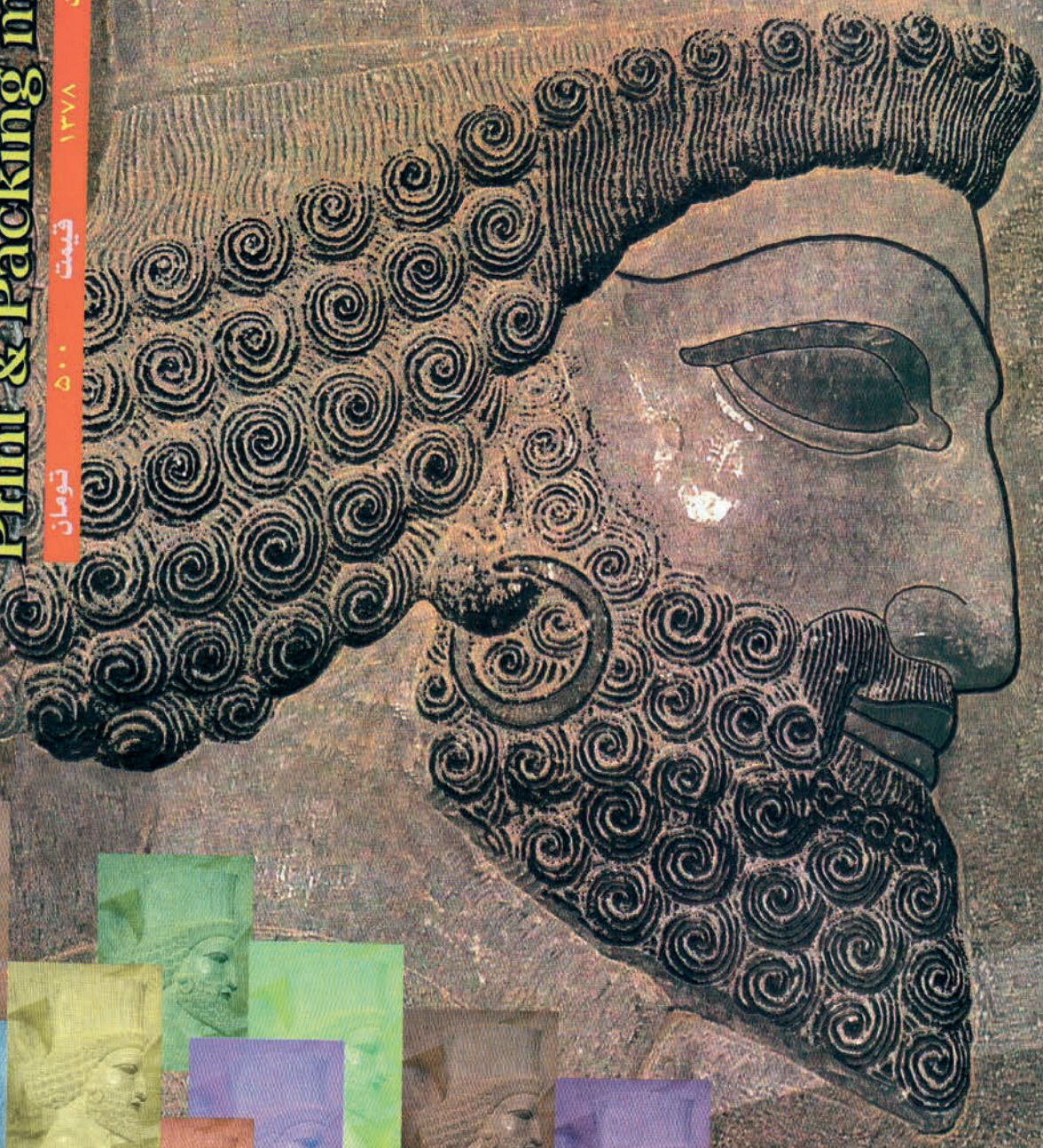


ماہنامہ

چارے پستنی بند کی

Print & Packing monthly magazine

سال دوم شمارہ ۱۶ اردیبهشت ۱۳۷۸ قیمت ۵۰۰ تومان



چوبچستنی بند کی

چاپ صلاحی



۱۳۷۸

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 پنوماتیک
- کنترلر الکترونیک و تمام اتوماتیک
- انتخاب هر نقطه از صفحه جهت چاپ
- قابلیت تنظیم سرعت چاپ از ۱ تا ۲۰۰ عدد در دقیقه
- قابلیت همامنگی 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 مگم تلفکس: ۵۳۱۸۰۸ (۰۴۱)
تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۱۵۷۵۱۲
نماینده گی مناطق مرکزی و شمال کشور: (اصفهان)
خیابان چهارباغ عباسی (پاساژ شکری)
تلفن: ۲۳۵۴۹۰ (۰۴۱)
نماینده گی استانهای آذربایجان شرقی و غربی
و مناطق غرب کشور: (تبریز) تلفن: ۷۳۴۷۲ (۰۴۱)
تلفن همراه: ۰۹۱۱۴۱۵۸۸۲۶



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

یکی از گامهای مثبتی که دولت و مجلس به سوی ساماندهی اقتصادی کشور برداشته‌اند ارائه و تصویب تبصره سی و پنج لایحه بودجه است. قانونی که با اجرای صحیح و کامل آن، بخش خصوصی پس از بیست سال نفس راحتی خواهد کشید. در حال حاضر دولت کمتر از نه ماه فرصت دارد تا تکلیف تمام شرکتها و سازمانهای دولتی موضوع بند (و) تبصره (۲) قانون برنامه دوم توسعه اقتصادی را روشن کند. طبق تبصره سی و پنج لایحه بودجه سال جاری، دولت برای تعیین تکلیف این شرکتها باید به انحلال، واگذاری و یا فروش سهام آنها به بخش خصوصی و تعاونی اقدام کند.

متأسفانه با سیاستهای اقتصادی بیست ساله اخیر حس و حالی برای بخش خصوصی باقی نمانده تا حقوق پایمال شده خود را در این تبصره و اصل چهل و چهار قانون اساسی به خوبی جستجو کنند. در پی سیاستهای دولت سالارانه سالهای گذشته که قدرت بی حد و حسابی برای مدیران بخش دولتی فراهم آورده بخش خصوصی به موجودی ضربه پذیر تبدیل شده است (البته هنوز هم هست) که هست و نیستش یا به عبارتی بودن یا نبودنش تنها به تصمیم یک مدیر یا کارشناس دولتی وابسته است. چه بسا قانونهای اشتباهی که نتیجه‌اش سود شرکتهای دولتی و ضرر بخش خصوصی بوده و هست. با کم شدن تصدی دولت در امور تولید و خدمات، سایه این پدر پول دار که بچه‌هایش (در بعضی اوقات در عین بی‌لیاقتی) به مردم (صنایع) فقیر کشور فخر فروشی می‌کردند کنار خواهد رفت. سالیانست که دولت در بخش صنعت و اقتصاد بسان یک پادشاه، بیت‌المال را به شکم دربار خود که همان شرکتها و سازمانهای ریز و درشت دولتی باشد ریخته است. این کار در سایه مدیریتهای ناپایدار، به حیف و میل بیت‌المال منجر شده است. به هر حال امروز با اجرای صحیح قوانین فوق می‌توان بخشی از این مشکلات را از سر راه برداشت. همانطور که گفته شد بخش خصوصی در بسیاری از رشته‌ها انقدر ضعیف است که قادر به احقاق حق خود نیست. حتی بعضی صنایع از آنچه می‌گذرد بی‌خبرند. در اینجا منظور از ضعف بخش خصوصی، ضعف در ارتباطهای محکم صنفی و آمادگی برای تغییر و تحولات اقتصادی کشور است. در این خصوص اگر به دو صنعت موضوعی این نشریه یعنی صنعت چاپ و صنعت بسته‌بندی بپردازیم می‌بینیم که هر دو این صنایع قادر به احقاق حقوق خود نیستند. آمارها نشان می‌دهد که این دو صنعت همواره از سوی دولت مورد بی‌توجهی قرار گرفته‌اند. نگاهی اجمالی به وضعیت فعلی صنعت چاپ بیاندازیم.

سالیانست که ارباب ادب، این فرزند با استعداد صنعت را به دلیل حساسیت و اهمیت آن چیزی که تولید می‌کند، با محبت زیر پر و بال خود گرفته و آن را هنر خوانده‌اند. نظارت را تحت عنوان حمایت به صنعت چاپ تحمیل کردند. انجمن اسلامی و اتحادیه و تعاونی همه یک معنی پیدا کردند و آنگاه بود که همه فکر کردند که با تعارف و بفرما و فلانی بزرگتر است و انشالله والحمدالله می‌توان بر تارک صنعت چاپ منطقه ایستاد. آنوقت بود که عثمانی‌های بی‌دین، بازار ایران را عرصه ترکتازی خود قرار دادند و جوجه‌های کور تازه سرز تخم در آورده کشورهای خلیج، برای ایرانی‌ها، هم‌تراز کشورهای پیشرفته شدند. آن روزها (امروز) ما در خیابانهای تهران انقلاب صادر می‌کردیم و کسی یک سنت هم برای ما نمی‌پرداخت و دیگران نه حتی صنعت و سرمایه که فقط خدمات را از آن هم قاچاق به ایران صادر می‌کردند و دلارهای خود را می‌انباشند که البته هنوز هم ادامه دارد. این قصه سر دراز دارد و حق مطلب را ادا نکرده از آن می‌گذریم. امروز سروران و متولیان این صنعت (صنعت چاپ) حتی از وقایع جاری داخل کشور نیز عقب مانده‌اند. چرا بعضی فکر می‌کنند صنعتی که استاد تحصیل کرده دانشگاهی (نه موسسات و کالجهای خارج) در رشته چاپ ندارد، می‌تواند در دولت و مجلس و سازمان برنامه و بودجه و امثال اینها مدافعی داشته باشد. صنعت پرشور و حالی که مانند کودکی در میان آغوش محبت‌آمیز مادر بزرگی به نام وزارت فرهنگ و ارشاد در حال خفه شدن است. صنعتی که در کوچکترین کارگاههای دهها میلیون تومان سرمایه خوابیده و یک صنعت تمام عیار است باید بجای آنکه حواس خود را متوجه تحولات و قوانین وزارت صنایع و سازمانهای اقتصادی کند، گوش و چشم خود را وقف جستجو در میان نم‌ها و اصوات و تصاویر و بهیه و احسنتهایی کند که از یک وزارتخانه فرهنگی در می‌آید تا در لابلای اینهمه معنویات اندکی پلی مر و سیلندر آنیلوکس و اسکنر و سلولز و برد الکترونیک و امثال آن پیدا کند. صنعت چاپ ما در دو دهه گذشته به اجبار قانون ناچار از دنباله‌روی فرهنگ بوده است در حالی که باید به صنعت نگاه می‌کرد. چاپخانه‌دارهای ما انقدر که اتاقها و راهروهای وزارت ارشاد را می‌شناسند وزارت صنایع را نمی‌شناسند.

متأسفانه با سیاستهای اقتصادی بیست ساله اخیر حس و حالی برای بخش خصوصی باقی نمانده تا حقوق پایمال شده خود را در این تبصره و اصل چهل و چهار قانون اساسی به خوبی جستجو کنند.

چاپخانه‌دار عزیز وقتی به وزارت ارشاد می‌روی بطور اتفاقی با چند مهندس برخورد می‌کنی؟ وقتی در اتاق انتظار فلان مدیر نشستهای با چند مهندس مکانیک و برق و شیمی هم صحبت هستی؟ چقدر در دنیای صنعت قرار گرفته‌ای؟ چه کسی باید تو را به دنیای صنعت و تکنولوژی و اقتصاد صنعتی برگرداند و به چه کسی امید بسته‌ای؟ یک مدیر در وزارت ارشاد می‌گفت: از حدود یکصد و پنجاه چاپخانه دولتی که در ایران وجود دارد سرمایه‌گذاری نزدیک به بیست چاپخانه بالاتر از جمع سرمایه بسیاری از چاپخانه‌های بخش خصوصی است. بیشتر این چاپخانه‌های دولتی در عمل، به در آمدزایی برای سازمان مربوطه خود می‌پردازند این چاپخانه‌ها با ورود به بازار مانند یک مشت بزرگ و محکم بی‌چون و چرا به سینه چاپخانه‌داران و لیتوگرافان بخش خصوصی کوبیده می‌شوند. در اوج محدودیتهای واردات با استفاده از ارزهای تخصیص یافته به سازمانهای

روی جلد: ترموگرافی اتوماتیک
ره‌آوردی جدید از چاپ صلاحی
اولین مرکز برجسته کاری چاپی به روش ترموگرافی بصورت اتوماتیک و با سرعت بالا.
چاپ با ماشین چهاررنگ، صحافی، یووی مات و براق، ترموگرافی در چاپ صلاحی
تلفن: ۶۷۱۶۱۷۳ - ۶۷۱۷۹۷۰ فکس: ۶۷۱۴۷۷۳
تهران / فردوسی جنوبی، کوچه خواندنیها، شماره ۶

- اشاره (به بهانه تبصره ۳۵ لایحه بودجه) ۱
دومین جشنواره چاپ ایران..... ۳
دومین جشنواره چاپ ایران از به روایت دبیرخانه جشنواره ۵
بیانیه هیئت داوران دومین جشنواره چاپ ایران ۶۰
مسائل کلان صنعت چاپ کشور از دیدگاه مسئولان شرکت ایران روتاتیو..... ۷
واژه‌های کلیدی صنعت چاپ (بخش آخر)..... ۸
آموزش فن فلکسوگرافی (بخش دوم) ۱۰
رنگ (بخش یازدهم)..... ۱۲
بسته‌بندی دیروز، امروز و فردا (بخش دوم) ۱۳
E.V.OH جایگزینی برای آلومینیوم ۱۴
دغدغه‌های وزیر تعاون و نظرات ماهنامه چاپ و بسته‌بندی..... ۱۸
چاپ و بسته‌بندی صنعتی جزء اولویتهای سرمایه‌گذاری اعلام شد ۱۹
پسچیدگی مبارزه در عرصه رقابت صنعتی (پای صحبت رئیس اتحادیه سازندگان ماشین‌آلات بسته‌بندی ایتالیا) ۲۰
نگاهی به همایش فرصتهای سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی ایران..... ۲۱
آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز (۳)..... ۲۲
دیدگاه‌های مهندس علی‌اصغر طائی محقق بسته‌بندی..... ۲۶
کتابشناسی تشریحی (معرفی سه کتاب)..... ۲۹
خبرهای داخلی و خارجی ۳۵
آقای عارف شما هم که سنتی فکر می‌کنید ... ۴۲
یک فرصت استثنایی..... ۴۲

ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

سال دوم شماره ۱۶ اردیبهشت ۱۳۷۸
صاحب امتیاز: مدیر مسئول و سردبیر
رضا نورائی
تهران میدان انقلاب، جنب سینما بهمن، کوچه حسینعلی پور شماره ۱۵ طبقه دوم شرقی
صندوق پستی: ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵ تلفکس: ۶۴۱۰۸۲۴
نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۲۵۷۵۱۷ - ۰۳۱
دفتر فروش رشت: تلفکس: ۰۲-۸۲۴۰۰۱ - ۰۱۳۱
مطالب چاپ‌شده لزوماً نقطه نظر این نشریه نمی‌باشد.
نشریه در اصلاح مطالب وارده آزاد است.

اسکنر و پردازش تصویر: ماهنامه چاپ و بسته‌بندی
مونتاز رنگی و سیاه و سفید: مهران / خروجی تصاویر: درنا
چاپ رنگی / صلاحی / چاپ متن و صحافی: زلال

جایگاه دارهای ما آقدر که اتاقها و راهروهای وزارت ارشاد را می‌شناسند وزارت صنایع را نمی‌شناسند.

متبوع، در مقابل دهان از تعجب و حسرت باز مانده بخش خصوصی، کاغذ و مرکب و زینک و فیلم و اسکنر و ایمج‌ستر و ماشین چاپ چند رنگ و ... وارد می‌کنند و در بازار کار از جیب پدر پولدار خود (دولت) فخر می‌فروشند. در این میان وکیل صنعت چاپ کیست؟ آیا اتحادیه چاپخانه‌داران و لیتوگرافان با دیدگاهها و تحرکات فعلی می‌تواند هنگامی که دکترها و مهندسه‌ها در محافل اقتصادی کشور برای حوزه‌های خود اعتبار و تسهیلات و بودجه و اولویت کسب می‌کنند حرفی برای گفتن داشته باشد. در اجلاس تبیین اهداف برنامه سوم توسعه کشور از متولیان و مدعیان چاپ کشور چه کسی حضور داشت؟ (یا چه کسی از آن خبرداشت) هنگام تدوین و تصویب بودجه کشور چقدر به مجلس و دولت رفت و آمد کردیم؟ چقدر خود را در میان مشکلات جاری کشور جای دادیم؟ امروز سرنوشت صنایع کشور در مکانهای مختلفی رقم می‌خورد که صنعت چاپ حتی در یکی از آنها هم پایگاهی ندارد. مگر یک مدیرکل تک و تنها در یک وزارتخانه فرهنگی چقدر توان و انرژی دارد که بخواهیم حقوق صنفی خود را نیز به گردن او بیاندازیم.

امروز سرنوشت صنایع کشور در مکانهای مختلفی رقم می‌خورد که صنعت چاپ حتی در یکی از آنها هم پایگاهی ندارد.

در حال حاضر صنعت چاپ به عنوان صنعت پنجم در جهان شناخته می‌شود. این صنعت از جمله قویترین ابزار رسانهای است که جایگاه ویژه‌ای نزد ابرقدرتهای امروزی ارتباطات دارد. امروز هدایت و حمایت چنین صنعتی به دانش فنی کافی و حضور در میدانهای مدیریت بازار و صنعت نیاز دارد. نه اتحادیه و نه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حال حاضر و با عملکرد فعلی نمی‌توانند مدافع صد در صد صنعت چاپ باشند. امروز چاپ تنها در روش آفست خلاصه نمی‌شود. یکی از نکات بارز نارسایی سیستم فعلی، جدا بودن چاپ اسکرین و چاپهای صنعتی از اتحادیه چاپخانه‌داران است.

نهادی چون اتحادیه چاپخانه‌داران به دلیل ساختار ویژه صنفی و سنتی خود بطور ناخودآگاه درگیر مسائل صنفی چاپخانه‌داران است. امروز خلاء یک سازمان سیاستگزاری کلان که بتواند با دانش روز پیش رفته و از سرمایه‌های عظیمی که در بخش چاپ کشور وجود دارد دفاع کند بیش از پیش احساس می‌شود. چنین حرکتی هیچگاه در اداره کل چاپ و نشر وزارت ارشاد نیز تحقق پیدا نخواهد کرد. چرا که اسکلت‌بندی و خمیرمایه اداره چاپ و نشر براساس هدایت و نظارت است و حمایت، بار مضاعفی است که ناخواسته بر دوش این اداره افتاده و خارج از تحمل این اداره است. همین مورد از مصادیق بارز بزرگ شدن دولت است که یک اداره اجرایی دولتی را در جایگاه یک مرکز تصمیم‌ساز علمی و صنعتی که سرنوشت صنعت پنجم جهان در ایران را رقم بزند قرار داده است. از جمله موضوعاتی که همیشه در موقعیت ضعیفی مطرح شده است، جایگاه صنعت چاپ در اقتصاد و صنعت و بازرگانی کشور است. نکته‌ای جالب و در عین حال اسفانگیز وجود دارد. حتی اگر بدون جانبداری یک طرفه هم بررسی کنیم باز می‌بینیم صنعت چاپ نقش مهمی در اقتصاد، فرهنگ، صنعت و بازرگانی دارد. اما غیر از حوزه فرهنگ در هیچکدام از حوزه‌های اقتصادی، صنعتی و بازرگانی نماینده قوی و آگاهی ندارد. بدین جهت وجوه صنعتی و بازرگانی آن در ایران رشدی نارس داشته است و در نتیجه کارکرد اقتصادی آن نیز پایین است. آمارهای سازمان برنامه و بودجه نشان داده‌است در حالی که توجه دولت به صنعت چاپ همه ساله سیر نزولی داشته ولی همچنان سهم فرایند چاپ در ارزش افزوده کالاها سهمی قابل توجه یعنی حدود بیست و سه درصد است که به نظر می‌آید کسی متوجه اهمیت آن نیست. البته اگر صاحب‌نظران دریابند (حتماً دریافته‌اند) که نقش صنعت چاپ چقدر پراهمیت است و بخواهند برای آن برنامه‌ریزی صنعتی و اقتصادی کنند پس از جستجوهای کلاسیک برای یافتن مرجع متخصص و آگاه، در نهایت به یک وزارتخانه فرهنگی که مصرانه صنعت چاپ را هنر می‌خواند و یک اتحادیه صنفی که چشم به همان وزارتخانه دارد برخورد خواهند کرد. این مراجع به دلیل دوری از بحثهای کلان و سیستمهای نوین صنعت و اقتصاد برای سازمانهای اقتصادی دافعه ایجاد کرده و طراحان سیستمهای اقتصادی را منصرف کرده و از نیمه راه برنامه‌ریزی، باز می‌گرداند بار دیگر و بارها باید تأکید کرد که نباید از وزارت ارشاد توقع بیهوده داشت. صنعت چاپ کشور ایران مصداق این شعر است که «از ماست که برماست». وزارت ارشاد یک ارگان هدایتی و نظارتی است. در واقع به دلیل کمبود نخبگان صنعت و اقتصاد و عدم همدلی لازم در صنف چاپ، این صنف با نرمی و ظرافت مسئولیت خود را به گردن وزارت ارشاد انداخت و بار سنگینی به نام مسئولیت حمایت را نیز بر دوش آن گذاشت. البته فشارها و دخالت‌های غیر مسئولانه وزارت ارشاد که تحت عنوان نظارت اعمال می‌شد اولین دلیل برای این موضعگیری صنف چاپ بود. در حال حاضر ادامه این روند کم‌کم به یک اصل تبدیل شده است و اتحادیه یا مرجع حقوقی صنف یا صنعت چاپ نیز که خود را حامی حقوق چاپ و چاپخانه‌داران می‌نامد تمام مسئولیتها را متوجه وزارت ارشاد می‌بیند. این دیدگاه شاید در کلام اعضاء و هیئت مدیره اتحادیه به درستی دریافت نشود. اما با نیم نظری به وقایع چاپی کشور می‌بینیم که مسئولیت حرکتی‌هایی از قبیل برگزاری جشنواره چاپ و اعطای جوایز آن به طور صددرصد بر دوش وزارت ارشاد افتاده است و اتحادیه تنها به اهداء یک جلد قرآن کریم آن هم به برندگان اول جشنواره بسنده می‌کند. گویی هیچ نهاد و سازمان درون صنفی در قبال تشویق اعضای صنف خود که به طور یقین باعث ارتقاء کیفی آن صنف خواهد شد مسئولیتی ندارد. اعمال این نوع رفتارها است که بخش خصوصی را در آغوش بخش دولتی انداخته و امروز همین بخش خصوصی در کلام داعیه احقاق حق خود از بخش دولتی را دارد. صنف چاپ مسئولیت ارتقاء کمی و کیفی خود را از وزارتخانه‌ای می‌خواهد که در اساس هیچگونه مسئولیتی در قبال «صنعت» ندارد. چه بسا با مسئولیت‌پذیری دست‌اندرکاران چاپ بتوان بخش حمایت را به خود صنف یا وزارت صنایع منتقل کرد تا هم اداره کل چاپ و نشر به وضعیت صحیح خود یعنی هدایت و نظارت بازگردد و هم صنعت چاپ بتواند به بازسازی خود پرداخته و عقب ماندگی حقوقی خود را جبران کند. ■

امروز خلاء یک سازمان سیاستگزاری کلان که بتواند با دانش روز پیش رفته و از سرمایه‌های عظیمی که در بخش چاپ کشور وجود دارد دفاع کند بیش از پیش احساس می‌شود.

صنعت چاپ در ایران مصداق این شعر است که «از ماست که برماست». وزارت ارشاد یک ارگان هدایتی و نظارتی است. در واقع به دلیل کمبود نخبگان صنعت و اقتصاد و عدم همدلی لازم در صنف چاپ، این صنف با نرمی و ظرافت مسئولیت خود را به گردن وزارت ارشاد انداخت و بار سنگینی به نام مسئولیت حمایت را نیز بر دوش آن گذاشت. البته فشارها و دخالت‌های غیر مسئولانه وزارت ارشاد که تحت عنوان نظارت اعمال می‌شد اولین دلیل برای این موضعگیری صنف چاپ بود. در حال حاضر ادامه این روند کم‌کم به یک اصل تبدیل شده است و اتحادیه یا مرجع حقوقی صنف یا صنعت چاپ نیز که خود را حامی حقوق چاپ و چاپخانه‌داران می‌نامد تمام مسئولیتها را متوجه وزارت ارشاد می‌بیند. این دیدگاه شاید در کلام اعضاء و هیئت مدیره اتحادیه به درستی دریافت نشود. اما با نیم نظری به وقایع چاپی کشور می‌بینیم که مسئولیت حرکتی‌هایی از قبیل برگزاری جشنواره چاپ و اعطای جوایز آن به طور صددرصد بر دوش وزارت ارشاد افتاده است و اتحادیه تنها به اهداء یک جلد قرآن کریم آن هم به برندگان اول جشنواره بسنده می‌کند. گویی هیچ نهاد و سازمان درون صنفی در قبال تشویق اعضای صنف خود که به طور یقین باعث ارتقاء کیفی آن صنف خواهد شد مسئولیتی ندارد. اعمال این نوع رفتارها است که بخش خصوصی را در آغوش بخش دولتی انداخته و امروز همین بخش خصوصی در کلام داعیه احقاق حق خود از بخش دولتی را دارد. صنف چاپ مسئولیت ارتقاء کمی و کیفی خود را از وزارتخانه‌ای می‌خواهد که در اساس هیچگونه مسئولیتی در قبال «صنعت» ندارد. چه بسا با مسئولیت‌پذیری دست‌اندرکاران چاپ بتوان بخش حمایت را به خود صنف یا وزارت صنایع منتقل کرد تا هم اداره کل چاپ و نشر به وضعیت صحیح خود یعنی هدایت و نظارت بازگردد و هم صنعت چاپ بتواند به بازسازی خود پرداخته و عقب ماندگی حقوقی خود را جبران کند. ■

صنف چاپ مسئولیت ارتقاء کمی و کیفی خود را از وزارتخانه‌ای می‌خواهد که در اساس هیچگونه مسئولیتی در قبال «صنعت» ندارد.

○ پی‌نوشت

۱- تبصره ۳۵ لایحه بودجه سال ۱۳۷۸

الف - در اجرای بند دوم اصل چهارم و سوم قانون اساسی و تبصره‌های (۴۱) و (۴۵) قانون برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و به منظور کاهش حجم تصدی دولت و تشویق سرمایه‌گذاری بخشهای تعاونی و خصوصی، دولت موظف است تا قبل از تقدیم لایحه بودجه سال ۱۳۷۹ کل کشور به مجلس شورای اسلامی نسبت به تعیین تکلیف کلیه شرکت‌های بخش دولتی از جمله شرکتها و سازمانهای دولتی موضوع بند (و) تبصره (۲) این قانون از طریق انحلال، واگذاری و فروش سهام به بخشهای خصوصی و تعاونی اقدام نماید. آن دسته از شرکت‌هایی که در اجرای اصل چهارم و چهارم قانون اساسی الزاماً بایستی در اختیار دولت باشند و همچنین سهام اصالتی کارگران در اختیار سازمان مالی گسترش مالکیت واحدهای تولیدی از شمول این تبصره مستثنی هستند.

ب- وجوه حاصل از فروش، واگذاری و انحلال شرکت‌هایی که سهام آنها متعلق به دولت است «به نسبت سهام متعلق به دولت» بایستی به حساب درآمد عمومی موضوع ردیف ۳۹۰۸۵۰ منظور در قسمت سوم این قانون واریز گردد و وجوه حاصل از فروش و واگذاری و انحلال شرکت‌هایی که سهام آنها متعلق به شرکت‌های دولتی و سازمانهای انتفاعی وابسته به دولت است «به نسبت سهام متعلق به آنها» پس از وضع مالیات بر عملکرد شرکت مربوط بایستی حسب مورد در چارچوب بودجه مصوب شرکت ذیربط به مصرف هزینه‌های سرمایه‌ای و پرداخت بدهیهای شرکت‌های دولتی موضوع ماده (۳۲) قانون برنامه و بودجه مصوب سال ۱۳۵۱ در اولویت قرار گیرد.

ج- بمنظور اجرای مفاد این تبصره کمیته‌ای به ریاست رئیس جمهور و با عضویت وزیر امور اقتصادی و دارایی، رئیس سازمان برنامه و بودجه، رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و رئیس دستگاه اجرایی ذیربط حسب مورد و با حضور سه نفر از نمایندگان کمیسیونهای امور اقتصادی و دارایی و تعاون، امور برنامه و بودجه و صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با انتخاب مجلس تشکیل می‌گردد. وظایف این کمیته به شرح زیر تعیین می‌شود:

۱- تعیین تکلیف کلیه شرکت‌هایی که بایستی واگذار یا متحل گردند.

۲- تعیین سیاستها و دستورالعمل‌های نحوه تعیین نرخهای پایه واگذاری شرکتها.

۳- اخذ تصمیم در مورد واگذاری شرکت‌های موضوع این تبصره از طریق عرضه سهام با قیمت اعلام شده در سازمان بورس اوراق بهادار و یا مزایده.

۴- تدوین برنامه زمان‌بندی انحلال شرکت‌های موضوع این تبصره.

۵- تصویب برنامه زمان‌بندی واگذاری شرکت‌هایی که باید فروخته شوند متناسب با قدرت جذب بازار.

۶- تهیه فهرست شرکت‌هایی که با ذکر دلیل باید دولتی باقی بمانند.

۷- تشکیل گروههای پیگیری و نظارت برای تحقق کامل مفاد این تبصره.

د- قوانین و مقررات خاص و عام مغایر با این تبصره در سال ۱۳۷۸ لازم‌الاجراء نمی‌باشد. سازمان برنامه و بودجه موظف است گزارش اجرای این تبصره را هر چهار ماه یک بار به کمیسیونهای برنامه و بودجه، امور اقتصادی و دارایی و تعاون، صنایع و معادن و دیواره محاسبات و بودجه و امور مالی مجلس شورای اسلامی ارائه نماید.

ه- آئین‌نامه اجرایی این تبصره مشترکاً توسط سازمان برنامه و بودجه و وزارت امور اقتصادی و دارایی تهیه و به تصویب هیأت وزیران می‌رسد.



دومین جشنواره چاپ ایران، این اتفاق مبارک در صنعت چاپ کشور همزمان با دوازدهمین نمایشگاه کتاب برگزار شد، شاید بتوان گفت تنها نکته مثبت و خوشحال‌کننده این دوره جشنواره، همان برگزار شدن آن بود. آری به واقع می‌توان گفت هیچ نشانه رشدی که به وضوح به چشم آید دیده نشد. هیچ نمره‌ای غیر از عدد جشنواره که از نخستین به دومین ارتقاء یافت، بالاتر نرفت بلکه باید اذعان داشت که توجه مسئولان نیز یعنی همان چیزی که سالهاست فقدان آن به این صنعت لطمه زده، نسبت به جشنواره نخست کمتر شد. جشنواره گذشته شاهد بازدید وزیر ارشاد و برخی مسئولان دولتی دیگر بود و امسال همان آقایان نیز به بازدید این بخش نیامدند. علی‌رغم تلاش بی‌شائبه تعدادی معدود در اداره کل چاپ و نشر وزارت ارشاد، با یک نگاه کلی به دو جشنواره برگزار شده می‌توان این احتمال را داد که جشنواره روی پای خود نایستاده است. همچنان بیم آن می‌رود که آن عده معدود که در رأس آنها مدیر کل چاپ و نشر وزارت ارشاد می‌باشد. تنها حامیان این حرکت مفید باشند و در صورت رها کردن آن، جشنواره رو به نیستی گذارد. البته عملکرد بسته و عدم ارائه تحلیلیها و آمارهای مناسب از سوی این اداره و اخذ تصمیمات پشت درهای بسته، زمینه مشارکت طرف ذی‌نفع واقعی را کاهش داده و می‌دهد. اما در عین حال ساختار ساکن و بدون پیشرفت صنعت چاپ کشور نیز موجد میل و رغبت به هدایت و رهبری حرکت‌هایی چون جشنواره چاپ نیست.

جشنواره چاپ باید روی روش صنف چاپ و جوانب آن بچرخد این مسئولیت را فقط نسلی جدید با تفکرات و تحصیلات جدید می‌توانند بر عهده بگیرند و البته نه آن تحصیلاتی که در مؤسسات آموزش عالی چاپ ایران در حال آموختن است. تعداد بازدیدکنندگان جشنواره چاپ و میزان علاقه آنها را نمی‌توان به درستی ارزیابی کرد، زیرا موقعیت مکانی سالن خدمات نشر و جشنواره چاپ به صورتی است که بخشی از بازدیدکنندگان درب شمالی از آن به عنوان محل گذر به سوی سالنهای دیگر بهره می‌گیرند تا هم فال باشد و هم تماشا. عده‌ای دیگر تیز وقتی از سالن اطلاع‌رسانی بیرون می‌آیند تنها سالنی را که روبروی خود می‌بینند سالن خدمات نشر است و از میان همین عده نیز تعداد زیادی پس از بازدید سالن نشر وقتی به پله‌های سالن جشنواره چاپ می‌رسند از نیمه راه باز می‌گردند. در این میان نخستین فکری که به ذهن می‌رسد این است که کاش جشنواره چاپ و سالن خدمات نشر در یکدیگر ادغام شوند. یعنی هر دو اینها در یک محل در جوار هم باشند. این همجواری باعث درک بهتر فرآیند چاپ نیز خواهد بود.

همچنان بیم آن می‌رود که آن عده معدود که در رأس آنها مدیر کل چاپ و نشر وزارت ارشاد می‌باشد. تنها حامیان این حرکت مفید باشند و در صورت رها کردن آن، جشنواره رو به نیستی گذارد.

ساختار ساکن و بدون پیشرفت صنعت چاپ کشور نیز موجد میل و رغبت به هدایت و رهبری حرکت‌هایی چون جشنواره چاپ نیست.

در حال حاضر سالن خدمات نشر به یک نمایشگاه تخصصی برای صنف چاپ تبدیل شده است.

