.

پوشش ها و فرایندهای قبل از چاپ

رنگ به پلاستیک به صورت جذب بین مولکولی می چسبد. رنگ یک حالت ویژه از اتصال های چسبنده را ارائه می دهد و نیاز به تمیز بودن سطح دارد. دو نوع از رنگ هایی که روی سطوح پلاستیکی استفاده می شوند انامل ها و لاک ها هستند. لاک ها عموماً در هوا خشک می شوند و انامل ها نیاز به پختن دارند. هر نوع از مواد پلاستیکی به یک نوع از فرمولاسیون رنگ نیاز دارند (جدول ۱-۶).

آنیل کردن پلاستیک ها قبل از رنگ آمیزی سیاست خوبی است. انواع پوشش های مورد استفاده برای مواد پلاستیکی در جدول آمده است. ABS: این ماده ترموپلاست مات است و قابل رنگ آمیزی می باشد. در چند فرمولاسیون ساخته می شود و باید هر رنگ برای کاربرد خاص خودش بکار برده شود. دامنه وسیعی از سیستم های رنگ زنی برای ABS، وجود دارد. تنشها در قطعه قالب زده شده در حین رنگ زدن موجب خورده شدن حلال می شوند. آنیل کردن، بهترین روش است و این کارها حرارت دادن به مدت ۲ ساعت در دمایی حدود ۶-۵ زیر دمای تخریب آن صورت می گیرد.

استالها: ترموپلاست کریستالیزه شده ای است که چسبندگی ضعیفی برای اکثر رنگها از خود نشان می دهد. سطحی که روی آن عملیات شده است، آماده نقاشی یا رنگ آمیزی می باشد. یک سطح خورده شده با اسید (اچ شده) برای چسبندگی رنگ مناسب است. برای این کار نیز نوع رنگی که پخته می شود مشابه آن چیزی که در فلزات استفاده می شود توصیه می گردد. اغلب پیشنهاد می شود دمای پخت زیر ۱۵۷ °C باشد. دماهای بالای ۱۶۰ °C اثر معکوس روی خواص فیزیکی رزین استال دارند. همچنین یک رنگ استاندارد تجاری روی سطح اولیه زده می شود.

آکرلیک ها: ترموپلاستی است که با تنش خرد می شود. بیشتر پوششهایی که روی آکرلیک استفاده می شوند از انواع مات هستند. حلالهای سالم و مطمئن شامل کتونها، استرها و الکل ها هستند. پدیده ریزش شدن ممکن است با آنیل کردن، قبل از رنگ پذیری قطعات و در زیر دمای ۶۶-۷۴ °C تصحیح شود.

سلولزها: این گروه از پلاستها حاوی مقادیری از پلاستیسایزرهای جانشینی هستند که مشکلاتی را در رنگ آمیزی موجب می شوند. مهاجرت پلاستیسایزر به سطح قطعه ای که رنگ آمیزی می شود پس از مدتی موجب ضخیم شدن فیلم می گردد. آزمون کافی و Aging (گذشت زمان لازم برای عمر مورد نظر) قطعه پلاستیک رنگ آمیزی شده باید انجام شود تا از چسبندگی خوب رنگ مطمئن شد.

پلی کربنات: برخی حلالها، پلی کربناتها را خورده (اچ کرده) یا ریز ریز می کنند. پوششهای رنگی که می تواند باید با رنگ مربوطه آزمون شوند. قطعات قالب زده شده می توانند به وسیله پوششهای خشک شونده در هوا یا قابل پختن، رنگ آمیزی شوند (به دمای پختن ۱۲۰ °C نیاز دارند).

پلی استر ترموپلاست: این پلاستیک می تواند به وسیله یک لاک یا انامل رنگ آمیزی شود، و نیاز به یک الکالید اولیه که در ۱۶۶ °C می پزد.

پلی اولفین ها: مهمترین پلیمرهای این گروه پلی اتیلن و پلی پروپیلن، می باشند. پلی اتیلن نیاز دارد که سطح آن قبل از رنگ آمیزی آماده گردد، ممکن است آماده شدن به شکل اکسیداسیون

شیمیایی یا روش شعله ای انجام شود. روش شعله بطور گسترده استفاده می شود و اکسیداسیون بالایی را در سطح قطعه ایجاد می کند. پلی پروپیلن عموماً به پیش عملیات نیاز ندارد و سیستم های رنگی متعددی برای این پلاستیک قابل دستیابی هستند.

پلی استایرن: این ترموپلاست نسبت به حلالها بسیار حساس است. در پلی استایرن معمولاً از پوششهای نوع خشک شونده در هوا استفاده می شود. حلالهای موجود در پوشش رنگی باید با مواد لازم برای جلوگیری از تهاجم حلال، مخلوط شوند. در پوششهای پایه از آکرلیک، الکالید و رزین اوره استفاده می شود.

آزمون های استاندارد متداول ایران (مربوط به بسته بندی های پلاستیکی)

در این قسمت، شماره و سال انتشار استانداردهایی که به طور مستقیم و غیر مستقیم مربوط به بسته بندی

پلاستیکی می شوند و توسط مؤسسه استاندارد ایران تهیه شده است، ارائه می گردند - آمار به سال ۱۳۷۵

می باشد. برای اطلاعات بیشتر می توان به استانداردهای ISO, JIS, DIN, ASTM, BS و غیره نیز مراجعه نمود

عنوان استاندارد	شماره	سال انتشار
پلاستیک - تعیین پس دادن مواد رنگی	۲۱۷	۱۳۴۵
پلاستیک - تعیین خواص خمشی پلاستیکهای سخت	۳۵۷	۱۳۴۶
پلاستیک - تعیین ثابت حرارتی PVC و کوپلیمرهای وابسته و ترکیبات آنها بوسیله تعیین رنگ	۳۵۸	۱۳۴۶
روشهای آزمون اسفنجهای پلی اورتان	۵۱۸	۱۳۵۰
ویژگیها و روشهای آزمون ظروف غذاخوری ملاین	۶۱۲	۱۳۶۶
ویژگیها و روش آزمون صفحه پلی اتیلن با وزن مخصوص کم	۶۳۴	۱۳۴۹
مواد پلاستیک اندازه گیری جذب آب	۹۱۱	۱۳۵۲
مواد پلاستیک اندازه گیری مقدار استات وینیل در کوپلیمرهای کلرید وینیل استات	۹۱۲	۱۳۵۲
مواد پلاستیک اندازه گیری نشت مواد رنگی	۹۱۴	۱۳۷۱
مواد پلاستیک اندازه گیری مقاومت مواد پلاستیک در برابر مواد شیمیایی	۹۱۵	۱۳۵۲
مواد پلاستیک اندازه گیری مقدار کلر در پلیمر و کوپلیمرهای وینیل کلراید	۹۱۶	۱۳۵۲
ورقه های نازک پلی اتیلن	۱۰۹۱	۱۳۵۶
مشخصات نفل	۱۱۰۱	۱۳۵۳
ورقه های پلی استایرن	۱۱۸۲	۱۳۷۱
لوازم خانگی ساخته شده از پلی اتیلن با وزن مخصوص کم (مظلهای پلاستیکی)	۱۲۲۴	۱۳۵۳
ظروف پلاستیکی نگهدارنده مایعات	۱۲۳۰	۱۳۵۳
لوازم خانگی ساخته شده از پلی اتیلن با وزن مخصوص کم (لگنهای قابل شستو گرد)	۱۲۳۲	۱۳۵۳
ویژگیهای تسمه های غیر فلزی	۱۴۰۷	۱۳۵۴
ورقه پلی وینیل کلراید سخت	۱۴۳۴	۱۳۵۴
ورق موج دار اکستروژن شده پلی وینیل کلراید	۱۴۳۵	۱۳۵۴
ویژگیهای ترکیبات پلی وینیل کلراید نرم	۱۴۳۶	۱۳۵۴
ویژگیهای ورقه پلی اتیلن با وزن مخصوص زیاد برای معارف عمومی	۱۴۳۷	۱۳۵۴
ویژگیهای کبسه های پلی اتیلن	۱۸۷۲	۱۳۷۳
روش تعیین مقاومت دوخت کبسه های پلاستیکی	۲۰۳۸	۱۳۷۲
روش آزمون پایداری ابعاد اسفنجهای پلاستیکی سخت	۲۰۴۱	۱۳۷۲
روش اندازه گیری ذرات رزینهای هومو پلیمر و کوپلیمر وینیل کلراید به روش دانه منجی	۲۰۴۲	۱۳۷۲
ویژگیهای کبسه پلاستیکی مخصوص نگهداری مواد غذایی در فریزر	۲۰۴۴	۱۳۶۵

بسته‌بندی فلزی

فهرست
پیشگفتار
فصل اول: کلیات
مقدمه
تاریخچه
مزایا و معایب
کاربرد
صنایع بسته‌بندی فلزی در ایران
فصل دوم: مواد اولیه
انواع مواد اولیه، خصوصیات و کاربرد آنها
- آلومینیم
- فولاد
- متفرقه
فصل سوم: مواد مصرفی
انواع مواد مصرفی
- لاکها و آسترها
- مفتول لحیم‌کاری
- مواد آبندی
فصل چهارم: بسته‌های فلزی
طبقه‌بندی و انواع بسته‌های فلزی
- قوطی‌ها
- سطل‌ها و بشکه‌ها
- تیوپ‌ها
- سینی‌ها
- لفاف‌ها
- متفرقه
روشهای ساخت ظروف فلزی
- قوطی
- سطل و بشکه
- لفاف آلومینیم
- متفرقه
روشهای پوشش (لاک زدن یا آسترکردن)
- روش افسست
- روش پاشش
- پوشش درز لحیم یا جوشکاری شده
اثر عوامل مخرب و خوردگی
- محیطهای خوردنده
- عوامل مؤثر بر خوردگی
- انواع خوردگی
خوردگی در بسته‌های فلزی
- نقش طراحی در بسته‌های فلزی
- نکات مهم در طراحی
- خلاصه‌ای از نقش رنگها در بسته‌بندی
بازیابی
فصل پنجم: عملیات بسته‌بندی
- پرکردن
- دربندی و سیل
- تیوپ‌ها
- سینی‌ها
- بشکه‌ها و سطلها
- قوطی‌ها
- لفافهای آلومینیومی
- جعبه‌ها
- دربهای پیچی
- دربهای مقاوم در برابر کودک (Child Rrsistant)
- دربهای توزیع‌کننده
فصل ششم: کنترل کیفیت
کنترل کیفیت بسته‌ها (ویژگیها)
- ویژگیهای کیفیت