تصویر مقابل تریبون تکان‌دهنده‌تر از ارقام و آمارهایی بود که صاحب‌نظران ارائه می‌دادند.

نکته مهم دیگر، جایگاه موضوعی سالن خدمات نشر در نمایشگاه کتاب است. در حال حاضر سالن خدمات نشر به یک نمایشگاه تخصصی برای صنف چاپ تبدیل شده است. شکل فعلی با صورت اولیه این نمایشگاه که در جهت آشنایی با خدمات نشر بود تفاوت پیدا کرده است. برخی از غرفه‌ها نظیر سازندگان نورد لاستیک، جزء اصناف تخصصی چاپ هستند. البته اگر این تغییر و تحول را مشارکت بیشتر معنی کنیم بسیار مثبت است. اما با تخصصی شدن این نمایشگاه باید کم کم به فکر مستقل کردن آن بود. چنین وضعی در خصوص نمایشگاه اطلاع‌رسانی نیز به وجود آمده است. یکی از نقاط ضعف جشنواره چاپ تبلیغات ضعیف آن است. طرح این موضوع بیشتر از آن که در جهت تضعیف برگزارکنندگان آن باشد در جهت قدردانی از آنهاست. دریغ از این چنین برنامه‌ریزی و زحمتهایی که در حد خود مورد توجه قرار نگیرد. بارها در همین مجله گفته‌ایم که جشنواره چاپ یک نمایشگاه هیجان‌انگیز است و در صورت تبلیغ مناسب می‌تواند برای عامه مردم نیز شیرین و جالب باشد. ظاهر امر این گونه نشان می‌دهد که توان برگزارکننده جشنواره در این بخش (تبلیغات) بسیار کم بوده و یا کم می‌آید. اداره کل چاپ و نشر با جلب مشارکت سایر فعالان در صنعت چاپ و سازمانهای ذی‌نفع باید جشنواره را به سطح گسترده‌تری بکشاند. این یک دفاع صنفی نیست. زیرا صنعت چاپ به عنوان صنعت پنجم جهان در خور توجهی بیش از

اینهاست.

در جشنواره امسال شاهد برگزاری نخستین همایش بررسی مشکلات صنعت چاپ کشور بودیم. این همایش تصویری تکان‌دهنده از وضعیت چاپ ایران بود. البته ما این تصویر تکان‌دهنده را در سخنان سخنرانان نیافتیم که همه حرف‌های آنها را از حفظ می‌دانیم، بلکه تصویر مقابل تریبون تکان‌دهنده‌تر از ارقام و آمارهایی بود که صاحب‌نظران ارائه می‌دادند. صندلی‌های خالی و جمعیتی که بعضی چرت می‌زدند در اینجا وزنه‌ای کم‌قدرت ولی با آبرو به نام اداره کل چاپ و نشر آبروی صنعت چاپ را می‌خرید. زیرا اگر کارمندان این اداره را از میان جمع حاضر در بعضی جلسات سخنرانی کم می‌کردیم، آنچه می‌ماند از جمعیت گرد آمده در بعضی از غرفه‌های نمایشگاه‌ها هم کمتر بود. ظاهر امر نشان می‌داد که مشکلی در صنعت چاپ وجود ندارد و بنابراین نیازی به حضور در این همایش هم نیست. در مهمترین سخنرانی‌ها که دو سخنرانی پایانی روز دوم بود حتی نمایندگان اتحادیه چاپخانه‌داران نیز پایبندی چندانی به جلسه نداشتند و تنها یک نفر از اتحادیه در جلسه باقی مانده بود. اتحادیه لیتوگرافان نیز که به‌طور کلی در خود جشنواره هم حضوری کم‌رنگ داشت تا چه برسد به همایش مشکلات صنعت چاپ! از طرفی جدای از سخنرانی‌های بسیار ضعیف و مستمع‌پراکن روز اول و سخنرانی‌های نخستین روز دوم، دو سخنرانی قابل توجه پایانی که برخوردی جدی با مسائل صنعت چاپ داشته‌اند نیز دچار یک مشکل عمده بوده‌اند. مشکل این دو سخنرانی مخاطب آنها بود. سخنرانان آمارهای مهمی را ارائه می‌دادند که می‌باید به دولت و سیاست‌گزاران صنعت کشور ارائه می‌شد. در واقع دو گزارش مهمی که طی این دو سخنرانی ارائه شد در دنیای کوچک چاپ ایران که به وزارت ارشاد ختم می‌شود گم شد. واکنش مایوس‌کننده صنف چاپ و جوانب آن در قبال آن همایش می‌تواند جواب خوبی برای سخنرانان باشد. در واقع به وضوح پیدا بود که چرا صنعت چاپ کشور با چنین مشکلاتی برخورد می‌کند.

به هر حال جشنواره چاپ ایران در هر شکل و با هر شدت و ضعف باید باقی بماند و پیشرفت کند. جشنواره چاپ اتفاقی است که باید خیلی زودتر از اینها رخ می‌داد و کم و کاستی‌های آن را نیز باید از چشم خود صنف چاپ دید که مشارکت خود را تنها در ارسال کار به جشنواره معنی می‌کنند. پایداری اداره کل چاپ و نشر که در میان گرمی بازار سیاست و سیاست‌بازی، به فکر وظائف تحمیلی خود است باید قدر دانست و بیش از این به امید امدادهای غیبی این اداره ننشست.



دومین جشنواره چاپ و قابلیت‌های آن هنوز به روایت دبیرخانه جشنواره

در کشور ما اهمیت چاپ و قابلیت‌های آن هنوز برای بسیاری از مردم ناشناخته است. امکانات و قابلیت‌هایی در این صنعت وجود دارد که در مسائل اقتصادی می‌تواند نقش مهم و ارزنده‌ای ایفا کند. کندی روند توسعه و پیشرفت چاپ به میزان زیادی ناشی از نقصان‌ها و تناقص‌هایی است که در برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌ها مشاهده می‌شود. بی‌شک توسعه چاپ باید بر مبنای مطالعات چند جانبه و مبتنی بر سیاست‌های واقع‌بینانه‌ای صورت گیرد که به نحوی بتواند جوابگوی نیاز مردم باشد.

دومین جشنواره چاپ ایران با هدف ارتقای کیفی این صنعت و ایجاد بستری مناسب برای کشف توانمندیها و تشویق دست‌اندرکاران چاپ به خلاقیت و نوآوری برگزار شد. برپایی این جشنواره می‌تواند تحولی در عرصه چاپ ایران پدید آورد، زیرا دست‌اندرکاران این صنعت می‌توانند تولیدات خود را با سایر شرکت‌کنندگان در رشته‌های مختلف چاپ مقایسه کنند و ضمن استفاده از تجربیات یکدیگر بر دانش خود بیفزایند.

دومین دوره جشنواره چاپ ایران شامل دو بخش مسابقه و نمایشگاه بود که بخش اصلی جشنواره به برگزاری مسابقه برای انتخاب آثار برتر چاپی که در سال ۱۳۷۷ پدید آمده بودند اختصاص می‌یافت.

الف. بخش مسابقه جشنواره

در این دوره از جشنواره در بخش مسابقه ۷۵۴ اثر در رشته‌های مختلف چاپ به دبیرخانه جشنواره ارسال شده بود که از این تعداد در بخش لیتوگرافی ۱۷۸ اثر، بخش افست ۳۴۸ اثر، چاپ فلکسو ۷۵ اثر، هلیوگراور ۱۱ اثر، چاپ سیلک اسکرین ۲۵ اثر، صحافی ۶ اثر، سایر عملیات چاپ ۹ اثر، مدیریت تولید ۸۷ اثر و بخش ویژه صادرات ۱۵ اثر را به خود اختصاص دادند.

کار ارزیابی آثار ارسالی را آقایان کیومرث جوهری مسجد، میر شمس‌الدین تابان فر، سید حسن آخسیجان، حسین علی متین رضا، ابراهیم حقیقی، محمود رضا بهمن‌پور و محمد بلالی برعهده داشتند. بعد از بررسی‌های اولیه در کل ۲۳۸ اثر به بخش مسابقه راه یافت که از این تعداد هیأت داوری در بخش افست ۳۷ اثر، در بخش فلکسو ۸۸ اثر، در بخش لیتوگرافی ۱۲ اثر، در بخش سایر عملیات چاپی ۳ اثر

را به عنوان برگزیدگان مرحله نخست جشنواره معرفی کرد.

ب. بخش نمایشگاه جشنواره

نمایشگاه آثار چاپی راه یافته به بخش مسابقه

در این قسمت تعداد ۲۳۸ اثر منتخب از میان آثار ارسالی به دبیرخانه جشنواره در معرض دید و قضاوت بازدیدکنندگان قرار گرفت.

نمایشگاه کتابهای تخصصی چاپ:

در این بخش ۲۴۰ عنوان کتاب در رشته‌های مختلف چاپ شامل حروفچینی، لیتوگرافی، صحافی، شیوه‌های مختلف چاپ، صحافی و آماده‌سازی کتاب و ... به معرض نمایش گذاشته شد. این کتابها به دو زبان انگلیسی و آلمانی بودند که در کنار برخی از آنها چکیده‌ای از کتاب برای اطلاع از موضوع کتاب و استفاده علاقه‌مندان قرار گرفته بود. اداره کل چاپ و نشر نیز طی اطلاعیه‌ای از تمامی مترجمان آشنا به این رشته برای ترجمه کتابها دعوت به همکاری کرد.

مطبوعات تخصصی چاپ:

امسال نیز نشریات «صنعت چاپ» و «چاپ و بسته‌بندی» با اختصاص دو غرفه مستقل به خود، در جشنواره حضور فعال داشتند. این نشریات ضمن اطلاع‌رسانی و پی‌گیری اخبار مربوط به جشنواره، در غرفه‌های خود پذیرای دست‌اندرکاران و متخصصان چاپ بودند که به بحث و تبادل درباره مسائل مختلف چاپ می‌پرداختند.

بخش ویژه چاپ دیجیتال:

در این بخش «خانه چاپ و طرح» که تنها مرکز

چاپ دیجیتال در ایران است با حضور خود در یکی از غرفه‌های مکان برگزاری جشنواره پاساژگویی سوالات مراجعان در خصوص امکانات و قابلیت‌های چاپ دیجیتال بودند.

اتحادیه‌های صنفی

در این دوره از جشنواره اتحادیه چاپخانه‌داران و لیتوگرافان با حضور مجدد در غرفه‌های مستقل به معرفی عملکرد، اهداف و وظایف و شرایط عضویت و برنامه‌های آتی خود می‌پرداختند. این غرفه‌ها همچنین مکان تجمع و بحث و گفت و گو میان خانواده بزرگ چاپ بود.

بخش نمایش فیلم:

بخشی از سالن جشنواره به نمایش فیلم اختصاص یافته بود. این فیلم‌ها در دو بخش به نمایش درآمد؛ فیلم‌های مختص جشنواره که به ترسیمی از وضع چاپ در ایران می‌پرداخت و فیلم‌هایی که شرکت‌کنندگان در سالن خدمات نشر ارائه داده بودند و عمدتاً فیلم‌های آموزشی بود.



سخنرانی‌های برگزار شده در جشنواره

سخنران

محمد حسین رحیمی یگانه - شرکت نورالکترونیک
خداپار صادقی - شرکت پردیس
محمد شاپور اسفراجانی - شرکت ایران روتاتیو
حبیب چینی - اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
داود شایسته خصلت - شرکت سهامی چاپ افست

موضوع

روشهای کنترل کیفیت چاپ
پیش از چاپ و جایگاه آن در ایران و جهان
دیدگاه‌های منطقه‌ای صنعت چاپ
مدیریت منابع انسانی در صنعت چاپ
مدیریت و آموزش نیروی انسانی در چاپ
نقش سیاست‌های حمایتی دولت در توسعه و گسترش صنعت چاپ
یزدان سیف - دفتر امور بازرگانی سازمان برنامه و بودجه
محمد مهدی امینی - دفتر امور بازرگانی سازمان برنامه و بودجه
نگاهی به عرضه و تقاضای صنعت چاپ در ایران

بیانیه هیأت داوران دومین جشنواره چاپ ایران



ضمناً هیچ یک از آثار ارسالی را برای اهداء جوایز در بخش سایر عملیات چاپی حائز شرایط ندانست.

ث - صحافی:

۱) هیأت داوران لوح تقدیر و ۲ سکه بهار آزادی به آقای حیدر کریندی از صحافی ایرانمهر به عنوان نفر سوم به خاطر صحافی کتاب مهدی سهیلی اهدا می‌کند.

۲) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقای داود شایسته خصلت از شرکت افست به خاطر صحافی قرآن مجید به عنوان نفر دوم.

۳) هیأت داوران هیچ یک از آثار ارسالی را شایسته احراز نفر اول تشخیص نداد و در این بخش برنده‌ای را معرفی نمی‌کند.

ج - لیتوگرافی:

هیأت داوران ضمن تقدیر از آثار برجسته آقایان هومن هرمزی، آقای ربیعی از شرکت نقش شهرستان اصفهان و آقای محمدرضا توسلی از لیتوگرافی رضا، شهرستان مشهد؛ برگزیدگان جشنواره را بدین ترتیب اعلام می‌کند.

۱) لوح تقدیر و ۲ سکه بهار آزادی به آقای حسن کحالی از شرکت کیهان گرافیک به عنوان نفر سوم به دلیل ارائه آثار مناسب.

۲) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقای فرخ توکلی از شرکت چانچو رایانه به عنوان نفر دوم به دلیل دقت در تفکیک و مونتاژ و ارائه اثری شایسته در بخش لیتوگرافی

۳) طاووس زرین، لوح تقدیر و ۵ سکه بهار آزادی به آقای محمود رسایی از شرکت فرآیندگویا به عنوان نفر اول به دلیل انجام عملیات تفکیک رنگ و دقت در فرآیند تولید اثر مطلوب و برجسته.

چ - چاپ افست:

هیأت داوران ضمن قدردانی و تشکر از آقای مرتضی اشقاق از چاپخانه حافظ شهرستان اصفهان و آقای علی مغانی از چاپخانه شر شهرستان مشهد برگزیدگان این رشته را اعلام می‌کند.

۱) لوح تقدیر و ۲ سکه بهار آزادی به آقایان علیرضا جمشیدی و رجبعلی کریمی مشترکاً به عنوان نفرات سوم به دلیل ارائه آثار مناسب چاپی.

۲) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقایان حسین ینمایی نژاد از چاپخانه فروغ دانش و پرویز رجبی از چاپخانه پیکان مشترکاً به عنوان نفرات دوم به دلیل کیفیت و دقت در تولید آثار چاپی.

۳) طاووس زرین، لوح تقدیر و ۵ سکه بهار آزادی به آقایان محسن قاسمی از چاپ ستاره سبز و محمدعلی هاشمی از چاپ شاد رنگ مشترکاً به عنوان نفرات اول به دلیل ارائه آثار برجسته و درخور توجه.

ج - مدیریت تولید:

هیأت داوران لوح تقدیر ویژه خود را به آقایان علیرضا توکلی از مؤسسه فرهنگی طاهر به خاطر تولید کتاب تهران نگین جاده ابریشم و داود شایسته خصلت از چاپخانه افست برای تولید کتاب نفیس و برجسته قرآن مجید اهداء می‌کند.

۱) لوح تقدیر و ۲ سکه بهار آزادی به آقای رضا

با توجه به بررسی آثار ارائه شده به جشنواره دوم در نظر گرفتن افزایش کیفیت آثار نسبت به سال گذشته، ضمن ارج نهادن به تلاش‌های کارگران، دست‌اندرکاران، متخصصان و دلسوختگان این صنعت و هنر که ثمره تلاششان، پایه‌های فرهنگ، اندیشه و توسعه سیاسی - اقتصادی و اجتماعی کشورمان را مستحکم کرده است و با تشکر از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که با برگزاری و تداوم این جشنواره قابلیت‌ها و توانمندی‌های چاپ کشور را به نمایش گذاشته است و عرصه رقابت و تلاش را برای این تلاشگران هموار کرده است. هیأت داوران دومین جشنواره چاپ ایران، نظر خود را در زمینه آثار ارائه شده به این جشنواره در ۹ بخش به شرح زیر اعلام می‌دارد:

الف - چاپ فلکسوگرافی:

۱) لوح تقدیر و ۲ سکه بهار آزادی به آقای بهمن بیاضیان از چاپ پلات به عنوان نفر سوم به دلیل تنوع آثار تولیدی و کیفیت مناسب کارها.

۲) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقای اصغر بیاضیان از چاپ پرنیان به دلیل چاپ مناسب و برتر آثار ارسالی.

۳) هیأت داوران هیچ یک از آثار ارسالی را برای رتبه اول در بخش فلکسوگرافی را مناسب تشخیص نداد و در این بخش برنده‌ای اعلام نمی‌کند.

ب - چاپ هلیوگراف:

۱) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقای شادمهر گلستانیان از چاپ ایران زمین به عنوان نفر دوم به دلیل دقت در چاپ و تنوع آثار ارسالی.

۲) طاووس زرین، لوح تقدیر و ۵ سکه بهار آزادی به آقای رضا رضایی از چاپ آیدانا به عنوان نفر اول به دلیل کیفیت برجسته مجموعه آثار ارسالی

۳) هیأت داوران با توجه به مجموعه آثار ارسالی هیچ یک را حائز رتبه سوم تشخیص نداد و در این بخش برنده‌ای اعلام نمی‌کند.

پ - چاپ سیلک اسکرین:

۱) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقای عزت‌الله ظهوریان از شرکت سایه گراف شهرستان مشهد به عنوان نفر دوم.

۲) طاووس زرین، لوح تقدیر و ۵ سکه بهار آزادی به آقای بابک گرمچی از سیلک آرنک به دلیل کیفیت برجسته آثار و دقت در تولید آثار نفیس.

۳) هیأت داوران در این بخش هیچ یک از آثار ارسالی را شایسته احراز مقام سوم ندانست و برنده‌ای را معرفی نمی‌کند.

ت - سایر عملیات چاپی:

هیأت داوران لوح تقدیر ویژه خود را به آقای مسلم صلاحی از چاپ صلاحی به دلیل معرفی توانمندی‌های تازه چاپ در چاپ ترموگراف اهداء می‌دارد.

یساولی از انتشارات یساولی به عنوان نفر سوم به دلیل ارائه مجموع آثار متنوع در طول سال ۱۳۷۷ در بخش مدیریت تولید

۲) لوح تقدیر و ۳ سکه بهار آزادی به آقای جلیل بختیاری از مؤسسه گیتاشناسی به عنوان نفر دوم به دلیل تهیه و تولید مجموعه نقشه‌های جغرافیایی و شهری با کیفیت مطلوب.

۳) طاووس زرین، لوح تقدیر و ۵ سکه بهار آزادی به خانم منیره میرعمادی از نشر هنر ایران به عنوان نفر اول به دلیل تنوع در آثار و وقت در تولید مجموعه کارهای ارائه شده.

در ضمن هیأت داوران هیچ یک از آثار ارسالی برای بخش ویژه صادرات را برای حضور در بخش مسابقه مناسب تشخیص نداد و در این بخش نیز اثر برگزیده‌ای را معرفی نمی‌کند.

سایر جوایز

علاوه بر جوایز یاد شده ماهنامه چاپ و بسته‌بندی نیز جوایزی را برای نفرات اول رشته‌های سیلک اسکرین، افست، فلکسوگرافی و هلیوگرافی و به منظور تشویق و حمایت از فعالیت‌های تولیدی و بسته‌بندی و ایجاد علاقه بیشتر جهت ارائه آثار قابل رقابت جهانی اهدا می‌کند.

این جایزه عبارت است از:

۱- اعطای صفحه اختصاصی در سایت مرکز اطلاعات بسته‌بندی ایران در شبکه جهانی اینترنت به مدت شش ماه و سه نوبت معرفی در ماهنامه چاپ و بسته‌بندی جمعاً به اعتبار سه میلیون و پانصد هزار ریال برای هر نفر.

۲- اعطای صفحه اختصاصی در سایت مرکز اطلاعات بسته‌بندی ایران در شبکه جهانی اینترنت به مدت شش ماه و معرفی در ماهنامه چاپ و بسته‌بندی جمعاً به اعتبار سه میلیون و پانصد هزار ریال به شرکت نرم‌افزاری هامون تهیه‌کننده (نرم‌افزار پروین چاپ ۵) به دلیل تلاش و پشتکار در تهیه یک نرم‌افزار حرفه‌ای در صنعت نشر کشور.

اتحادیه چاپخانه‌داران تهران نیز ضمن تقدیر از زحمات دست‌اندرکاران این صنعت و به منظور قدردانی از برگزیدگان بخش‌های مختلف جشنواره یک جلد کلام‌الله مجید به نفرات اول هر بخش اهدا می‌کند.

مسائل کلان صنعت چاپ کشور از دیدگاه مسئولان شرکت ایران روتاتیو

گفت‌وگو با معمدشاپور اسفروانی، جلال بهروش و مهراڻ (رضوی)



یکی از شرکتهای فعال بخش خصوصی در زمینه بازرگانی چاپ و لوازم جانبی آن شرکت ایران روتاتیو است که با حضور منظم در نمایشگاهها، حداقل وظیفه خود را که همان امور بازرگانی ماشین آلات چاپ و لیتوگرافی و صحافی باشد به خوبی انجام می‌دهد. به همین دلیل امسال جایزه بهترین غرفه سالن خدمات نشر نیز به شرکت ایران روتاتیو اختصاص پیدا کرد. فرصت را مغتنم شمرده و به غرفه ایران روتاتیو رفتیم تا نقطه نظرات مسئولان شرکت را پیرامون مسائل چاپ کشور جویا شویم.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

این حال وزارت ارشاد در جهت توسعه صنعت چاپ حرکت می‌کند. اما قوانین کلان کشور مانع است. **اسفروانی:** مسئولان وزارت ارشاد علاقمند هستند که کاری برای صنعت چاپ انجام دهند ولی سیستم مشکل دارد.

● **نقش اتحادیه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**
رضوی: اتحادیه‌های صنفی تعریفی خاص در جهان دارند. پس از انقلاب ماهیت اتحادیه‌ها با نوسان همراه بود و گاهی اتحادیه‌ها درگیر مسائل غیر تخصصی می‌شدند. البته اکنون وضعیت اتحادیه‌ها در حال بهبود است.

اسفروانی: به نظر من باید در اتحادیه نیز تحولی ایجاد شود. از صحت‌های مسئولان پیداست که به فکر افتاده‌اند. همه بخشها باید با یکدیگر ارتباط داشته باشند.

دارم که در انگلیس دفتر نشر دارد و کتابهای خود را در ایران چاپ کرده و به انگلستان می‌برد.

رضوی: از جمله موانع مهم برای صنعت چاپ و البته بسیاری از صنایع، دولتی بودن بانکها است. دولتی بودن بانکها باعث رکورد صنایع کشور شده است. بخش خصوصی کار خود را بخوبی می‌داند و می‌تواند زیر سایه اعتبارات بانکی فعالیتهای موفق را انجام دهد. در حال حاضر بانکهای دولتی توانایی لازم برای جذب و اعطای اعتبار را ندارند.

اسفروانی: به نظر من صنعت را در دو محور باید دنبال کرد. محور اول هدایت است که از سوی دولت انجام می‌شود و محور دوم ایجاد درآمد است که بخش خصوصی به آن خواهد پرداخت. مدیریت دولتی ناپایدار و سرمایه‌گذاری‌های آن فاقد کارشناسی لازم است.

در این راستا بهره‌وری کافی و کامل نیز صورت نخواهد گرفت. فضای رقابت واقعی در بخش خصوصی وجود دارد. دولت فقط باید هدایت و حمایت کند.

● **توانایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در حل مسائل صنعت چاپ چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

اسفروانی: وزارت ارشاد از بُعد سیاست‌گذاری فرهنگی جایگاه خوبی دارد. اما از نظر توانایی توسعه این صنعت فاقد قدرت کافی است. توسعه صنعت چاپ تنها در یک وزارتخانه صنعتی امکان پذیر است.

رضوی: وزارت ارشاد نیز تابع سیاستهای عمومی دولت است و نمی‌تواند از آن فراتر رود. زمانی سیاست کشور، حرکت به سوی خودکفایی بود. این سیاست باعث توقف صنعت چاپ است. در

● **تکنولوژی چاپ ایران را طی دو دهه اخیر چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

بهروش (مدیر فروش): چاپ در این مدت به سختی خود را زنده نگه داشته است. در واقع می‌توانیم بگوئیم؛ دست و پا زده است تا خود را زنده نگه دارد. در این حال از رشد کیفی نیز باز مانده است. ماشینهای زیادی وارد شده اما به تبع آن کیفیت ماشینها بالا نرفته است. چون بعضی ماشینها فاقد کیفیت بالا بوده‌اند.

اسفروانی (مدیرعامل): در واقع سیاستها و سیاست‌گذاری‌ها ضعیف بوده‌است. صنعت چاپ ما هیچگاه از نظر اطلاع رسانی، مواد مصرفی مداوم و کیفیت یکسان، ارز و آموزش تغذیه مناسبی نداشته است. ناپایداری و عدم ثبات در همه موارد مذکور باعث ضعف فن آوری چاپ در ایران شده است.

رضوی (قائم‌مقام): چاپ از صنعت جدا نیست. اگر در صنایع رشدی باشد چاپ هم رشد می‌کند. طی دو دهه گذشته چاپ ایران در خدمت کتاب بوده است. کار کتاب نیز اغلب به صورت خطی (بدون سایه روشن) است. بنابراین در این مدت چاپ را در این حد دیده‌اند و تنها در همین حد آن را تقویت کرده‌اند.

اسفروانی: من در اینجا نکته‌ای را می‌گویم که طرح آن می‌تواند آموزنده باشد. در یکی از نمایشگاههای چاپ در آلمان با یک چاپخانه دار اماراتی برخورد کردم که ده دستگاه ماشین چاپ چهاررنگ هایدلبرگ داشت و آمده بود تا یکی دیگر بخرد و به آنها اضافه کند! وی می‌گفت جعبه‌های میگوی شما را ما چاپ می‌کنیم!

بهروش: متأسفانه از پتانسیلهای داخلی نیز بهره برداری صحیحی نمی‌شود. من شخصی را سراغ

امروزه همه باید سلسله عملیات چاپ را کاملاً بشناسند. سمینارهای تخصصی باید برپا شود. تعصبات صنفی فردی کنار رود و تعصب صنفی گروهی جایگزین شود. باید همه با هم همفکر و همقدم شویم. به واقع اگر بخواهیم این صنعت را رشد دهیم باید مردم را آگاه کنیم تا زمینه امنیت سرمایه‌گذاری در این بخش فراهم شود. متأسفانه دیدگاه‌ها هنوز سنتی است و نگاه صنعتی وجود ندارد. اگر دیدگاه صنعتی جا بیفتد، اتحادیه نیز بهتر خواهد شد. در حال حاضر رابطه‌ها سنتی است و صنعتی نیست و پی‌آمد آن بازاریابی هم سنتی است.

● **راجع به دیدگاه صنعتی بیشتر توضیح دهید.**

اسفروانی: تحلیلهای اقتصادی بر پایه رقابت و نوع سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذار هیچگاه ماشین را که جواب مثبت ندهد انتخاب نمی‌کند. اگر چاپ را هم جزء صنعت بدانیم تبعاً با دیدگاههای صنعتی باید رشد کند. باید بررسی شود که این صنعت چقدر ارزیابی دارد و میزان سرمایه‌گذاری آن چه مقدار است. باید تحلیل شود که نسبت سرمایه‌گذاری ارزی به سرمایه‌گذاری ریالی چقدر است. پاسخ این سوالات به معادلات اقتصادی نیاز دارد. هم‌اکنون ما در زمینه ارز و ریال دچار مشکل هستیم.

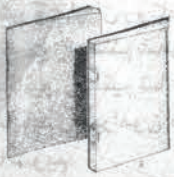
رضوی: البته مشکلات تنها در بخش سرمایه‌گذاری نیست. از سویی وزارت ارشاد از ناشران حمایت می‌کند و از سویی دیگر در گمرک تعرفه‌هایی وضع می‌شود که صنعت چاپ را پرهزینه می‌کند و در عمل، حمایت‌های وزارت ارشاد خنثی می‌شود. باید یک هماهنگی برای حل مشکلات این صنعت بوجود آید. ■

بازرهای کلیدی صنعت چاپ

رضا نورایی
(قسمت آخر)

به «فرمبندی» نگاه کنید) «برای استحکام بیشتر (بخصوص برای صحافی کتاب) قبل از چسب زدن در عطف به صورت عرضی چند شیار کم عمق با فاصله‌ای مساوی ایجاد کرده و از میان آن نخ رد می‌کنند». صحافی ته‌چسب در دو نوع چسب گرم (Hotmelt) و چسب سرد (Cold melt) انجام می‌شود. چسب گرم از استحکام و دوام بیشتری برخوردار است، اما امکانات وسیعتری برای ساخت چسب، نگهداری، چسب‌زنی و خشک کردن نیاز دارد که علی‌رغم مرغوبیتش، از گستردگی آن می‌کاهد.

صحافی مفتولی (مفتول دوز) Saddle-stitch binding

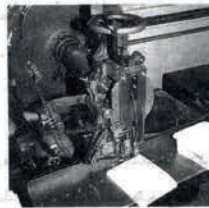


نوعی از صحافی که در آن فرم‌های صفحات پس از تاخوردن، در دل هم قرار گرفته و توسط یک تا دو مفتول یا منگنه به هم دوخته می‌شوند. در این نوع صحافی مقاومت مجله یا کتاب در مقابل جدا شدن صفحات از یکدیگر خوب است و عمر کتاب یا مجله نسبت به نوع ته‌چسب (نه ته‌دوز) بیشتر است. البته این امر مشروط بر آن است که مجله یا کتاب از جلد مقاومی نظیر کاغذهای ضخیم یا مقوا برخوردار باشد.

مسئله زمان همیشه در مطبوعات مسئله مهمی بوده و هست. ناشران سعی می‌کنند نشریه یا کتاب خود را در کوتاهترین زمان آماده کرده و ارائه دهند. سرعت تحویل کار در این نوع صحافی سریعتر از انواع دیگر است چرا که به محض تا شدن و مفتول خوردن، اضافه‌های پیرامون آن بریده شده و همان لحظه قابل استفاده است.



معایبی نیز برای این نوع صحافی وجود دارد که نمی‌توان بدون توجه، از آن عبور کرد. اول اینکه به دلیل داخل هم قرار گرفتن صفحات پس از تا خوردن مجله یا کتاب، صفحات وسط بیشتر از صفحات اول و آخر بیرون می‌ماند. به عبارت دیگر اگر به مقطع عرضی مجله نگاهی بیاندازید مشاهده می‌کنید که آن قسمت از مجله که صفحات آزاد دارد (ضلع مقابل عطف) حالت نوک پیکان پیدا کرده است. حال وقتی مجله زیر تیغ برش می‌رود صفحاتی از مجله که بیشتر بیرون هستند، بیشتر برش می‌خورند با اضافه شدن تعداد صفحات و ضخیمتر شدن کاغذ این مشکل افزونتر می‌شود. به عنوان مثال در مجله‌ای با صد صفحه که کاغذ آن ضخامت برابر یک‌بیستم میلی‌متر داشته باشد حدود چهار تا پنج میلی‌متر از عرض صفحات میانی کم خواهد شد و این مسئله اگر برای کسی مهم نباشد برای صفحه‌آرای مجله یا کتاب بسیار با اهمیت است.



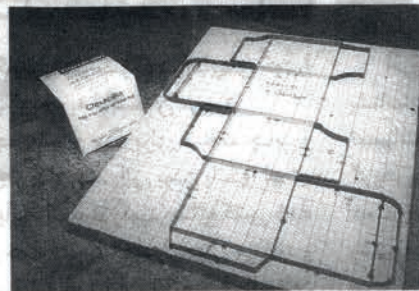
نکته مهم بعد این است که چون در این نوع صحافی، صفحه اول و آخر در یک کاغذ در کنار هم چاپ می‌شوند باید تمام صفحات مجله را با هم به لیتوگرافی ارسال کرد. غیر از این، فرمبندی مجله یا کتاب امکان‌پذیر نخواهد بود. مطلب دیگری در مورد صحافی مفتولی این است که به دلیل آن که جلد فقط در یک یا دو نقطه با مجله اتصال دارد می‌توان اوراقی مثل فرم آبونمان یا هر اطلاعیه دیگری را سه حله متناوباً با صفحات داخل مجله جدا داد.

می‌شود. قالبهای تخت اغلب به ماشین‌های لترپرس یا پرس‌های دستی و نیمه‌اتوماتیک و یا انواع ماشینهای دای کات بسته می‌شود.

انواع تیغ‌ها به صورت ورقهای تاشو (cut flexible Die) یا سیلندری جهت برش روتاتیو وجود دارد که ساخت آنها نیز به عهده قالب‌ساز می‌باشد. (در صورت در اختیار داشتن ابزار مخصوص)

دای کات (برش قالبی Die cut)

۱- عمل برش قالبی توسط قالب‌های مخصوص تیغ و تا، عمل دای کات به صورت ورقه و روتاتیو در اندازه‌های مختلف (از برشهای میلی‌متری تا کارتن‌های بزرگ) انجام می‌شود.



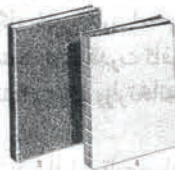
۲- صفتی برای ماشینهایی که مخصوص برش‌های قالبی هستند. با ماشینهای حرفه‌ای دای کات می‌توان کارتن‌ها و جعبه‌های مقوایی بزرگ را طبق قالب برش داده و خط تا انداخت.

صحافی Binding

سلسله عملیاتی است در رابطه با شمارش، برش، دسته‌بندی، جلدسازی و بسته‌بندی کاغذ و آثار چاپی. در واقع بسیاری از نشریات و سفارشهای چاپی پس از صحافی شکل نهایی خود را پیدا می‌کنند.

صحافی ته‌دوز یا ته‌دوخت Sewn binding

نوعی از صحافی که در آن فرمهای صفحات پس از تاخوردن کنار هم قرار گرفته (مانند ته‌چسب) و ته آنها به شیرازه دوخته می‌شود. از مزایای این نوع صحافی، برش یک‌دست صفحات است. همچنین در این نوع صحافی در مورد مجلات یا کتب، ناشر می‌تواند سفارش را به تدریج به لیتوگرافی ارسال کند و لیتوگرافی نیز به تدریج کار مونتاژ فرمها را به انجام رساند. نکته دیگر اینکه این نوع صحافی نسبت به نوع مفتولی زمان بیشتری می‌برد. فرمبندی این نوع صحافی مانند فرمبندی ته‌چسب است.