عنوان استاندارد	شماره	سال انتشار
ویژگیهای کیسه پلاستیکی زیاله	۲۰۵۷	۱۳۶۶
ضوابط بهداشتی مواد رنگی برای رنگ کردن مواد پلاستیکی و سایر پلیمرهای مورد مصرف در بسته‌بندی مواد غذایی و ظروف غذاخوری	۲۱۱۳	۱۳۶۶
ویژگیهای نرم‌کننده‌های استراکریل ایزوفنالات	۲۱۱۴	۱۳۶۲
روشهای نمونه برداری و آزمون نرم‌کننده‌ها در پلاستیک	۲۱۱۵	۱۳۷۲
روش تعیین درجه حرارت نرمی و یکات ترموپلاستیکها	۲۱۱۶	۱۳۷۴
شرایط محیطی استاندارد برای آماده‌سازی و آزمون پلاستیکی	۲۱۱۷	۱۳۶۶
تعیین عدد گرانیوانی پلیمرها و کوبلیمرهای متیل متاکریلات در محلول رقیق	۲۱۱۸	۱۳۶۶
تعیین میزان انتقال مواد نرم‌کننده	۲۱۱۹	۱۳۶۶
کاغذهای پوشیده شده از پلی اتیلن	۲۱۳۹	۱۳۵۷
ویژگیهای برجسب‌های پلاستیکی خودجسب برای مصارف عمومی	۲۱۴۶	۱۳۵۷
قالب‌ریزی فشاری برای آزمون‌های مواد ترموپلاستیکی	۲۲۰۸	۱۳۷۴
قالب‌ریزی تزریقی برای آزمون‌های مواد ترموپلاستیکی	۲۲۰۹	۱۳۷۲
تعیین نقطه ذوب پلی آمید	۲۲۱۲	۱۳۷۲
ویژگیها و روشهای آزمون ظروف پلاستیکی برای قرصها و پمادها	۲۳۱۳	۱۳۷۳
ویژگیهای ظروف پلاستیکی (باضمه ورته‌های چند لایه برای محصولات سترون)	۲۳۱۴	۱۳۷۳
روش تعیین جذب آب اسفنجهای پلاستیکی سخت	۲۳۱۵	۱۳۷۲
روش اندازه‌گیری ابعاد خطی اسفنج‌های پلاستیکی سخت	۲۳۱۶	۱۳۷۲
روش تعیین قابلیت هدایت حرارتی پلاستیکهای اسفنجی سخت	۲۳۱۷	۱۳۷۲
تجزیه شیمیایی رزینهای اوره فرم آلدئید، تیواوره فرم آلدئید و همچنین مواد واشیای قالب‌گیری آمینوپلاستیک (از جنس ملامین فرم آلدئید و اوره فرمالدئید).	۲۳۱۸	۱۳۷۲
روش آزمون مقاومت اشیا قالب‌گیری شده از جنس مواد ترموست در مقابل مایعات در حال جوش	۲۳۱۹	۱۳۷۲
ویژگیهای باریذیری ابر نرم اورتان	۲۴۲۹	۱۳۷۳
تعیین خواص کششی پلاستیکهای اسفنجی سخت	۲۴۳۰	۱۳۶۶
تعیین مقاومت برشی پلاستیکهای اسفنجی سخت	۲۴۳۱	۱۳۷۳
روش آزمون خمش پلاستیکهای اسفنجی سخت	۲۴۳۲	۱۳۷۳
روش اندازه‌گیری ابعاد آزمون‌های مواد اسفنجی نرم	۲۴۳۳	۱۳۷۲
تعیین وزن مخصوص ظاهری مواد اسفنجی از نوع نرم	۲۴۳۴	۱۳۷۲
روش اندازه‌گیری عدد گرانیوانی و نسبت گرانیوانی محلول رقیق استات سلولوز	۲۴۳۵	۱۳۶۷
ویژگیها و روشهای آزمون بطری شبر خشک از جنس پلی‌کریبات	۲۴۶۹	۱۳۷۳
ویژگیها و روشهای آزمون ظروف پلاستیکی محلولهای تزریقی	۲۴۷۱	۱۳۷۳
ویژگیها و روشهای آزمون دستگاههای تزریقی یکبار مصرف	۲۴۷۲	۱۳۷۳
ویژگی مواد قالب‌گیری اوره فرم آلدئید	۲۵۰۲	۱۳۶۴
مواد قالب‌گیری فنل فرم آلدئید	۲۵۰۳	۱۳۶۴
ویژگیها و روشهای آزمون پلی‌وینیل استات	۲۷۸۲	۱۳۶۷
تعیین وزن مخصوص ظاهری رزین نثرده هموپلیمر و کوبلیمر پلی‌وینیل کلراید	۲۹۱۵	۱۳۶۸
اندازه‌گیری مواد فرار (آب) بودر رزینهای هموپلیمر و کوبلیمر وینیل کلراید	۲۹۱۶	۱۳۶۸

جدول ۴-۲ آلیاژهای اصلی فولیل آلومینیم

نوع آلیاژ	درصد آلومینیم	درصد عناصر اصلی دیگر
۱۱۰۰-۲۱۹	۹۹/۰۰	۰/۱۲Cu
۱۱۲۵-۲۱۹	۹۹/۲۵	
۱۳۳۵-۲۱۹	۹۹/۳۵	
۱۳۵۰-۲۱۹	۹۹/۵۰	
۲۰۰۳-۲۱۹	۹۷/۰۰	۰/۱۲Cu ۱/۲Mn
۵۰۵۲-۲۱۹	۹۶/۰۰	۲/۴Mg ۰/۲۵Cu
۵۰۵۶-۲۱۹	۹۳/۶	۰/۱۲Mn
۵۰۵۶-۲۳۹		۵/۰Mg ۰/۱۲Cu
۲۰۱۲-۲۱۹	۹۱/۸	۲/۲Cu ۰/۶Mn ۱/۵Mg

موارد مصرف آلومینیم اغلب در ساخت و تهیه قوطی‌های کشتی دو تکه و تیوپ می‌باشد. در تیوپها، آلومینیم باید آنیل (Anneal) شود تا قابلیت مورد لزوم سهیتا گردد. از جمله مصارف دیگر آلومینیم، بسته‌بندیهای قابل انعطاف می‌باشد. در این بسته‌ها از آلومینیم به شکل فولیل استفاده می‌گردد. فولیل آلومینیم ورقه نازکی به ضخامت 0.001 in تا 0.005 in از آلومینیم می‌باشد. فولیل آلومینیم اغلب با عبور شمشهای گرم از بین نوردی تحت فشار تهیه می‌شود. روش دیگر تهیه آن شامل قالب‌ریزی پیوسته و نورد سرد می‌باشد که بدلیل کاهش مخارج اضافی (شامل قالب‌ریزی شمش، خنک کردن، حمل و نقل و...) توسعه فرایندهای یافته است. عناصر عمده که با فولیل آلومینیم بصورت آلیاژ تهیه می‌شوند شامل سیلیکون، آهن، مس، منگنز، کروم، نیکل، روی و تیتانیوم می‌باشند که در جدول شماره ۴-۲ آمده‌اند. فولیل آلومینیم با اکثر ترکیبات سازگاری عالی تا خوب دارد. چربی‌ها، روغنهای نفتی، و محلولهای آلی اغلب اثر چندانی بر آن ندارد. مقاومت فولیل آلومینیم در برابر محصولات با اسیدیته ضعیف معمولاً بهتر از مقاومت آن در برابر قلیایی‌های ضعیف نظیر صابونها و مواد پاک‌کننده می‌باشد. مقاومت مکانیکی فولیل آلومینیم وابسته به ضخامت، عناصر موجود در آلیاژ آن و عملیات حرارتی و خاصی است که روی آن صورت می‌گیرد. آنیل کردن (Annealing) فلز یعنی حرارت دادن و سرد کردن آهسته آن طی زمان از قبل تعیین شده، سبب می‌گردد که فولیل نرم‌تر شده و شکنندگی آن کاهش یابد. سختی و استحکام کلیه آلیاژها زمانی که بصورت سرد روی آنها کار شود افزایش پیدا می‌کند. مصارف فولیل آلومینیم در تهیه ظروف نیمه سخت (Semirigid) درپوش، آستر درپوش، درب نوشیدنی‌ها نظیر شیر و بصورت لمینت با سایر مواد پلاستیکی و کاغذ در بسته‌بندی آب میوه، تنباکو، مواد شوینده و صدها مورد دیگر می‌باشد.

اثر عوامل مخرب و خوردگی

خوردگی مهمترین می‌باشد که ظروف و بسته‌های فلزی با آن مواجه می‌باشند. سایر عوامل نظیر نور خورشید، حرارت، قارچها و... از همین طریق به بسته‌های فلزی آسیب می‌رساند. تعریف خوردگی: از بین رفتن یا پوسیدن یک ماده در اثر واکنش با محیط. بطور کلی دوتنوع خوردگی داریم:

۱- خوردگی خشک: این نوع خوردگی در درجه حرارت‌های بالا که فاز مایع وجود می‌آید.