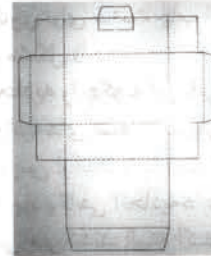


(به «فرمبندی» نگاه کنید)

صحافی ته‌چسب Adhesive binding

نوعی از صحافی که فرمها پس از تا خوردن کنار هم قرار گرفته (مانند ته‌دوز) و سپس برش عطف انجام شده و چسب می‌خورد. صحافی ته‌چسب تمامی خصوصیات ته‌دوز را دارد غیر از اینکه عمر آن کمتر و استهلاک آن زیادتر از انواع ته‌دوز و مفتولی است. فرمبندی این نوع صحافی مانند نوع ته‌دوز است

تیغ و تا



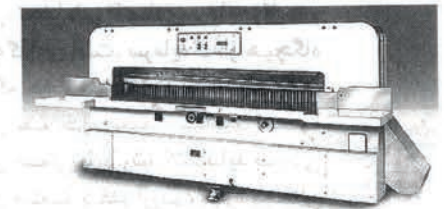
کنایه از عملیاتی است که طی آن برش جعبه‌ها یا برشهای غیر منظم انجام می‌شود و در قسمتهایی که باید تا بخورد «خط تا» ایجاد می‌شود. تیغه‌های برش، نیم‌تیغ و پرفراژ توسط قالب‌ساز از روی «طرح‌اجرایی» (نقشه تیغ و تا) تهیه و شکل داده می‌شوند و سپس توسط ماشینهای دای کات (برش قالبی)، چاپ‌لترپرس و یا انواع پرسهای دستی روی کار چاپ شده زده می‌شوند. تیغ و تا جدای از هزینه ساخت قالب هزینه خود عملیات تیغ و تا را نیز دارد.

خطکشی

ماشینی قدیمی که برای ایجاد خط تا جهت جعبه‌ها و بعضاً در قدیم برای خطکشی دفاتر از آن استفاده می‌شد. این ماشین با استفاده از تسمه‌های متحرک، مقوا یا کاغذ را به میان نورددهای چرخنده می‌برد. تیغه‌های مدوری روی نوردها نصب شده که با فشار روی مقوا یا کارتن خط انداخته و یا آن را می‌برد.

گیوتین Guillotine

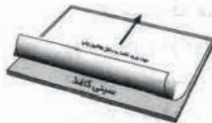
ماشین برش کاغذ و مقوا، قبل یا بعد از چاپ. این دستگاه یک گیره بسیار محکم دارد که کاغذ را فشرده و بی‌حرکت نگاه می‌دارد. گیوتین‌ها در انواع دستی، نیمه‌اتوماتیک و اتوماتیک وجود دارند. نمونه‌های مدرن کامپیوتری آنها می‌توانند برای برش‌هایی با مختصات گوناگون برنامه‌ریزی شوند.



قالب‌سازی (۱)

در بسته‌بندی و پاکت‌سازی بیشترین موارد استفاده را دارد. شکل دادن تیغ‌های برش و نصب سنبه‌های مخصوص، همچنین تیغه‌های مخصوص «خط تا» و «پرفراژ» جزء کارهایی است که به قالب‌سازی مربوط





طرف کاغذ آن را برمی گردانند. به طوری که قسمت عقب کاغذ به جلو بیاید. در واقع این نوع برگرداندن، نوعی غلت خوردن است.

فرم چاپ

واسطه‌ای که به ماشین چاپ می‌بندیم و سفارش خود را چاپ می‌کنیم.

فرم چاپ، حروف کنار هم چیده شده، کلیشه، زینک و امثال اینهاست که یکی از آنها بسته به نوع سفارش انتخاب شده و طرح یا تصویر طی عملیاتی روی آن منتقل شده و در ماشین مخصوص خود، با ویژگیهای مخصوص خود قرار گرفته و توسط آن سفارش خود را چاپ می‌کنیم.

عطف

انتهای مجله یا کتاب که اوراق در آنجا به هم می‌چسبند و پشت و روی جلد به هم متصل می‌شوند. در صحافی ته‌چسب و ته‌دوز، عطف، دارای ضخامت و بعضاً طرح و نوشته خاص خود است.

داغی

Hot Foil printing , Hot pressing Hot stamping

به انواع عملیات نقش‌زنی روی سطوح مختلف که با کمک پرسهای حرارتی انجام می‌شود، داغی می‌گویند. انواع نقش‌زنی فشرده، طلاکوب، جلد سوخته و امثال آن توسط پرسهای حرارتی انجام می‌شود. بعضی ماشینهای چاپ لترپرس نیز توانایی عملیات طلاکوبی را دارند. برای چنین کاری رانگای (۱) استفاده می‌شود. در این رانگا، پشت کلیشه فلزی سیمهای المنت قرار دارد تا کلیشه را گرم نگاهدارد.

طلاکوب (زرکوب)

اثر چاپی که بجای مرکب با فشر ظریفی از طلا یا مشابه آن چاپ شده باشد. طلاکوبی، حرفه‌ای مخصوص به خود است و در آن از پرسهای حرارتی یا بعضی ماشینهای چاپ لترپرس استفاده می‌شود و واسطه چاپی آن کلیشه و حروف فلزی است. طلاکوبی و داغی جزء یک حرفه هستند.

آنچه که در ایران، زرکوبی یا طلاکوبی خوانده می‌شود، «فویل بلکینگ» (Foil blocking) نام دارد که تحت این عنوان بجای ورق طلا، می‌توان تفره یا انواع ورقهای نازک فلزی دیگر را

در نظر گرفت. به طور کلی این روش را داغی یا مهر داغ (Hot stamping) و (Hot foil printing) می‌گویند که از خانواده چاپ حرارتی (Thermal printing) یا انتقال حرارتی (Thermal transfer) نیز محسوب می‌شود.

شکل ساده طلاکوبی در صحافی‌ها توسط گذاشتن حروف سربی روی ورق طلا و زدن ضربه به آن انجام می‌شود.

بی‌نوشت

۱- این حرفه از قالب‌سازی صنعتی جدا است.
۲- صفحه‌ای شبیه به سینی که در انواع ماشینهای لترپرس (چاپ حرفی) برای چین حروف و فرم چاپی از آن استفاده می‌شود. حروف در رانگا چیده شده و در جای خود محکم می‌شوند. سپس رانگا را برای انجام عملیات چاپ، درون ماشین چاپ قرار می‌دهند.

بازوبندی حدود ۲۰ X ۳۰ میلی‌متر
جا نمازی حدود ۸۰ X ۱۲۰ میلی‌متر
نیم ربعی (رقعی یا پالتویی) حدود ۱۰۰ X ۱۸۰ میلی‌متر
ربعی (رقعی یا پالتویی) حدود ۱۲۰ X ۱۹۰ میلی‌متر
وزیری کوچک حدود ۱۴۰ X ۲۲۰ میلی‌متر
وزیری حدود ۲۰۰ X ۲۶۰ میلی‌متر
خشتی باریک حدود ۱۴۰ X ۲۱۰ میلی‌متر
خشتی حدود ۱۷۰ X ۲۱۰ میلی‌متر
رحلی حدود ۲۲۰ X ۲۷۰ میلی‌متر
سلطانی یا شاهانی حدود ۳۰۰ X ۴۰۰ میلی‌متر

فرم (به فرم چاپ « نگاه کنید Impose , Imposition فرم بندی صحافی

فرم یا فرم‌بندی به تعداد و نحوه چین صفحات یک مجله یا کتاب در کنار هم توسط صفحه‌بند یا مونتاژکار لیتوگرافی گفته می‌شود. طوری که پس از کپی روی زینک و سپس چاپ، در صحافی طبق روشهای موجود تا خورده و شماره صفحات آن به ترتیب پشت سرهم قرار گیرند. به هر تعداد صفحه‌ای که در یک زینک جای گیرد یک فرم گفته می‌شود مثل:

فرم هشت صفحه‌ای، فرم شانزده صفحه‌ای و و و فرم بندی تابع دو امر متغیر است.

الف: اندازه زینک

ب: نوع صحافی

تعداد صفحاتی که در یک زینک می‌توان جا داد به اندازه زینک مربوط می‌شود یک زینک دو ورقی در هر چاپ چهار صفحه از یک مجله قطع رحلی را می‌تواند چاپ کند که با احتساب چاپ پشت همان کاغذ هشت صفحه یا دو ورق مجله بدست می‌آید بنابراین برای زینک دو ورقی فرم چهار صفحه‌ای تدارک دیده می‌شود.

صحافی نیز به دلیل شیوه‌های گوناگون آن، نحوه فرم‌بندی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. فرم‌بندی صحافی ته‌چسب و ته‌دوز با فرم‌بندی صحافی مفتولی به‌کلی متفاوت است. همانطوری که اشاره شد. تعداد صفحات هر فرم بر اساس اندازه زینک مورد استفاده در چاپ آن تعیین می‌شود. معمول‌ترین آن در قطع رحلی، دو، چهار و هشت صفحه‌ای است که با توجه به چاپ دو روی کاغذ بترتیب، چهار، هشت و شانزده صفحه می‌دهد. شانزده صفحه یعنی در هر فرم هشت صفحه از مجله را کنار هم طوری می‌چینند که با توجه به هشت صفحه پشت کاغذ و همچنین نوع صحافی پس از صحافی شماره صفحات مجله یاکتاب بترتیب پشت سر هم بیفتد. اما نحوه فرم‌بندی بسته به نوع صحافی است. در صحافی ته‌چسب و ته‌دوز فرم‌ها پس از تا خوردن کنار یکدیگر قرار گرفته و صحافی می‌شوند (side stitching) و در صحافی مفتولی فرم‌ها پس از تا خوردن در دل یکدیگر جای می‌گیرند (ing-saddle stitch). بنابراین نحوه شماره‌گذاری صفحات در این دو نوع صحافی متغیر است.

فرم‌بندی بیاضی Work and turn

در این فرم‌بندی، پشت و روی یک صفحه هر دو، روی یک زینک یا پلیت قرار می‌گیرند. پس از چاپ یک طرف کاغذ آن را برمی‌گردانند، به طوری که طرف چپ کاغذ در سمت راست قرار گیرد.

فرم‌بندی سکه‌ای Work and tumble

در این فرم‌بندی، پشت و روی یک صفحه هر دو، روی یک زینک یا پلیت قرار می‌گیرند. پس از چاپ یک



به طوری که به راحتی از مجله جدا شود بدون آنکه چیزی از ساختمان مجله کم شود. صحافی مفتولی فرم‌بندی خاص خود را دارد. (به «فرم‌بندی» نگاه کنید)

مکانیکی

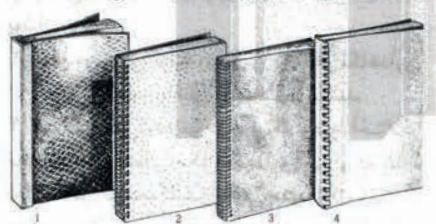
Mechanical binding

صحافی با استفاده از شانه‌های پلاستیکی

(Plastic comb binding)

فنر مارپیچ (Spiral binding)

حلقه‌های ضخیم (Ring binding) و امثال آن.



ترتیب (ترتیب کردن)

جزء مراحل پس از چاپ است و مرتب کردن و پشت سر هم ردیف کردن ورقهای چاپ شده را شامل می‌شود. هنگام صحافی باید فرم‌ها یا صفحات را طبق شماره یا رنگ آنها پشت سر هم ردیف کرد تا در نهایت، ته آن چسب خورده یا دوخته شود.

ترتیب کردن به دو صورت دستی و ماشینی رایج است. همچنین به دو روش پخش کردن و جمع کردن انجام می‌شود.

- پخش کردن صفحه اول یا آخر به تعداد مشخص روی میز (روش دستی) و یا در شانه‌های مخصوص (روش ماشینی) پخش می‌شود. سپس صفحه بعد روی صفحات قبل گذاشته می‌شود و صفحه بعد... تا آنکه تمام کار توزیع شود. در نتیجه، آنچه که بدست می‌آید دسته‌کاغذهایی است که صفحات همه آنها از شماره یا رنگی مشخص شروع و به شماره یا رنگی مشخص تمام شده‌است.

- جمع کردن دسته‌هایی از هر صفحه یا فرم، روی میز (روش دستی) یا داخل شانه‌های ماشین ترتیب به صورت پشت سر هم قرار داده می‌شود تا به ترتیب از روی هر کدام یک برگ برداشته شده و در انتها یک دسته کاغذ ردیف شده بدست آید.

قطع

اندازه، ابعاد، ۱- طول و عرض کاغذ یا اثر چاپی.
۲- اندازه کتب و نشریات براساس طول و عرض جلد آنها. برای هر قطع نامی انتخاب شده. در ذیل معروفترین قطوع با ذکر ابعادشان آمده است:

آموزش فن فلکسوگرافی

گردآوری، تحقیق و ترجمه: مهندس علیرضا سراجی

بخش دوم

اخیراً کلیه تولیدکنندگان این مواد خریداران را به اجرای دقیق موارد زیر در مدت زمانی که ما بین خرید این ورقه ها تا روز ساخت کلیشه وجود دارد فرا می خوانند:

۱. ورقه های خام باید در محیطی سرد و خشک در دمای بین ۱۵ تا ۲۵ درجه سانتیگراد نگهداری شوند.
۲. کلیه منافذ ورود نور (شیشه ها) باید توسط لایه ای از پوشش (فیلم) مقاوم در برابر پرتو ماوراء بنفش پوشانیده شوند.
۳. منابع مصنوعی تولید روشنائی در محل نگهداری این مواد پرتو ماوراء بنفش نباید داشته باشند.
۴. توصیه می گردد تا در صورت وجود اختلاف محسوس بین دمای محل نگهداری این ورقه ها با دمای محل ساخت کلیشه زمانی حدود ۱۵ ساعت به منظور سازگار شدن با محیط جدید برای ورقه های خام فتوپلیمری در نظر گرفته شود. در نظر گرفتن این زمان در کیفیت کلیشه ای که ساخته خواهد شد نقش به سزایی دارد.
۵. وجود رطوبتی بیش از ۵۵٪ در محیط نگهداری موجب صدمه پذیری آنها می گردد.

چگونگی ساخت کلیشه از ورقه های فتوپلیمری خام:

با ورود کلیشه های ساخته شده از مواد فتوپلیمری، چاپ در فلکسوگرافی جان تازه ای گرفت. در این دوران بود که هر متخصصی با ارائه راه و روشی که به قولی واژه بهترین را یدک می کشید مدعی نوگرایی در ارتقای کیفی این قسمت از فلکسوگرافی بود.

پس از گذشت مدت زمانی که برای دریافت پاسخ از جانب صنعت لازم بود، کلیشه سازی به ترتیب زیر طبقه بندی گردید برای هر مرحله به ارائه شرحی نه چندان موشکافانه بسنده می کنیم تا در قسمت کلیشه سازی مدرن دقیقتر به بسط تکنیکی هر مرحله بپردازیم:

۱. مرحله پرتو دهی: برخورد پرتو ماوراء بنفش با سطح ورقه فتوپلیمر باعث فراهم شدن بستری مناسب جهت آغاز فرآیند پلیمریزاسیون در نقاط پرتو دیده می شود. این تغییر ساختمانی نهایتاً باعث سخت و منسجم شدن ساختمان فتوپلیمر می شود. این نقاط همان نقاطی هستند که از بهم پیوستن آنها طرح یا تصویر مورد نظر طراح و نهایتاً کلیشه ساز به دست می آید.

۲. مرحله شست و شو: نقاطی از ورقه فتوپلیمری که در معرض پرتو قرار نگرفته اند در اثر تماس با نوعی حلال که تجزیه کننده ساختمان فتوپلیمر خام است حل شده و از روی سطح آن جدا می شوند. این حلال ممکن است آب، الکل و یا مواد شیمیایی دیگر باشد.

مصرف به ترتیب زیر طبقه بندی می شود:

۱. ضخامت: ۰/۷۶ میلی متر
۲. ضخامت: ۱/۱۴
۳. ضخامت: ۱/۷۰
۴. ضخامت: ۲/۳۰
۵. ضخامت: ۲/۵۴
۶. ضخامت: ۲/۷۲
۷. ضخامت: ۲/۸۴
۸. ضخامت: ۳/۱۸

از سوی تولیدکنندگان این امکان به سفارش دهندگان داده شده تا در صورت هر گونه مصارف تخصصی و خاص ضخامتی را که درخواست می کنند تولید و در اختیار آنها قرار گیرد.

چگونه باید از ورقه های فتوپلیمری خام تا مرحله ساخت کلیشه محافظت شود.

چون ساخت این ورقه ها مستلزم بهره مندی از یک تکنولوژی مدرن و تکنیک خاص است لذا طبیعی است که از لحاظ اقتصادی نیز تهیه این مواد هزینه بردار و در نهایت با ارزش اقتصادی نسبتاً بالایی برای ارائه به بازار مصرف در نظر گرفته می شود بنابراین منطقی است که نگهداری با برنامه و اصولی از ورقه های خام تا فرارسیدن "موعد ساخت" ضروری به نظر می رسد.

از مواد فتوپلیمری چه کمکی برای کلیشه سازان ساخته بود؟

بیشتر ورقه های فتوپلیمر خام به شکل تک لایه پوشش دار و در مواردی خاص در چند لایه پوشش دار ساخته می شوند. امروزه اغلب ورقه های فتوپلیمر که در بازار مصرف مورد قبول واقع شده و استفاده زیادی دارند از یک لایه "پلی استر" که با پوششی از یک لایه حساس به پرتو ماوراء بنفش ساخته می شوند. همچنین برای مثال از نمونه های چند لایه که یکی از انواع متداول آن برای چاپ لیبل (کاغذهای پشت چسب دار) دستمال کاغذی و آلومینیوم فویل مصرف زیادی دارد به ترتیب از یک لایه حساس به پرتو ماوراء بنفش یک لایه آلومینیوم فویل با ضخامت اندک و نهایتاً از یک لایه رزین پلاستیک به منظور استحکام بخشی به مجموع لایه ها نیز تهیه می شوند. با توجه به مصرف نهایی از کلیشه به عبارتی تماس کلیشه با مرکبها و حلالهای مورد استفاده که می توانند بنا به انتخاب مصرف کننده آب پایه، الکل پایه، یووی و یا غیره... باشند تولیدکنندگان مجبور به ایجاد تغییراتی در نحوه ساخت ورقه های فتوپلیمری، انتخاب پوشش های سازگار و رعایت موارد جنبی دیگر می باشد.

تولیدکنندگان علت گرایش بیشتر خود نسبت به مصرف پلی استر در ساختمان این ورقه ها را بالا بودن مقاومت آن نسبت به تغییرات مکانیکی و نهایتاً انعطاف پذیری در خور توجه آن می دانند. این خاصیت یک حسن بزرگ اقتصادی را نیز برای فلکسوکاران به دنبال داشت بدین ترتیب که امکان استفاده طولانی از کلیشه فراهم شد و نیاز به سفارش های چندین باره جهت ساخت از یک کلیشه از بین رفت.

انواع ورقه های فتوپلیمری خام:

امروزه این ورقه ها از نظر ضخامت در بازار



شکل ۳: نسل کلیشه های ساخته شده از ورقه های فتوپلیمری (فیلم) تولید گروه BASF آلمان

(PRE EXPOSURE PROCESS)

هدف از این پرتو دهی کوتاه که معمولاً بین ۶ تا ۱۰ دقیقه به درازا می‌انجامد آماده ساختن سطح ورقه فتوپلیمری برای شروع واکنش پلیمریزاسیون می‌باشد. با تابش پرتو، بستری مناسبی جهت شروع پلیمریزاسیون فراهم گردیده و به دنبال آن این فرآیند پلیمریزاسیون آغاز می‌شود. لازم به یادآوری است که بسته به ضخامت و نوع ساختمان فتوپلیمر مدت زمان این مرحله نوسان دارد که معمولاً به طور دقیق از سوی تولیدکننده در حین فروش توصیه می‌شود.

پرتو دهی اصلی (MAIN EXPOSURE)

این مرحله در دو قسمت انجام می‌پذیرد که ابتدا شامل پرتو دهی از ناحیه فوقانی ورقه و سپس از ناحیه تحتانی آن می‌باشد. قبلاً طرحی که قرار است بر روی کلیشه ساخته شود بر روی یک لایه فیلم آماده شده است. (برای مثال در روش کرومالین) ابتدا آن را بر روی سطح ورقه قرار می‌دهند. سپس هر دورا در حالی که کاملاً یکدیگر را پوشانده‌اند بر روی صفحه شیشه‌ای سیستم پرتو دهی که قسمتی از سیستم کلیشه سازی محسوب می‌گردد قرار می‌دهند. در این حالت ورقه فتوپلیمری بر روی صفحه و فیلم بر روی سطح ورقه قرار دارد. مکان این صفحه در دستگاه طوری طراحی گردیده است که از دو ناحیه فوقانی و تحتانی امکان پرتو تابانی بر روی ورقه فتوپلیمری وجود دارد. سیستم‌های مولد پرتو مستقر در قسمت فوقانی در درب دستگاه و سیستم تحتانی در بطن دستگاه تعبیه گردیده‌اند. این قسمت از کلیشه سازی در واقع حکم شروع کار را دارد و باید در محیطی بدون هوا (خلأ) انجام شود. ایجاد خلأ بدان جهت انجام می‌شود که نباید هیچ فاصله‌ای حتی چند دهم میلیمتر بین فیلم و سطح کلیشه خام وجود داشته باشد.

بدین منظور پس از قرارگیری بر روی صفحه شیشه‌ای روی آنها توسط پوششی که معمولاً از منسوجی بافته شده از الیاف مصنوعی است پوشانیده و سپس این فضا توسط منافذ مکنده، از هوا تخلیه می‌شود. حال بستر مناسبی برای آغاز پرتو دهی

بنابراین آنچه بر روی ورقه فتوپلیمری باقی می‌ماند نقاطی است که تشکیل دهنده طرح مورد نظر چاپی است. با توجه به شکل شماره ۲ بخش اول پر واضح است که نقاط پرتو دیده نسبت به سطحی که در فرآیند شرکت جسته‌اند بر روی سطح ورقه فتوپلیمری ارتفاع بیشتری خواهد داشت.

۳. مرحله خشک کردن به منظور اجرای عملیات حلال زدائی از سطح فتوپلیمر باید آن را توسط سیستمی (دستگاه خشک کن) در معرض جریان هوا قرار داد تا بقایای ماده حلال تبخیر و از سطح آن جدا شود.

آنچه به شکل خلاصه مطرح شد بیان ساده‌ای از مراحل ساخت کلیشه بود که سالها با همین کم و کیف بدان عمل می‌شد. با جان گرفتن سیستم روتوگراور و تازه‌هایی که این سیستم مدرن برای صنعت چاپ با خود به ارمغان آورد، فلکسوگرافی نیز به سمت ارتقاء کیفیت شتاب بیشتری گرفت. این انقلاب با تکنیکی نمودن سیستم‌های ساخت کلیشه شروع و با تلاش سازندگان ورقه‌های فتوپلیمری در ارائه تکنولوژی نوین و استفاده از مواد دیگری از این خانواده در تولید ورقه‌های فتوپلیمری ادامه پیدا کرد.

کلیشه‌سازی مدرن

نهایتاً آنچه سالها بدان عمل می‌شد جای خود را به روشهای نو و ایده‌های جدیدتری داد تا اینکه کلیشه سازی سنتی دیروز به ترتیبی که در زیر به جزئیات آن اشاره می‌رود سازمان یافت.

ابتدا فیلم تهیه شده از طرح را بر روی ورقه فتوپلیمری گذاشته و ورقه به اندازه فیلم برش داده می‌شود. نمای ابزار برش ورقه‌های فتوپلیمر در شکل شماره ۴ نمایش داده شده است. شایان ذکر است که پس از اتمام ساخت کلیشه یکبار دیگر نیز لبه‌های کلیشه به منظور دست‌یابی به یک تقارن شکلی برش داده می‌شود. البته این برش جزء مرحله "ترمیم کلیشه" محسوب می‌شود که بعداً بدان اشاره خواهد شد.

سپس به ترتیب زیر عمل می‌شود:

پرتو دهی اولیه

فراهم گردیده است.

بسته به ضخامت ساختمان ورقه فتوپلیمری موارد استفاده چاپی و نهایتاً با استناد به توصیه تولیدکننده فتوپلیمر مورد مصرف زمان پرتو دهی تعیین می‌گردد.

ابتدا پرتو دهی از سطح فوقانی و پس از اتمام این مرحله پرتو دهی تحتانی آغاز می‌گردد. هدف از پرتو دهی از دو سو، اطمینان از ایجاد امکان تمام و کمال برای وقوع پلیمریزاسیون در ساختمان فتوپلیمر در نقاط مورد نظر است.

با به اتمام رسیدن قسمت دوم، این مرحله به پایان می‌رسد. در شکل شماره ۵ نمایی از یک قسمت پرتو ده در یک سیستم کلیشه سازی مدرن نمایش داده شده است.

شست و شو (WASH OUT)

پس از پایان مرحله پرتو دهی نوبت به مرحله شست و شو است. آنچه در این مرحله انجام می‌شود عبارتست از به وجود آوردن شرایطی برای تماس مستقیم حلالی که پس از قرارگیری در مجاورت قسمتهای پرتو ندیده و خام از ورقه فتوپلیمری آن را در خود حل و نهایتاً باعث برداشته شدن این قسمتها از روی ورقه می‌شوند.

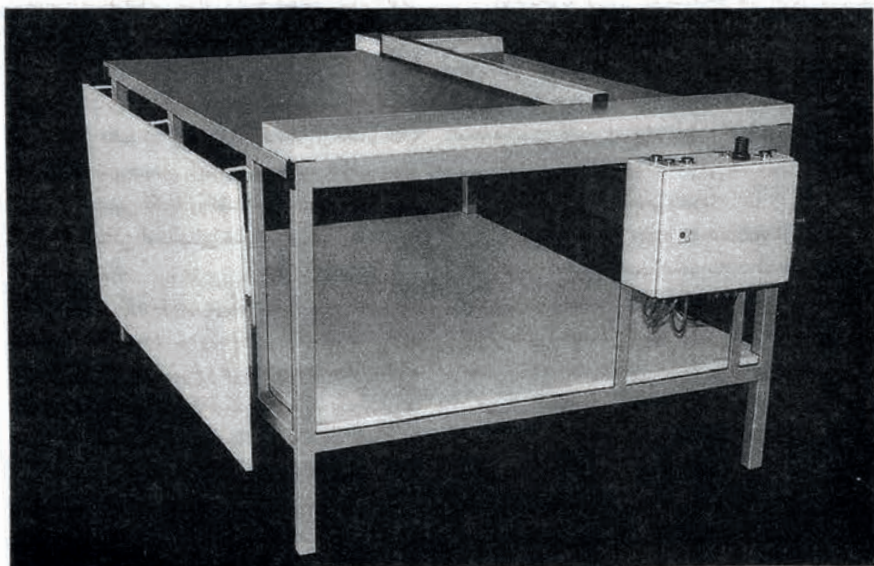
ابتدا فیلم و ورقه فتوپلیمری را از داخل سیستم پرتو ده خارج نموده سپس آنها را از یکدیگر جدا می‌نماییم.

در لبه‌های ورقه فتوپلیمری از یک طرف سوراخ‌هایی (۴ تا ۶ عدد) توسط دستگاه پانچ ایجاد مینماییم. این عمل را به این دلیل انجام می‌دهیم تا در صورت لزوم و بسته به طراحی قسمت شست و شو امکان قراردادن در حالت معلق (عمودی) توسط اویز داخل سیستم وجود داشته باشد.

حال ورقه‌های پرتو دیده در دست داریم (از این به بعد به جای این نام از واژه فیلم استفاده می‌نماییم) و آماده است که در داخل سیستم شست و شو قرار گیرد. اطلاعاتی مبنی بر اینکه از چه حلالی باید استفاده شود در حین خریداری از طرف تولیدکنندگان ارائه بقیه در صفحه ۱۳



شکل شماره ۵: نمایی از قسمت پرتو ده در یک سیستم کلیشه سازی



شکل شماره ۴: نمای ابزاری که برای برش ورقه‌های خام فتوپلیمری از آن استفاده می‌شود. اخیراً عملیات پانچ نیز توسط است ابزار امکان پذیر است.

رنگ (۱۱)

جلال شباهنکی



رنگ در تاریخ

حال که شرح مختصری از تئوری رنگ بر خواننده عرضه گردیده است جا دارد که موضوع بحث را به بررسی راه‌های متنوعی که در تاریخ از رنگ بهره می‌جسته‌اند، بکشاییم. از رنگ‌هایی که یک شخص برای امور مختلف زندگی خودش برمی‌گزیند، چیزی‌های زیادی درباره آن شخص می‌توان فهمید. این مطلب درباره فرهنگ هر جامعه هم مصداق دارد. از بررسی نحوه استفاده فرهنگ‌ها از رنگ نکات بسیاری را درباره آن فرهنگ‌ها می‌توانیم بیابیم. نمونه موزه‌های بناهای تاریخی یونان و روم، با نمای سفید و بی‌روحی که دارند، و قالب‌ها و مجسمه‌های بی‌رنگی که از روی مجسمه‌های اصل کپی برداری شده‌اند به هیچوجه حق مطلب را درباره طبیعت پر احساس سازندگانی که آن آثار بدیع را خلق کرده‌اند بجا نمی‌آورند. مردمان ازمنه باستان در مصر، یونان و روم برای تزئین معابد، خانه‌ها و جامه‌های خود رنگ‌های درخشانی چون آبی طاووسی، زرد لیمویی، سبزی‌های کارمین، نارنجی و سبز ملایم را ترجیح می‌داده‌اند قبای رومی و رهای یونانی که پیوسته آنها را در تصاویر و تندیس‌ها به رنگ سفید نشان می‌دهند در واقع به غنی‌ترین رنگ‌ها بافته می‌شدند و با رشته‌های طلائی و نقره‌ای حاشیه دوزی می‌شدند.

نقاشان چیره‌دست و حافظان این هنر و فن در دوره رنسانس همانگونه که فرم‌های هنری کلاسیک و فلسفه را از دوران باستان به عاریت گرفتند، تا حدی هم رنگ‌های غنی آن عصر را بکار برده‌اند، اما در زمان ایشان درخشان‌ترین رنگ‌های دوره باستان ره رنگ‌های لطیف‌تری چون بنفش و سبزی‌های زیتونی، زرد / نارنجی‌ها و آبی / ارغوانی‌ها تعدیل داده شدند. در ساریز دوره باروک به خصوص در ایتالیا رنگ‌های مشابهی بکار برده می‌شد. در فرانسه که سبک باروک بر دربار پادشاهان ورسای نشین و لویی چهاردهم چیره بود تأکید زیبایی‌شناسی بر ظرایف و لطائف زنانه بود. این جریان در دوران سلطنت لویی پانزدهم از برکت افراط کاری‌های روکوکو Rococo به اوج خود رسید. اندرونی‌ها محصور در گل و ریحان و میلمان نفیس درون آنها جنگلی از رنگ‌های کوناگون بود، کنده کاری‌های چوبی را با سفید و انواع آبی ملایم و صورتی و بنفش و خاکستری رنگ کاری کرده، و آنها را با دست دلبازی طلاکاری و نقره کاری می‌کردند. در دوره آبنوس کاران یعنی در دوران دروگران چیره‌دستی چون آدم Adams چیندل Chippendale هیل وایت Hepplewhite و شرایتون Sheraton میلمان را غالباً با چنان ظرافت و مهارتی می‌ساخته‌اند که استفاده از رنگ در تزئین آنها تنها محدود به استفاده از تون‌های ملایم برای تکمیل کار بوده است. در انگلستان قرن هجدهم رنگ‌هایی چون سبز مه آلود، بژ، خاکستری کبودی صورتی میخکی و آبی مات رنگ‌های نمونه بوده‌اند.

دیر زمان مردمان شرق دور نزدیک را با وفور رنگ تداعی می‌کرده‌اند. پارچه‌های ابریشمی پارسی و چینی و دیگر مصنوعات گران قیمت شرقی که توسط تجار ونیزی به اروپا برده می‌شد برای آن سرزمین‌ها شهرتی به عنوان مرکز گسترده تجارتی و به ویژه تجارت کلاهای

لوس، به ارمان آورد و مردمان اروپا آن سرزمین‌ها را به عنوان سرزمین رنگ‌های غنی می‌شناخته‌اند. چینی‌ها را از زمان‌های بسیار دور، رنگ شناسان متخصصی می‌دانسته‌اند. پیش از صدور مسیحیت به چین لاقبل یکی از پادشاهان سلسله Han تابلوهای نقاشی رنگارنگ بسیار زیبا جمع‌آوری می‌کرده است و از خاندان تانگ Tang (از ۶۱۸ تا ۹۰۷ میلادی) نشانه‌هایی از پرده آویزها و دیوارنماهایی که با ظرافت رنگ‌آمیزی شده‌اند بجای مانده است.

برای هنرمندانی که لباس و صحنه برنامه‌های تئاتر و سینما و تلویزیون را طراحی می‌کنند علم به نحوه استفاده تاریخی از رنگ جنبه اساسی دارد. این دانش همچنین برای آن دسته از طراحان دکور، که ممکن است مشتریانشان از ایشان بخواهند اطاق یا منزل را به سبک دوره معینی در تاریخ بیازایند، نقش بنیادی دارد.

استفاده روانشناسانه از رنگ

بر طراحان است که پیش از ورود به مبحث راه‌های کاربرد رنگ به جنبه‌های روانشناسی گزینش رنگ احاطه یابند. تأثیرات (یا به عبارت دیگر واکنش انسان به) رنگ آنچنان اهمیت دارد که کار طراحی رنگ‌آمیزی برای هر آنچه انسان با آن سر و کار دارد، به تنهایی خود حرفه معتبری شده است. این طراحان که از سالن‌های مترو گرفته تا کراخانه‌ها نقشه رنگ تهیه می‌کنند و به شرکت‌های بزرگ صنعتی و سرمایه‌داران خرده پا خدمات مشاوره‌ای می‌دهند. خدمات این طراحان بر شناخت عمیقی از رنگ و رابطه آن با انسان‌ها استوار است. از آزمایشات طراحان رنگ آمیزی بسیاری نکات جالب حاصل شده که به خصوص برای هنرجویان طراحی می‌تواند آموزنده باشد.