۲- خوردگی تر: خوردگی تر در حضور یک مایع انجام می‌شود.

محیطهای خوردنده:

عملاً کلیه محیطها خوردنده هستند، لکن قدرت خوردنگی آنها متفاوت است. مثالی در این مورد عبارتند از: هوا، رطوبت، آبهای تازه، آب مقطر، آبهای

مک‌دار و معدنی، اتمسفرهای روستایی، شهری و صنعتی، بخارها و گازهای دیگر مثل کلر، آمونیاک و سولفور هیدروژن، دی اکسید گوگرد و گازهای سوختی، اسیدهای معدنی مثل اسید کلریدریک، اسید سولفوریک، اسید نیتریک، اسیدهای آلی مثل اسید نفتیک، اسید استیک، اسید فرمیک، قلیایی‌ها، خاکها، روغن‌های نباتی، نفتی و انواع مواد غذایی. بطور کلی مواد معدنی خوردنده‌تر از مواد آلی می‌باشند، مثلاً در صنایع نفت خوردگی بیشتر در اثر کلرورسیدیم، گوگرد، اسیدسولفوریک، اسید کلریدریک و آب وجود می‌آید تا به خاطر روغن، نفت و بنزین. درجه حرارت و فشار بالا سبب امکان‌پذیر شدن فرایندهای جدید یا بهبود فرایندهای قدیمی می‌شوند. درجه حرارت‌های بالاتر معمولاً باعث ایجاد شرایط خوردگی شدیدتر می‌گردند.

عوامل مؤثر بر خوردگی

اکسیژن و اکسیدکننده‌ها، سرعت حرکت و تلاطم محیط خوردنده، درجه حرارت بالا (معمولاً)، غلظت محیط خوردنده، خواص خود فلز بر خوردگی اثر دارند.

علاوه بر خوردگی خشک و تر، انواع خوردگی را طبقه‌بندی می‌نمایند.

انواع خوردگی

۱- خوردگی یکنواخت یا سراسری (Uniform Attack): معمولترین نوع خوردگی که بوسیله یک واکنش شیمیایی بطور یکنواخت در سرتاسر سطحی که در تماس با محلول خوردنده قرار دارد، اتفاق می‌افتد. فلز نازک و نازکتر شده و نهایتاً از بین می‌رود. برای جلوگیری از این خوردگی از مواد پوششی استفاده می‌نمایند و یا بوسیله ممانعت‌کننده‌ها یا حفاظت کاتدی، فلز را محافظت می‌نمایند. ۲- خوردگی گالوانیک یا دو فلز (Galvanic or two Metal Corrosion): وقتی دو فلز غیر همجنس در تماس الکتریکی با هم هستند و در معرض یک محلول هادی یا خوردنده قرار می‌گیرند، اختلاف پتانسیل بین دو فلز باعث برقراری جریان الکترود بین آنها شده و خوردگی بوجود می‌آید. ۳- خوردگی شیار (Crevice Corrosion): در شیارها و نواحی از سطح فلز که حالت مرده دارند بوجود می‌آید. این نواحی شامل سوراخها، سطوح واشرها، زیریخچالها و مهرها و... می‌باشند.

۴- خوردگی حفره‌ای (Pitting Corrosion): نوعی خوردگی موضعی که باعث سوراخ شدن فلز می‌شود. این خوردگی در سطوح صاف کمتر اتفاق می‌افتد.

۵- خوردگی بین دانه‌ای (Intergranular Corrosion): بوسیله ناخالصی‌های موجود در مرز دانه‌ها و غنی یا فقیر شدن مرز دانه‌ها نسبت به یک عنصر آلیاژی در این نوع نواحی اتفاق می‌افتد (نظیر مقادیر جزئی آهن در آلومینیم).

۶- جدایش انتخابی (Selective Leaching): عبارت است از جدا شدن یکی از عناصر آلیاژی از آلیاژ جامد، در فرآیند خوردگی.

۷- خوردگی سایشی (Erosion Corrosion): یعنی سرعت یافتن یا افزایش سرعت خوردگی و از بین رفتن یک فلز در اثر حرکت نسبی بین یک مایع خوردنده و سطح فلز.

۸- خوردگی توام با تنش (Stress Corrosion): نتیجه اعمال همزمان تنشها و محیط خوردنده روی فلز می‌باشد.

خوردگی در بسته‌های فلزی

خوردگی قسمت داخلی ظروف از اهمیت بیشتری برخوردار است. دو نوع خوردگی متداول که در مورد ظروف فلزی از اهمیت بیشتری برخوردارند عبارتند از:

خوردگی سطحی و خوردگی حفره‌ای. خوردگی سطحی به تدریج گسترش می‌یابد ولی به عمق طرف نفوذ نمی‌کند. این نوع خوردگی با دقت در انبار کردن و فرآیند ساخت قابل کنترل می‌باشد. خوردگی حفره‌ای اهمیت بیشتری دارد و سبب سوراخ شدن ظروف

می‌گردد. این نوع خوردگی بطور موضعی اثر کرده و معمولاً قابل رویت نمی‌باشد. خوردگی حفره‌ای بر روی محصول (کالا) اثری ندارد اما سبب نشت کردن آن از بسته می‌شود. محل این بر خوردگی معمولاً در خط محصول (خط بین فاز مایع یا نیمه جامد محصول و فضای بالای بسته) قرار دارد، ولی در سایر نواحی نیز ممکن است بوجود بیاید که بستگی به محصول دارد.

در پاره‌ای از مواقع وجود بعضی اجزاء نظیر اندکی مس که می‌تواند از لوله‌ها یا محفظه‌های مخلوط‌کننده به محصول اضافه شود، گوگرد که بعنوان عامل سفید کننده بکار می‌رود، پکتین، اسیدفسفریک، بعضی رنگها نظیر نوع azo و... سبب افزایش خوردگی به طرز چشمگیری می‌شوند. محصولات و مواد متداولی که معمولاً از خوردگی جلوگیری می‌کنند شامل بعضی انواع شکر و کارامل، اسید اسکوربیک، بعضی آنزیمها نظیر گلوکز-اکسیداز-کاتالاز، یون استانو (Stannous) به میزان پنج تا پانزده PPM و سدیم یا کلسیم اتیلن دی آمین تتراسیتیک اسید، می‌باشند. در بین فلزات متداولی که در بسته‌بندی بکار می‌روند سرب و آلومینیم عملکردی مشابه دارند. یعنی تشکیل یک پوسته سبب محافظت آنها در تعداد زیادی از محیطهای خوردنده می‌شود. آلومینیم فلز فعالی است که تشکیل یک لایه پوسته اکسید آلومینیم را سبب می‌گردد این قشر اکسید در تعداد زیادی از محلولهای اسیدی پایدار می‌باشد ولی بوسیله قلیایی خوردده می‌شود. این پوسته اکسیدی در اکثر محیطها تشکیل می‌شود ولی با عبور جریان الکتریکی هم می‌توان آن را بطور مصنوعی بوجود آورد. پوسته سطحی فلز سرب نظیر سولفاتها، اکسیدها و فسفاتها، آن را در مقابل خوردگی محافظت می‌نماید. سرب معمولاً بوسیله اسید استیک خوردده می‌شوند و معمولاً برای محصولات حاوی اسید نیتریک، اسید کلریدریک و اسیدهای آلی بکار نمی‌رود. روی نیز معمولاً بعنوان یک فلز قربانی و بعنوان آند، قربانی حفاظت کاتدی فولاد می‌شود.

مصرف اصلی آن در بسته‌بندی به منظور گالوانیزه کردن فولاد می‌باشد. قلع و ورقهای تین پلیت مقاومت خوبی به خوردگی دارند. بیش از نصف قلع تولید شده در جهان برای پوشش فلزات بویژه ورقهای فولادی برای ساخت قوطی و ظروف فلزی، بکار می‌رود فولاد قلع اندود علاوه بر مقاومت به خوردگی، شکل‌پذیری خوبی داشته و به سهولت لحیم کاری می‌شود، همچنین سطح مناسبی برای پوشش‌ها آلی (آسترها یا لاکها) بوجود آورده، غیر سمی و دارای ظاهر مطلوبی است. قلع قاعدتاً باید نسبت به آهن و فولاد کاتد باشد ولی در بسیاری از قوطی‌های مواد غذایی دارای پتانسیل برعکس بوده و بصورت یک پوشش قربانی شونده فولاد را محافظت می‌کند. ظاهراً تشکیل یونهای کمپلس باعث تغییر این پلاریته می‌گردد. قلع نسبتاً خنثی است ولی در حضور اکسیژن با عوامل اکسیدکننده دیگر خوردده می‌شود. قلع در آب خالص، محلول اسیدهای معدنی رقیق بدون هوا و بسیاری از اسیدهای آلی به خوبی مقاوم می‌باشد ولی بوسیله قلیایی معمولاً بکار نمی‌برند. همانطور که قبلاً نیز یادآوری گردید سایر عوامل مخرب معمولاً از طریق خوردگی روی فلزات اثر می‌گذارد. نور تغییر در ساختار آنها ایجاد نمی‌کند و گرد و غبار نیز بر آنها بی‌تأثیر است. بسته‌های فلزی نسبت به حرارت نیز مقاومت خوبی دارند و آنها را می‌توان با روشهای حرارتی استریلیزه ضدعفونی نمود. بدلیل نفوذناپذیری ظروف فلزی، معمولاً در بسته‌بندی لوازم بهداشتی و مواد غذایی از روش حرارتی، اشعه و یا پرو و بسته‌بندی کردن تحت شرایط استریک استفاده می‌کنند.