معمولاً رنگ‌های گرم تحریک‌کننده و رنگ‌های سرد آرامش دهنده‌اند. در واژه "گرم" و "سرد" برای رنگ واژه‌های با مسامی‌اند. رنگ سبز واقعاً به انسان احساس سردی می‌دهد. در ادارهای که دیوارهایش را با آبی رنگ‌آمیزی کرده بودند کارکنان احساس سرمای شدید می‌کردند اما همین که رنگ اتاق‌ها را به زرد تغییر دادند و بر میلمان روکش نارنجی کشیدند بی‌آنکه درجه حرارت را تغییر دهند همه کارکنان از شر سرما راحت شدند. کنتوت راکنند مربی پرآوازه تیم فوتبال نوتردام در مسابقات؛ رختکن تیم خودی را به رنگ سرخ انتخاب می‌کرد و رختکن تیم حریف را آبی - دلیل این کار چه بود؟ او می‌خواست در وقت نیمه اردوی تیم حریف را در گوشه دنج تشکیل دهد تا آن‌ها را در رختکن از تک و تاب بیاندازد، اما تیم خودی را برای نیمه دوم حاضر یراق نگهدارد. از همین نکته روانشناسی برای رنگ کردن غرفه ایستادن اسب‌های مسابقه‌ای در خط شروع استفاده می‌کنند.

رنگ‌های گرم موجب می‌گردد که اشیاء به این رنگ از اشیاء با رنگ سرد نزدیک به نظر آیند. مثلاً از دو صندلی به رنگ‌های سرخ و آبی که در ردیف قرار دارند آنکه به رنگ سرخ است نزدیکتر می‌نماید. طراحان با داشتن این گونه تأثیرات رنگ‌هایی را بکار می‌گیرند که تأثیر دلخواه را بجا گذارد. مثلاً برای آنکه اتاقی کوچکتر از اندازه خودش بنماید و سقف پائین تر به نظر آید آنها را به رنگ سفید نقاشی می‌کنند، یا برای آنکه اتاقی بزرگتر به نظر آید از رنگ‌های سرد لطیف استفاده می‌کنند. رنگ در مشکل ترفیق هم می‌تواند نقش مهمی داشته باشد. تحقیق در این مسئله بما می‌گوید که در بزرگراه‌ها

رانندگان هنگام نزدیک شدن به اتومبیل‌های به رنگ گرم چون سرخ، بلوطی، کرم یا زرد حس می‌کنند که باید از این اتومبیل‌ها با فوریت بیشتری نسبت به اتومبیل‌های برنگ سیاه و آبی، سبز سبقت گیرند.

در میان حیوانات گر چه سگ‌ها و گربه‌ها نسبت به رنگ کوراند اما حشرات با شدت به رنگ واکنش نشان می‌دهند. شیرها از نارنجی دوری می‌کنند اما سرخ، سیاه و آبی را می‌پسندند و به طرف این رنگ‌ها کشیده می‌شوند. زنبوردارها هنگامی که سراغ زنبورها می‌روند لباس سفید می‌پوشند زیرا آنها دریافته‌اند اگر لباس تیره رنگ بپوشند مورد هجوم زنبورها واقع می‌شوند. این واقعیت که مگس‌ها از رنگ آبی نفرت دارند بسیاری از تولیدکنندگان گوشت را بر آن داشته که پنجره‌های کارگاه‌های خود را به رنگ آبی در آورند.

یکی از جنبه‌های جالب روان شناختی رنگ را در رشته ساینسته زیا Synesthesia که در آن به اصوات شکل بصری می‌دهند، می‌توان دید. بسیاری از موسیقی‌دانان، موسیقی را رنگی می‌شنیده‌اند. مثلاً بتیهون "سی مینور" را سیاه می‌پنداشت، و شوپرت "می مینور" را دوشیزهای در جامه سفید با کمان گل قامی به نشانه رضایت بر قلب، و "سی مینور" را نور خورشید می‌دانست و می‌گویند لیزت که رهبر ارکستر بوده است هنگام کار جملاتی چون آن صدا بیش از حد سیاه است، لطفاً آنجا را کمی صورتی بیافزائید و می‌خواهم این قسمت کاملاً نیلی شود، برخی از مردم آلات موسیقی را با رنگ معینی می‌شناسند، مثلاً شاپیور را زرد دانسته، سازهای بادی را که معمولاً از فلز پر رنگ ساخته می‌شوند سرخ می‌شناسند. در نظر آنها فلوت آبی و قره‌نی سبز است. این درهم آمیختگی حس‌ها بگونه‌ای دیگر هم تظاهر می‌یابد، مثلاً در فرهنگ برخی از کشورها مرسوم است که می‌گویند رنگی "با صدای بلند، نگاهی سیاه" نیم نگاهی "سرد" یا لبخندی "سرد"، این نکات برای طراحان حاوی مطالب قابل تعمقی است. این معانی نوعی سابقه نمادی بدست می‌دهد تا طراح بتواند به اعتبار آنها واکنش‌های خودش را نسبت به محیط پیرامونش به تصویر در آورد.

رنگ و هنرمند معاصر

روح تجربه اندوزی که مشخصه هنر امروز است به هنرمند این فرصت را می‌دهد تا با احساس مشخص‌اش به یافتن سرزمین‌های ناشناخته پر بکشاید. هنگامی که هنرمند نظریه رنگ را مورد مطالعه قرار می‌دهد به آن بمثابة شمتی قانون که الزاماً باید بر کار او مسلط باشند نمی‌نگرد، بلکه نظریه رنگ مشوقی است برای کشفیاتی که توسط خود وی انجام می‌پذیرد.

یوهانس ایتن Johannes Itten در تجربه با دانشجویان به این کشف دست یافت که افراد ادراک متمایزی از هماهنگ‌های رنگی داشتند که بر پایه ویژگی‌های شخصیتی استوار است و هر یک به نوبه خود معتبر استو به علاوه یکی دیگر از یافته‌های وی این بود که برخی از دانشجویان که عاطفی بوده و خلق و خوی احساساتی داشتند، بیشتر به تکه‌هایی که رنگ در هم و برهم مه گرفته‌ای دارد تمایل نشان می‌دادند. برخی از هنرمندان رنگ را عمودی می‌زنند، برخی دیگر افقی و عده‌ای هم اوریب رنگ می‌زنند. بدون تردید آموزش‌های ایتن سهم زیادی در پیشبرد گرایش‌های مبتنی بر آزادی و فردگرایی در کاربرد رنگ و فرم - که امروز برای هنرمند تیبیک است، به عهده داشته است. ■



)))))

بسته بندی، دیروز، امروز و فردا

)))))

ترجمه از: ر. سعید غنیری
بخش دوم
)))))

نمونه‌ای از کارتهای تاشو و مقوای کاغذی و جعبه‌های مربوط به اواخر قرن نوزدهم.

آموزش فلکسوگرافی... بقیه از صفحه ۱۱ شده و یا تولیدکننده خود حلال‌ها در اختیار خریدار قرار می‌دهد. بنا بر این مجدد یادآور می‌شوم که این قسمت از ساخت کلیشه، دارای اهمیت به سزایی است.

نگاهی کوتاه راجع به حلال‌های مورد استفاده در مرحله شست و شو

در ابتدا برای نیل به حداکثر کیفیت ممکن، استفاده از حلال‌های غیر استاندارد که عناوینی مانند مناسب برای همه نوع فیلم و غیره... را از سوی فروشندگانشان یدک می‌کشد، توصیه نمی‌نماییم. ساختمان شیمیایی هر حلالی طوری در نظر گرفته شده تا با آنچه در تماس قرار خواهد گرفت از نظر ساختمانی سازگار و دارای حداکثر راندمان در فرآیند باشد. یکی از دلایل عمده‌ای که باعث می‌شود حتی کلیشه‌های ساخته شده از فیلم‌های مرغوب به درستی عمل نیابند استفاده از حلال‌های نامناسب (عموماً "دست ساز") و مخصوصاً حلال‌هایی که از نظر مقدار "اتیل استات" در حجم محلول "اشباع" شده‌اند و آنچه اخیراً در داخل باب شده "حلال‌های مورد استفاده برای مرکب‌های چاپ" در مرحله شست‌وشو است.

حلال‌هایی که امروزه به بازار راه پیدا کرده و از طرف مصرف کنندگان نیز با استقبال خوبی مواجه شده‌اند دارای ساختمانی عالی از وجود پرکلرواتیلن "PERCHLOROETHYLENE FREE" می‌باشد که تاثیر سوپی برای محیط‌زیست ندارند و در ضمن بخار حاصل از تقطیر آنها خطر آلودگی هوا را در بر ندارند. مرحله شست‌وشو با توجه به ضخامت فیلم مصرفی نهایی قدرت اجرایی سیستم و نهایتاً با استفاده به توصیه تولیدکننده به مرحله اجرا در می‌آید. ضرر دیگری که این حلال‌ها برای کلیشه‌ساز در بر دارند ائتلاف وقت می‌باشد که این پیام را با ارائه مثالی به شرح زیر توضیح می‌دهیم:

اگر برای انجام عمل شست‌وشوی فیلم توسط حلال A که سازگار با ساختار فتولیمیری A می‌باشد N دقیقه زمان لازم باشد برای اجرای همین مرحله با حلال دست‌ساز "A" احتیاج به N+X دقیقه زمان نیاز داریم. از دیگر اثرات استفاده از حلال نامناسب می‌توان به لزج باقی ماندن سطح کلیشه پس از اتمام مرحله شست‌وشو اشاره کرد. وجود این مسئله در مرحله استفاده از آن مشکل ساز است.

توزیع مقادیر بسیاری کالای بسته‌بندی شده میسر نبود. رشد مواد پلاستیکی در صنعت بسته‌بندی و ابداع فلکسوگرافی (FLEXOGRAPHY) به‌علاوه تکامل گراور و افست در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم بطور ناباورانه‌ای تغییر و تحولاتی را در صنعت بسته‌بندی به همراه داشت.

برچسبها

اولین بسته‌بندی‌های بدست آمده در آمریکا دارای لفاف کاغذ با برچسب‌هایی بوده است که محصول کارخانه کاغذ Luke Bemis بوده و مرتبط به سال ۱۸۰۰ می‌باشد. چاپ برچسب نمونه‌ای از چاپ با قالب چوبی است. در سال ۱۸۸۸ هر هزار برچسب پاکت‌های سیگار با چاپ لیتوگرافی چند رنگ حدود ۵۰ دلار قیمت داشت و چاپ آن دارای کیفیت بسیار خوبی بود، بطوریکه شرکت new york san اظهار داشته که اغلب برچسبها از خود سیگار بهتر بوده‌است. اکنون اعضاء صنعت بسته‌بندی دریافته‌اند که غالباً بسته‌بندی خوب فروش را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

OLDING CARTONS

آنچه در آمریکا مقوای کاغذی یا کارتن گفته می‌شود در انگلیس (CARDBOARD) نامیده می‌شود. بنابراین محصول با جعبه کارتنی یا مقوای کنگره‌دار (CORRUGATED) اشتباه شود. در سال ۱۸۰۰ جعبه‌های مقوایی دارای ساختار بسیار ضعیف و بی دوامی بوده‌است و پیش از ۱۸۱۰ در فیلادل‌فیا توسط مهاجران انگلیسی تهیه می‌گردید و روی آنها بطور مستقیم برچسب یا چاپ زده می‌شد.

در دهه ۱۸۹۰ روبرت گیر (ROBERT GAIR) در ایالات متحده ماشین بسته‌بندی را اختراع نمود که بسته‌بندی آن‌هوا را با کارتن تاشو امکان پذیر ساخت. میلیونها نفر بازدید کننده از نمایشگاه جهانی پاریس در سال ۱۹۰۰ ماشینهای بسته‌بندی و چاپ لوئیس چامبون (LOUIS CHAMNON) مشاهده کرده‌اند. ماشین چامبون کارتن را بصورت چند رنگ چاپ زده و همزمان شکاف داده تا می‌نمود. دو نوع از کارتهای تاشو که مربوط به اواخر قرن نوزدهم می‌باشد را در شکل مشاهده می‌نمایید. ■

«تاریخچه مختصر بسته بندی»

سالها قبل، پیش از اینکه بشر ساختن کوزه یا جعبه را بیاموزد ظرف کدو، تنه خالی درختان و پوست و مئانه حیوانات مورد استفاده بوده‌است. هنوز هم در جوامع قدیمی برگ درختان بعنوان نوعی لفاف بسته‌بندی مورد استفاده می‌باشد. در ویرانه‌های رم و یونان باستان و کشتیهای غرق شده که مرتبط به دوره کتاب مقدس است، ظرفهای نوشیدنی و وسایل آرایشی سرامیکی یافت شده است که اغلب بوسیله حک نام محتویات یا نام مالک ظروف پیش از حرارت دادن، نشان گردیده‌اند.

در ابتدا بسته‌ها توسط همان بازرگانی که محصولات را برای فروش عرضه می‌کرد، طراحی شده‌است. تا اواخر قرن نوزدهم در صنعت غیر وابسته بسته‌بندی پیشرفت دیده نمی‌شود. اولین چاپ در صنعت بسته‌بندی چاپ برچسبها است که به نظر می‌رسد بهترین چاپ موجود در آن زمان است.

بسته‌بندی مدرن به سال ۱۸۵۰ مربوط می‌شود (تقریباً زمانی که صنعت چاپ توسعه یافت) هنگامی که برچسبهای کاغذ برای بسته بندیهای دست‌ساز مورد استفاده قرار گرفته بود و چاپ آنها توسط کارخانه‌های صورت می‌گرفت.

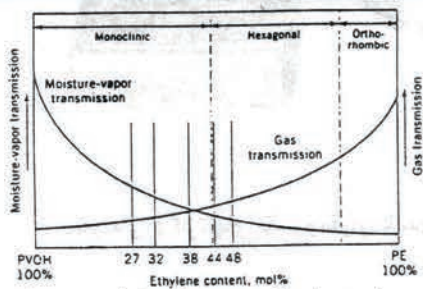
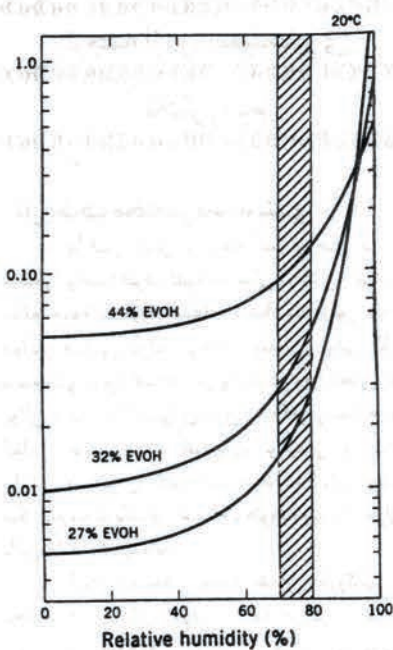
صدها سال پیش، فروشندگان پودرهای دارویی، محصولاتشان را در لفافهای کاغذی که امضای تولیدکننده روی آن چاپ شده بود بسته‌بندی می‌کردند. در اواخر قرن هجدهم دو اختراع سبب ایجاد صنعت بسته‌بندی مدرن گردید که عبارتند از ابداع ماشین کاغذ (PAPER MACHINE) و پدیده لیتوگرافی. قرن نوزدهم شاهد تولد صنعت بسته‌بندی بود. صنعتی که بسته‌بندیهای زیبایی را تهیه و به سایر تولید کنندگان جهت محافظت و تبلیغ کالاهایشان عرضه نمود. توسعه ماشینهای بسته‌بندی به‌علاوه مشارکتهای ملی که در توسعه مسیرهای حمل و نقل از جمله راه‌آهن و کشتیهای بخار انجام می‌گرفت، سبب ترقیع و ترجیح صنعت بسته‌بندی و بکارگیری گسترده ماشین آلات شد. بدون حمل و نقل مدرن مشارکتهای بزرگ شامل تولید و

EVOH

Ethylene Vinyl OH

ترجمه:
محمد ناصر نعمتی
(کارشناس شیمی)
ویرایش:
ر. س. عنبری

جایگزینی برای آلومینیوم

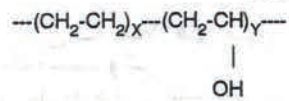


نمودار ۱ - رابطه بین غلظت‌های کومونومرها و خواص جلوگیری از نفوذ گازها و بخار آب را نشان می‌دهد.

یکی از مواردی که اخیراً در بسته‌بندی مواد غذایی مورد توجه بیشتری قرار گرفته حفظ عطر و بوی مطلوب مواد غذایی است.

کوپلیمرهای اتیلن وینیل الکل به کوپلیمرهای اتیلن و وینیل الکل هیدرولیز می‌شود. پلیمری وینیل الکل (PVOH) ترکیبی است که در آب محلول بوده و به سادگی واکنش پذیر نمی‌باشد، ولی خاصیت نفوذناپذیری بالایی در برابر گازها، حلال‌ها و مواد شیمیایی دارد. توسط کوپلیمریزه نمودن وینیل الکل و اتیلن خاصیت نفوذناپذیری بالای آن در مقابل گازها و حلال‌ها و مواد شیمیایی محفوظ مانده و نیز سبب افزایش و بهبود مقاومت آن در مقابل آب (عدم حلالیت EVOH در آب) و واکنش پذیری می‌شود.

کوپلیمر EVOH دارای ساختمان مولکولی ذیل است:



وینیل الکل
کوپلیمراتیلن و وینیل الکل به کوپلیمرهای اتیلن و وینیل الکل هیدرولیز می‌شود.

جدول ۱ مشخصات رزین EVOH را نشان می‌دهد.

مقدار	واحد	خواص
۰/۷-۲۰	گرم بر ده دقیقه	شاخص ذوب
۱/۱۲-۱/۲۰	گرم بر میلی لیتر	چگالی
۲۷-۴۸	درصد مولی	مقدار اتیلن
۱۵۶-۱۹۱	درجه سانتیگراد	نقطه ذوب

نخستین بار در سال ۱۹۷۲ در کشور ژاپن مقرون به صرفه بودن مصرف کوپلیمرهای EVOH مطرح گردید اما تا سال ۱۹۸۳ که تولیدکنندگان مواد غذایی در آمریکا از آن برای ساخت بطریها و سایر اقلام پلاستیک‌ها استفاده نمودند مصرف گسترده و جهانی نیافت. تاکنون نیز مصرف عمده و اصلی این رزین در بسته‌بندی مواد غذایی است زیرا ویژگی نفوذناپذیری آن در مقابل گازها موجب می‌گردد تا با ایجاد سد برابر نفوذ اکسیژن، مواد غذایی داخل بسته‌ها فاسد و ضایع نگردند. نفوذناپذیری EVOH نسبت به حلال‌ها، مواد شیمیایی و هیدروکربنها مصارف آن در صنایع دیگری همچون مواد شیمیایی، کشاورزی، خودروسازی، آتش نشانی و لباس‌های محافظ افزایش داده است. کوپلیمر EVOH به ذات بلورین است و خواص آن نیز به شدت به غلظت نسبی کومونومرها بستگی دارد.

تلفیق خواص نفوذناپذیری عالی مواد، این امکان را ایجاد می‌نماید که لایه‌های نازکی از این مواد را در بسته‌بندیهای چند لایه و ساختارهای خارج از مقوله بسته‌بندی مورد استفاده قرار دهیم.

خواص کوپلیمر EVOH
مشخصات عمومی و اصلی کوپلیمرهای EVOH به شرح ذیل است:

۱) نفوذناپذیری نسبت به گازها:

EVOH از جهت عدم نفوذپذیری نسبت به گازهایی همچون اکسیژن، نیتروژن و هلیوم به عنوان بهترین رزین شناخته شده است و استفاده از آن در بسته‌بندی‌ها باعث می‌شود طعم، مزه و کیفیت محصول با عدم تبادل اکسیژن حفظ گردد. در بسته‌بندی‌هایی که از تکنولوژی Modified MAP (Atmosphere Packaging) استفاده می‌شود EVOH به طور مؤثری دی اکسید کربن، اکسیژن یا نیتروژن مصرفی به منظور حفظ کیفیت محصول داخل بسته نگهداری نموده و سبب عدم تراوش به بیرون و یا نفوذ عوامل خارجی به بسته می‌شود.

جدول ۲ - خواص نفوذپذیری گاز از EVOH با سایر لفافها را مقایسه می‌نماید.

نمودار ۲ - سرعت عبور اکسیژن نسبت به رطوبت نسبی

۲) مقاومت در برابر حلال‌ها و هیدروکربنها:
EVOH مقاومت بسیار زیادی در برابر هیدروکربنها و حلالهای آلی دارد. EVOH پس از یکسال غوطه‌وری در دمای ۲۰ درجه سانتیگراد در حلال‌هایی همچون سیکلوهاگزان، زایلن، پترولیم اتر، بنزن و استن افزایش درصد وزنی برابر با صفر درصد و در اتانل ۲/۳ درصد و در متانل ۱۲/۲ درصد داشته است.

	(mL.mi)/(100in ² .24h.atm)				(mL.25um)/(m ² .24h.atm)			
	O ₂	N ₂	CO ₂	He	O ₂	N ₂	CO ₂	He
32 mol% EVOH	0.02	0.002	0.06	18.8	0.31	0.03	1.0	291.2
38 mol% EVOH	0.03	0.005	0.15	22.0	0.39	0.08	2.3	341.3
44 mol% EVOH	0.08	0.008	0.23	25.3	1.2	0.12	3.5	391
PVDC (پلی‌وینیلیدن کلراید)	0.15	0.01	1.1	27.3	2.3	0.19	17.4	423.2
Oriented nylon	3.6	1.4	13.2	232.0	55.2	21.7	205.2	3596
Oriented PET	4.6	0.46	19.6	180.0	71.3	7.1	303.8	2790

At 23°C (73°F), 65% rh (رطوبت نسبی)

جدول ۲ - سرعت عبور گاز

جدول ۳ - عملکرد دستکشهای ایمن

مواد شیمیایی یا حلال	زمان بر حسب دقیقه
استن	۱۴۴۰
استونتریل	۱۴۴۰
آنیلین	۱۴۴۰
بنزین	۱۴۴۰
کربن دی سولفید	۱۴۴۰
کلروفرم	۱۴۴۰
دی اتیلامین	۶۰
DMF	۱۴۴۰
اتیل استات	۱۴۴۰
نرمال هگزان	۱۴۴۰
متانل	۱۴۴۰
MMA	۱۴۴۰
متیل اتین کتن	۱۴۴۰
متیلن کلراید	۱۴۴۰
نیتروبنزین	۱۴۴۰
سدیم هیدروکسید	۱۴۴۰
استایرن	۱۴۴۰
سولفوریک اسید ۹۳٪	۱۴۴۰
تتراکلرواتیلن	۱۴۴۰
تولوئن	۱۴۴۰
تریکلرواتیلن	۱۴۴۰
زایلن	۱۴۴۰



صاحبان صنایع غذایی هر روزه به اهمیت مواد محافظت کننده طعم و مزه طبیعی مواد غذایی و پیشگیری از ورود بوهای خارجی و عدم آلودگی توسط آنها توجه بیشتری را معطوف می‌دارند. برخی مواد غذایی شهرت خاصی در جذب بوهای خارجی دارند و همچنین بعضی از پلاستیک‌ها همانند پلی الفینها به صورت انتخابی برخی بوهای مخصوص را از مواد غذایی جذب می‌نمایند. EVOH در برابر خروج بو و همچنین جذب D-Limonene که از جمله اولین بوهای جایگزین در عصاره کربنات می‌باشد، همانگونه که در جدول ۵ و نمودار ۳ دیده می‌شود به خوبی محافظت می‌نماید.

مواد غذایی باید به هنگام توزیع، انبار و نگهداری در منزل از بوهای خارجی محافظت گردند.

برخی مواد غذایی و غیر غذایی همچون سبزی، مواد شیمیایی کشاورزی، سموم دفع آفات، حشره کش‌ها یا عطرها به شدت معطر می‌باشند و هدف آن است که عطر و بوی آنها داخل بسته حفظ گردیده و به خارج از بسته تراوش ننموده و در محیط پراکنده نشود. همچنان که در جدول ۶ دیده می‌شود EVOH به خوبی می‌تواند از خروج عطر و بوی مواد جلوگیری نماید.

۴) خواص مکانیکی و بعدی:

اگر چه این ماده به عنوان رزینهای ساختاری مورد مصرف نمی‌باشد ولی مقاومت مکانیکی و الاستیسیته بالا و استحکام سطحی، و مقاومت عالی در برابر شرایط جوی را دارا می‌باشد. این گونه فیلم‌ها در خود دارای خاصیت آنتی‌استاتیک بالا می‌باشند و مانع تجمع گرد و غبار و یا الکتریسیته ساکن می‌شوند. فیلمهای EVOH دارای براقیت (gloss) بسیار بالا و مه گرفتگی (Haze) کمی است که سبب شفافیت (Clarity) چشمگیری می‌شوند.

فیلمهای EVOH دارای براقیت (gloss) بسیار بالا و مه گرفتگی (Haze) کمی است که سبب شفافیت (Clarity) چشمگیری می‌شوند.



۳) حفظ طعم و مزه، بو و عطر مواد غذایی:

حفظ خواص محصولات غذایی روز به روز اهمیت بیشتری می‌یابد علی‌الخصوص که گرایش کلی به سوی دوری و حذف افزودنیهای مواد غذایی است. محافظت از مواد غذایی در موارد گوناگون معانی خاصی پیدا می‌کند. یکی از مواردی که اخیراً در بسته‌بندی مواد غذایی مورد توجه بیشتری قرار گرفته حفظ عطر و بوی مطلوب مواد غذایی است.

جدول ۴ - مقاومت در برابر مواد نفتی

مواد نفتی	32%EVOH	27%EVOH	Nylon	HDPE
REF Fuel C	0.0009	0.0008	0.015	208
CM15	0.61	0.46	5.0	168
MTBE15	0.0007	0.0006	0.012	166
MTBE100	0.0002	-	0.003	26
Toulene	0.001	-	-	301
isooctane	0.003	-	-	24

جدول ۵ قابلیت نفوذ طعم و مزه

Structure	73°F, 0% rh		73°F, 75% rh	
	D-Limonene	Methyl salicylate	D-Limonene	Methyl salicylate
A	0.001	0.001	0.01	0.01
B	0.001	0.0003	0.01	0.002
C	0.0003	0.0002	-	-
D	0.040	0.009	0.01	0.002
E	0.032	2.16	0.01	6.79
F	0.040	0.87	0.01	2.15

جدول ۶ - حفظ عطر

Construction	Thickness (um)	Days to Aroma Leakage			
		Vanillin (vanilla)	Menthol (peppermint)	Piperonal (heliotropin)	Camphor
PET/EVOH/LDPE	12/15/50	15	25	27	<30
OPP/EVOH/LDPE	18/15/50	30	<30	27	<30
PET/EVOH	12/15	<30	<30	30	<30
PET/LDPE	12/50	2	16	5	<30
OPP/LDPE	17/50	6	2	1	13

جدول ۷ - خواص مکانیکی رزینهای EVOH

ویژگی	واحد	اندازه (Grad) رزین EVOH				
		27	32	38	44	48
مقدار اتیلن	mol%	27	32	38	44	48
نقطه ذوب	°C	191	181	175	164	156
دمای بلور شدن	°C	167	161	151	142	134
دمای حالت شیشه‌ای	°C	72	69	62	55	48
شاخص ذوب در ۲۱۰ درجه	g/10min	3.0	3.8	3.8	13.0	14.7
دانسیته	g/mL	1.20	1.19	1.17	1.14	1.12
استحکام کششی تا زمان شکست	psi	10385	10385	6685	7395	5405
Tensile strength, yield	psi	13655	11235	9385	8535	6260
افزایش طول تا زمان شکست	%	200	230	280	380	330
Elongation, yield	%	6	8	6	7	3
Young's modulus	psi*104	45.5	38.4	34.1	29.9	29.1
Rockwell hardness	M	104	100	93	88	-
Tabor abrasion	mg	-	1.2	1.2	2.0	2.2

عملیاتی از قبیل ترموفرمینگ، وکیوم فرمینگ و چاپ به سادگی با رزین یا فیلم‌های حاوی EVOH انجام پذیر است.



جدول ۷ خواص مکانیکی EVOH را با سایر ویژگی‌های آن مقایسه می‌نماید.

۵) فرآیند پذیری:

رزینهای EVOH پلیمرهای ترموپلاستیک هستند و با وسائل متداول به سادگی و بدون تغییرات خاصی فرآیندپذیر می‌باشند و در فرآیندهای ذیل می‌توان از آنها استفاده کرد:

- تولید فیلم بادی
- تولید ورق قالب ریزی بادی اکستروژن (Extrusion Blow molding)
- اکستروژن مقطعی (Profile Extrusion)
- کتینگ اکستروژن (extrusion Coating)

رزینهای EVOH بر اساس نیازهای مختلف می‌توانند با تمامی انواع پلی الفینها، پلی استایرن، پلی وینیل کلراید و پلی استر کواکستروژن شوند. عملیاتی از قبیل ترموفرمینگ، وکیوم فرمینگ و چاپ به سادگی با رزین یا فیلم‌های حاوی EVOH انجام پذیر است.

۶) تایید دستگاههای نظارت کننده:

رزینها و فیلمهای EVOH با درجه‌های مختلف تأیید FDA را برای تماس مستقیم با مواد غذایی دارا می‌باشند.

رزینها و فیلمهای EVOH همچنین می‌توانند در لیتنیتهایی که در دمای بالا صورت می‌گیرند (مواردی که ظرف برای گرم شدن در معرض حرارت قرار می‌گیرد) استفاده شوند مشروط بر آن که لایه‌ای نفوذناپذیر برای جدا کردن EVOH از تماس مستقیم با مواد غذایی وجود داشته باشد. سایر تأییدات مختلف بر اساس مصارف رزینها یا فیلمهای EVOH در محصولات گوشتی و پنیر و یا در سایر کشورها مانند آمریکای لاتین، کانادا و اروپا از سوی مراکز نظارت کننده مربوطه صادر شده است. رزینهای EVOH بر اساس آزمایشات انجام شده غیر سمی شناخته شده‌اند.

۷) ساختار بسته‌بندی:

امروزه در تمام جهان اولین مصرف رزینها و فیلمهای EVOH در بسته‌بندی مواد غذایی است. کلیه پلاستیک‌های چند لایه که دارای لایه EVOH می‌باشند جایگزین مقرون به صرفه‌ای برای گونه‌های قدیمی بسته‌بندی از جمله شیشه یا فلز هستند. به علاوه از امتیازات دیگری همچون سهولت به کارگیری و کاهش مواد اولیه مصرفی در بسته‌بندی برخوردارند. امروزه ظروف سختی (rigid) و نیمه سختی همچون بطری‌ها، سینی‌ها، کاسه‌ها، لوله‌ها، فیلم‌های قابل انعطاف و کارت‌تهایی که لایه EVOH به عنوان لایه نفوذناپذیر در آنها به کار رفته وارد بازار تجارت شده‌اند. اغلب این گونه ظروف به صورت چند لایه تولید می‌شوند تا لایه نفوذناپذیر EVOH را از تأثیرات رطوبت محافظت نمایند و نیز این نکته شایان توجه است که موادی تولیدگردد تا از نظر قیمت مواد اولیه پلی‌اولفینها چندان گران قیمت نباشند.

EVOH هنگامی که در ترکیبات چند لایه به کار می‌رود استفاده از چسب برای حصول استحکام مطلوب ضروری است.



در حال حاضر اکثر ترکیبات چند لایه از پنج تا شش لایه تشکیل شده‌اند و با استفاده از تکنولوژی کواکستروژن برای مصارف خاصی تا هفت و نه لایه هم می‌توان تولید نمود.

EVOH هنگامی که در ترکیبات چند لایه به کار می‌رود استفاده از چسب برای حصول استحکام مطلوب ضروری است. برخی چسب‌های تجاری مناسب که در دسترس می‌باشد به شرح ذیل است:

- Admer (Mitsui Petrochemical Industries Ltd)
- Plexar (Quantum Chemical)
- Tymor (Morton Chemical)
- Bynel (Dupont Company)

۸) ظروف سخت (rigid) و نیمه سخت:

متداول‌ترین روش تولید این گونه ظروف ترموفرمینگ، قالب ریزی بادی (blow mdding) اکستروژن (Profile Extrusion) می‌باشد. اغلب ظروفی که به روش ترموفرمینگ ساخته می‌شوند طی دو مرحله تولید می‌گردند، ابتدا فیلمی چند لایه به روش کواکستروژن تولید شده، سپس این فیلم که دارای یک لایه نفوذناپذیر EVOH می‌باشد با استفاده از تکنولوژی

ترموفرمینگ فاز جامد مذاب شکل‌گیری یا قالب‌گیری می‌شود.

بطریهای چند لایه با استفاده از تکنولوژی قالب‌ریزی بادی، اکستروژن یا تزریق تولید می‌شوند همانگونه که لوله‌ها با روش Direct Profile کواکستروژن و یا قالب‌ریزی بادی کواکستروژن می‌توانند تولید گردند. شکل ۴ ساختمان چند لایه‌ای‌های متداول که برای ظروف سخت و نیمه سخت استفاده می‌شوند را نشان می‌دهد.

در سالهای اخیر استفاده از EVOH به عنوان لایه نفوذناپذیر و جایگزین فویل آلومینیوم در کارت‌تهای مقوایی به سرعت رو به رشد است.



۹) فیلمهای انعطاف پذیر:

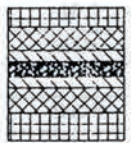
فیلمهای انعطاف پذیر بیشترین میزان مصرف EVOH در انواع بسته‌بندی را تشکیل می‌دهد و به چندین روش از جمله لمینت کواکستروژن و یا کواکستروژن مسطح یا به شکل تیوب تولید می‌شوند. همچنین می‌توان روی آنها عملیاتی وکیوم فرمینگ، چاپ، فرمینگ، پر کردن، درزبندی و هیت‌سیل را جهت تولید و ساخت بسته انجام داد.

شکل ۴ ساختمان فیلمهای چند لایه انعطاف پذیر متداول را نشان می‌دهد.

فیلمهای EVOH تک لایه که آرینته نشده و یا در دو جهت آرینته شده باشند و به کمک روشهای کواکستروژن یا لمینت برای تولید فیلمهای انعطاف پذیر می‌توانند مورد مصرف قرار گیرند.

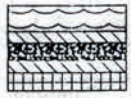
۱۰) ظروف مقوایی

در سالهای اخیر استفاده از EVOH به عنوان لایه نفوذناپذیر و جایگزین فویل آلومینیوم در کارت‌تهای مقوایی به سرعت رو به رشد است. در این ظروف که جهت بسته‌بندی مواد غذایی استفاده می‌شوند EVOH به شامل مختلف کاربرد دارد.



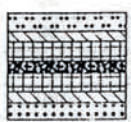
Polypropylene
Regrind
Adhesive
EVOH barrier
Adhesive
Regrind
Polypropylene

Hot-fill and retort
High moisture barrier
Scrap utilization
Thermoformable



HIPS
Adhesive
EVOH barrier
Adhesive
LDPE

Fill temperatures 160° F
Translucent
Form Fill Seal
Heat-sealable



Polypropylene
Adhesive
Nylon
EVOH barrier
Nylon
Adhesive
Ionomer

Formable web
Heat-sealable



LDPE
Paperboard
LDPE
Adhesive
EVOH barrier
Adhesive
LDPE

Hot-fill, chill-fill, aseptic
Flavor barrier
Aroma barrier



Polypropylene
Regrind
Adhesive
EVOH barrier
Adhesive
Polypropylene

Hot-fill, retortable
High moisture barrier
Scrap utilization
Translucent



Polypropylene or HDPE
Regrind
Adhesive
EVOH barrier

Solvent, hydrocarbon barrier
Scrap utilization

شکل ۴ - ساختار ترکیبات نفوذناپذیر

فیلمهای انعطاف پذیر بیشترین میزان مصرف EVOH در انواع بسته بندی را تشکیل می دهد و به چندین روش از جمله لمینت کواکستروژن و یا کواکستروژن مسطح یا به شکل تیوب تولید می شوند.



یافته می توان لفاف هایی را طراحی نمود که نه تنها با ظروف شیشه ای و فلزی در عملکرد قابل رقابت هستند بلکه مزایای اقتصادی ویژه ای نیز خواهند داشت. ■

۱۹۸۰ مصرف آن روند رو به رشدی داشته است. جدول ۹ بخشی از کاربردهای تجاری EVOH را در نقش لایه نفوذناپذیر نشان می دهد. صرفه اقتصادی

برای تعیین اقتصادی ترین پلیمر نفوذناپذیر، ابتدا باید قیمت تمام شده تهیه لایه مصرف شده مشخص گردد و موقعیت آن در ساختار لفاف با یکدیگر مقایسه شود. عواملی همچون قیمت، واحد، وزن، دسترسی به پلیمر مورد نظر، سرعت عبور اکسیژن و بازیافت آن باید مورد توجه قرار داده شود. هنگامی که نفوذناپذیری رزینهای EVOH با قدرت بازیافت آنها و پیشرفت های جدید در تکنولوژی کواکستروژن تلفیق شوند بسته بندی معنای خاصی

برای تعیین اقتصادی ترین پلیمر نفوذناپذیر، ابتدا باید قیمت تمام شده تهیه لایه مصرف شده مشخص گردد و موقعیت آن در ساختار لفاف با یکدیگر مقایسه شود.



لایه EVOH علاوه بر نفوذناپذیری نسبت به اکسیژن می تواند در نقش نفوذناپذیری نسبت به عطر و رایحه نیز عمل نماید و همچنین در مواردی چون آبیومو مانع تغییر مزه و طعم آن گردد. پوشش دهی بر روی مقوا به طریق کواکستروژن، فرایند مقدماتی تولید این ظروف است و ساختمان متداول آنها در شکل ۴ دیده می شود.

۱۱) فیلمهای EVOH:

علاوه بر رزینهای EVOH فیلم تک لایه آن نیز قابل دسترسی است. این فیلمها خواه آرینته دو محوری و یا غیر آرینته از چگرمگی مطلوب، پایداری ابعاد، نفوذناپذیری و صرفه اقتصادی قابل توجهی برخوردار می باشند و هنگامیکه با دیگر انواع فیلمهای پلیمری در فرایند لمینت تلفیق شوند فیلم چند لایه ای حاصل می آید که خواص مشابه فیلمهای کواکستروژن از خود نشان می دهد.

جدول ۸ خواص برخی فیلمهای تک لایه EVOH را نشان می دهد. کاربرد

از زمان معرفی رزین و فیلمهای EVOH در ژاپن طی سالهای دهه ۱۹۷۰ و در آمریکا و اروپا طی سالهای دهه

جدول ۸ - خواص EVOH

		EVOH Grades (EVAL)					PVDC
ویژگی	واحد	EF-XL	EF-F	EF-E	ON	BOPP	غلیظ
ضخامت		0.6	0.6	0.8	0.6	0.9	
استحکام کششی تا زمان شکست	MD	29700	11600	10150	23450	24100	
افزایش طول تا زمان شکست	TD	28300	7550	6400	31290	31200	
Young's modulus	MD	100	180	260	90	140	
	TD	100	140	190	90	60	
استحکام کسپختگی	MD	51.0	28.4	28.4	24.2	28.4	
	MD	51.0	27.0	27.0	21.3	37.0	
	MD	260	380	460	500	300	
	MD	330	300	440	450	200	
پایداری ابعاد تا 14°C, 1h	MD	-4.0	-2.7	-1.6	-1.5	-10.4	
نقطه ذوب	TD	-0.5	-0.9	-1.2	-0.9	-12.5	
سرعت عبور O ₂ تا 20°C		181	181	164	220	165	
65%		0.01	0.02	0.08	1.92	0.55	
85%		0.04	0.08	0.17	5.4	0.55	
100%		0.23	1.0	0.52	19.0	0.55	

جدول ۹ - کاربردهای EVOH

روش تولید	کاربرد	ساختار لایه ها
Cast coextrusion	Processed meats, natural cheese, snacks, bakery	PP/nylon/EVOH/nylon/LLPDE Nylon.nylon/EVOH/nylon/surlyn Nylon/EVOH/surlyn PET/LDPE/EVOH/surlyn
Blown coextrusion	Processed meate, bag-in-box, red meat, pouches	Nylon/LLDPE/EVOH/LLDPE LLDPE/EVOH/LLDPE LLDPE/EVOH/LLDPE/SURLYN Nylon/EVOH/LLDPE
Lamination	Coffee, condiments, snacks, lidstock	OPET/EVOH/LDPE/LLDPE PP/nylon/EF-XL/nylon/LLDPE OPET/EVOH/OPET/PP
Coextrusion coating	Juice, bakery, laundry products	LDPE/paperboard/LDPE/EVOH/LDPE LDPE/paperboard/LDPE/EVOH/LDPE/EVOH OPP/LDPE/EVOH/LDPE/EVA
Thermoforming	Vegetables, fruit sauce, entrees, puding	PP/regrind/EVOH/regrind/PP PS/EVOH/LDPE
Coextrusion blow molding	Ketchup, sauces, cooking oil, salad dressing, agricultural chemicals, juice	PP/regrind/EVOH/PP HDPE/regrind/EVOH/HDPE HDPE/regrind/EVOH PET/EVOH/PET/EVOH/PET
Profile coextrusion	Cosmetics, toothpaste, condiments, pharmaceuticals	LDPE/EVOH/LDPE

دغدغه‌های وزیر تعاون در آستانه خصوصی سازی

و نظرات ماهنامه چاپ و بسته بندی

چندی پیش مرتضی حاجی وزیر تعاون در گفتگویی با خبرنگاری جمهوری اسلامی نسبت به تامین اهداف قانون اساسی از طریق واگذاری مؤسسات دولتی بصورت مزایده ابراز تردید کرد. وی گفت: با انجام مزایده، برخی از مؤسسات دولتی به بخش خصوصی منتقل خواهند شد. اما مطمئن نیستم که این مؤسسات به شرکتهای فعال بخش خصوصی واگذار شوند. احتمال دارد برخی افراد پولدار از امر واگذاری مؤسسات دولتی به عنوان روشی برای تکثیر اموال استفاده کنند. وزیر تعاون همچنین اظهار کرد: با واگذاری برخی مؤسسات تولیدی دولتی به بخش خصوصی، بسیاری از شرکتهای تولیدی دیگر که مواد اولیه آنها از کارخانه مذکور تامین می شود دچار مشکل خواهند شد. وی افزود: واگذاری اینگونه مؤسسات منجر به وابسته شدن دهها مؤسسه تولیدی دیگر به بخش خصوصی خواهد شد و واحدهای تولید مذکور مجبور به تبعیت از خواسته های یک کارخانه دار می شوند. در برخی از رشته های تولیدی، تشکلهای فراگیری وجود دارد که هم اکنون با کارخانه های دولتی تامین کننده مواد اولیه خود دچار مشکل هستند و بیم دارند که با واگذاری این مؤسسات به بخش خصوصی بر مشکلات آنها افزوده شود. وی از تعاونی صنایع کنسرو کشور که بیش از دویست کارخانه کنسروسازی را تحت پوشش دارد، به عنوان یکی از این تشکلهای یاد کرد و گفت: در حال حاضر قوطی های مورد استفاده در صنایع کنسرو در یک کارخانه دولتی تولید می شود که در صورت واگذاری آن به بخش خصوصی واحدهای مذکور برای ادامه تولید به بخش خصوصی وابسته خواهند شد. حاجی پیشنهاد کرد که اینگونه کارخانه ها به دلیل اهمیتی که دارند در اختیار این تشکلهای قرار گیرند. به نظر می رسد اظهارات وزیر محترم تعاون ادامه همان روند مدیریتی سابق باشد. چرا که مالکیت های عمومی در بخش تعاون چندان فرقی با مالکیت بخش دولتی ندارند و نتیجه آن نیز چیزی فراتر از دستاوردهای مدیریت دولتی نخواهد بود. جلوگیری از یکه تازی یک مؤسسه یا یک شخص راه حل دیگری نیز دارد که بسیار منطقی تر و ساده تر از این حرفهاست و آن فراهم آوردن شرایط رقابت است. اگر دولت دست از حمایت های مصرانه خود از بعضی صنایع داخلی بردارد، بخش خصوصی، خود با ایجاد رقیب و رقابت به تنظیم بازار خود خواهد

وزیر تعاون: در حال حاضر قوطی های مورد استفاده در صنایع کنسرو در یک کارخانه دولتی تولید می شود که در صورت واگذاری آن به بخش خصوصی واحدهای مذکور برای ادامه تولید به بخش خصوصی وابسته خواهند شد.

چاپ و بسته بندی، بسیاری از هراسهای بخش تعاون به دلیل تجربه نکردن مدیریت بخش خصوصی در صنایع کلان کشور و به موازات آن، عادت کردن به امدادهای غیبی دولت است.

پرداخت. ضمن اینکه چه تضمینی وجود خواهد داشت که تشکلهای مذکور با یک مالکیت نسبتاً عمومی در اعمال یک مدیریت جهت دار و پایدار موفق باشند. ماهنامه چاپ و بسته بندی در خصوص اظهار نظر وزیر محترم تعاون نامه ای به ایشان ارسال کرده است که متن آن را در ادامه می خوانید.

جناب آقای مرتضی حاجی وزیر محترم تعاون

با سلام

ضمن آرزوی توفیق و سلامتی برای شما و همکارانتان به عرض می رسانم، جنابعالی روز یک شنبه ۷۸/۲/۲۶ در خصوص واگذاری مؤسسات دولتی بیاناتی فرمودید. در آن میان به نکته ای اشاره فرمودید که به حوزه کاری صنایع بسته بندی و تبعاً اینجانب مربوط می شود. جنابعالی به نگرانی تعاونی کنسروسازان در خصوص واگذاری کارخانه تولید ورق به بخش خصوصی اشاره فرمودید. این حقیر به دلیل درگیری نزدیک با مسائل صنایع بسته بندی کشور لازم می دانم به برخی واقعیت های صنفی و صنعتی بپردازم.

الف - فرضیه تمرکز در صنعت و بازرگانی طی دو دهه اخیر باعث پرورش یافتن بخش غیردولتی متناسب با دولت شده است. به این معنی که بخش غیردولتی (بخصوص برخی کارخانجاتی که پس از انقلاب تاسیس شده اند) به حمایت دولت عادت کرده اند. این در حالی است که بخش غیردولتی بطور پیوسته داعیه خصوصی سازی را نیز دارد که البته خواسته بحقی است. جنابعالی خود به خوبی

واقف هستید که حمایت دولت به شکل فعلی مانند پول توجیبی است که پدری به فرزند بالغ خود بپردازد و با ایجاد اعتماد به نفس کاذب و ناپایداری او را از فراگیری و تجربه زندگی اجتماعی بازدارد.

بزرگترین مشکل ایران در بازارهای خارجی و داخلی پس از مسائل بانکی و عدم وجهه اعتباری کافی، ضعف بازاریابی و بازاریگردانی است که محصول و نتیجه حمایت های داخلی دولت است. بسیاری از صنایع ما هنوز به صدرصد تجربیات تولید و تجارت دست نیافته به بازارهای خارجی می روند. در واقع حمایت های اینگونه دولت باعث نقص در مدیریت تمام عیار بخش خصوصی است.

ب - در بخش خصوصی، حرف اول را بازار و مشتری می زند. به واقع اگر چنین کارخانه ای به یک مدیر لایق بخش خصوصی واگذار شود، یقیناً او هم نگرش مشتری مدار را پیشه خود کرده و بیش از هر چیز به خواسته های مشتریان خود فکر خواهد کرد.

در بخش خصوصی سودمندترین هدف، کیفیت بالا و قیمت پایین است. بنابراین چه جای نگرانی است اگر یک سرمایه گذار آگاه به تولید و تجارت (مهم نیست چه کسی باشد) این کارخانه را تحویل بگیرد. تنها تکیه گاه مدیران بخش خصوصی مشتریان آنهاست. بر این اساس با فروش کارخانه به بخش خصوصی و کنار رفتن صد در صد دولت، این بخش بالاخره مشکلات درون صنفی خود را حل خواهد کرد.

پ - بهترین راه جلوگیری از تکتازی یک نفر در یک صنعت، ایجاد امکان رقابت است. اینجانب در عین اینکه از واگذاری کارخانه به یک واحد سهامی خاص بخش خصوصی حمایت می کنم پیشنهاد می کنم دولت با بازکردن بعضی درها و اعطای قدرت انتخاب به مشتریان، از یک سو به شدن بعضی صنایع جلوگیری کند. در چنین حالتی، بازار بدون هیچگونه دخالتی از سوی دولت خودبه خود تنظیم می شود و وجود رقابت باعث نگرش مشتری مدار خواهد شد.

اینجانب بار دیگر تاکید می کنم بسیاری از هراسهای بخش تعاون به دلیل تجربه نکردن مدیریت بخش خصوصی در صنایع کلان کشور و به موازات آن، عادت کردن به امدادهای غیبی دولت است. انشا... موفق باشید

رضا نورایی / مدیر مسئول و سردبیر

چاپ وبسته بندی صنعتی جزء اولویت های سرمایه گذاری کشور اعلام شد



اولویتهای سرمایه گذاری صنعتی			
ردیف	نام طرح	مجموع ظرفیت مورد نیاز سالانه	واحد سنجش الزامات
صنایع شیمیایی و پلیمری			
۱۱	تولید کاغذ گلوپک از چوب نخل خرما	۱۰۰	هزار تن
۱۲	مقوای دوپلکس و پشت خاکستری	۴۰	هزار تن
۲۲	دی اکسید تیتان (پیگمنت)	۵۰	هزار تن
صنایع فلزی و ریختهگری			
۱	ورق حلب (با تکنولوژی بالا)	۱۵۰	هزار تن
صنایع غذایی و دارویی			
۷	خشککن چای به روش CTC و بسته بندی آن	۴۰	هزار تن
۱۶	فرآوری و بسته بندی خشکبار	در حد تقاضا	
۱۷	سور تینگ و بسته بندی میوه	در حد تقاضا	
۱۹	فرآوری خرما (بسته بندی، قند مایع، شیر و...)	در حد تقاضا	
صنایع برق و الکترونیک*			
۱۹	انواع PLC	۱۰۰۰	دستگاه
صنایع ماشین سازی و تجهیزات*			
۱۲	ماشین آلات بسته بندی	در حد تقاضا	
۱۹	ماشین آلات تولید کاغذ بسته بندی (لمینیتور، فلکسوگرافی، فیلمهای چندلایه، اکسترودر و...)	در حد تقاضا	
۲۰	ماشین آلات تولید کاغذ تحریر و تجهیزات مربوطه	۱۵	دستگاه

* ۱ - متقاضیان می بایست حتی المقدور با مشارکت خارجی دارنده تکنولوژی اقدام به سرمایه گذاری کنند.

۲ - تولیدات متناسب با تکنولوژی های روز باشد.

بر اساس آخرین مصوبه های دولت و طبق اعلام اداره کل مقررات وزارت صنایع چاپ و بسته بندی صنعتی در ردیف اولویت سرمایه گذاری طرح های جدید که زیر مجموعه اولویت های صادراتی است قرار گرفته است. همچنین طراحی و ساخت خطوط تولیدی بیسکویت، آرد، گچ، آهک، سردخانه و کاشی نیز جزء همین الیوت ها است که خط بسته بندی نیز لازمه تمامی این محصولات می باشد. علاوه بر اینها حمایت از واحدهای طراحی - مهندسی و خدمات صنعتی در صورت سازماندهی جهت صادرات نیز در همین ردیف قرار می گیرد.

طبق همین تصمیمات طرح های تکمیل کننده زنجیره تولید کالاها ی صادراتی در زمره اولویتهای ملی قرار دارند و در صورت توجیه فنی و اقتصادی از دیدگاه ملی از تسهیلات ارزی و ریالی نیز برخوردار خواهند شد.

در راستای برنامه فوق جدولهایی نیز ارائه شده است که بخشهای مربوط به صنایع چاپ و بسته بندی آن در این صفحه آمده است.

همچنین در راستای اجرای تبصره سی و پنج لایحه بودجه و برنامه های واگذاری شرکتها و مؤسسات دولتی به بخش خصوصی فهرستی از بعضی شرکتها و طرح های نیمه تمام قابل واگذاری بخش دولتی نیز اعلام شده است.

تبصره ۹ ضوابط صدور تمدید جواز تاسیس واحدهای تولیدی

در مورد پرسشنامه هایی که مستلزم زمان بیشتری برای بررسی کارشناسی می باشد، صدور جواز تاسیس حداکثر ظرف مدت یک ماه اداری انجام خواهد شد. موارد مشمول این تبصره که به صنایع چاپ و بسته بندی مربوط می باشد به قرار زیر است:

۱۵- ظروف شیشه ای دارویی و غذایی

۱۸- انواع کاغذ و خمیر کاغذ

۲۶- ماشین آلات و تجهیزات کارخانه کاغذ و خمیر کاغذ

مشخصات بخشی از شرکتهای تولیدی قابل واگذاری بانک صنعت و معدن				
ردیف	نام شرکت	نوع فعالیت	محل کارخانه	درصد سهام قابل واگذاری
۶۱*	آلومینیوم پارس	ورق و فویل آلومینیوم	ساوه	۵۶/۱۵
۷۱*	کاغذ پارس	کاغذ چاپ و تحریر	هفت تپه	۷۶/۱۴
۷۳	کارتن البرز	انواع کارتن	قزوین	۲۹/۰۲
۷۴	تولیدی صنعتی یاسوج	ملامین و کاغذ	یاسوج	۶/۷۹

* شرکتهایی که با ستاره مشخص شده اند با در نظر گرفتن میزان مشارکت شرکت سرمایه گذاری صنعت و معدن می باشند.

مشخصات بخشی از شرکتهای تولیدی تحت پوشش سازمان صنایع ملی ایران (قابل واگذاری)				
ردیف	نام شرکت	نوع فعالیت	محل کارخانه	درصد سهام قابل واگذاری
۴	صنایع چوب و کاغذ ایران (چوکا)	تولید کاغذ	بندر انزلی	۱۰۰
۹	کارتن البرز	کارتن	قزوین	۵۰/۹۰
مشخصات یکی از شرکتهای تولیدی با مشارکت سازمان صنایع ملی ایران (قابل واگذاری)				
۶	داروپوش	تیوب	رشت	۲۶
مشخصات یکی از شرکتهای تولیدی وابسته مستقیم سازمان گسترش و توسعه صنایع ملی ایران (قابل واگذاری)				
۱	آلومینیوم پارس	تولید فویل و ورق آلومینیوم	ساوه	۱/۹۴

طرح های در دست اجرای سازمانهای دولتی که قابل واگذاری هستند

از جمله این طرح ها که به حوزه چاپ و بسته بندی مربوط می شود می توان به طرح های زیر اشاره کرد:

■ صنایع کاغذ غرب (فاز یک) تولیدکننده کاغذ گلاسه و NCR که در کرمانشاه واقع شده است. ۵۷/۱۵ درصد سهام این کارخانه متعلق به سازمان صنایع ملی است که از این مقدار ۴۸/۹۳ درصد قابل واگذاری است.

■ صنایع کاغذ مراغه تولیدکننده کاغذ کرافت که در مراغه واقع شده است. ۹۹/۵۶ درصد سهام این کارخانه متعلق به سازمان صنایع ملی است که از این مقدار ۵۶/۷۵ درصد قابل واگذاری است.

■ کاغذسازی کارون تولیدکننده کاغذ چاپ و تحریر که در شوشتر واقع شده است. ۹۷/۶۷ درصد سهام این کارخانه که متعلق به بانک صنعت و معدن می باشد قابل واگذاری است.

پیچیدگی مبارزه در عرصه رقابت صنعتی

پای صحبت رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و سازندگان ماشین آلات و ملاتیک بسته بندی ایتالیا UCIMA

به نقل از ویژه نامه این اتحادیه تحت عنوان ITALIAN TECHNOLOGY AT INTERPACK به مناسبت افتتاح نمایشگاه اینترپک در دوسلدورف آلمان



در مله‌ای که گذشت نمایش بزرگ از تکنولوژی مدرن رشته بسته بندی در شهر دوسلدورف آلمان مقر برگزاری نمایشگاه اینترپک ۹۹ برپا بود. نمایشگاهی که بازدید از آن بسیار شگفت‌انگیز و باعث حیرت هر بیننده‌ای است. اینترپک رخدادی است که برای برپائی آن ماه‌ها برنامه‌ریزی شده و اجرای آن همراه با نظم و انضباط خاصی است.

در واپسین روزهای که تا اینترپک امسال باقی بود پای صحبت آقای گوینو کورولا رئیس اتحادیه تولیدکنندگان ماشین آلات بسته بندی ایتالیا نشستیم.

او رهبری اتحادیه‌ای را برعهده دارد که مصمم است در هر نمایشگاهی آخرین ایده‌ها و تکنولوژی مدرن در این صنعت را برای عموم دنیا به نمایش بگذارد. آنچه در زیر می‌خوانید خلاصه‌ای از گفته‌های اوست:

بخش مربوط به تولید و ساخت ماشین آلات بسته بندی در طی سال ۱۹۹۸ پیشرفت خوبی را از خود نشان داد. برای سالی که هم اکنون در آن هستیم آماری که تا به امروز ثبت گردیده حاکی از یک چرخش مالی مناسب و قوی است. این روند با تکیه بر صادرات قابل توجه این بخش از صنعت دارای قابلیت ویژه‌ای است.

آمار می‌گوید که در اواسط سال ۱۹۹۸ تنظیم گردیده تاکنون رشد قابل توجهی در بخش چاپ و بسته بندی بوده است. درآمد حاصل از این صنعت حدود ۲۸۵۰ میلیارد لیره ایتالیا ثبت گردیده است که رشدی در حدود ۲۷/۸٪ را نسبت به سال قبل نشان می‌دهد. درآمد حاصل از صادرات رقمی حدود ۳۱۸۰ میلیارد لیره ایتالیا را که نسبت به سال قبل ۲۹٪ افزایش دارد را نشان می‌دهد.

با استناد به آماری که در واقع کارنامه فعالیت ما یعنی "این صنعت" بود این تغییر در مدت حدود یکسال برای ما پیروزی بزرگی به حساب می‌آید. این جمله را کورولا با خرسندی عنوان می‌کند.

نظر او در ارتباط با روند صادرات حاصل از این صنعت به شرح زیر ادامه پیدا می‌کند:

غیررغم ناملایمی‌ها و وجود نوسان شدید در بازار مصرف آسیا و آمریکای جنوبی خصوصاً

روسیه، ما با مقدار صادرات خوبی سال ۱۹۹۸ را به پایان بردیم. این خود دلیل روشن بر این مطلب است که صنایع ماشین سازی ایتالیا کماکان پر تحرک است و این قابلیت را دارد که در روبرویی با هر واکنشی از طرف بازار مصرف واکنش بجا و متنی را از خود به جای بگذارد.

این ویژگی از جمله دلایلی بود که باعث شد شرکت‌ها



و سازندگان کوچک تا متوسط در سال ۱۹۹۸ به نتایج بهتری نسبت به تولیدکنندگان بزرگ که نسبت به تغییرات ناگهانی بازار بسیار صدمه پذیر می‌باشند دست پیدا کنند.

یکی از مسائلی که نگرانی برای وقوع آن برای تولیدکنندگان هنوز کماکان به قوت خود باقی است همین نوسانات اتفاقی است. با توجه به این که مطلب فوق مورد اتفاق نظر اعضای شرکت کننده در آخرین نشست اتحادیه در زمستان ۱۹۹۹ بود.

آقای کورولا بسیار محتاطانه یادآور این مطلب می‌گردد که: اولین آمار و ارقام تهیه شده در آغاز امسال بیانگر این مطلب است که با توجه به آنچه در روند کنونی بازار امسال مشاهده می‌گردد به آمار و ارقامی مشابه یا سال قبل خواهیم داشت.

با توجه به آنچه عنوان گردید امسال تلاش بیشتر برای رقابت و سعی برای حضور هر چه قویتر در بازار مصرف جزء رتوس سیاست‌های این اتحادیه قرار گرفته است.

او خاطر نشان می‌کند که سیاست و سناریو جهانی هیچگاه اجازه باقی ماندن در آرامش را به کسی نمی‌دهد. در جایی که این صنعت ۲۸۵٪ از تولید خود را به خارج از کشور صادر می‌نماید با توجه به نقاط ضعفی که در بازار مصرف وجود دارد خود را به سوی بازار ایالات متحده آمریکا که نشانه‌هایی از رشد اقتصادی را مانند اروپا از خود نمایان کرده متوجه نموده است.

در آن سو اتحادیه بیشتر نیروی خود را برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی به خصوص اینترپک متمرکز نموده است. آنچه مکانی محسوب می‌گردد که گروه شرکت کنندگان ایتالیایی یک جبهه مدرن برای حضور را به خود اختصاص داده‌اند.

امسال تمام شرکت‌های اصلی و بزرگ ایتالیا که بالغ بر ۴۰۰ شرکت هستند در

نمایشگاه حضور دارند. امسال چه از نظر تعداد شرکت کنندگان از کشور ما و چه از نظر فضایی که توسط ایتالیا در نمایشگاه اشغال شده آمار بیشتری نسبت به سال ۱۹۹۶ ثبت گردیده است.

با توجه به طبیعت در حال پیشرفت و در عین حال رقابت تنگاتنگ در این صنعت نگرانی آفت مصرف در بازار اروپا کماکان به قدرت خود باقی است. این حقیقت امکان هر گونه تعمیر و اصلاحی را با مشکلات بزرگی مواجه می‌کند.

کورولا خاطر نشان می‌سازد که امروزه روسیه با یک بحران بسیار بزرگ در حال دست و پنجه نرم کردن است. با توجه به ادامه روند این بحران هنوز توجه تمامی

تولیدکنندگان به این بازار بزرگ معطوف گشته است. آمار شرکت‌هایی که تا به امروز برای حضور در نمایشگاه ۱۳۹۸ UCIMA ثبت نام نموده‌اند



برهان خوبی بر این ادعاست. این نمایشگاه از تاریخ ۱۳ تا ۱۶ نوامبر آینده در مسکو برگزار می‌شود.

با توجه به آنچه عنوان شد بازار امروز نمایان کننده یک اقتصاد همراه با نوسان زیاد است. در این هیاهو کشی که روش نقد برای مقادیر اندک را انتخاب نموده‌اند دچار نقصان در مقدار تولید خود در مدت زمان کم گردیده‌اند. آسیای جنوب غربی که تا به امروز بازار مشخص و منبسطی نباشد شروع به حرکت نموده و خصوصاً در تولید و بازاری نشانه‌هایی قابل بر خروج بازار از یک بحران بزرگ نمایان گشته‌است.

در سالهای اخیر اتحادیه سرمایه گذاری قابل توجهی در امر آموزش نموده است و قصد داریم تا با این سیاست پیش برویم. با تشکیلات MESSSE DUSSELDORF و همچنین سه تشکیلات نمایشگاهی در چین نیز همکاری تنگاتنگی برقرار نموده‌ایم. ما در نمایشگاه PECHINA که از تاریخ ۲۳ تا ۲۷ نوامبر برپاست شرکت خواهیم جست این نمایشگاه در چین برپا خواهد گردید.

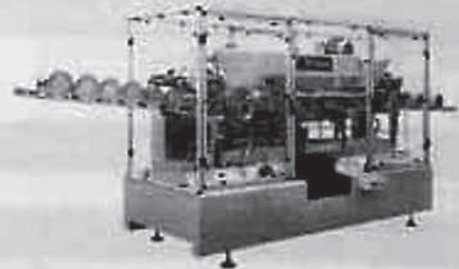
بر این اعتقادیم که چنین فضایی است که برای فعالیت در آن باید تلاش خود ادامه بدهیم چرا که این بازار از پایه و اساس مبتنی بر خوردن است. و همین خاطر نشان می‌کند که من همانند دیگران با بلایی به مسئله چین نگاه نمی‌کنم چرا که آنها فراموش می‌کنند این مملکت نه همانند سالهای قبل ولی با این وصف در حل توسعه اقتصادی است.

ما برای توسعه تانم امکانات خود برای تماس با بازارهای بیگانه ۴ مرکز اطلاعاتی برای خود راه اندازی کرده‌ایم. این مراکز بازرگانی به شکل محلی در روسیه، هند چین و برزیل فعالیت دارند. هدف از تأسیس این مراکز پشتیبانی از تولیدکنندگان ایتالیایی است. علاوه بر این یک شاخه اطلاعاتی نیز در بروکسل افتتاح گردیده است. این را خاطر نشان می‌سازم که حدود ۲۵۵ از صادرات این



صنعت به داخل اروپا صورت می‌پذیرد همواره حضور و در دست نگاه داشتن بخش این بازار برای ما دارای اهمیت خاصی است.

در کنار تمامی این فعالیتها از ابتدای سال ۱۹۹۹ یک کمسیون ویژه از طرف اتحادیه به نام HENCHMAFFK شروع به فعالیت نموده است که وظیفه دارد هزینه‌های هر واحد و شرکت تولیدی و امکان فعالیت در کلیه مناطق را کنترل نماید تا بتوان به شانس‌های بیشتری جهت حضور شرکت‌های ایتالیایی و افزایش رقابت صادرات دست.



نگاهی به همایش فرصتهای سرمایه گذاری در صنعت پتروشیمی ایران

تهران ایرنا ۷۸/۲۳

برگزاری همایش فرصتهای سرمایه گذاری در صنعت پتروشیمی که با هدف جلب توجه سرمایه گذران بین المللی به ویژه شرکتهای اروپایی و آمریکایی برپا شد، فرصتی بود تا دیدگاههای مسئولان دولتی جمهوری اسلامی نسبت به مسایل اقتصادی به ویژه سرمایه گذاری مطرح شود.

بهره برداری از فرصتهای جذب سرمایه گذاری خارجی برای اقتصاد ایران که حدود دو سال است با کاهش درآمدهای ارزی مواجه شده و به جذب سرمایه های خارجی برای رونق دادن به اوضاع اقتصاد ملی و صادرات غیر نفتی نیازمند است، حائز اهمیت است. در این همایش از یک سو معرفی فرصتهای سرمایه گذاری در ایران به ویژه در صنایع نفت و گاز و پتروشیمی مدنظر بود و از سوی دیگر موانع بیرونی به ویژه تحریم های یک طرفه دولت آمریکا علیه سرمایه گذاران خارجی در ایران مورد نکوهش و انتقاد قرار گرفت.

اغلب شرکت کنندگان در این همایش متفق القول بودند که پیشرفت ایران در عقد قراردادهای بیع متقابل (بای بک) با شرکتهای خارجی نه تنها آثار منفی تحریم آمریکا را از بین برده، بلکه فرصتهای سرمایه گذاری در صنایع بالادستی نفت ایران که فرصتهای طلایی می باشند از دسترس شرکتهای آمریکایی خارج شده و از این حیث خسارات بدانه وارد شده است.

کارشناسان توصیه می کنند، شرکتهای آمریکایی برای دستیابی به فرصتهای سرمایه گذاری در ایران باید فشارهای بیشتری به دولت مطبوعشان وارد کنند. در همایش سه روزه فرصتهای سرمایه گذاری در صنعت پتروشیمی ایران که ۳۰ فروردین امسال آغاز به کار کرد و در آن حدود ۴۰۰ مهمان خارجی و داخلی از شرکتهای سرمایه گذاری، بانکها و موسسه های مالی حضور داشتند، اطلاعاتی در خصوص صنعت پتروشیمی ایران اعم از منبع تامین خوراک این صنعت، منابع انسانی و طرحهای آتی آن مبادله شد.

معاون رئیس جمهوری، وزیر نفت، معاونین وی و معاون بخش سرمایه گذاری وزارت دارایی با حضور و ایراد سخنرانی در این همایش به اتفاق تمایل ایران برای جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی را ابراز کرده و قوانین و مقررات کشور در این امر را به اطلاع شرکت کنندگان در این همایش رسانند.

ارائه دور نمایی از برنامه سوم توسعه کشور و رهنمودهای ما در این برنامه برای جذب سرمایه گذاری خارجی، اصلاح نظام مالی و پولی کشور و خصوصی سازی مدنظر قرار گرفته است، افق تازه ای را به روی سرمایه گذاران خارجی گشود.

امنیت و تأمین سرمایه گذاری خارجی امری مهم برای سرمایه گذاران فرا مرزی است که مسئولین اقتصادی نظام جمهوری اسلامی در این همایش

به آن اشاره کافی داشتند. از آنجا که شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران در نظر دارد با اجرای طرحهای آتی در صنعت پتروشیمی کشور صادرات محصولات این صنعت را به ۵ میلیارد دلار در سال تا سال ۲۰۰۵ برساند و سهم قابل ملاحظه ای را در صادرات غیر نفتی کشور به دست آورد، پیگیری این همایش از سوی مسئولین ذیربط حائز اهمیت است.