تکمیل یا تغییر بسته‌بندی در محوطه‌های گمرکی با نظارت مستمر گمرک مجاز می‌باشد

بر اساس ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون حمل و نقل و عبور کالاهای خارجی از قلمرو جمهوری اسلامی ایران تکمیل یا تغییر بسته‌بندی در مورد کالاهای عبوری خارجی و همچنین نمونه‌برداری از آن بنا به درخواست کتبی صاحب کالا یا عبور دهنده بدون آن که ماهیت کالا تغییر نماید در محوطه گمرکی با نظارت مستمر گمرک مجاز می‌باشد. در این قبیل مواقع در صورت مجلسی که به امضای نمایندگان گمرک و عبور دهنده حسب مورد می‌رسد، وقوع امر به طور تفصیلی قید و ضمیمه اسناد عبور می‌شود. تبصره: در صورتی که کالا تحویل سازمان بنادر کشتیرانی یا شرکت ملی انبارهای عمومی و خدمات گمرکی ایران شده باشد صورت مجلس موضوع این ماده به امضای نماینده سازمان یا شرکت (حسب مورد) نیز برسد.

با راه اندازی بانک قیمت، شهر وندان می‌توانند از قیمت ۱۴۰۰ قلم کالا آگاه شوند

تهران - ایرنا ۷۷/۱۱/۱۹
معاون وزیر بازرگانی روز دوشنبه گفت: به منظور کنترل قیمت‌ها و مبارزه با گرانفروشی، بانک قیمت، بهای ۱۴۰۰ قلم کالای پر مصرف و صنعتی را به شهروندان ارائه می‌کند. فیض... عرب سرخی در گفت و گو با خبرنگاران افزود: این بانک در سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت کالا و خدمات قرار دارد و تعداد این کالاها در صورت استقبال مردم به ۲ هزار قلم در سراسر کشور افزایش خواهد یافت.

وی اضافه کرد: در این زمینه تلفن ۱۲۴ این سازمان آماده ارائه آخرین قیمت کالاها در تهران و شهرستانها و نیز دریافت شکایات می‌باشد. به گفته وی: درصد شکایات تلفنی، حضوری و کتبی مردم نشان می‌دهد که ۸۴ درصد شکایات تلفنی و ۱۶ درصد آنها حضوری و کتبی بوده است.

رئیس سازمان بازرسی و نظارت بر قیمت کالا و خدمات گفت: به شکایت‌ها در صورت داشتن آدرس و یا تلفن شکایت کننده رسیدگی می‌شود و در این زمینه ۹۵ درصد شکایت‌ها موجه و مورد رسیدگی قرار گرفته و ۵ درصد آنها قابل رسیدگی نبود.

معاون وزیر بازرگانی افزود: این سازمان در ۱۰ ماهه امسال ۴ میلیون و ۴۳۶ هزار واحد صنفی و تولیدی سراسر کشور را بازرسی کرد که ۳۱۰ هزار مورد آن متخلف شناخته شدند. عرب‌سرخی افزود: از این تعداد متخلف ۱۰۶

هزار مورد گرانفروشی، ۱۰۹ هزار مورد عدم درج قیمت و ۵۷ هزار مورد نداشتن پروانه کسب و بقیه تخلفاتی دیگر داشته‌اند.

این مقام خاطر نشان کرد: ۹۸ درصد تخلفات مربوط به توزیع و ۲ درصد درباره تولید کالاها در واحدهای صنعتی بوده است.

عرب‌سرخی با تأکید بر این که بازرسی و مبارزه با گرانفروشی نیاز به عزم ملی و همکاری مردم دارد خاطر نشان کرد: با وجود آن که در سراسر کشور ۳ هزار ناظر و بازرس در زمینه کنترل قیمت‌ها با سازمان همکاری دارند، اما چنانچه مردم در این باره مشارکت بیشتری داشته باشند به نتایج بهتری دست خواهیم یافت.

تشکیل جلسه شورای عالی توسعه صادرات غیر نفتی با حضور رئیس جمهور

تهران - ایرنا ۷۷/۱۲/۸
شورای عالی توسعه صادرات غیر نفتی روز "شنبه" با حضور حجت الاسلام و المسلمین سید محمد خاتمی رئیس جمهور و کلیه اعضا تشکیل جلسه داد.

به گزارش اداره کل اطلاعات و اخبار ریاست جمهوری، در این جلسه پس از گزارش وزیر بازرگانی درباره عملکرد یازده ماهه بخش صادرات کشور مقرر گردید به منظور حفظ منزلت صادرکنندگان کالا و خدمات و ایجاد امنیت اقتصادی برای سرمایه‌گذاری در این بخش کمیسیونی مسؤلیت تشخیص موجه بودن یا موجه نبودن انجام تعهدات صادرکنندگان و ارجاع آن به دادگاه صالحه را به عهده گیرد.

بر اساس این گزارش، اعضای این کمیسیون عبارتند از: نمایندگان وزارت بازرگانی، بانک مرکزی، مرکز توسعه صادرات، گمرک ایران، اتاق بازرگانی و وزارتخانه تولیدی ذیربط.

در این جلسه همچنین شورای عالی توسعه صادرات مقرر کرد در خصوص بهبود وضعیت استاندارد کالاهای صادراتی کشور و جلوگیری از مخاطرات عدم توجه به صدور غیر استاندارد محصولات کشاورزی و غذایی روش‌های اجرایی تعیین و به مرحله اجرا گذارده شود.

در جلسه شورای عالی توسعه صادرات غیر نفتی، وزارت بازرگانی موظف گردید تا پایان سال جاری نسبت به اعلام فهرست کالاهایی که در سال آینده صدور آنها ممنوع است اقدام نماید.

اطلاعات گمرکی ایران در شبکه اینترنت قرار گرفت

گمرک جمهوری اسلامی ایران آخرین آمار مربوط به صادرات و واردات و بازرگانی خارجی کشور را از طریق اینترنت در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد. وب سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران در شبکه جهانی (اینترنت) به نشانی www.irica.org و علاقه‌مندان در سراسر جهان می‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند.

اطلاعات مربوط به تاریخچه گمرک، ساختار سازمانی، قوانین امور گمرکی، نقش و وظایف گمرک و نیز آخرین اطلاعات مربوط به تراز بازرگانی جمهوری اسلامی ایران از طریق این شبکه در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد.

در سیستان و بلوچستان نیز یک واحد بسته‌بندی خرما وجود دارد

زاهدان - ایرنا ۷۷/۱۲/۹
مدیر عامل یک شرکت بسته‌بندی خرما توان تولید هشتاد تا صد و ده هزار تن خرما در استان را از دلایل ایجاد این واحد ذکر کرد.

وی افزود: این واحد نیمه ماشینی بسته‌بندی خرما با ۱/۲ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری راه‌اندازی شد. فیروز سلطانی گفت: این واحد در فاز اول توان بسته‌بندی پنج هزار تن خرما را دارد و این ظرفیت تا سقف پانزده هزار تن در سال قابل افزایش است.

وی گفت: در حالی که بخش عمده خرمای تولید سیستان و بلوچستان به صورت فله به خارج صادر می‌شود، در صورت تسهیل پیمان سپاری می‌توان بخشی از آن را که همه ساله به خاطر نبود تجهیزات بسته‌بندی و امکانات هدر می‌رود، بسته‌بندی و صادر کرد.

صادرات کالاهای غیر نفتی هفت درصد کاهشی یافت

تهران - ایرنا ۷۷/۱۲/۵
رئیس کل مرکز توسعه صادرات ایران گفت: صادرات کالاهای غیر نفتی در ده ماه اول امسال بالغ بر ۹ میلیون و ۲۱۳ هزار و ۳۳۷ میلیارد ریال (دو میلیارد و ۴۳۴ میلیون دلار) است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، از نظر وزنی ۳۲ درصد افزایش و از لحاظ ارزشی هفت درصد کاهش داشت.

به گزارش روابط عمومی مرکز توسعه صادرات، مجتبی خسروتاج روز چهارشنبه اعلام کرد: میزان صادرات کالاهای غیر نفتی در ده ماهه اول سال ۱۳۷۶ شش میلیون و ۹۹۶ هزار و ۲۱ تن به ارزش ۴۵۷۷/۲ میلیارد ریال (دو میلیارد و ۶۱۵ دلار) بوده است.

معاون وزیر بازرگانی گفت: در ده ماه اول امسال حدود ۱۳۰ میلیون دلار کالا از هفت بازارچه مرزی فعال کشور صادر شده است که این رقم دو درصد کمتر از صادرات مدت مشابه سال قبل است.

وی افزود: در دی ماه سال جاری ۹۳۴ هزار تن کالا به ارزش تقریبی ۲۶۳ میلیون دلار صادر شد که از نظر وزن و ارزش به ترتیب دو و سه درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش نشان می‌دهد.

به گفته وی همچنین در دی ماه سال گذشته ۹۱۴ تن کالای غیر نفتی به ارزش ۲۵۵/۲ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شده است.

رئیس کل مرکز توسعه صادرات ایران گفت: بر اساس آمارهای گمرکی، روند منفی صادرات در ماه‌های آبان، آذر و دی ماه متوقف شد و در سه ماه اخیر صادرات از نظر ارزش به ترتیب ۳، ۳ و ۳ درصد رشد نشان داد. خسروتاج اظهار داشت: در ده ماهه سال قبل هر

تن کالاهای غیر نفتی صادراتی به طور متوسط ۳۷۴ دلار فروخته شده، در حالی که این رقم در سال جاری با سی درصد کاهش به ۲۶۴ دلار رسید.

وی گفت: در صورتی که کاهش صادرات به دلیل بروز تحولات نامساعد بین المللی بروز نمی‌کند، ارزش صادرات غیر نفتی کشور در ده ماهه سال جاری به سه میلیارد و ۴۴۵ میلیون دلار می‌رسد که از ارزش کل صادرات کشور در سال ۱۳۷۶ معادل پانزده درصد بیشتر بود.

وی ادامه داد: در ده ماه اول امسال "کمیت قیمت گذاری کالاهای صادراتی" قیمت‌های پیمان سپاری صد و پنجاه قلم کالا در گروه‌های مختلف را به طور متوسط ۲۶/۲ درصد کاهش داد که این اقدام برای بالا بردن قدرت رقابت کالاهای ایرانی در بازارهای جهانی است.

معاون وزیر بازرگانی گفت: در این مدت کالاهای نظیر پسته از رشد وزنی صد و سه درصد و رشد ارزشی صد و نه درصد، میوه و تره‌بار از رشد سی و سه درصد و ارزشی سی و پنج درصد، سیب درختی از رشد وزنی چهل و چهار درصد و ارزشی شصت درصد و خاویار از رشد وزنی بیست و پنج درصد و ارزشی بیست و شش درصد برخوردار بود.

به گفته خسرو تاج همچنین در ده ماه اول امسال صدور زعفران، کنسرو و کمپوت، مصنوعات مسی، لوازم خانگی، فروسیلیس، وسائط نقلیه، لاستیک، سیمان، لوازم بهداشتی، ظروف چینی و دارو بین بیست شش تا صد و نه درصد رشد داشته است.

رئیس کل مرکز توسعه صادرات ایران دلایل ناهماهنگی شدید رشد وزنی و ارزشی را ناشی از سقوط شدید قیمت برخی از کالاهای صادراتی در بازارهای بین المللی دانست.

توسعه صنایع بسته‌بندی، تضمین‌کننده توسعه صادرات است

در دومین نشست بررسی مشکلات مربوط به قوانین صادرات و واردات در تبریز بر لزوم توسعه عملی صنایع بسته‌بندی و ارتقای کیفی این صنعت در اتان آذربایجان شرقی تأکید شد.

در این جلسه که با حضور مدیران کل و مدیران بخش‌های مختلف اقتصادی استان آذربایجان شرقی در شهرستان شیبستر برگزار شد از نبود صنعت مناسب بسته‌بندی در استان به عنوان یک نقص اساسی در توسعه صادرات یاد شد.

به گزارش ایرنا مدیر کل بازرسی و نظارت بر توزیع کالای آذربایجان شرقی در این نشست گفت: نبود صنعت بسته‌بندی مناسب در سطح کشور موجب شده است تا کالاهای خوب و با کیفیت ایرانی در کشورهای همجوار بسته‌بندی اصولی شده و به نام آن کشورها به بازارهای جهانی صادر شوند.

میرغفار حسینی از زعفران مرغوب ایرانی به عنوان یک نمونه بارز در این رابطه یاد کرد و گفت: هم اکنون کالای مرغوب و با ارزشی چون زعفران توسط مسافران عازم خارج به کشورهای همسایه راه یافته و در آنجا با بسته‌بندی‌های زیبا و مناسب به اروپا و آمریکای شمالی عرضه می‌شود.

طرح‌های تولید کاغذ کامپیوتری و ظروف شیشه‌ای در اصفهان به بهره‌برداری رسید

اصفهان، ایرنا ۷۷/۱۱/۲۰
هفت طرح تولیدی و صنعتی با حضور معاون وزیر صنایع در استان اصفهان روز سه شنبه به بهره‌برداری رسید.

برای راه‌اندازی این طرح‌ها ۴۵ میلیارد ریال و ۹۱۴ میلیون ریال و ۲۰ میلیون و ۴۱۶ هزار دلار اعتبار هزینه شده است.

این طرح‌ها شامل مجتمع‌های تولید رایانه، شیشه مطروف، سنگ گرانیت، پروفیل و تجهیزات قنادی می‌باشد.

با راه‌اندازی این طرح‌ها زمینه اشتغال بیش از ۳۲۰ نفر در بخش صنایع این استان فراهم می‌شود.

عضویت نداشتن ایران در سازمان تجارت جهانی موجب کاهش صادرات صنعتی است.

تهران، ایرنا ۷۷/۱۱/۱۷
معاون طرح و برنامه گمرک جمهوری اسلامی ایران گفت: عضویت نداشتن ایران در سازمانهای بازرگانی بین‌المللی و سازمان جهانی تجارت، از علل کاهش صادرات بخش صنعت در دومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است.

دکتر محمد عباس‌زادگان، روز سه شنبه در گفت و گوی اختصاصی با ایرنا افزود: فقدان امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای توسعه صادرات به دلیل تغییرات پی در پی مقررات صدور کالا، مشکلات مربوط به پیمان ارزی و کمبود نقدینگی واحدهای صنعتی از دیگر عوامل کاهش صادرات صنعتی در سالهای اخیر است.

وی به افزایش وزن صادرات صنعتی در سال جاری اشاره کرد و گفت: بر اثر کاهش قیمت اکثر کالاهای صنعتی، بخصوص محصولات پتروشیمی که ناشی از کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی است، ارزش صادرات صنعتی در سال ۷۷ کاهش داشته است.

معاون طرح و برنامه گمرک ایران اقدامات لازم برای رونق صادرات بخش صنعت را ارتقاء کیفیت کالاهای صنعتی صادراتی، رعایت استانداردهای ملی و بین‌المللی، توجه به امر بسته‌بندی محصولات صنعتی، برطرف نمودن مشکلات مربوط به نقدینگی واحدهای صنعتی و تسهیل در مراحل پیمان سپاری ارزی ذکر کرد.

اقلام عمده صادرات بخش صنعت شامل محصولات غذایی، صنایع شیمیایی، آهن‌آلات، فولاد و مس می‌باشد.

شبکه اطلاعات صنعتی ایران در وزارت صنایع راه‌اندازی شد

تهران - ایرنا ۷۷/۱۱/۲۸
وزیر صنایع گفت: برنامه‌ریزی‌های راهبردی در

دنیای متغیر کنونی، بدون توجه به تحولات اطلاعات و فن‌آوری‌های جدید میسر نیست.

مهندس غلامرضا شافعی روز چهارشنبه در مراسم راه‌اندازی شبکه اطلاعات صنعتی ایران در وزارت صنایع گفت: تکنولوژی اطلاعات به همان اندازه که در نظام تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی مؤثر است در نظارت بر اجرای برنامه‌ها، تأثیر فراوان دارد.

وی گفت: انفجار اطلاعات در دهه‌های پایانی قرن بیستم با چنان شتابی در حال گسترش است که فرآیند اطلاع‌رسانی، شیوه‌های زیست اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و روندهای علمی و تمامی تمدن بشری را از بنیاد دگرگون کرده است.

وزیر صنایع اظهار داشت: در جهان کنونی که هر حادثه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و تحول علمی و فنی بر زندگی همگان مؤثر است و در جهانی که ارتباط تنگاتنگ و سرنوشت مشترک، اعضای آن را روز به روز به یکدیگر نزدیک‌تر می‌کند، دسترسی به اطلاعات روزآمد در همه زمینه‌ها ضروری است.

وی گفت: تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در جهان امروز، مرز نمی‌شناسد، و شبکه‌های اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی نظیر اینترنت به سرعت جای خود را در تمام شرکت‌ها، مراکز خرید و فروش و منازل، بانک‌ها، حمل و نقل و تجارت باز کرده است.

وی گفت: در ایران نیز توجه به توسعه اطلاعات و استفاده از تکنولوژی‌های مربوط، در دهه اخیر آغاز شده است و ما در ابتدای کار هستیم و راه درازی در پیش داریم.

شافعی گفت: بخش صنعت به عنوان متولی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی بخش عظیمی از صنایع در این راستا مسئولیت بزرگی دارد و ایجاد و گسترش چنین شبکه‌هایی تحول بزرگی در فرآیند رشد و توسعه صنعت ایجاد خواهد کرد.

وزیر صنایع راهنمایی مراجعان و سرمایه‌گذاران صنعتی در رابطه با دریافت اطلاعات مربوط به سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، در دست اقدام، ضوابط و قوانین و مقررات، دستورالعمل‌ها و بخشنامه، معرفی واحدهای تحقیقاتی و مطالعاتی و فعالیتهای آنها در راستای استفاده مطلوبتر از امکانات تحقیقاتی و معرفی واحدهای صنعتی و تولیدات، کیفیت و مرغوبیت، سود و زیان و وضعیت نیروی انسانی آنها را برخی از خدمات قابل‌ارایه این شبکه ذکر کرد.

وی گفت: آشنایی با مزیت‌های رقابتی مناطق مختلف کشور، واحدهای صنعتی و ایجاد زمینه‌های کاهش شدید هزینه‌ها، تحویل به موقع سفارشات، توسعه صادرات و ورود به بازارهای داخلی و خارجی، توسعه فن‌آوری‌ها و نوآوری‌ها در عرصه تولید و تقاضا بخش دیگری از خدمات قابل‌ارایه توسط این شبکه است.

هزینه‌های تبلیغاتی سالانه در ژاپن کاهش یافت.

توکيو ایرنا ۷۷/۱۱/۳۰
شرکت تبلیغاتی "در این روز جمعه با اشاره

گزارش اعلام کرد هزینه‌های تبلیغاتی در سال ۱۹۹۸ افزون بر ۵ تریلیون و ۷۵۹/۷ میلیارد ین بوده است که

نسبت به سال پیش از آن ۳/۸ درصد کاهش یافته شده است.

این برای نخستین بار طی ۵ سال گذشته است که میزان هزینه‌های تبلیغاتی در ژاپن از سال پیش از آن کمتر می‌شود.

بر اساس گزارش "دن تسو"، میزان هزینه‌های تبلیغاتی در بخش معاملات املاک و ساختمان‌سازی با ۱۸/۵ درصد و بخش خودرو با ۹ درصد بیشترین میزان کاهش را داشته‌اند.

کارشناسان علت کاهش هزینه‌های تبلیغاتی در ژاپن را ناشی از استمرار رکود اقتصادی در کشور می‌دانند.