آنچه که برخی از مهمانان خارجی شرکت کننده در این همایش ابراز می کردند عدم پیگیری نتایج همایش های برگزار شده در مجموعه صنعت نفت از سوی مسئولین آن بوده است.

جمهوری اسلامی ایران به سبب داشتن منابع عظیم گاز طبیعی که خوراک مجتمع های پتروشیمی بشمار می رود و همچنین دسترسی آسان به بازارهای خارجی، دارای مزیت های نسبی در توسعه صنعت پتروشیمی است.

این موارد به همراه مزیت های دیگر شامل کم بودن هزینه حمل و نقل مواد اولیه و بازار پر مصرف داخلی، مورد توجه شرکتهای سرمایه گذار خارجی در این همایش بود.

ایجاد شرایط سرمایه گذاری مناسب شامل تعیین نرخ مطلوب گاز طبیعی و نرخ بازگشت سرمایه که به نفع طرفین باشد، موضوعی بود که بارها در این همایش از سوی سخنرانان داخلی و خارجی مطرح شد.

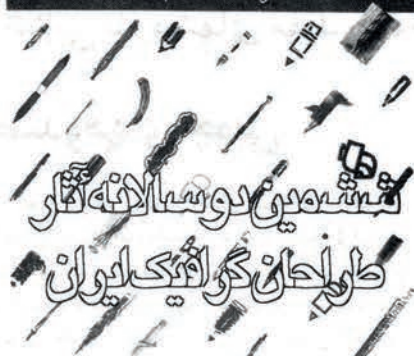
ابراز تمایل شرکتهای نفتی آمریکایی برای سرمایه گذاری در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی ایران که به نمایندگی از سوی معاون ارشد شرکت کونوکو آمریکا مطرح شد، موضوعی بود که توجه بسیاری از شرکت کنندگان را جلب کرد.

این در حالی است که مقامهای وزارت نفت ایران بارها تأکید کرده اند که هیچ معنی برای حضور شرکتهای آمریکایی در طرحهای نفت و گاز ایران وجود ندارد. این شرکتها باید مشکل را با دولت خود مطرح و حل کنند.

امکان حضور شرکتهای آمریکایی در مناقصه های طرحهای سرمایه گذاری ایران، زمینه رقابت را برای شرکتهای دیگر فراهم می کند و بدین ترتیب می توان قراردادهای عادلانه تری را امضا کرد. استفاده از ابزار مذاکرات تجاری با بهره گیری از متخصصان مسلط به زبان بیگانه برای انجام گفتگوهای مربوط به طرحهای سرمایه گذاری تا دستیابی به نتیجه گیری های نهایی، نکته ای است که مقام های ایرانی باید به آن توجه داشته باشند.

انتظار این است که برای جلب سرمایه گذاریهای خارجی به منظور بهره برداری از منابع هیدروکربنی و صیانت از مخازن کشور، برگزاری هر همایش تجربه ای برای همایش دیگر و استفاده از فرصتهای آتی باشد.

ششمین نمایشگاه دوسالانه
آثار طراحان گرافیک ایران
The Sixth Biennial Of
Iranian Graphic Designers



ششمین دو سالانه آثار طراحان گرافیک ایران از ۱۴ اردیبهشت تا ۱۶ خرداد در موزه هنرهای معاصر تهران برگزار شد. نمایشگاه های دو سالانه طراحان گرافیک ایران محل بسیار مناسبی برای باز شدن افق دید سفارش دهندگان آثار گرافیک است.

انواع دیدگاههایی که با بهترین تکنیکهای گرافیک به بیان پیام خود می پردازند، در کنار یکدیگر مورد ارزیابی قرار می گیرند. بسیاری از آثار به نمایش گذاشته شده در این نمایشگاه و نمایشگاه های سال قبل با آنچه روزمره با آن برخورد می کنیم تفاوت زیادی دارد. اگر دغدغه های مرکز هنرهای تجسمی وزارت ارشاد در جهت اهداف امروز دولت باشد، شایسته است برای رشد صادرات و بهبود وضعیت بازار طراحان گرافیک، همچنین بالا بردن سلیقه مردم تنها به برگزاری نمایشگاه اکتفا نکند. بلکه در دعوت و کشاندن بازدیدکنندگان و به ویژه سفارش دهندگان احتمالی آثار گرافیک به این نمایشگاه نیز اهتمام ورزد. آقای سمیع آذر بنایه تجربه های هنری قبلی خود را به عنوان هنرمند طرفه و مخاطب را به خوبی بداند. به یقین صاحبان صنایع و تولیدکنندگان اگر به چنین نمایشگاهی بیایند و با آثار ارائه شده در آن مواجه شوند در عملکرد تبلیغاتی خود تجدید نظر خواهند کرد. دست اندرکاران گرافیک به خوبی می دانند که بین هزینه های طراحی بسیاری از آثار شرکت داده شده در این نمایشگاه و هزینه هایی که بسیاری از صنایع و خدمات کشور برای تبلیغات خود می پردازند اختلاف چنانی وجود ندارد، چرا که بسیاری از این طراحان از سرمایه نوق و هنر خود استغنا می کنند و در مقابل انبوهی از بی هنران که از سر نابودی و بی هنری بر مقلل آثار کلیشه ای خود هزینه های گزاف طلب می کنند قابل تقایم نیستند.

در این راستا می توان به آثار چاپ شده روی کاغذهای کرافت (کاغذی) که در بخشهای مختلف نمایشگاه وجود داشت اشاره کرد. انواع طرحهای زیبا و باوقار هنرمندانه که روی ارزاترین کاغذ موجود در بازار و در بعضی موارد با کمترین هزینه چاپی انجام شده، نشاتگر آن است که می توان زیبا و ارزان کار کرد البته در صورتیکه کار به دست کاردان سپرده شود. بر مرکز هنرهای تجسمی فرض است که با دو هدف آشنا کردن خریداران آثار گرافیک با گرافیک برتر (که به یقین بازدهی بیشتری نیز دارد) و بهبود وضعیت کیفی و کمی طراحان گرافیک کشور، انجام رسالت خود را جدی تر گرفته و با دعوت از اعضای انواع انجمنهای مختلف صنفی، صنفی و خدماتی کشور ایشان را با روشهای بهینه تبلیغات چاپی آشنا کند.

بسته‌بندی امروز (۳)

راهنمای صادرات

آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز

درزهای بدنه پوسیده ورقه های آهنی ضد زنگ پوشانده شده‌است. این ورقه‌ها بصورت لولایی بوده و با میخ‌هایی از جنس نیکل به بدنه صندوق محکم شده‌اند. تخته پالت که برای زیر صندوق ساخته شده است هجده میلیمتر ضخامت دارد و بسته به اندازه صندوق دارای دو یا سه پایه چوبی است.

همچنین تخته پالت دارای پشت‌بند نیز می‌باشد که صندوق را محکمتر و حرکت آن را آسانتر می‌کند. پایه‌های پالت این صندوق از جنس چوب بید و بلوط است و در قسمت زیرین دارای شیارهایی است که حرکت صندوق روی سطوح مختلف است. به دلیل لولایی بودن بدنه، صندوق به راحتی جمع و دوباره سرهم می‌شود. این مزیتی است که در انبارداری و حمل و نقل صندوقهای خالی بسیار اهمیت دارد.

نوع دیگر این صندوقها به دلیل سبکی برای حمل و نقل هوایی بسیار مناسب است. صندوقی که در تصویر شماره ۲ می‌بینید مطابق استاندارد us7cfr31940 مربوط به مراسلات به آمریکا تهیه شده‌است. این نوع صندوق در مقایسه با صندوقهای معمولی با ضمانت ۱۸ تا ۲۲ میلیمتر بسیار سبکتر است و در معیار هزینه‌های حمل و نقل که براساس وزن محاسبه می‌شود تا ۷۰٪ صرفه‌جویی هزینه دارد (۷۰٪ سبکتر است). این موضوع در خصوص حمل و نقل و به ویژه باربری هوایی از اهمیت زیادی برخوردار است.

پیدا می‌کند. در این وضعیت شما به فکر حفظ این صندوقهای ارزشمند خواهید بود. یک شرکت حمل و نقل معتبر برای بالا بردن ضریب سلامتی کالایی که حمل می‌کند می‌تواند صندوقهای خوبی برای خود داشته باشد و پس از تحویل بار، آن را بازگرداند. این کار رایج است. در این بحث به توضیح درباره بعضی صندوقهای خوب می‌پردازیم.

در این جا بعضی از انواع صندوقهای چوبی معرفی می‌شوند.

صندوقی که در تصویر شماره ۱ می‌بینید از قطعات متفاوت چوب ساخته شده‌است. این صندوق از نوع بسیار مقاوم بوده که در مناطق مرطوب از دوام خوبی برخوردار است. چنین صندوقی برای صادرات به نقاط دور دست مناسب می‌باشد.

در این صندوق تخته‌ای به ضخامت ده میلی‌متر است که از چوب کاج (در این نوع صندوق کاج آمریکایی) با چسبی از جنس فنول ساخته شده‌است.

صندوقهای چوبی

هرکسی که تجربه ارسال قطعات بزرگ به راههای دور را داشته باشد. از اهمیت صندوق و کیفیت آن باخبر است. صندوق‌ها به منزله حرف آخر در حفاظت کالاها به وسیله بسته‌بندی هستند. به عبارتی تضمین سلامت کالاها (بخصوص کالاهای بزرگ و صنعتی) در حمل و نقل و انبارداری به کیفیت صندوق آن نیز بازمی‌گردد.

امروزه شرکتهای بزرگ صنعتی، بازرگانی و به ویژه شرکتهای حمل و نقل با برنامه‌های مشخص به بسته‌بندی نگاه می‌کنند. اگر صندوق را به دیده یک حریم و محافظ برای کالا در حمل و نقل و انبارداری بنگریم، برای صندوق ارزش زیادی قائل خواهیم شد و به ساخت و مواد به کار رفته در آن نیز توجه خواهیم کرد. آن وقت است که یک صندوق خوب، بهای گرانی

مشخصات صندوق از نوع تصویر ۱ که به همراه پایه آن محاسبه شده‌است. (اساس محاسبه قیمتها، نرخ ارز صادراتی است)

بهای هر صندوق در ۵۰ عدد (به ریال)	بهای هر صندوق در ۱۰ عدد (به ریال)	بهای هر صندوق در ۱ عدد (به ریال)	تحمل بار به کیلوگرم	حجم دسیمتر مکعب	وزن صندوق به کیلوگرم	ارتفاع × طول × عرض داخلی (سانتی‌متر)	ارتفاع × طول × عرض خارجی (سانتی‌متر)
۵۰۵۰۰	۵۵۵۰۰	۵۸۰۰۰	۱۰۰	۴۶	۴/۴	۴۳×۳۳×۳۳	۴۵×۳۵×۳۷
۷۳۵۰۰	۷۹۰۰۰	۸۳۰۰۰	۲۰۰	۸۸	۸/۲	۵۸×۳۸×۴۰	۶۰×۴۰×۴۶
۱۰۷۵۰۰	۱۱۵۵۰۰	۱۲۱۰۰۰	۳۰۰	۱۸۰	۱۳/۷	۷۸×۵۸×۴۰	۸۰×۶۰×۴۶
۱۲۴۰۰۰	۱۳۳۰۰۰	۱۳۹۵۰۰	۴۰۰	۲۷۱	۱۶/۳	۷۸×۵۸×۶۰	۸۰×۶۰×۶۶
۲۰۵۵۰۰	۲۲۱۵۰۰	۲۳۳۵۰۰	۸۰۰	۵۳۳	۳۳	۱۱۸×۷۸×۵۸	۱۲۰×۸۰×۷۰
۲۴۵۵۰۰	۲۶۲۰۰۰	۲۷۵۵۰۰	۸۰۰	۷۱۷	۳۶/۹	۱۱۸×۷۸×۷۸	۱۲۰×۸۰×۹۱
۲۵۷۰۰۰	۲۷۵۵۰۰	۲۹۰۰۰۰	۱۰۰۰	۶۶۰	۴۰/۶	۱۱۸×۹۸×۵۷	۱۲۰×۱۰۰×۷۰
۲۸۹۰۰۰	۳۰۲۵۰۰	۳۱۶۵۰۰	۱۰۰۰	۹۰۱	۴۴/۷	۱۱۸×۹۸×۷۸	۱۲۰×۱۰۰×۹۱
۳۴۵۵۰۰	۳۶۲۰۰۰	۳۸۰۵۰۰	۱۰۰۰	۱۱۳۳	۴۸/۳	۱۱۸×۹۸×۹۸	۱۲۰×۱۰۰×۱۱۱

مشخصات صندوق از نوع تصویر ۲ که بدون پالت (پایه) محاسبه شده‌است. (اساس محاسبه قیمتها، نرخ ارز صادراتی است)

بهای هر صندوق در ۵۰ عدد (به ریال)	بهای هر صندوق در ۱۰ عدد (به ریال)	بهای هر صندوق در ۱ عدد (به ریال)	تحمل بار به کیلوگرم	حجم دسیمتر مکعب	وزن صندوق به کیلوگرم	ارتفاع × طول × عرض داخلی (سانتی‌متر)	ارتفاع × طول × عرض خارجی (سانتی‌متر)
۲۲۵۰۰	۲۴۰۰۰	۲۶۵۰۰	۱۵	۹	۱۰۵	۱۸×۱۸×۱۸	۲۰×۲۰×۲۰
۳۸۰۰۰	۴۲۰۰۰	۴۶۰۰۰	۳۰	۳۰	۲/۹	۲۸×۲۸×۲۸	۳۰×۳۰×۳۰
۴۴۵۰۰	۴۸۰۰۰	۵۲۰۰۰	۵۰	۴۰	۳/۴	۳۸×۲۸×۳۸	۴۰×۳۰×۴۰
۶۵۰۰۰	۷۱۵۰۰	۷۹۰۰۰	۱۰۰	۸۴	۶/۱	۵۸×۳۸×۳۸	۶۰×۴۰×۴۰
۱۰۵۵۰۰	۱۱۲۵۰۰	۱۲۱۵۰۰	۲۵۰	۱۷۲	۹/۸	۷۸×۵۸×۳۸	۸۰×۶۰×۴۰
۱۲۲۵۰۰	۱۳۲۰۰۰	۱۳۸۵۰۰	۳۵۰	۲۶۲	۱۲/۲	۷۸×۵۸×۵۸	۸۰×۶۰×۶۰
۱۸۷۵۰۰	۲۰۵۵۰۰	۲۲۶۰۰۰	۷۰۰	۵۳۳	۱۹/۲	۱۱۸×۷۸×۵۸	۱۲۰×۸۰×۶۰
۲۱۶۰۰۰	۲۳۷۵۰۰	۲۶۰۵۰۰	۹۰۰	۷۱۷	۲۳	۱۱۸×۷۸×۷۸	۱۲۰×۸۰×۸۰
۲۴۶۵۰۰	۲۷۲۰۰۰	۲۹۸۰۰۰	۱۰۰۰	۹۰۱	۲۶/۵	۱۱۸×۹۸×۷۸	۱۲۰×۱۰۰×۸۰

مشخصات صندوق از نوع تصویر ۳ که با پالت (پایه) محاسبه شده‌است. (اساس محاسبه قیمتها، نرخ ارز صادراتی است)

بهای هر صندوق در ۵۰ عدد (به ریال)	بهای هر صندوق در ۱۰ عدد (به ریال)	بهای هر صندوق در ۱ عدد (به ریال)	تحمل بار به کیلوگرم	حجم دسیمتر مکعب	وزن صندوق به کیلوگرم	ارتفاع × طول × عرض داخلی (سانتی‌متر)	ارتفاع × طول × عرض خارجی (سانتی‌متر)
۲۱۵۵۰۰	۲۳۶۵۰۰	۲۵۷۰۰۰	۷۰۰	۵۳۳	۲۷/۵	۱۱۸×۷۸×۵۸	۱۲۰×۸۰×۷۴
۲۵۳۵۰۰	۲۷۸۰۰۰	۳۰۴۰۰۰	۹۰۰	۷۱۷	۳۴	۱۱۸×۷۸×۷۸	۱۲۰×۸۰×۹۳
۲۸۷۰۰۰	۳۱۴۵۰۰	۳۴۳۵۰۰	۱۰۰۰	۹۰۱	۳۹	۱۱۸×۹۸×۷۸	۱۲۰×۱۰۰×۹۳

بسته‌بندی امروزی

آشنایی با روش‌های مفید بسته‌بندی در جهان امروز



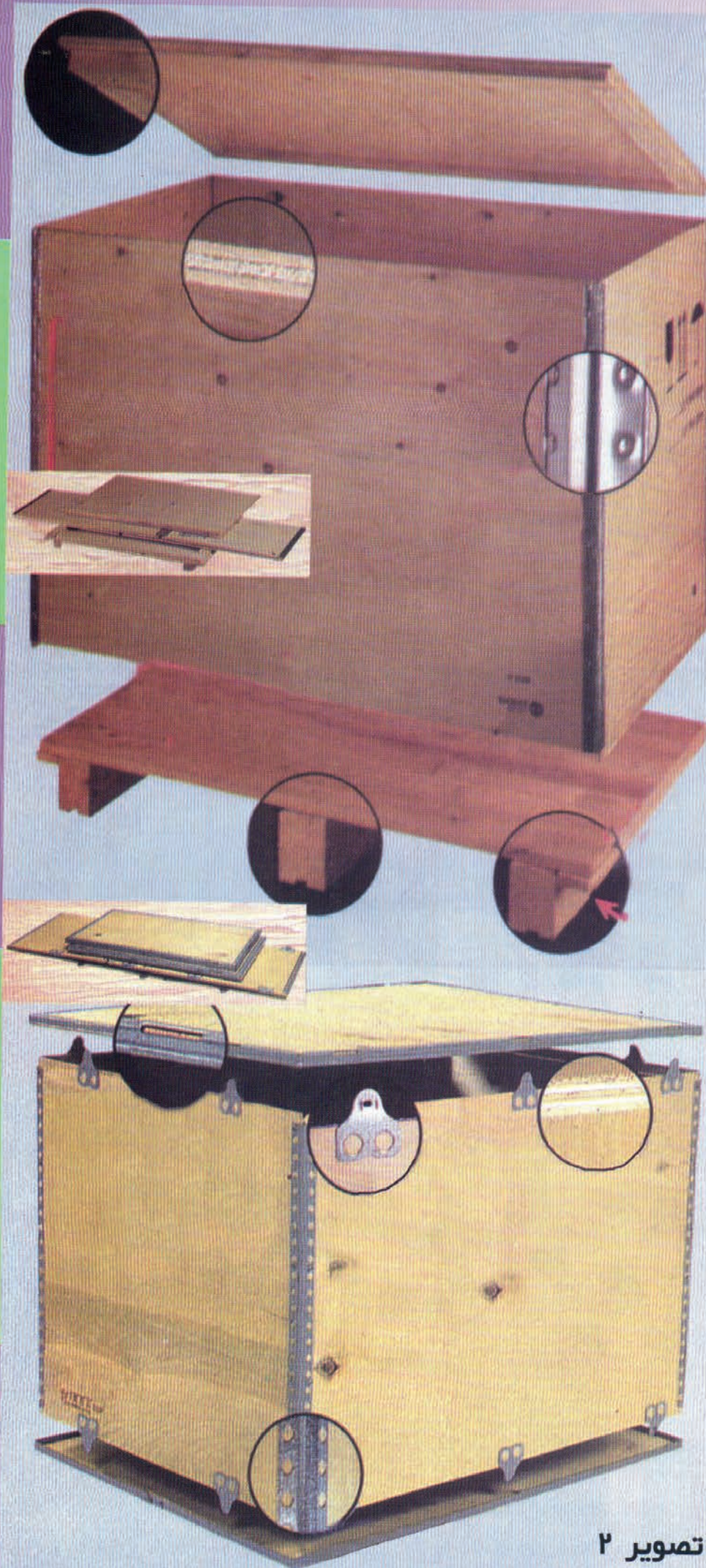
تصویر ۱

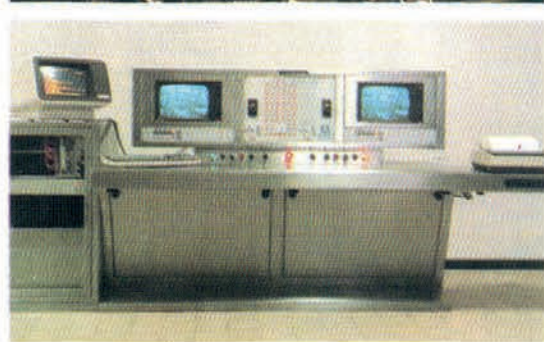
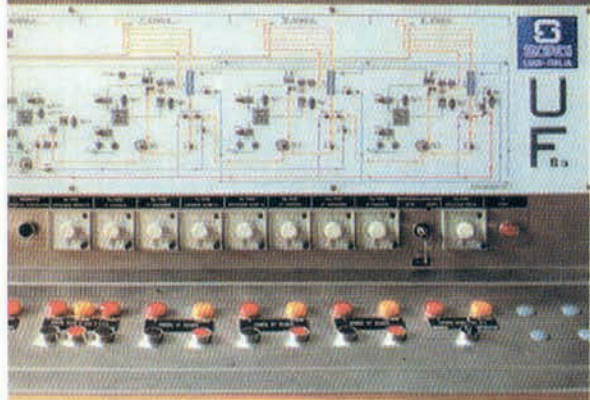
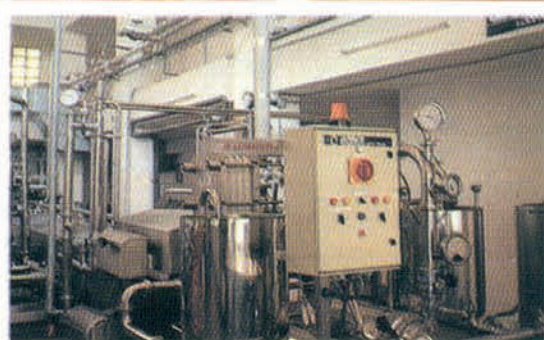
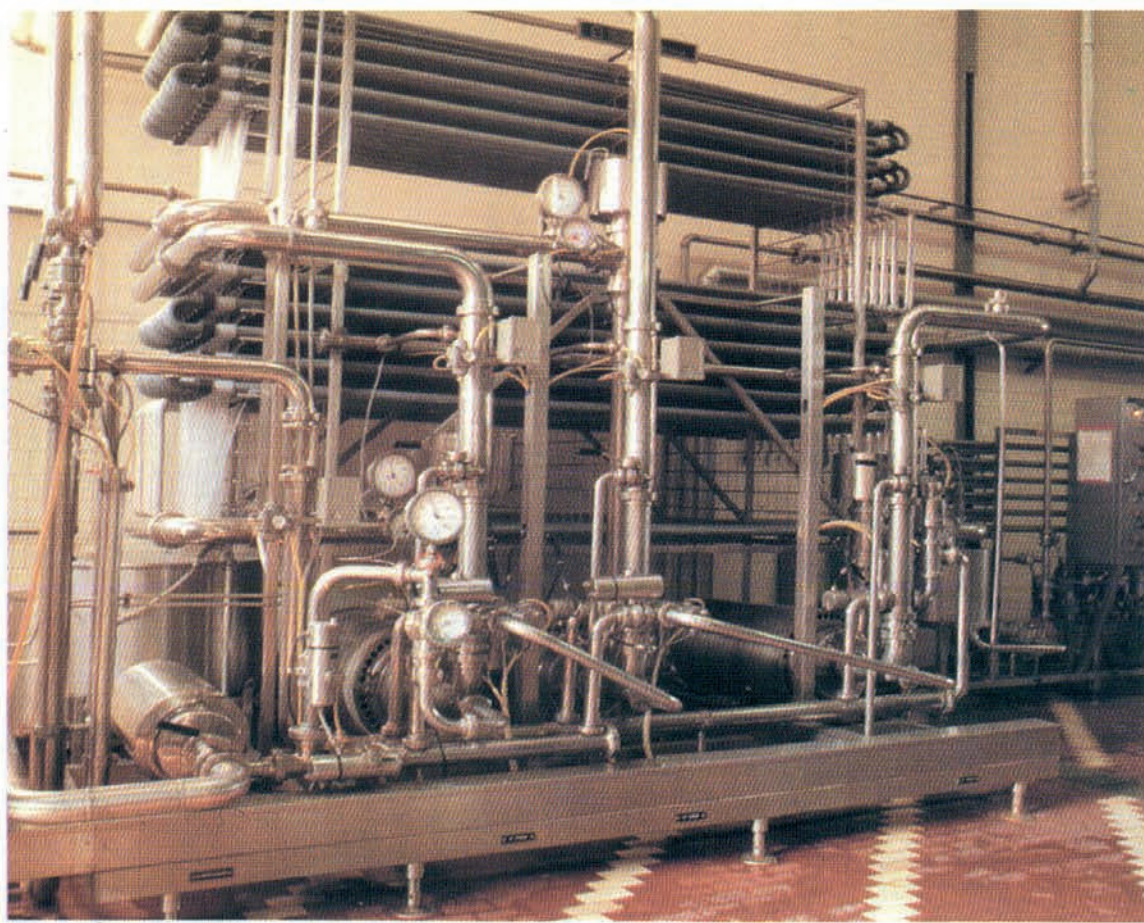
در عین حال این صندوق در برابر ضربه و تغییرات آب و هوا بسیار مقاوم است. یک چکش و یک آچار بیج‌گوشی برای باز و بسته کردن این صندوق کفایت می‌کند. برای پالت این صندوق می‌توان از انواع پایه‌های مقاوم با ورودی‌های چهار طرفه استفاده کرد. لبه‌های درب و ته صندوق توسط پروفیل پوشانده شده است تخته بکار رفته در این صندوق ۵ لایه و به ضخامت ۶ میلیمتر است. این تخته علی‌رغم نازکی به دلیل متقاطع (راه و بی‌راه) بودن لایه‌های آن در مقابل فشار، ضربه و کشش مقاومت خوبی دارد. پیوند درب و ته صندوق به بدنه آن از راه زبانه‌های بدنه و شیارهای درب و ته صندوق امکان‌پذیر است. بدین ترتیب که پروفیلی که دور تا دور درب و ته صندوق را پوشانده، دارای شیارهایی است. پس از قرار گرفتن درب یا ته صندوق بر روی بدنه، خود به خود زبانه‌ها وارد شیار می‌شوند و از آن سر پروفیل بیرون می‌آیند. در این حالت کفایت با فشار و ضربه چکش، زبانه‌ها را به بیرون خم کرده و کاملاً روی لبه بیرونی پروفیل برگردانید. بدین ترتیب یک اتصال بسیار محکم بوجود می‌آید. لولا‌های بدنه این نوع صندوق نیز از فولاد گالوانیزه (ضد زنگ) است که به وسیله گرما در بیش از چهارصد نقطه به بدنه جوش خورده است.

سره‌بندی و بازکردن این صندوق بسیار راحت و سریع است و فضای کمی را اشغال می‌کند. در جداول صفحه قبل مشخصات این دو نوع صندوق مطابق بازار اروپا و آمریکا ارائه شده است.



تصویر ۲





Ultrafiltration

DAL 1981

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

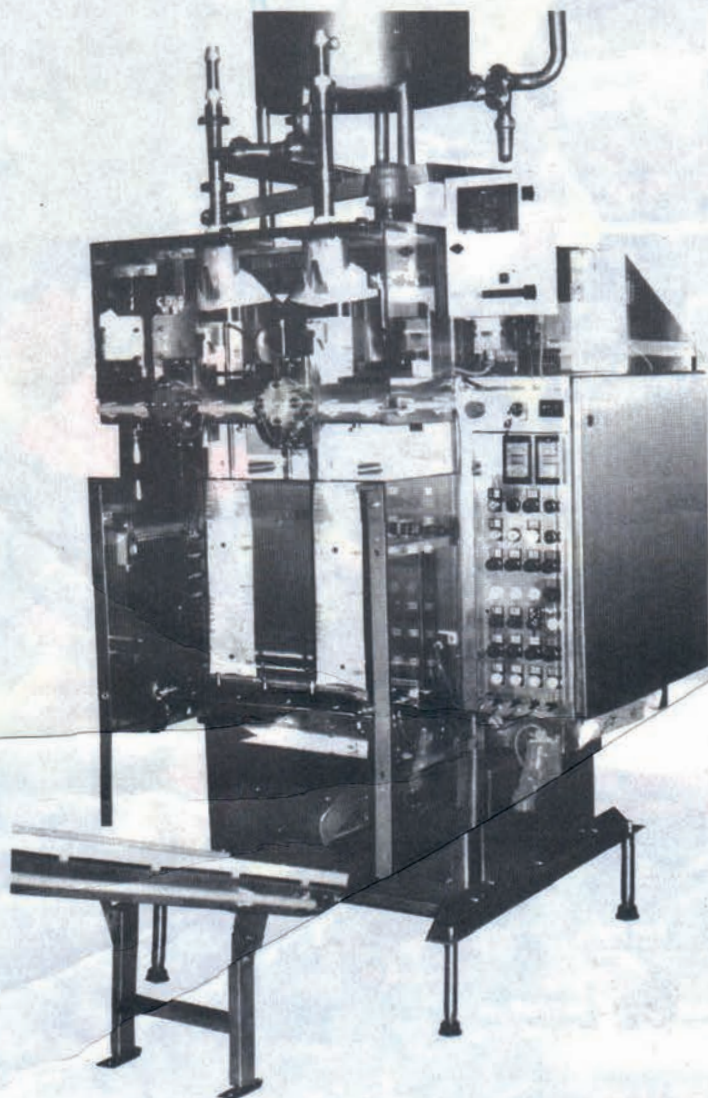
Formen, Füllen
und Verschweissen von
Kunststoffbeuteln

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

پرس

سیستم قدرت

فشار هوا

سیلکن

هدایت فویل

چاپ

سیستم فرمان

Simplex	Duplex
Breite 14 cm	2 x 14 cm
Polyethylen-Flachfolie von der Rolle	
Breite 30 cm	Breite 60 cm
Starke 90 µ, 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 Dru	
Fur Datum und Schrift.	
Freiprogrammierbare SPS-Steuerung.	

بازرگانی حصیرچیان

نماینده انحصاری فروش ایران - تهران

تلفن: ۸۸۲۴۳۶۱ نمایر: ۸۸۲۵۵۱۰

صندوق پستی ۱۱۵-۱۵۷۴۵

HADDAD

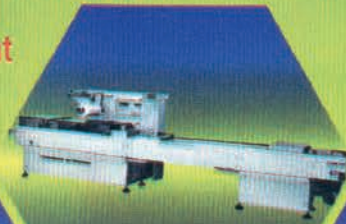
ماشینهای بسته بندی

Producer of :

- Full automatic thermoformer for packaging various food , non-food & phrmaceutical 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.
- Traye manufacturing machines.

توليدات :

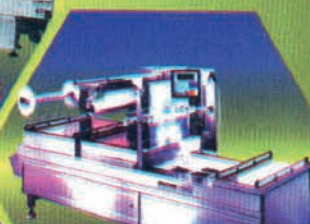
- ماشين بسته بندي اتوماتيك ترموفورمر ، براي بسته بندي انواع مواد غذايي و غير غذايي ، پزئكي و دارويي همراه پرکن های مربوطه .
- ماشين بسته بندي اتوماتيك در ظروف آماده .
- ماشين بليستر براي بسته بندي انواع قرص ها و کپسولهای دارویی .
- ماشين اتوماتيك براي بسته های تکفرد مانند مربا ، عسل ، کره .
- ماشين و کيوم نیمه اتوماتيك مخزن دار و بدون مخزن جهت بسته بندي انواع مواد غذايي .
- ماشين و کيوم فرمینگ و و کيوم اسکين براي بسته بندي انواع محصولات غير غذايي مانند : لوازم بدني و غيره .
- ماشين بسته بندي شرينگ پک براي بسته بندي انواع محصولات غذايي و غير غذايي ، و غيره .
- ماشينهای ظرف ساز .



Thermoformer M/C High Product



Vacuum Packaging Double Chamber



Tray Sealer Machine



Thermoformer M/C Low Product



Tray Dinester



Vacuum Packaging Single Chamber



Thermoformer M/C Semi Automatic



Skin & Forming Machine



Shrink Wrapping 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
دورنگار : ۸۲۰۸۶۱۰

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

راهنمای صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

■ پر فروش ترین کتاب ■

■ در پنجمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی

■ و اولین نمایشگاه مواد غذایی و ماشین آلات 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.

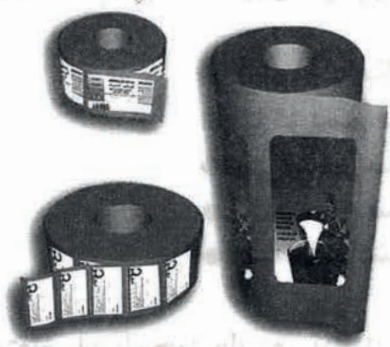
✿ این کتاب را در کنار مجله چاپ و بسته‌بندی در تمام نمایشگاهها و سمینارهای مربوطه داخلی و خارجی که این ماهنامه در آن فعالیت داشته باشد، خواهید یافت.

با دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

یا نمایندگی‌های آن تماس حاصل فرمایید



شرکت دارو برچسب ایران (سهامی خاص)



● تولید کننده انواع برچسب به صورت رول

● تولید کننده فرمهای کامپیوتری خصوصاً پشت چسب دار

● مجهز به ماشین آلات چاپ افست رول

● مجهز به ماشین آلات طلا کوب رول

● مجهز به ماشین آلات دایکات و پوشال برداری اتوماتیک رول

● مجهز به کارگاه چاپ سیلک اسکرین رول و شیت

● مجهز به خط کامل کارتن و جعبه سازی

تهران - میدان ونک - خیابان برزیل - کوچه نیلو - پلاک ۱۴ - طبقه اول

تلفن و نمابر: ۳ - ۸۷۸۹۲۲۲ - ۸۷۸۵۳۴۵ - ۸۷۸۸۶۰۷

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 نورانی واریز نمایید.
- مبلغ **۶۰۰۰۰** ریال بابت حق اشتراک یکساله به حساب پس انداز شماره **۳۰۴۳۸۰/۸** بانک ملت شعبه میدان انقلاب به نام رضا نورانی 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.

شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:

مسئولیت:

صنف:

نام و نام خانوادگی:

شهرستان:

استان:

نشانی: محل کار منزل دولتی نیمه دولتی خصوصی

خیابان:

کد پستی:

تلفن:

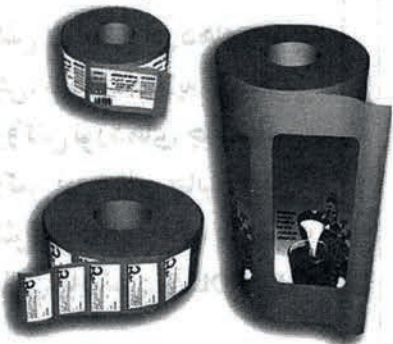
پرداخت شد.

شعبه

بانک

ریال طی فیش یا حواله شماره

مبلغ



شرکت دارو برچسب ایران (سهامی خاص)

- تولید کننده انواع برچسب به صورت رول
- تولید کننده فرمهای کامپیوتری خصوصاً پشت چسب دار
- مجهز به ماشین آلات چاپ افست رول
- مجهز به ماشین آلات طلا کوب رول
- مجهز به ماشین آلات دایکات و پوشال برداری اتوماتیک رول
- مجهز به کارگاه چاپ سیلک اسکرین رول و شیت
- مجهز به خط کامل کارتن و جعبه سازی

تهران - میدان ونک - خیابان برزیل - کوچه نیلو - پلاک ۱۴ - طبقه اول
تلفن و نمابر: ۳ - ۸۷۸۹۲۲۲ - ۸۷۸۵۳۴۵ - ۸۷۸۸۶۰۷



شرکت صنایع بسته بندی شادمهر

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: ۲۷۷۹۳-۲۲۸۲ (۰۲۲۸۲) تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۱۹۴۳۳-۰۹۱۱۲۱۳۳۹۶۶

شیرزاد

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

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

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

صنایع ماشینهای بسته بندی

رساتولید

یک ربع قرن تجربه

در زمینه ساخت انواع دستگاه بسته بندی دستگاه های بسته بندی چای، قافی شکلات و ماکارونی اسپاگتی، فرم حبوبات، خشکبار دستگاه بسته بندی انواع پودر دستگاه بسته بندی شرینگ پک در سایزهای مختلف خط کامل شستشو، سور تینگ 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. تلفن: ۰۳۱-۸۶۲۶۶۶
فکس: ۰۳۱-۸۶۲۲۹۱

قابل توجه صنایع بسته بندی

- ✓ کاغذ سلوفان و ا.پی. پی فیلم
- ✓ مقوای پشت سفید - ساخت کانادا
- ✓ انواع کاغذ پشت چسبدار
- ✓ انواع کاغذ کرافت و فلوتینگ
- ✓ مقوای دوبلکس و تریبلکس
- ✓ مقوای کارتی سفید و الوان
- ✓ کاغذ و مقوای کلاسه

انواع دیگر را می توانید از طریق تلفن و فاکس

برای سفارش در خواسته نمایید.

شرکت آ.ی. تی. سی

تلفن: ۲۵۸۶۴۳۳-۸۸۲۴۵۵۵



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 بعد از کرمان نبش کوچه اسلامی شماره ۵۲
تلفن: ۷۸۱۲۵۲۴ و ۷۸۲۹۳۲۳
تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۱۳۳۹۶۵ و ۰۹۱۱۲۱۳۱۲۷۴

□ در حال حاضر در صنعت بسته‌بندی باید به چه مسائلی بیشتر توجه شود؟

■ مسائل مهم و متعددی در بسته‌بندی وجود دارد که باید بصورت جزئی مورد تحلیل قرار گیرند. در واقع باید روی هر کدام از آنها جداگانه کار شود. اصولاً بسته‌بندی در تجارت نقش بسیار مهمی دارد و در واقع صنعتی است که در توسعه بازرگانی داخلی، افزایش صادرات و ازدیاد درآمد ارزی و رشد سریع اقتصادی کشور نقش بسزایی دارد.

بسته‌بندی یکی از عوامل اصلی در تبادل تولیدات کشاورزی، شیمیایی، دامی و سایر صنایع است و بدون آگاهی از کاربرد آن امکان توسعه در تولید، تکنیک کار و روشهای صنایع یاد شده میسر نیست.

بطور کلی بسته‌بندی عامل مهمی در رقابت بازار است. در کشور های توسعه یافته رقابت تعیین کننده است. یعنی هم درجه مطلوبیت و کیفیت مشخص و هم قیمت‌ها در نتیجه پوشش و حفاظ هر کالا و نقشی که در ظاهر آن کالا دارد عواملی مؤثر در انتخاب مصرف‌کننده است. نوآوری های بسته‌بندی در شرکتهای بزرگ و مشهور مخصوصاً شرکتهای رقیب و جمع آوری اطلاعات همه جانبه در این خصوص در مرحله اول اهمیت است.

شناخت آخرین روشها و پدیده بسته‌بندی معقول و حتی اطلاع ما از طرحهای آینده کمک موثر و فوری به تولید کننده می‌کند، اول اینکه از حاصل تجربیات و هزینه دیگران در مطالعه بازار و چگونگی جلب مشتری استفاده شود و دوم اینکه راه خود را برای جستجوی روشهای جذاب‌تر مؤثر و اقتصادی‌تر هموار می‌کند.

یکی از نکات مهم در توجه به صنعت بسته‌بندی، روانشناسی بازار است. تنها مرغوبیت کالا نمی‌تواند باعث موفقیت تولیدکننده و فروشنده باشد، بلکه باید شکل ظاهری، طراحی و رنگ‌آمیزی ظروف از نظر جذابیت دلخواه و مورد نظر باشد. تولیدکننده علاوه بر مدیران لایق، طراحان بسته‌بندی، کارگران ورزیده و مهندسان ماهر به روانشناسان متخصص نیز نیازمند هستند تا بتوانند با توجه به سلیقه‌های گوناگون بسته‌بندی بازار پسند را عرضه کنند.

خصوصیات اجتماعی و مطالعه در وضعیت مصرف‌کنندگان در این مقوله قرار می‌گیرند، بطور کلی در این ارتباط مشخصات خانوادگی و گروهی، خصوصیات فردی و اجتماعی، آداب و سنن جامعه مصرف‌کننده، عرف و عادت در میان آنها، شرایط و ضوابط مذهبی و قوانین کشور خریدار نقش مهمی در روانشناسی بازار دارد.

در شرایط جغرافیایی و مقتضیات طبیعی متفاوت کالای مورد نظر بازار و چگونگی مصرف با هم فرق می‌کند، براین اساس انواع بسته‌بندی‌ها به تناسب شرایط جوی از نظر نوع مواد و اجناس مورد استفاده و درجه مقاومت آنها تفاوت دارد و نیز توجه به اوزان، مقادیر، مقیاسهای کشورهای مورد نظر نیز مهم است. نوع ظروف مورد استفاده، مصرف‌کنندگان از نظر بکار بردن مواد اولیه بسته‌بندی اعم از کاغذ، مقوا، پلاستیک، فویل‌های آلومینیوم باید دارای خواصی باشد که پاسخگوی شرایط مختلف بسته‌بندی باشد. میزان بر خورداری این مواد از این خواص برای مقاصد

فهرست کتب، گزارشات و طرحهای آقای علی اصغر طائی

کتاب علقه/ دی ۱۳۶۸ / موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
کتاب چوب و کاغذ/ مهر ۱۳۶۹ / موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
کتاب شیر/ خرداد ۱۳۷۱ / موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
کتاب حیوانات/ مهر ۱۳۷۲ / موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
طرح پرورش حیوانات پوستی (نوتریا)/ دی ۱۳۶۶ / معاونت امور اجرایی وزارت کشاورزی
طرح کشت علقه و پروار بندی گوسفند در استان فارس/ بهمن ۱۳۶۶ / معاونت طرح و برنامه وزارت کشاورزی
برنج محصولی که باید در تولید و مصرف آن تجدین نظر نمایند/ اسفند ۱۳۶۳
طرح جامع آمار و انفرماتیک نظام آماری کشاورزی/ ۱۳۶۹ / اداره کل آمار و اطلاعات کشاورزی
طرح تولید شتر مرغ در ایران/ مرداد ۱۳۷۵
رهنمودهای تشکیل شوراهای روستایی و عشایری/ شهریور ۱۳۶۰ / نخست وزیری
بررسی تخصصی اعتبارات به بانکهای تخصصی و توزیع وامها و اعتبارات به بخشهای کشاورزی/ اسفند ۱۳۶۳
معاونت هماهنگی و امور برنامه بودجه وزارت کشاورزی
بازاریابی محصولات کشاورزی/ آبان ۱۳۶۳ / معاونت هماهنگی و امور برنامه بودجه وزارت کشاورزی
بررسی کسری بودجه دولت جمهوری اسلامی ایران ۱۳۶۰-۱۳۷۳ / آذر ۷۳
مدارهای توسعه روستایی ایران/ بهمن ۱۳۷۲
گات/ دی ۱۳۷۲ / چاپ در نشریه اقتصاد و توسعه مرکز مطالعات برنامه ریزی و اقتصادی کشاورزی شماره ۲
پیمان نفتا/ مهر ۱۳۷۳ / چاپ در نشریه اقتصاد و توسعه مرکز مطالعات برنامه ریزی و اقتصادی کشاورزی شماره ۲
بررسی نقش بیمه و بانکداری در توسعه اقتصادی زنجان/ اردیبهشت ۱۳۷۵
ارزیابی از مزیت استان کرمان در تولید و صدور خرما/ مهر ۱۳۷۴
بانک اطلاعاتی (تهیه چارچوب و خطوط اساسی)/ خرداد ۱۳۷۰ / اداره کل آمار و اطلاعات کشاورزی
طرح بررسی ضایعات محصولات زراعی و راههای کاهش آنها/ مهر ۱۳۷۵
اطلاعات کلی محصولات زراعی ایران و جهان/ دی ۱۳۷۳ تا بهمن ۱۳۷۴ / شماره‌های ۱ تا ۸ جمعا هشت نشریه
ترجمه: کنترل شته روسی و زیانهای آن/ خرداد ۱۳۷۳ / معاونت امور زراعت وزارت کشاورزی
کاهش مصرف سموم/ تابستان ۷۳ / نشریه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۳
سازمان همکاریهای اقتصاد اگو از آغاز تاکنون/ بهار ۱۳۷۳ / نشریه اقتصاد کشاورزی و توسعه شماره ۵
بررسی وضعیت بسته‌بندی خرما/ بهمن ۱۳۷۶ / ماهنامه چاپ و بسته‌بندی شماره ۱
بررسی وضعیت بسته‌بندی زعفران/ فروردین ۱۳۷۷ / ماهنامه چاپ و بسته‌بندی شماره ۳
بررسی وضعیت بسته‌بندی پسته/ اردیبهشت ۱۳۷۷ / ماهنامه چاپ و بسته‌بندی شماره ۴
بررسی تخصصی اعتبارات کشاورزی به استان کرمانشاه/ خرداد ۱۳۷۷ / نشریه اقتصاد کشاورزی و توسعه شماره ۳۱

علی اصغر طائی

تاریخ تولد ۱۳۲۸

لیسانس اقتصاد فوق لیسانس مدیریت صنعتی

سوابق شغلی

معاون طرح و برنامه مرکز آمار ایران ۱۳۶۰
معاون مدیریت طرح بودجه صنایع شیر ایران ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۸
مدیرکل آمار و اطلاعات کشاورزی ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۱
محقق مرکز تحقیقات روستایی ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۳
معاون مدیرکل دفتر علقه وزارت کشاورزی ۱۳۷۳ تا ۱۳۷۸
سوابق عضویت در شورایی عالی آمار
کمیسیون شورای اقتصاد
کمیته جذب سرمایه‌های خارجی
سوابق اجرای طرحهای تهیه و تدوین طرحهای آماری (وزارت کشاورزی) طرح و بسته‌بندی صنایع غذایی صادراتی (موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی)

دیدگاه‌های یک محقق

گفت و گو با مهندس علی اصغر طائی

مختلف با روشهای گوناگون سنجیده میشود که سنجش تمام اینها باید در نظر گرفته شود. نوع بسته‌بندی بسیار اهمیت دارد و بسته‌بندی با کیفیت خوب ممکن است یکی از بالاترین ارقام هزینه صادراتی کالا را تشکیل دهد، در هنگام بررسی هزینه بسته‌بندی میان هزینه بسته‌بندی واحد کالا، هزینه کارتن‌بندی و صندوق‌بندی مجموع کالا تجزیه و تحلیل کنیم، ممکن است ضمن استفاده از بسته‌بندی مرغوبتر کالا بتوانیم هزینه بسته‌بندی را ارزان‌تر تمام کنیم.

□ در خصوص هزینه‌های بسته‌بندی توضیحات بیشتری بدهید.

- در این رابطه موارد متعددی برای صرفه جویی بیشتر در بسته‌بندی و اجتناب از اتلاف هزینه پیشنهاد می‌گردد، که این موارد عبارتند از:
 - ۱- شناخت تکنولوژی (فن‌آوری) بسته‌بندی
 - ۲- شناخت کلی عملیات بسته‌بندی
 - ۳- شناخت پیمانکاران تأمین مواد بسته‌بندی
 - ۴- ادامه کار با پیمانکاران بزرگ و معروف
 - ۵- تعریف مشخصات بسته‌ها به نحو روشن
 - ۶- استفاده از ارقام استاندارد شده توسط پیمانکاران
 - ۷- هماهنگ کردن استانداردهای خرید با رقبا
 - ۸- پایین‌ترین قیمت واحد ممکن
 - ۹- کنترل بین ارتباط قیمت و کیفیت
 - ۱۰- استفاده بهینه از مواد بسته‌بندی
 - ۱۱- بسته‌بندی با ابعاد دقیق مقرون به صرفه
 - ۱۲- استاندارد کردن اندازه بسته‌ها در کارخانه
 - ۱۳- افزایش بسته‌بندی در اندازه‌های بزرگتر در صورت صلاحدید مصرف‌کننده
 - ۱۴- اثر متقابل بین هزینه‌های بسته‌بندی بزرگ و استفاده از پالتها و کانتینرها در حمل و نقل
 - ۱۵- اجتناب از تعدد بسته‌بندی
 - ۱۶- کاهش تعدد رنگها در یک کار چاپی
 - ۱۷- استفاده مجدد از بسته‌های برگشت‌پذیر، خسارت دیده (باید هزینه‌های معین در محاسبات منظور شود).

- ۱۸- استفاده از بسته‌های یکپارچه
- ۱۹- طراحی محصولات طوری باشد که بسته‌بندی آنها به راحتی صورت پذیرد.
- ۲۰- بهتر آنست که محصولات درون بسته‌ها فشرده و متراکم گردند.

برای کاهش ضایعات و دورریزها باید تمامی روشهای فوق در نظر گرفته شود. نگهداری خوب تجهیزات کارخانه برای کارایی بیشتر، بهبود شرایط انبارداری، گردش موجودی انبار و جایجایی صحیح بسته‌ها، کاهش هزینه‌های نقل و انتقال با استفاده از تسمه‌ها و نقاله‌ها، برنامه‌ریزی دقیق در خصوص تأمین به موقع مواد بسته‌بندی (سفارشات لحظه آخر یا زمان‌های تحویل غیر معقول برای کارگاه بسته‌بندی پر هزینه است).

تهیه مواد بسته‌بندی از عرضه‌کننده اولیه یعنی مواد باید بصورت دسته اول تهیه شود. بکارگیری روشهای خودکار و نیمه خودکار در بسته‌بندی (اتوماتسیون) موجب صرفه جویی در هزینه‌هاست، استفاده از تجهیزات و دستگاههایی که بتواند مواد گوناگون بسته‌بندی را استفاده نماید، یعنی دستگاهها باید بصورتی باشند که به آسانی قابل انطباق با نیازها

باشند، در صورت امکان بسته‌بندی محصول در کارخانه خود و با استفاده از دستگاههای مربوطه انجام شود.

یکی از عوامل مهم دیگر در بسته‌بندی تبلیغات است که در این رابطه صحبت‌های زیادی شده است. بسته‌بندی باید جذابیت لازم را داشته باشد و ترکیبی از جذابیت‌های رنگ، طرح و گرافیک که به کمک مطالعه علمی باید بدست آید و این بسته‌ها برای مناطق مختلف و متفاوت است، نقش بسته‌بندی در کاهش ضایعات و فروش بسیار زیاد است. علامت‌گذاری روی بسته‌ها خیلی مهم است که این بسته شکستنی است و چگونه باید حمل شود.

انتخاب نوع بسته مهم است، بسته‌ها به طور کلی به سه گروه پُرته‌ها، میان‌بها و کم‌بها دسته‌بندی می‌شوند.

طبیعی است که در مورد کالاهای اساسی گرانقیمت مانند اورانیوم و داروها از مطمئن‌ترین نوع بسته‌ها استفاده می‌کنند و برای کالاهای میان‌بها مثل مواد شیمیایی، ماشین‌آلات، قطعات یدکی و غیره با توجه به عوامل مختلف مطمئن‌ترین و در عین حال با صرفه‌ترین نوع بسته‌ها انتخاب می‌شوند و در مورد کالاهای کم‌بها گاهی ممکن است با حذف بسته‌بندی و یا در صورت نیاز، بسته‌بندی با ارزانترین نوع قابل قبول آن تصمیم‌گیری به عمل آید.

در بسیاری از موارد بسته‌بندی کالا برای فروش داخلی یا بسته‌بندی صادراتی ممکن است یکسان باشند، اما در مورد بسته‌بندی کالاهای صادراتی نکاتی وجود دارد که رعایت آن به لحاظ مختلف از قبیل فیزیکی، تغییرات جوی، مقررات خاص یا ملاحظات بازرگانی و غیره ضروری می‌باشد.

□ لطفاً در مورد این نکات توضیح بیشتری بدهید.

- این نکات عبارتند از:
 - ۱- ارزش کالا، وزن کالا،
 - ۲- حجم و ابعاد و شکل
 - ۳- هندسی، چگونگی توزین
 - ۴- وزن کالا در داخل بسته‌بندی یا جعبه،

همانگی و یکنواختی بین بسته‌بندی بازار داخلی و خارجی و صادراتی، بررسی انواع بسته‌بندی شرکت‌های رقیب داخلی و خارجی و ارزیابی مزایای هر کدام، پیش‌بینی تغییرات احتمالی آینده در نوع و اندازه کالاها و بسته‌بندی‌های پیشرفته‌تر، سهولت دسترسی به مواد اولیه بسته‌بندی، نظرخواهی از عاملین فروش و مشتریان درباره استانداردهای بهتر، ظروف مطلوب‌تر، روشهای باز و بسته کردن آسانتر، بررسی نیاز یا عدم ضرورت استفاده مجدد از ظروف بسته‌بندی، ارزیابی اثرات اقتصادی کوچکتر یا بزرگترکردن بسته‌بندی، در نظر گرفتن مدت زمان قرارگرفتن کالا در ظروف تا هنگام تخلیه ظروف بسته‌بندی، اطمینان از محافظت محتویات بسته‌ها در برابر تغییرات محیطی و جوی، اطمینان از مقاومت بسته‌ها و جعبه‌ها در برابر ضربات و فشارهای ناشی از

حرکت و حمل و نقل بررسی ضرورت استفاده از مواد محافظ از قبیل ضد زنگ، عایق، شانه‌های جداکننده، مواد ضد حشرات و تمهیدات دیگر، حفاظت در برابر سرقت، بررسی ضرورت استفاده از کانتینرها در طول حمل و نقل، تناسب ابعاد بسته‌ها با ابعاد کارتن و صندوقها و در نهایت تناسب با ابعاد کانتینرها، رعایت قوانین و استانداردهای بسته‌بندی در کشور مقصد، رعایت قوانین گمرکی در دفعات بازرسی اجباری کالا تا رسیدن به مقصد، درجه فوریت ارسال کالا، ارزیابی اقتصادی استفاده از هر یک از روشهای حمل و نقل، سهولت حمل و نقل و جایجایی بسته‌ها، لوازم اضافی برای انواع روشهای جایجایی.

از موارد مهم دیگر در بسته‌بندی اتیکت یا برچسب زدن روی بسته‌ها خصوصاً بسته‌های مواد غذایی است، اتیکت‌ها باید دارای مدت زمان نگهداری

مواد غذایی، افزودنیهای اضافه‌شده به آنها و میزان استفاده از افزودنیهای مجاز، وزن کل بسته و وزن خالص مواد غذایی، در صورت فاسد بودن به کدام مرکز می‌توان مراجعه نمود، تاریخ تولید و مصرف و شرایط نگهداری آن مشخص شود، ترکیبات شیمیایی محصول بسته بندی شده و در برچسب‌هایی که کشورهای توسعه یافته استفاده می‌کنند نام، وزن کل و خالص، تاریخ تولید و حداکثر طول نگهداری، آدرس تولیدکننده یا پرکننده محصول و مواد متشکله درج شود.

□ چگونه می‌توان نکات ذکر شده را به مرحله عمل نزدیک و فرهنگ آن را همگانی کرد؟

■ در رابطه با عملی کردن سیاست‌ها و موارد مختلف که از نظر علمی و تحقیقی بیان می‌شود، راه‌حلهای جوامع مختلف متفاوت است، عملی کردن روشها در جوامعی که دارای زیر بنای فکری کامل هستند آسانتر است و با ارائه اطلاعات و شارژ اطلاعات خودبخود عملی می‌شوند ولی در جامعه ما نیاز به کار بیشتری داریم.

نخست نیازمند کار فرهنگی و بوجود آوردن زمینه‌ها و ابعاد مختلفی برای فهم بهتر مطالب و در مرحله بعد اطلاع‌رسانی است.

اطلاع‌رسانی حتماً باید در رابطه با بوجود آوردن زمینه پذیرش و فهم کافی باشد، برای این موضوع در ابتدا من از پیشنهاد تشریحی شما که بوجود آوردن تشکل بسته‌بندی بود یاد می‌کنم و تشکل بسته‌بندی را یکی از ضروریات بهبود وضعیت و نقطه آغازی برای اجرای سیاست‌های بسته‌بندی می‌دانم.

اگر تشکل بسته‌بندی بصورت کلی از طریق سازمانهای ذیربط بوجود آید، بدیهی است که در زمینه‌های اجرایی هر کدام از موارد مختلف ذکر شده در ارتباط با حرف و صنایع مختلف بسته‌بندی باید کار شود. برنامه‌ریزی برای عملی شدن هر کدام از آنها به کمک سازمانهای دولتی و سازمانهای ذیربط به عمل آید.

بدیهی است که هر کدام از صاحبان حرف کلیه توان و تلاش خود را در ارتباط با بهبود بسته‌بندی کالاهای خودشان به جهات مختلف ذکر شده به کار

نوآوری های بسته‌بندی در شرکتهای بزرگ و مشهور مخصوصاً شرکتهای رقیب و جمع آوری اطلاعات همه جانبه در این خصوص در مرحله اول اهمیت است.

بسته‌ها به طور کلی به سه گروه پُرته‌ها، میان‌بها و کم‌بها دسته‌بندی می‌شوند.

می‌بندند ولی عملی نشدن و کافی نبودن این حرکتها به علت همان ضعف پایه‌های فکری و نبودن اطلاعات کافی است که درجه تحصیلات و تجربه، خود می‌تواند به آن زمینه‌های فکری و پذیرش موضوعات کمک کند. بدیهی است یک نفر صاحب حرفه و بسته‌بندی کننده کالا، چنانچه دارای تحصیلات دانشگاهی باشد خود به دنبال بهبود وضعیت بسته‌بندی کالا می‌رود و سعی می‌کند با استفاده از روشهای عملی و تجارب بدست آمده از کشورهای توسعه یافته نسبت به رشد صنعت بسته‌بندی خود اقدام کند.

□ در توضیحات خود نقش مهمی را برای بسته‌بندی در نظر گرفتید، چر تاکنون توجه لازم به این صنعت نشده است؟
 ■ با توجه به اینکه این سؤال شما ارتباط نزدیکی با سؤال قبل دارد باید گفت: توجه به صنعت بسته‌بندی یک توجه جامع است، یعنی نمی‌تواند در یک جای خاص

مورد توجه قرار گیرد. در حالیکه با اطلاعاتی که ما داریم در وزارتخانه‌های خاص با توجه به اینکه دفاتر صنایع غذایی یا صنایع مربوطه وجود دارد باز توجه خاص به موضوعات نشده است و لازم است که این دفاتر و محدودیت‌هایی که در وزارتخانه‌های مختلف هست با توجه به تحقیقاتی که به عمل می‌آورند روی محصولات خاص خود، برنامه‌ریزی دقیقی نسبت به اجرای سیاستها و بهبود محصولات بسته‌بندی به عمل بیاورند و این امر نیازمند کسب آمار دقیق و اطلاعات از جامعه مربوط به تولید و بسته‌بندی آن کالا است که بطور دقیق و حساب شده باید این اطلاعات جمع‌آوری شود، تجزیه و تحلیل شود و با برنامه اجرایی قابل قبول در زمانهای معین اجرا شود. بدیهی است که هر وزارتخانه و حتی سازمانی به تنهایی نمی‌تواند این کار را انجام دهد و این باید دارای یک شکل و مرکزیت باشد و آن مرکزیت این سازمانها را هدایت می‌کند و بعد

بصورت برنامه‌ریزی شده و دقیق اطلاعات مربوط به تولیدکنندگان و کارگاههای بسته‌بندی جمع‌آوری شود، برای مثال: مسلم است که هر کارگاه بسته‌بندی نیازمند بهداشت است و این یک امر اولیه است. عملاً دیده شده که سازمانهای مربوط در این زمینه به تنهایی قادر به انجام این امر مهم در کارگاهها نشده‌اند و لازم است که حتماً با سازمانهای دیگر هماهنگی لازم بوجود آورند و بعد سایر موارد مختلف دیگر به همین ترتیب.

یکی دیگر از مسائل مهم صنعت بسته‌بندی تهیه مواد بسته‌بندی است، برای پایین آوردن هزینه بسته‌بندی لازم است به تهیه مواد بسته‌بندی بپردازیم. برای اینکه این مواد خوب تهیه شوند باید نظارت کامل و کافی در کارگاههای تولیدکننده این‌گونه مواد وجود داشته باشد از قبیل تین پلیت Tin plate، مواد شیشه‌ای، مواد پلیمری، مواد پلاستیکی، مواد کاغذی و مقوایی و... همه باید تحت نظارت و کنترل باشد. چون در حال حاضر تنها قسمتی از این

مواد در داخل تولید می‌شود ولی متأسفانه دقت و کیفیت در کار وجود ندارد باید دقت کافی به عمل آید تا کیفیت مواد بسته‌بندی بالا رود.

بدیهی است افزایش کیفیت مواد بسته‌بندی نقش بسزایی در بهبود و جذابیت بسته‌ها و موارد مختلفی که در سؤال اول به میان آمد بوجود خواهد آورد، در ضمن مهم است که صاحبان جزف بسته‌بندی چنانچه هزینه بیشتر و البته بهینه (چراکه همیشه هزینه بیشتر هزینه بهینه نیست) روی بسته‌بندی خود به عمل بیاورند، یعنی هزینه‌های فعلی خود را افزایش دهند در مقابل بازارهای جدید و مشتریان بهتر و سود بیشتری را عاید خود خواهند کرد.

□ به نظر شما برپایی نمایشگاههایی در رابطه با صنعت بسته‌بندی تا چه میزان در جهت بهبود صنایع و بسته‌بندی مؤثر است؟

■ بطور کلی مسائلی را که من در نمایشگاههای قبل مشاهده کرده‌ام در حدی که یک نمایشگاه بین‌المللی بتواند عرضه کند نبوده‌است. صنایع و ماشین‌آلاتی را که کشورهای مختلف و شرکتهای آن کشورها در نمایشگاهها به نمایش می‌گذارند باید دستگاههای مجهز با نوع کار مشخص و در کار فرآیند کامل باشند، به این منظور که در قبل از ارائه سیستم، بسته‌بندی فرآیند عمل‌آوری و عملیاتی که روی آماده‌کردن محصول مورد بسته‌بندی مدنظر بوده از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است یعنی دستگاهها باید به صورت سلسله و زنجیروار طوری به هم مرتبط باشند و بصورت کامل نمایش داده شوند که در بین آنها کارگر مجبور به مداخله نباشند و خصوصاً در زمینه بسته‌بندی محصولات غذایی نیازمند دخالت و حضور کارگر نباشند که موجب کاهش رعایت نکات بهداشتی شود، من این مورد را در نمایشگاههای قبل ندیدم و دستگاههایی که به نمایش گذاشته شده بود هر کدام

دانه‌هایی از زنجیری گسسته بود.

موارد قابل قبولی که در نمایشگاههای قبل دیدم در مورد طراحی بود. دفاتر طراحی در آنجا نمونه‌هایی

داشتند و به سوالات مراجعه‌کنندگان پاسخ می‌گفتند. وجود تولیدکنندگان مواد اولیه بسته‌بندی در نمایشگاهها بسیار مهم و ضروری است، این تولیدکنندگان مواد باید خصوصیات مواد خود را از نظر بسته‌های پلاستیکی، پلیمری، کاغذی، مقوایی، چوبی، تین‌پلیت، آلومینیوم و... بصورت بسیار دقیق و مشخص برای هر بسته‌بندی دقیقاً بر روی مواد اولیه مشخص کنند. خصوصاً در مواد اولیه و بسته‌های ساخته شده شیشه‌ای، درج این مطالب خیلی مهم است و وجود غرفه‌های مواد اولیه و بسته‌ها و کارگاههای تولیدکننده بسته‌بندی در نمایشگاهها در کنار ماشین‌های بسته‌بندی و ماشین‌های آماده‌سازی مواد اولیه برای بسته‌بندی بسیار اهمیت دارد. مثلاً

عملی کردن روشها در جوامعی که دارای زیر بنای فکری کامل هستند آسانتر است و با ارائه اطلاعات و شارژ اطلاعات خودبخود عملی می‌شوند ولی در جامعه ما نیاز به کار بیشتری داریم.

برای بسته‌بندی خرما گذشته از اینکه تولیدکنندگان بسته‌های بسته‌بندی باید حضور داشته باشند. دستگاههای بسته‌بندی خرما نیز لازم است و قبل از آن دستگاههای شستشو، طبقه‌بندی، خشک‌کن و... ضرورت دارد. لازم است که تشکیل نمایشگاه بسته‌بندی از طریق رسانه‌های گروهی قبلاً به دفعات مختلف و مورد نیاز اعلام شود تا صاحبان مشاغل در کارگاههای بسته‌بندی از تاریخ تشکیل نمایشگاه بسته‌بندی مطلع شوند و لازم است که در رادیو و تلویزیون ضرورت و ویژگی‌های مراجعه محققین و صاحبان حرفه بسته‌بندی به نمایشگاهها گفته شود تا به موقع این افراد بتوانند لزوماً به نمایشگاه مراجعه و از کالاهای و دستاوردها دیدن به عمل آورند.

در نمایشگاهها موارد مختلفی از قبیل نمایش فیلم‌ها، کارکرد دستگاههای بسته‌بندی و نمایش فیلم‌هایی از تجربیات گذشته و کاربرد این دستگاهها در کشورهای توسعه یافته در ارتباط با بسته‌بندی‌های مختلف بسیار مفید می‌باشد.

چنانچه در کنار کاتالوگها متونی از نحوه کارکرد و خلاصه‌ای از چگونگی وضعیت دستگاهها و مواد بسته‌بندی در اختیار محققین و مراجعین قرار داده شود، حال آنکه در نمایشگاههای ما بیشتر به ارائه کارت شناسایی واحد مربوطه که در آن تلفن و نام و آدرس درج شده بسنده می‌شود و این کافی نیست. نمایشگاهها چنانچه خوب برگزار شوند در بالا بردن فرهنگ و کیفیت بسته‌بندی کشور بسیار مفید و مؤثر هستند و می‌توانند کمک زیادی به بهبود بسته‌بندی و در نهایت صادرات کشور کند. ■

یک دستگاه ماشین بسته‌بندی شریک پک

نوباً قیمت بسیار مناسب موجود است

PVC

اندازه دوخت: ۵۵×۴۵

توان مصرفی: ۳۳۰۰ وات

ولتاژ/فرکانس: ۲۲۰ ولت، ۵۰ هرتز

ابعاد: ۱۲۵×۸۰×۱۰ سانتیمتر

وزن: ۷۰ کیلوگرم

سرعت بسته‌بندی: ۲۰۰ الی ۴۰۰ بسته در ساعت

مناسب جهت صنایع کوچک

بسته‌بندی‌های متوسط

تولیدی‌ها و صحافی‌ها

تلفن تماس: ۶۴۹۲۵۹۲

کتابشناسی تشریحی ۱۰ بازاریابی و مدیریت بازار

مؤلف: مهندس محمد بلوریان تهرانی

● تیراژ: سه هزار جلد ● ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

پاپ افست

مؤلف: آلبرت پورتر - مترجم: حمید لباف

● تیراژ: سه هزار جلد ● ناشر: نشر آتش

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.