شبکه اینترنت دو با ویژگی‌های قویتر بزودی راه‌اندازی می‌شود

نیویورک - ایرنا ۲۸/۱۱/۷۷

شبکه خبری سی.ان.ان. روز سه شنبه گزارش داد: در ماه جاری برنامه رایانه‌ای جدید اینترنت دو که انتظار می‌رود به نحو چشمگیری شبکه اینترنت فعلی را بهبود بخشد راه‌اندازی خواهد شد.

مرحله اولیه این پروژه عظیم با راه‌اندازی شبکه بسیار سریع آبلین که مرزهای شرقی و غربی آمریکا را به یکدیگر متصل می‌کند شروع می‌شود.

شبکه آبلین که ساخت آن ده ماه به طول انجامیده است از قریب ۱۳ هزار کابل نوری بین شهرهای نیویورک و سیاتل تشکیل شده و در مرحله اول ۷۰ مرکز تحقیقاتی را با سرعت باورنکردنی ۲/۴ گیگا بایت در ثانیه به یکدیگر متصل می‌کند.

آبلین که اساس اینترنت ۲ می‌باشد ثمره همکاری ۱۳۰ دانشگاه، دولت آمریکا و دست اندرکاران صنعت رایانه می‌باشد.

هر چند شبکه آبلین به منظور ارتقاء ارتباط بین مراکز علمی و تحقیقاتی طرح ریزی شده است ولی استفاده آزمایشی از آن برای آزمون نرم‌افزارهای مختلف تا حدی مجاز خواهد بود.

سخنگوی یکی از شرکت‌های همکار در طرح یاد شده گفت: با توجه به آنکه شبکه جدید عمدتاً در مالکیت دانشگاهها خواهد بود و با توجه به باز بودن این مؤسسات در افشای دستاوردهای خود مطمئن هستیم که ثمره زحمات ما در ساختن شبکه جدید "احتکار" نخواهد شد.

کارن آدامس از دانشگاه ایندیانا که مسئول عملیات روزانه آبلین خواهد بود گفت: تلاش روزانه ریاضیدانان و فیزیکدانان در ساخت آبلین آزمونی برای بررسی فن‌آوری‌های موجود بر اینترنت ارائه خواهد داد.

مشکلات آسیایی‌ها برای تجارت با اینترنت

نیویورک - ایرنا ۲۷/۱۱/۷۷

گسترش روزافزون تجارت با اینترنت، آسیایی‌ها را دچار مشکل کرده است به گونه‌ای که در تجارت از غربی‌ها عقب مانده‌اند.

ندانستن زبان انگلیسی، نگرانی درباره تبعات خرید و فروش از طریق اینترنت، مسائل امنیتی خاص

کار با اینترنت و فرهنگ خرید و فروش کردن که متأثر از یک سنت دیرین آسیایی است، مشکلات عدیده‌ای در تجارت آسیایی‌ها با اینترنت در قاره آمریکا ایجاد کرده است.

روزنامه یواس ای تودی روز سه شنبه به نقل از یک کارشناس مسائل تجاری نوشت: بسیاری از استفاده‌کنندگان آسیایی از اینترنت، زبان انگلیسی نمی‌دانند و با وجود آنکه استفاده‌کنندگان اینترنت در آسیا حدود ۶۳ درصد در سال گذشته میلادی رشد داشتند، اما تنها ۱۲ درصد استفاده‌کنندگان اینترنت را در جهان تشکیل می‌دهند.

این در حالی است که آمریکا و کانادا ۶۲ درصد را تشکیل می‌دهند.

وی افزود: مشتریان آمریکایی با خرید از روی بروشور و یا خرید با تلفن و کارت اعتباری آشنایی داشته اما آسیایی‌ها این تجارب را ندارند.

هنوز بسیاری از دولتهای آسیایی نیاز به گذراندن قانونی برای مبادلات تجاری با استفاده از کارت اعتباری بر روی اینترنت دارند و این مسئله امنیت خرید و فروش بر روی اینترنت را تشدید می‌کند.

آسیایی‌ها در معاملات خود با بیگانه مبادله پول نقد را بیش از تضمین‌های دیگر ترجیح می‌دهند.

از طرفی ترافیک رایانه در مناطقی مانند هنگ‌کنگ بسیار شدید بوده و آنطور که برآورده شده هزینه آن برای ارائه‌دهندگان این خدمات ده برابر بیشتر از مناطقی مانند لس‌آنجلس است. مسئله دیگر این است که مبتکرین این کار در آسیا ترس از شکست دارند.

از هر هفت دلار که صرف تجارت‌های رایانه در آسیا می‌شود، شش دلار به شرکت‌های غیر آسیایی می‌رسد.

تجار چین بیشترین استقبال را تاکنون درباره تجارت الکترونیکی نشان داده‌اند.

تجارت میان بازرگانان چینی و نیویورکی که دشواری‌های زیادی دارد با استفاده از اینترنت بسیار تسهیل می‌شود. سال گذشته داد و ستد الکترونیکی در هنگ‌کنگ ۷۳ درصد کل مبادلات تجاری را تشکیل می‌داد و بر اساس برآورد تحلیلگران این میزان در چین حتی بیشتر بوده است.

منابع آسیایی میان واردکنندگان و صادرکنندگان ارتباط ایجاد می‌کنند، درست کاری که روزنامه‌ها برای مدت ۲۷ سال انجام می‌داده‌اند.

برنامه‌های حفاظت محیط زیست در آتریش

وین - ایرنا ۲۴/۱۱/۷۷

آتریش، کشوری با جمعیت هشت میلیون نفر و مساحت ۸۴ هزار کیلومتر مربع که در مرکز اروپا واقع شده است، در اجرای سیاست حفاظت از محیط زیست، یک کشور نمونه اروپائی به شمار می‌رود و در این کار به موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای نائل شده است.

این کشور در زمینه‌های مختلف زیست محیطی از جمله حفظ منابع آب، پاکیزگی هوا و محیط‌های عمومی، جمع‌آوری صحیح و اصولی زباله و بازیافت مواد، کنترل استاندارد آلوده‌سازی کارخانجات، وسایل نقلیه عمومی و خودروهای شخصی و نیز حفاظت از

جنگل‌ها، سیاست‌های منسجمی را دنبال کرده که مهمترین بخش موفقیت خود را مرهون کار فرهنگی و اطلاع‌رسانی سامان یافته در جامعه می‌داند.

جمع‌آوری اصولی زباله (همراه با تفکیک دوگانه کاغذ و سایر زباله‌ها) و توسعه صنایع بازیافت زباله، علاوه بر صرفه اقتصادی آن موجب کاهش آلودگی محیط زیست شده بطوری که در سراسر اروپا، آتریش مقام دوم را در بازیافت کاغذهای باطله کسب کرده و در این کشور نزدیک به ۷۳ درصد از کاغذ مصرفی دوباره بازیافت می‌شود.

آتریش که ۴۵ درصد مساحت آن را جنگل پوشانده است، به حفاظت از مناطق طبیعی کشور بسیار اهمیت می‌دهد، به نحوی که در مناطق تحت پوشش حفاظتی وزارت محیط زیست، مجتمع‌های صنعتی و کارخانجات اجازه تأسیس و فعالیت ندارند.

دکتر هویسکی می‌افزاید: آموزش حفاظت از محیط زیست باید از دوره ابتدایی آغاز شود و به عنوان نمونه، دسته‌بندی زباله‌ها را می‌توان به راحتی به خردسالان آموزش داد و جالب است که کودکان، خود را موظف می‌بینند این آگاهی‌ها را به والدین خود منتقل کنند.

انبار کردن کالا و مواد اولیه برای آغاز سال ۲۰۰۰

واشنگتن، ایرنا ۲۱/۱۱/۷۷

بعضی از کارخانه‌ها در آمریکا از بیم احتمال بروز اختلالات در آغاز سال آینده میلادی اقدام به انبار کردن کالاها و مواد اولیه می‌کنند.

روزنامه "وال استریت ژورنال" در روز سه شنبه خود نوشت برخی از شرکت‌های آمریکا در انبارهای خود برای آغاز سال آینده مسیحی ذخیره‌سازی خواهند کرد.

آغاز سال ۲۰۰۰ به معنای تغییر هزاره و تغییر سه رقم از شماره سال مسیحی است. این تغییر رقم، اصلاحات بسیاری را در سیستم‌های رایانه‌ای لازم می‌آورد و شرکت‌های زیادی به اجرای این اصلاحات اقدام کرده‌اند. اما علاوه بر آن احتمالات و شایعات گوناگونی نیز وجود دارد که شرکت‌ها و سازمانها و مردم را به چاره‌اندیشی واداشته است.

بر پایه این گزارش شرکت زیراکس که یکی از شرکت‌های بزرگ فن‌آوری در آمریکا محسوب می‌شود قصد دارد قطعات و مواد اولیه لازم برای تولید یک ماه کارخانه‌های خود را در انبار ذخیره نماید. این چهار برابر ذخیره معمول انبارهای این شرکت است.

وال استریت ژورنال نوشت شرکت‌های بزرگ آمریکا از قبیل زیراکس از تأمین‌کنندگان مواد اولیه خود تضمین خواسته‌اند که مشکلات احتمالی آغاز سال ۲۰۰۰ را با آنها در میان بگذارند.

کورنینگ Corning شرکت بزرگ دیگر آمریکا که انواع محصولات از جمله انواع شیشه تولید می‌کند نیز اقدام به افزایش ذخایر مواد اولیه و نیز ذخیره کالاها تولید شده کرده است.

وال استریت نوشت بر پایه تحقیقی که مؤسسه "کپ جمینی" انجام داده است ۳۸ درصد از شرکت‌های آمریکایی برای مقابله با مشکلات احتمالی آغاز هزاره میلادی قصد انباشتن انبارهای خود را دارند.

بر پایه این گزارش برخی مقامات آمریکایی، شرکت‌های این کشور را به انباشتن مواد اولیه و محصولات تولید شده توصیه کرده‌اند.

قیمت ماده پتروشیمی اتیلن در آسیا کاهش یافت

تکیو - ایرنا ۷۷/۱۲/۷

معامله‌گران مواد پتروشیمی خبر دادند، قیمت ماده اتیلن در بازار آسیا روند کاهشی در پیش گرفته است. آنان روز جمعه افزودند، قیمت هر تن اتیلن در بازارهای آسیا، دوپست و هشتاد دلار می‌باشد که نسبت به دو ماه پیش حدود بیست درصد کاهش یافته است.

کارشناسان علت موضوع را ناشی از پایین آمدن سطح مصرف و افزایش میزان عرضه اتیلن در بازار می‌دانند. آنان افزودند: که با توجه به وضعیت رکودی بازار، احتمال بالا رفتن قیمت ماده اتیلن مشکل به نظر می‌رسد.

فروش مستقیم برنج تایلند با بسته‌بندی خانوادگی در سطح جهان آغاز شد

کوالالمپور - ایرنا ۷۷/۱۲/۵

یک شبکه بین‌المللی پخش کالا برای نخستین بار فروش مستقیم برنج تایلند را به صورت بسته‌بندی خانوادگی در سطح جهان به عهده گرفت. خبرگزاری مالزی روز چهارشنبه خبر داد، این شبکه که زیر نظر شرکت "ام وی" مستقر در آمریکا در سطح جهان فعال است از امروز فروش مستقیم برنج بسته‌بندی شده را با کمک بیش از صد و چهل هزار توزیع‌کننده خود در تایلند نخست در داخل این کشور آغاز کند. پیش‌بینی شده است که فروش مستقیم برنج تایلندی در جهان صادرات این فرآورده کشاورزی را که تاکنون به صورت انبوه و قرارداد میان شرکت‌ها عرضه می‌شده است افزایش دهد. تایلند در سال نود و هشت میلادی بیش از شش میلیون تن برنج به خارج صادر کرد که سیزده درصد نسبت به سال قبل از آن بیشتر بود.

مالزی با همکاری شرکت‌های خارجی کارخانه پتروشیمی می‌سازد

کوالالمپور - ایرنا ۷۷/۱۲/۵

"پتروناس" شرکت ملی نفت مالزی یک موافقتنامه همکاری برای ساخت یک کارخانه پتروشیمی در سواحل شرقی این کشور با دو شرکت خارجی امضا کرد.

بر پایه بیانیه رسمی پتروناس که روز چهارشنبه در کوالالمپور پایتخت مالزی انتشار یافت این شرکت موافقتنامه مذکور را با شرکت‌های "پلیفن" آفریقای جنوبی و "دی اس ام پلی اتیلن" هلند امضا کرده است. این کارخانه پتروشیمی با صد و هفتاد میلیون دلار سرمایه‌گذاری در شهر "کرتیه" در ایالت ترنگانو واقع در شرق مالزی ساخته می‌شود.

این کارخانه پلی اتیلن با فشردگی کم تولید می‌کند و گنجایش تولید آن به دوپست و پنجاه و پنج

هزار تن در سال می‌رسد. در این مشارکت، پتروناس مالزی و پلیفن آفریقای جنوبی هر کدام چهل درصد سهام دارند و بیست درصد بقیه به شرکت هلندی دی اس ام تعلق دارد.

پیش‌بینی می‌شود که تولید این کارخانه پتروشیمی مالزی در سال ۲۰۰۱ میلادی آغاز شود. پتروناس مشارکتی نیز با شرکت "یونین کارباید" برای تولید ماده اولیه ساخت اتیلن دارد که قرار است کارخانه آن در همان زمان آغاز به کار کند تا مواد اولیه کارخانه اتیلن توسط آن تأمین شود. شرکت پتروناس مالزی همچنین در نظر دارد پس از سال ۲۰۰۱ میلادی ۲/۵ میلیارد دلار در زمینه پتروشیمی سرمایه‌گذاری کند.

"محمد حسن مریکان" رییس اجرایی این شرکت می‌گوید تاکنون ۳/۶ میلیارد دلار در زمینه پتروشیمی در مالزی سرمایه‌گذاری خارجی بوده است. به گفته وی کل سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در بخش پتروشیمی مالزی پس از سال ۲۰۰۱ میلادی می‌تواند به پنج میلیارد دلار برسد.

اطلاعات، توانمندی و قدرت می‌آورد

نیویورک - ایرنا ۷۷/۱۲/۹

کارشناسان ارتباطات عقده دارند در دنیایی که هر پیشرفتی متکی به آگاهی است، اطاعات در فعالیت‌های رقابتی حرف اول را می‌زند.

ماهنامه کامپیوتر یوزر در شماره اخیر خود با اعلام این مطلب نوشت: در دنیای تجارت و یا هر فعالیت رقابتی دیگر، اطلاعات توانمندی و قدرت می‌آورد. در گذشته مدیران اجرایی عالی رتبه همواره افرادی را استخدام می‌کردند تا با بررسی مجلات و روزنامه‌های مختلف مطالب مفید را یافته و با خلاصه کردن آنها، گزارش مختصری برای ارائه آماده کنند. امروزه وجود نشریات کامپیوتری بر شبکه اینترنت و نرم‌افزارهای مناسب، وجود این گونه افراد را بی‌اثر کرده است.

در گذشته نه چندان دور یکی از راه‌های رسیدن اخبار تخصصی و مورد علاقه افراد از طریق پست الکترونیک بود و کمی بی‌احتیاطی منجر به بمباران مدیر و یا مخاطب توسط سیل پست‌های الکترونیک ارسال می‌شد.

اکنون اغلب سایت‌های خبری که به نشریات مختلف بر اینترنت دسترسی دارند، به استفاده‌کننده اجازه ساخت صفحه خانه ویژه وی با مشخصات انتخابی را می‌دهند و تنها با اتصال به این صفحه خانه می‌توان اخبار مورد نظر در روز جاری را بدون مدفون شدن در زیر آوار انفجار اطلاعاتی، بررسی کرد. شکی نیست که چنین مزیتی بر پیشرفت صنایع نیز بدون تأثیر نخواهد بود.

ماشین‌های چاپ ایرانی در نمایشگاه ساحل عاج

پاریس - ایرنا ۷۷/۱۲/۸

نخستین نمایشگاه تجاری ایران روز جمعه در مراسمی با حضور تعدادی از مقام‌های ساحل عاج در

محل نمایشگاه‌های بین‌المللی ایبجان پایتخت این کشور گشایش یافت.

در این مراسم سفیر جمهوری اسلامی ایران در ساحل عاج طی سخنانی گشایش نمایشگاه را نقطه عطفی در روابط دو کشور توصیف و بر زمینه‌های موجود برای توسعه روابط تأکید کرد.

عبدی ابیانه خاطر نشان کرد جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه آتی بین‌المللی کشاورزی در ایبجان شرکت خواهد کرد.

این گزارش حاکی است که نمایشگاه ایران در نخستین روز مورد بازدید وزیران امور خارجه و تجارت داخلی ساحل عاج و جمع کثیری از مردم این کشور قرار گرفت.

در این نمایشگاه محصولات از صنایع خودروسازی، لاستیک‌سازی، فرش‌بافی، صنایع دستی، لوستر، دستگاه‌های چاپ، کفش، موکت، لوازم بهداشتی و ساختمانی و مبلمان در معرض دید بازدیدکنندگان قرار گرفته است.

بازدیدکنندگان قرار گرفته است.

بارکد نامرئی

یک گروه پژوهشی دانشگاه نی ایگاتای ژاپن

یک نوع بارکد نامرئی ساخته که قابلیت ضبط و حفظ اطلاعات بیشتری نسبت به بارکدهای مریبی دارد. علت افزایش میزان اطلاعات این بارکد، نامرئی بودن آن است که روی علایم و طرح‌های چاپ شده روی کالاها را نمی‌پوشاند و ظاهر بسته‌بندی کالاها را از شکل نمی‌اندازد. این گروه به مدیریت «هیدئوماکینو» استاد فن آوری اطلاعاتی این دانشگاه، فکر اولیه این طرح را از مهرهای نامرئی فلورسنت گرفت که در پارک‌های تفریحی روی بلیت دیدن‌کنندگانی که قصد خروج موقت از پارک و بازگشت دوباره دارند زده می‌شود.

در بارکد نامرئی مرکب ویژه‌ای استفاده شده که نور را بدون جذب کردن از خود عبور می‌دهد و تنها با دوربین مادون قرمز قابل خواندن است. دستگاه خواندن بارکد نامرئی نیز که به وسیله این گروه ساخته شده ترکیبی از یک دوربین و یک ابزار فرآوری و تولید صدا است که اطلاعات خوانده شده را به اطلاعات تصویری و صوتی تبدیل می‌کند. به گفته پژوهشگران، از این سامانه جدید بارکد که دارای ظرفیت بیشتری برای نگهداری اطلاعات است می‌توان در فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سایر خرده‌فروشی‌ها برای انتقال اطلاعات درباره کالاها به خریداران نابینا بهره‌برداری کرد. این در حالی است که بارکدهای معمولی تنها شامل نام و نرخ کالا برای افراد عادی است.

این گروه پژوهشگر اکنون تلاش می‌کند اندازه و وزن دستگاه‌های مربوط به این سامانه را تا اندازه‌ای کوچک‌تر کند که کاربرد گسترده‌ای پیدا کند. پروفیسور ماکینو ضمن ابراز اطمینان از پیشرفت این دستگاه برای استفاده عملی و گسترده گفت: این سامانه نه تنها می‌تواند به افراد معلول نابینا کمک کند، بلکه به طور کلی می‌تواند از آن برای مدیریت اطلاعات مربوط به کالاها بهره‌برد. به گفته پژوهشگران این سامانه در آینده کاربردهای گسترده‌تری مانند جلوگیری از سوء استفاده و تقلب در کارت‌های شناسایی خواهد داشت.



شرکت صنایع بسته بندی شاد مهر

سازنده ماشین آلات مدرن بسته بندی در انواع

گرانول (حبوبات، خشکبار،...) ماکارونی و اسپاگتی، پودر (ادویه جات و نمک)، دستگاه توزین دار، مواد شیمیایی و دارویی از وزن ۲ الی ۲۰۰۰ گرم با بالابر و نوار نقاله های مربوطه با سیستم عملکرد الکترومکانیک با نصب و آموزش رایگان و یک سال گارانتی و ۱۰ سال خدمات پس از فروش

نشانی: تهران / کیلومتر ۱۸ جاده ساوه ایستگاه نوری / جنب چلوکبابی سعید و برادران صندوق پستی: ۳۳۱۳۵/۳۱۳ تلفن: ۲۷۷۹۳-۲۶۳۲۱ (۰۲۲۸۲) فاکس: ۲۷۷۹۳-۲۷۷۹۳ (۰۲۲۸۲) تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۱۹۴۳۳۰-۰۹۱۱۲۱۳۳۹۶۶

سال نو مبارک

وعد ما

iran agro food 99
ششمین نمایشگاه بین المللی
صنایع کشاورزی و مواد غذایی
۲۸ تا ۳۱ اردیبهشت ۷۸

تولید کننده انواع دستگاه های شرینگ پک، شرینگ تونلی، محفظه ای، سربطری و استرچ پالت

شیرزاد

آدرس: کیلومتر ۶۵ اتوبان تهران - قزوین، شهر صنعتی هشتگرد، خیابان یکم، شرکت شیرزاد
تلفن: ۰۲۶۹۷۳۷۵۷-۴۷۵۷-۹
تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۲۰۷۹۱۱-۰۹۱۱۲۰۲۰۳۲۶
نمابر تهران: ۴۴۱۲۶۲۱
صندوق پستی: تهران ۴۳۱-۱۴۵۱۵

انواع دوخته های شرینگ تونلی		مدلها و ابعاد ورودی کوره های شرینگ تونلی			
شماره	مدل	ابعاد ورودی		مدل	شماره
		ارتفاع	عرض		
۰۱	دستی	۳۵	۳۵	۳۰۰۰	۰۱
۰۲	نیمه اتوماتیک	۳۵	۴۵	۶۰۰۰	۰۲
۰۳	تمام اتوماتیک	۳۵-۴۰	۵۵	۹۰۰۰	۰۳
۰۴	تمام اتوماتیک در امتداد خط تولید	۳۵-۴۰	۶۵	۱۲۰۰۰	۰۴
۰۵	تمام اتوماتیک ردیف کننده افقی	۳۵-۴۰-۵۰	۷۵	۱۵۰۰۰	۰۵
۰۶	تمام اتوماتیک ردیف کننده عمودی	۳۵-۴۰-۵۰	۸۵	۱۸۰۰۰	۰۶
۰۷	دوخت مخصوص اجسام گرد	۳۵-۴۰-۵۰-۶۰	۹۵	۲۱۰۰۰	۰۷
۰۸	دوخت مخصوص لنت ترمز کشکی	۳۵-۴۰-۵۰-۶۰	۱۰۵	۲۴۰۰۰	۰۸
۰۹	چهار طرف دوخت دستی	۳۵-۴۰-۵۰-۶۰-۷۰	۱۱۵	۲۷۰۰۰	۰۹
۱۰	چهار طرف دوخت اتوماتیک	۳۵-۴۰-۵۰-۶۰-۷۰	۱۲۵	۳۰۰۰۰	۱۰

زرین خاتم تهران

□□□□□□□□□□□□□□□□

شماره ثبت: ۱۰۶۷۵۴

سازنده انواع
ماشین آلات بسته بندی
و کیوم فرمینگ،
پرس حرارتی
ترموپک و شرینگ پک



پذیرش کلیه سفارشات بسته بندی

به طریقه

و کیوم فرمینگ و ترموپک

تلفن: ۰۲۲۷۷-۲۹۶۸

تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۱۴۲۰۳۲

صنایع ماشینهای بسته بندی

ر ساتولید

یک ربع قرن تجربه

در زمینه ساخت انواع دستگاه بسته بندی
دستگاه های بسته بندی جای، تافی
شکلات و ماکارونی اسپاگتی، فرم
حبوبات، خشکبار
دستگاه بسته بندی انواع پودر
دستگاه بسته بندی شرینگ پک در
سایزهای مختلف
خط کامل شستشو، سورتینگ و
بسته بندی خرما

مشورت با ما برای خرید دستگاه بسته بندی

به نفع شماست

دفتر مرکزی و کارخانه: اصفهان خیابان

امام خمینی خ بسیج، جنب شرکت ایران گاز

بن بست بهنام تلفاکس ۸۶۲۶۶۶-۳۱



لاستیک سینا

روکش لاستیکی نوردهای چاپ
کشش، فلکسو، صلایه، سیلیکونی
روکش نوردهای چاپ فلز
روکش نوردهای چاپ کارتن
روکش نوردهای چاپ پلاستیک
نایلون، نایلکس، UV ROLLS

دفتر تهران - نارمک - گلبرگ غربی

بعداز کرمان نبش کوچه اسلامی شماره ۵۲

تلفن: ۷۸۱۲۵۲۴ و ۷۸۲۹۳۲۳

تلفن همراه:

۰۹۱۱۲۱۱۲۳۹۵ و ۰۹۱۱۲۱۳۱۲۷۴

HADDAD

ماشینهای بسته بندی هداد

تولیدات:

- Full automatic thermoformer for packaging various food, non-food & pharmaceutical with befitted fillers.
- Automatic packaging machines for ready made trays.
- Blister packaging machines for packaging various pharmaceutical capsules and tablets.
- Food automatic packaging machines for individual packs such as jam, honey, and butter.
- Semi automatic vacuum machines with or without chamber for packaging various food materials.
- Vacuum forming and vacuum skin pack M/Cs for packaging various non-food materials such as spare parts.
- Shrink units for packaging different food and non-food materials.
- Trays manufacturing machines.

- ماشین بسته بندی اتوماتیک ترمو فورمر، برای بسته بندی انواع مواد غذایی و غیر غذایی، پزشکی و دارویی همراه پرکن های مربوطه.
- ماشین بسته بندی اتوماتیک در ظروف آماده.
- ماشین پلیستر برای بسته بندی انواع قرص ها و کپسولهای دارویی.
- ماشین اتوماتیک برای بسته های تکفشره مانند مربا، عسل، کره.
- ماشین و کیوم سمه اتوماتیک مخزن دار و بدون مخزن جهت بسته بندی انواع مواد غذایی.
- ماشین و کیوم فرمیگ و و کیوم اسکین برای بسته بندی انواع محصولات غیر غذایی مانند: لوازم یدکی و غیره.
- ماشین بسته بندی شرینگ، تک، برای بسته بندی انواع محصولات غذایی و غیر غذایی، و غیره.
- ماشینهای ظروف ساز.



Vacuum Packaging Double Chamber

Thermoformer M/C High Product

Tray Sealer Machine

Thermoformer M/C Low Product

Tray Dimster

Vacuum Packaging Single Chamber

Tray Dimster

Tray Dimster

Shrink Wrapping Machine

Thermoformer M/C Semi Automatic

Skin & Packing Machine

Blister Packaging Machine

Blister Packaging Machine

Sale's Office :
Tel : 0098 21 8233128
Fax : 0098 21 8208610

Factory : No. 49 Nilly St. Sazemane Ab St.
Damavand Road, Tehran - IRAN
Tel/Fax : 0098 21 7349412

دفتر فروش :
تلفن : ۸۲۳۳۱۲۸
فکس : ۸۲۰۸۶۱۰
دورنگار : ۸۲۰۸۶۱۰

کارخانه : تهران - ابتدای جاده دماوند، خیابان کارخانه تهران - ابتدای جاده دماوند، خیابان سازمان آب، ۱۵ متری نیلی، شماره ۴۹ سازمان آب، ۱۵ متری نیلی، شماره ۴۹
تلفن / دورنگار : ۷۳۴۹۴۱۲
تلفن / دورنگار : ۷۳۴۹۴۱۲



جمهوری اسلامی ایران

ISLAMIC REPUBLIC OF IRAN

وزارت بازرگانی

MINISTRY OF COMMERCE

مرکز توسعه صادرات ایران

EXPORT PROMOTION CENTER OF IRAN

ششمین نمایشگاه بین المللی صنایع کشاورزی و مواد غذایی

۲۸ تا پایان ۳۱ اردیبهشت ۱۳۷۸

تهران، محل دائمی نمایشگاهها

May 18 - 21, 1999 Tehran

Location: Permanent Int'l Fair Grounds

6th International Food, Food Processing & Agricultural Trade Fair



COORGANIZED BY :



مرکز توسعه صادرات ایران

EPCI

Export Promotion Center of Iran

P.O.Box 11, 48

IR - Tadjrish - Tehran

Tel.: +98-21-2 19 15 63

Fax: +98-21-2 04 28 58

iran 99 agro food

iNTERNATIONAL TRADE FAIR
AND HANDLING SERVICE

Ms. Ladan Maleki

Tehran Office at the EPCI

IR - Tadjrish - Tehran

TEL: +98-21-2 04 69 11

Fax: +98-21-2 05 13 39

fairtrade

Ms. Heike Slotta

Villa fairtrade : Bergstrasse 114

D - 69121 Heidelberg

Tel.: +49-(0)62 21-45 65-27

Fax: +49-(0)62 21-45 65-25

e-Mail: h.slotta.fairtrade@t-online.de