فروش شخصی

تبلیغات

اهداف تبلیغات

روابط عمومی

مراحل اساسی در برنامه‌ریزی تبلیغات

آژانس‌های تبلیغاتی

رسانه‌های تبلیغاتی

معیارهای ثمربخش تبلیغات

آثار تبلیغات

مدل‌های فشار و مدل‌های جذب

فصل چهارم: بسته‌بندی

تعریف بسته‌بندی

سابقه تاریخی

جادوی هنر، جادوی بسته‌بندی

انواع بسته‌بندی از نظر اندازه

انواع بسته‌بندی از نظر مواد اولیه

انواع بسته‌بندی از نظر مظهر

جایگاه بسته‌بندی در بازاریابی

اهمیت بسته‌بندی مصرف‌کننده

اطلاعات و علائم روی بسته‌بندی

کد میله‌ای یا خط نماد

استفاده از رنگ در بسته‌بندی

تجربه سوپرمارکت‌ها

تحقیق در مورد واکنش انسانها در برابر بسته‌بندی

بسته‌بندی کالاهای صادراتی

استانداردهای بسته‌بندی

ویژگی‌های بسته‌بندی مصرف‌کننده

ماشین‌آلات بسته‌بندی

مراحل اجرایی در تهیه بسته

فصل پنجم: توزیع

مقدمه و تعریف توزیع

عوامل شبکه توزیع

- عوامل شبکه عمده‌فروشی

- عوامل شبکه خرده‌فروشی

(نمایندگان رسمی)

(نمایندگان انحصاری)

(فروشگاه‌های بزرگ)

(فروش از طریق پست)

(فروشگاه‌های زنجیره‌ای)

(سوپرمارکت‌ها)

(حراجی‌ها)

تحقیقات بازاریابی

- اهداف استراتژیک

- اهداف اجرایی

تصمیم‌گیری در بازاریابی

برنامه‌ریزی بازاریابی

عملیات اجرایی

بررسی عملکرد بازاریابی

اصول عمومی بازاریابی

اهداف بازاریابی

تقسیم بازار

سهم بازار

فصل دوم: شناخت کالا

شناخت کالا

ویژگی‌های کالا یا محصول

- قیمت رقابتی

- نام کالا

- نام تولیدکننده

- کیفیت کالا

- کالاهای جانشین

- کالاهای مشابه یا رقیب

- شکل و طرح و رنگ

- ابعاد و اندازه

- تسهیلات خرید

- زمان تحویل

- خدمات حمل و نقل

- تضمین مرغوبیت کالا

- خدمات بعد از فروش

منحنی عمر محصول

تغییر ویژگی

فصل سوم: تبلیغات و پیشبرد فروش

فروش

تعیین بازار هدف

پیش‌بینی مقدار فروش

تأثیر عوامل اقتصادی

تأثیر رقابت

استانداردهای کیفیت

نقش تعیین‌کننده پیش‌بینی مقدار فروش

حربه‌های فروش

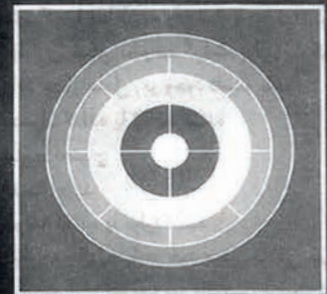
عملیات تبلیغات و پیشبرد فروش

پیشبرد فروش

فروش انبوه

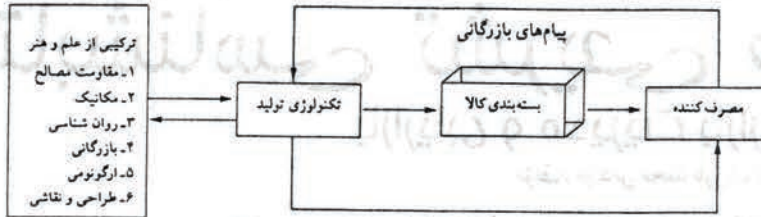
بازاریابی و مدیریت بازار

تألیف: مهندس محمد بلوریان تهرانی



مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

- فهرست.....
- فصل اول: اصول و کلیات
- تعریف بازار
- فرق کالا و محصول
- تعریف بازاریابی
- جایگاه بازاریابی در ساختار تشکیلاتی
- نظام‌های بازاریابی
- محیط بازاریابی
- عوامل قابل کنترل و عوامل غیر قابل کنترل در بازاریابی
- آمیخته بازاریابی
- ماتریس بازاریابی
- سیستم بازاریابی
- بازاریابی کالا و بازاریابی خدمات
- وظایف مدیر بازاریابی
- تقاضای منفی
- فقدان تقاضا
- تقاضای پنهان
- تقاضای کندشونده
- تقاضای ناهمزمان
- تقاضای متعادل
- تقاضای بیش از حد
- تقاضای ناسالم
- فرایند مدیریت بازاریابی



اطلاع رسانی به کمک تبلیغات بازرگانی

شکل ۳۲ - ساز و کار مبادله اطلاعات و ارتباطات به کمک بسته‌بندی
 مأخذ: بسته‌بندی، پوشش جذاب و فراموش شده صنعت ما. (تهران: ماهنامه کیمیا، ۱۳۷۰) با اندکی تغییرات

مقالات منتخب

تعریف بازار (۱)

«بازار» از نظر علمی به معنی محل تجمع عده‌ای از مصرف‌کنندگان است که دارای نیازهای مشترک بوده، از وسیله مبادله یا پول مشترکی در داد و ستدهای خود استفاده می‌کنند. این مصرف‌کنندگان باید مایل به رفع نیازهای خود باشند. بدین ترتیب اگر عنصر نیاز مشترک یا تمایل به رفع نیاز وجود نداشته باشد، عملاً بازاری شکل نخواهد گرفت. برای تشکیل هر بازار باید چهار عامل زیر وجود داشته باشد:

- ۱- مصرف‌کننده یا تقاضاکننده
- ۲- نیاز یا احتیاج
- ۳- قدرت خرید
- ۴- عرضه‌کننده یا تولیدکننده

بازار به مفهوم رایج خود محل تلاقی عرضه و تقاضا است. این تعریف نیز نادرست نیست زیرا با توجه به پایه‌های اصلی تقاضا یعنی وجود نیاز، وجود قدرت خرید و بالاخره تمایل به اختصاص قسمتی از درآمد یا پول فرد برای تملک کالا، متوجه می‌شویم که همان عناصر چهارگانه بازار در تعریف دوم نیز وجود دارد. بازار، مراحل تکامل تدریجی را گذرانده تا به شکل امروزی خود رسیده است.

در جوامع اولیه که افراد به شکل خودکفا زندگی می‌کردند، هر شخص نیازهای خود را رأساً تأمین می‌نمود و زندگی او در دایره محدود احتیاجات سپری می‌شد. بنابراین نیازی به تخصص وجود نداشت.

به تدریج که بعضی از افراد توانستند کالایی بیش از نیاز خود تولید کنند، اقلام مازاد را با دیگران معاوضه نمودند و این معاوضه و مبادله موجب گردید برخی از مردم مشاغل و حرف معینی را دنبال نمایند. بدیهی است در این مرحله داد و ستد به صورت غیر متمرکز و در سطح محدودی انجام می‌گرفت.

شکل کاملتر داد و ستد یا معاوضه فوق وقتی اتفاق افتاد که شخصی به نام «بازرگان» در مرکز مبادلات قرار گرفت و بازار به محلی برای فروش کالاهای مازاد و خرید مایحتاج تبدیل شد.

بدین ترتیب اولین تعریف بازار به صورت زیر بیان شد: بازار محلی است که عده‌ای از بازرگانان در آنجا کالاهای پیلهوران را خریداری یا به امانت دریافت می‌کنند و در مقابل سود معقولی، آنها را به متقاضیان دیگر می‌فروشند. در شکل ۱ مراحل سه‌گانه تحول بازار ملاحظه می‌شود. (۲)

بازار بر چند نوع است. از جمله:

الف - بازار کالا یا خدمت که همان تعریف عمومی

مشکلات جمع‌آوری اطلاعات

بودجه تحقیقاتی

انواع اطلاعات مورد نیاز در یک طرح تحقیقاتی

طرح یک پرسشنامه نمونه

فصل هشتم: مذاکره در بازاریابی

تعریف مذاکره

ارکان مذاکرات

برنامه‌ریزی در مذاکره

روشهای مذاکره

دوره‌های مذاکره

نکات مهم در مذاکرات بازاریابی

فصل نهم: شرکت در نمایشگاه‌ها

تعریف و انواع نمایشگاه‌ها

- نمایشگاه‌های عمومی بازرگانی

- نمایشگاه‌های تخصصی

- نمایشگاه‌های اختصاصی

- اکسپوها

- نمایشگاه‌های عرضه مستقیم

اهداف شرکت در نمایشگاه‌ها

مزایای مترتب بر شرکت در نمایشگاه‌ها

نمایشگاه به عنوان یک رسانه

پیش‌نیازهای شرکت در نمایشگاه‌ها

ارزیابی نمایشگاه‌ها

مدیریت غرفه

انواع غرفه

طراحی غرفه

مدیر غرفه

کارکنان غرفه

بودجه نمایشگاهی

فعالیت‌های پس از پایان دوره نمایشگاه

علل شکست یک فعالیت نمایشگاهی

ارزیابی فعالیت نمایشگاهی

فصل دهم: اشاره‌ای به بازاریابی استراتژیک

چک لیست ارزیابی فعالیت‌های بازاریابی

- ارزیابی سیستم

- ارزیابی بهره‌وری

- ارزیابی عملکرد

تجزیه و تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات

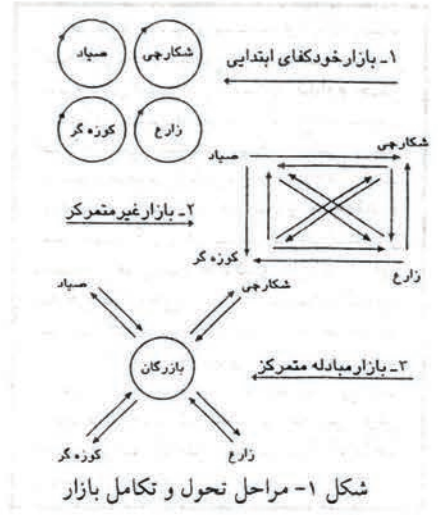
استراتژی‌های بازاریابی

یافته‌ها یا مطالعات موردی در بازاریابی

شرکت چرم پاکستان

شرکت صنایع غذایی تایلند

فهرست منابع و مأخذ



- شکل ۱- مراحل تحول و تکامل بازار
- (مراکز خرید)
 - (فروشگاه‌های ارزان قیمت)
 - (دستگاه‌های خودکار)
 - (دوره‌گردها)
 - (فروش تلفنی)
 - عوامل مؤثر در انتخاب محل خرده‌فروشی
 - مسیرهای توزیع
 - فرانشیز یا تقسیم به نسبت
 - تعاونی‌ها
 - توزیع فیزیکی
 - جریان‌ات توزیع
 - فصل ششم: هزینه‌یابی و قیمت‌گذاری
 - تعریف قیمت
 - عوامل مؤثر در تعیین قیمت
 - تقاضا
 - عرضه
 - انواع هزینه‌ها
 - وضعیت رقابت
 - نوع کالا یا خدمت
 - قوانین و ملاحظات دولت
 - انواع روشهای قیمت‌گذاری
 - روش سنتی
 - روش قیمت بازار
 - روش حسابداری قیمت تمام شده
 - روش نقطه سربه سر
 - روش تجزیه و تحلیل نهایی
 - روش قیمت‌گذاری نفوذی
 - روش قیمت‌گذاری به قصد تحریک بازار
 - روش قیمت‌گذاری رقابتی
 - قیمت‌گذاری کالای صادراتی
 - نمونه ساختار قیمت صادراتی
 - فصل هفتم: تحقیقات بازاریابی
 - تعریف تحقیقات بازاریابی
 - نیازهای اطلاعاتی
 - سیستم اطلاعاتی بازاریابی
 - فرایند تحقیق
 - انواع پژوهشگران
 - پانل‌ها
 - پژوهش رسمی و پژوهش غیر رسمی
 - روش‌های تحقیق
 - ملاحظات اخلاقی در تحقیقات بازاریابی
 - روشهای جمع‌آوری اطلاعات

بازار در مورد آن صادق است.

ب - بازار پول یا بازار اعتبارات کوتاه مدت، به بیان دیگر بازار پول، محل تلاقی عرضه و تقاضای پول است. منظور از اعتبارات کوتاه مدت، اشاره به نیازهای فوری اشخاص، بازرگانان یا تولیدکنندگان به منابع مالی است که با مراجعه به بانکها، مؤسسات اعتباری، وام‌دهندگان خصوصی یا انتشار اوراق قرضه و فروش آن در بورس این نیازها تأمین می‌شود.

ج - بازار سرمایه، یا بازار اعتبارات بلندمدت که در آن صاحبان واحدهای تولیدی برای تأمین سرمایه مورد نیاز خود از طریق بورس اوراق بهادار یا فروش تعدادی سهام جدید، نقدینگی مورد نیاز خود را جمع‌آوری می‌کنند.

جادوی هنر، جادوی بسته‌بندی

بسته‌بندی‌های کالاهای مصرفی به کل امروز زمانی مقبولیت یافت که توانست علاوه بر ایفای نقش حفاظتی، وظیفه اطلاع‌رسانی را نیز به مدد شکل، طرح، رنگ و حتی زیبایی و سهولت در استفاده به انجام رساند. طراحی بسته به عنوان یک رشته تخصصی مطرح شد. هنر به کمک توزیع آمد و هنرمند جاذبه‌های جدیدی برای بسته آفرید.

هر بسته‌بندی برای مصرف‌کننده باید جاذبه‌های گوناگونی را عرضه و ارائه نماید. جاذبه حفظ و نگهداری به عنوان جاذبه اولیه، جاذبه طراحی و زیبایی، زیرا انسان ذاتاً طالب زیبایی است و به طور کلی جاذبه بسته‌بندی یعنی ترکیبی از ظرف و مظهر و یا نمود و محتوی یا بسته و کالا.

بدین‌سان جادوی هنر به جادوی بسته‌بندی تبدیل می‌شود و می‌توان کالایی را ولو کم ارزش، بسیار نفیس و مرغوب جلوه داد. می‌توان به کمک رنگ در افراد مختلف ایجاد انگیزه کرد. می‌توان با استفاده از خطوط و اشکال و گرافیک، ابعاد یک بسته را بزرگتر یا کوچکتر نشان داد. می‌توان به مدد تلقین، گفتار و گویش روی افکار و اعمال مصرف‌کننده اثر گذارد. بعد دیگر بسته بعد آفرینش، خلاقیت و نوآوری است. هنرمند تمام استعداد خود را در آفرینش یک اثر هنری به کار می‌گیرد. از تکنولوژی بهره می‌گیرد. از ارگونومی استفاده می‌کند، مقاومت مصالح یا استقامت مواد تشکیل‌دهنده بسته را محاسبه می‌کند.

انواع بسته‌بندی از نظر اندازه

الف: بسته‌بندی‌های مخصوص حمل و نقل

بسته‌های مخصوص حمل و نقل به صورت انواع جعبه‌های چوبی، صندوق‌های فلزی، پالت، کارتن و وسایل دیگری مانند فله برها، تانکرها و کانتینرها دیده می‌شوند. در بسته‌بندی‌های حمل و نقل عمدتاً به وظیفه حفاظت از کالا و مصون نگه‌داشتن آن از ضربه، فشار، ارتعاش حرارت، رطوبت و... توجه می‌شود و طراحی بسته‌ها باید به گونه‌ای صورت گیرد که کالای مظهر آن در فاصله تولید تا مصرف (نهایی) از صدمات احتمالی مصون بماند. بدیهی است وقتی تولیدکنندگان منحصر به فرد یا تولیدکنندگان انگشت‌شماری در دنیا وجود دارند که با برخورداری از یم وضعیت انحصاری یا شبه انحصاری

کالای خود را حداقل تا فاصله‌ای در حدود ۱۲۰۰۰ مایل یعنی بیش از ۱۹۰۰۰ کیلومتر که در حقیقت نیم دور کره زمین است، ارسال می‌دارند، بسته‌های محتوی کالا باید بتواند در چنین فاصله‌ای که متضمن چندین بار بارگیری و تخلیه در بنادر، فرودگاهها، پایانه‌های زمینی، انبارها و دیگر ایستگاه‌های عملیاتی می‌باشد، در مقابل عوامل محیطی و حوادث و اتفاقات مقاومت نماید.

ب: بسته‌بندی‌های مصرف‌کننده

بسته‌بندی مصرف‌کننده به بسته‌ای اطلاق می‌شود که مقادیر متعارفی از یک کالا را در خود جا می‌دهد به نحوی که در مدت معقولی نیازهای مصرف‌کننده را تأمین نماید و کالای موجود در بسته با فساد، فرمول یا تغییر کیفیت مواجه نگردد.

از آنجا که بسته‌بندی مصرف‌کننده در محل زندگی یا محل کار مشتری عرضه می‌شود در حکم سفیر یا نماینده تولیدکننده است و با استفاده از این موقعیت می‌توان از آن به عنوان عامل یا حامل پیام‌های تبلیغاتی، وسیله ارسال اطلاعات، وسیله جمع‌آوری نظرها و پیشنهادهای و بالاخره وسیله یادآوری نام، پیام و شعار بنگاه تولیدی استفاده کرد. بدیهی است وظیفه حفاظت کالا کماکان در بسته‌بندی‌ها مصرف‌کننده نیز وجود دارد ولی نقش ارتباطی آن واجد اهمیت بیشتری است.

ج: بسته‌بندی‌های حد واسط

بسته‌بندی‌های حد واسط مانند انواع کارتن‌های بزرگ و کوچک، بسته‌هایی هستند که تعدادی بسته‌بندی مصرف‌کننده را در خود جای می‌دهند و این تعداد معمولاً مضربی از عدد ۱۲ است مانند بسته‌بندی ۱۴۴ عددی صابون (یک قرص) یا بسته‌بندی ۲۲ عددی دستمال کاغذی (نیم قرص) یا بسته‌بندی ۲۴ عددی رب گوجه‌فرنگی. این کارتن‌ها معمولاً در ابعاد و اندازه‌هایی ساخته می‌شوند که بتوان آنها را بدون اتلاف فضای خالی، در سطح پالت جای داد.

انواع بسته‌بندی از نظر مواد اولیه

انواع بسته‌بندی از نظر مواد سازنده را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- بسته‌های کاغذی یا مقوایی
- بسته‌ها، ظرف‌ها و پوشش‌های پلاستیکی یا پلیمری
- بسته‌ها و ظروف فلزی
- بطری‌ها و ظروف شیشه‌ای
- جعبه‌های چوبی
- کیسه‌های پلاستیکی یا نخی
- انواع گونی‌های کتفی یا پلاستیکی
- انواع توری‌ها
- بسته‌بندی‌های واکیوم

تفکیک انواع بسته‌ها از نظر مواد اولیه مصرف شده در ساخت آنها، از آن جهت اهمیت دارد که با شناسایی صفات و ویژگی‌های این مواد اولیه می‌توان نوعی از بسته‌بندی را انتخاب نمود که از نظر بهداشتی مشکل‌آفرین نباشد و ضمن دارا بودن مقاومت لازم در بلند مدت، هزینه کمی ایجاد نماید. علاوه بر آن تکنولوژی و روش ساخت آن ساده یا سهل‌الوصول بوده، کمترین حجم و بیشترین بازده را دارا باشد. به طور نمونه اطلاعات بیشتری در مورد سه نوع

ماده اولیه بسته‌بندی (شیشه، آلومینیوم و ورق حلب) ارائه می‌شود. (۳)
الف: شیشه
محاسن شیشه:

- شفافیت و امکان رؤیت مظهر
- خنثی بودن از نظر شیمیایی
- عدم عبور رطوبت
- عدم ترکیب با اکسیژن
- قابلیت بازیافت
- امکان استفاده در دفعات بعد یا موارد دیگر
- امکان تهیه شیشه رنگی
- امکان تحمل حرارت و رطوبت
- قابلیت پاستوریزه کردن ظرف و مظهر به طور همزمان
- معایب شیشه:**
- امکان فساد مواد غذایی به خاطر عبور نور
- سنگینی وزن
- شکنندگی
- بالا بودن هزینه‌های حمل و نقل

ب: آلومینیوم

- محاسن آلومینیوم:**
- سبکی فوق‌العاده
- قابلیت شکل گرفتن
- قابلیت گرم کردن و خنک کردن بسته
- عدم عبور نور و رطوبت
- قابلیت استریل شدن بسته
- قابلیت بازیافت
- مناسب بودن برای نگهداری چای، قهوه، کاکائو، سبزی خشک و دیگر مواد معطر
- عدم ترکیب با اکسیژن

معایب آلومینیوم:

- ارزبری (در کشورهایی که امکان ساخت آن را ندارند)
- نیاز داشتن به تکنولوژی دقیق و جدید
- آلوده کردن محیط زیست در هنگام ذوب و تهیه شمش

ج: ورق حلب

- محاسن ورق حلب:**
- قابلیت تورق
- عدم نیاز به تکنولوژی پیچیده
- قابلیت آندود شدن
- سبکی وزن
- تحمل حرارت
- عدم عبور نور
- قابلیت استریل شدن بسته
- مقاومت در برابر ضربه و فشار
- معایب ورق حلب:**
- قابلیت ترکیب با اکسیژن
- فقدان مقاومت در مقابل اسیدها
- ارزبری
- عدم شفافیت

د: پلیمرها یا مواد پلاستیکی

معروفترین و متداولترین پلیمرهایی که در بسته‌بندی مورد استفاده قرار می‌گیرند عبارتند از: P.C.V (پلی وینیل کلراید)، P.E (پلی اتیلن)، P.P (پلی پروپیلن)، PET (پلی اتیلن ترفتالات)، PEN (پلی اتیلن نفتالات)، P.C (پلی کربنات) که به صورت

سبک و با چگالی کم (LD) یا سنگین و با چگالی زیاد (H.D) یافت می‌شوند.

محاسن پلیمرها:

- شفافیت و امکان رویت مظروف
- عدم عبور رطوبت
- امکان تهیه به صورت رنگی
- قابلیت شکل پذیری
- عدم ترکیب با اکسیژن
- سبکی فوق العاده
- مقاومت نسبی در برابر ضربه و فشار

معایب پلیمرها:

- ارزبری
- آلودگی محیط زیست
- عدم مقاومت در برابر اسیدها
- امکان فساد مظروف در برابر نور
- قابلیت سوراخ شدن
- نیاز داشتن به تکنولوژی جدید
- تغییر فرمول مواد غذایی در بسته‌های پلیمری در بلندمدت

جدول مقایسه مشخصات انواع مواد اولیه مورد استفاده در بسته‌بندی مواد غذایی

* هر تن شیشه، صرف نظر از مواد اولیه داخلی به حدود ۱۰۰ دلار مواد افزودنی وارداتی نیاز دارد.

مأخذ: تحقیقات شخصی نگارنده

انواع بسته‌بندی از نظر مظروف

انواع کالاها یا مظروف‌ها را می‌توان در چهار گروه بزرگ طبقه‌بندی کرد:

الف: محصولات صنایع غذایی

ب: محصولات صنایع دارویی، بهداشتی و آرایشی

ج: محصولات صنایع شیمیایی

د: محصولات فنی

محصولات صنایع غذایی به نوبه خود به گروه‌های کوچکتر زیر تقسیم می‌شوند که هر کدام بسته‌بندی‌های خاص خود را دارند.

- شیرینی و نان

- انواع نوشیدنی

- مواد پروتئینی حیوانی مانند انواع گوشت

- لبنیات و روغن

- میوه و سبزی

- ادویه و سس

- غذاهای آماده کنسرو

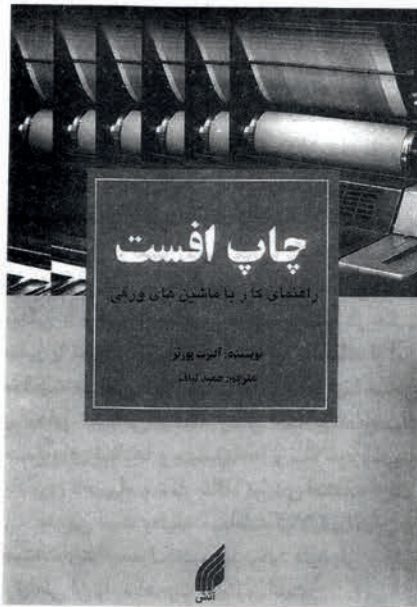
- پودرها و گرانول‌ها

محصولات صنایع دارویی، بهداشتی و آرایشی به صورت مختلف مانند انواع قرص، کپسول، صابون، شامپو، رنگ مو، خمیر دندان، کرم و عطر در قوطی، شیشه، بطری، سلوفان، بسته‌های واکيوم شده یا بسته‌های دیگر عرضه می‌شوند.

محصولات صنایع شیمیایی در اشکال مختلف مانند تیوب، اسپری، بطری و ظرف‌های ساخته شده از پلیمرهای سنگین و حاوی مواد شوینده، رنگ، چسب، حشره‌کش، سموم و حلال‌ها عرضه می‌شوند. محصولات فنی مثل تولیدات برقی و الکترونیکی، تولیدات نساجی، تولیدات فلزی، چوبی، سلولزی و دیگر کالاها که به صورت گوناگون عرضه می‌شوند.

۱- ریمون بار. اقتصاد سیاسی. ترجمه دکتر منوچهر

فرهنگ (تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۲)
Philip Kotler, Principles of marketing - 2
(New Dehli: Prentice hall of India, 1992).
- شرکت آفرینش. راهنمای جامع صنایع غذایی ایران (تهران: انتشارات شرکت آفرینش، ۱۳۷۳)



پیشگفتار
مقدمه

فصل اول - روش چاپ افست

بخش اول اصول اولیه

بخش دوم - نگه‌داری و کار با زینک در ماشین افست

بخش سوم محدودیت و برتریهای روش چاپ افست

بخش چهارم - ایمنی هنگام کار با ابزار و مواد

بخش پنجم - ساختمان ماشین چاپ افست

فصل دوم قسمتهای اصلی یک واحد چاپ افست

بخش ششم سیلندرهاى زینک و لاستیک (چاپ کنتاکت و بدون کنتاکت)

بخش هفتم - سیستم آب (نوردهای مرطوب‌کننده)

بخش هشتم - سیستم مرکب (مرکبدان و نوردهای صلایه)

بخش نهم - کارکرد لاستیک افست

فصل سوم - تغذیه کاغذ و کنترل حرکت آن

بخش دهم - تغذیه اتوماتیک ورق کاغذ

بخش یازدهم - کنترل کاغذ و سنجاقت و نشان

بخش دوازدهم - پنجه‌ها و سیستم‌های انتقال کاغذ

بخش سیزدهم - قسمت تحویل (سینی کارهای چاپ شده)

بخش چهاردهم - ماشینهای افست رول

محدودیت‌ها و برتریهای روش چاپ افست

روشهای چاپی که در آن مرکب به طور مستقیم از روی فرم چاپ به کاغذ یا سطح چاپ شونده منتقل می‌شود، نیاز به وسیله‌ای دارد که دارای عکس‌العمل باشد. این وسیله برای حمایت از کاغذ لازم است. برای مثال در ماشینهای لترپرس، سیلندر چاپ که کاغذ را

بر روی فرم حمل می‌کند دارای یک پوشش کاغذی، یا پارچه‌ای و یا لاستیکی است، که در چنین لایه واسطه ضروری است. در ماشینهای افست، چنین پوشش نرمری روی سیلندر چاپ وجود ندارد، در عوض واسطه‌ای به نام لاستیک بین سیلندر چاپ و سیلندر زینک قرار داده شده است. بنابراین مرکب، با واسطه‌ای از روی زینک به کاغذ منتقل می‌شود (شکل ۱۵). می‌توان گفت که مرکب از روی زینک بر روی کاغذ "افست" شده است. پس افست نوعی چاپ غیر مستقیم است (در روش لترپرس و هلیوگراف، سطح چاپ شونده به طور مستقیم با فرم چاپ تماس می‌گیرد، پس آنها را چاپ مستقیم می‌گویند).

جنس واسطه عکس‌العمل‌کننده افست معمولاً لاستیکی و ضخیم بوده و لاستیک سیلندر نامیده می‌شود. عملکرد سیلندر لاستیک به صورتی است که ابتدا تصویر از روی زینک به لاستیک منتقل شده و سپس بر روی کاغذ چاپ می‌شود. ترتیب سیلندرها می‌تواند به صورت تخت و یا دوار باشد.

روش چاپ افست ابتدا در صنایع بسته‌بندی و تزئینی رایج و از آن برای منتقل کردن تصویر بر روی حلب استفاده شد. این روش به مدت ۴۰ سال قبل از این که برای چاپ کاغذ به کار رود برای چاپ حلب استفاده می‌شد، اما امروزه رواج زیادی یافته است. دلایل زیادی برای رایج شدن این روش چاپی وجود دارد. برتری اول آن در مقایسه با چاپ مستقیم است. زینک‌های اولیه کیفیت چاپ خوبی نداشتند، به خصوص زینک‌هایی که حاوی تصاویر هاف‌تون بودند. افست باعث افزایش عمر این نوع زینک شد و امکانات عکاسی را در لیتوگرافی ممکن ساخت. زینک‌های مدرن برای چاپ با تیراژ بالا ساخته شده‌اند. یکی دیگر از مزیت‌های مهم چاپ افست قابلیت آن برای چاپ دقیق (چه به صورت خطی و چه ترمه) بر روی سطوح تخت و زبر است. در صورتی که در لترپرس اگر بخواهیم خطوط دقیقی را چاپ کنیم، سطح چاپ شونده باید بسیار صاف باشد تا کیفیت چاپ خوب شود.

بنابراین برای چاپ هاف‌تون با کیفیت بالا (۱۲۰ تا ۱۳۳ خط در اینچ) کاغذ مصرفی باید از کیفیت خوبی برخوردار باشد و حتماً از نوع کاغذهای پوشش‌دار استفاده شود.

چنانچه لازم باشد از نظر اقتصادی کاغذ ارزان‌تر و ضعیف‌تری مصرف شود کیفیت چاپ پایین می‌آید، و باید از ترمه درشتتر استفاده شود، اگر عکس‌های فتوگرافی با ترمه درشت چاپ شوند، بسیاری از مشخصه‌های اریژنال از دست خواهد رفت. این مسئله در چاپ روزنامه با روش لترپرس مشکل‌آفرین خواهد شد. به همین دلیل است که از ماشینهای افست روتاتیو برای چاپ روزنامه‌ها استفاده می‌شود. چاپ افست اجازه استفاده از ترمه ۱۰۰ و یا حتی ۱۲۰ خط در اینچ را برای چاپ روزنامه می‌دهد. قابلیت چاپ کاغذهای بدون پوشش با روش افست و کیفیت خوب چاپ آن، باعث رایج شدن این روش در میان چاپخانه‌داران شد. چون چاپ با کاغذهای معمولی بسیار ارزانتر از کاغذهای پوشش‌دار تمام می‌شود. البته در ابتدا این طور تصور می‌شد که چاپ افست یک روش چاپ ارزان است و برای چاپ کارهایی با

بعضی از ماشینها از سیستم کلاچ الکتریکی استفاده می‌شود، یعنی در صورت توقف ماشین، الکترو موتور از کار باز نمی‌ماند. در این ماشینها معمولاً از دو کلید برای شروع کار استفاده می‌شود، یکی برای حرکت موتور و دیگری برای استارت کلاچ. کلید حرکت تدریجی ماشین در قسمت سیلندرها قرار دارد، عملکرد صحیح این کلید باید کنترل شود و در موقع فشار دادن این کلید سیلندرها به مقدار مشخص و محدودی حرکت می‌کنند. برای حرکت بیشتر، کلید را باید پی‌درپی فشار داد. معمولاً در تمام قسمتهایی که کلید حرکت تدریجی وجود دارد، کلید توقف (استوپ) نیز نصب شده‌است. بقیه کلیدها مربوط به تجهیزات دیگر ماشین، مثل پمپ باد و واکيوم، قسمت تغذیه کاغذ، بالا و پایین آورنده تخته کاغذ و غیره هستند. بیشتر کنترل‌های مورد نیاز برای شروع کار و حرکت ماشین باید اتوماتیک باشند. کنترل‌های ماشین به ترتیب زیر گروه‌بندی می‌شوند:

گروه یک: کنترل‌های اتوماتیک

در بیشتر ماشینهای بزرگ و سریع این مکانیزم دارای عملکردهای زیر است:

- ۱- فشار چاپ کنتاکت سیلندرها
- ۲- حرکت نوردهای مرکب
- ۳- تغذیه مرکب
- ۴- تغذیه آب
- ۵- تغذیه اتوماتیک کاغذ
- ۶- شمارش تعداد چاپ
- ۷- پایین آوردن تخته چاپ شده
- ۸- پودرپاش
- ۹- پنجه‌ها

گروه دو: غیر اتوماتیک

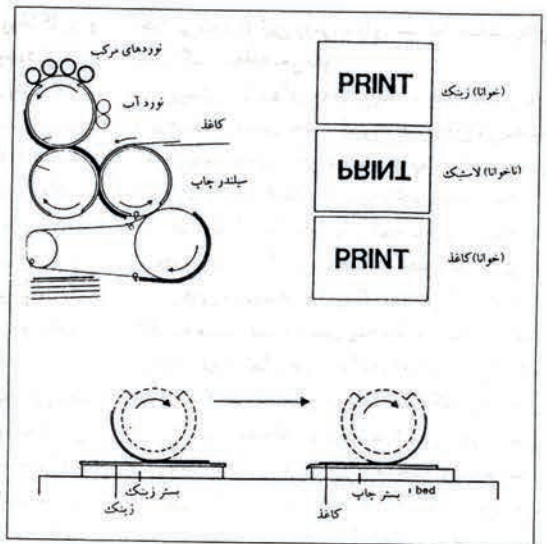
- ۱- کلیدهای استوپ، استارت، حرکت تدریجی، حرکت معکوس، کنترل سرعت
- ۲- عملکردهای نوردهای آب و مرکب
- ۳- سیستم تغذیه آب و مرکب
- ۴- استارت و استوپ قسمت تغذیه کاغذ
- ۵- روشن و خاموش کردن فشار چاپ
- ۶- کنترل چاپ (حرکت زینک و سنجاچ)
- ۷- تنظیم اندازه کاغذ
- ۸- سیستم شست‌وشو

گروه ۳: تنظیم اولیه ماشین و شروع کار

- ۱- کنتاکت سیلندرها (فشار چاپ)
- ۲- تماس نوردهای مرکب با زینک
- ۳- تماس نوردهای آب با زینک
- ۴- تماس نوردهای تغذیه کننده مرکب
- ۵- تغذیه آب
- ۶- پنجه‌های تغذیه و تحویل
- ۷- تنظیمات مربوط به آماده سازی کار شامل:
- بستن زینک
- بستن لاستیک
- تنظیم قسمت تغذیه از نظر ابعاد کاغذ و نوع کاغذ
- مصرفی
- تنظیم قسمت تحویل و پنجه‌های تحویل
- تنظیم روی هم خوردن چاپ

هر گاه مجبور به توقف ماشین باشیم، فشار چاپ باید آزاد شود، به این منظور سیلندرها از حالت تماس خارج شده و کمی از یکدیگر فاصله می‌گیرند، معمولاً سیلندر لاستیک از دو سیلندر دیگر

استفاده از آب در روش افست نیز ممکن است باعث از دست رفتن تاثیر کامل مرکب شود البته این مشکل مربوط به لیتوگرافی است و نه منحصراً به افست. تصویر چاپ شده ممکن است در اثر وجود آب زیاد ضعیف و شسته شود، این موضوع در فصلهای بعد مورد بحث قرار خواهد گرفت، اجازه بدهید در اینجا به همین مقدار کفایت کنیم و بگوییم که رطوبت، آن طور که مورد انتقاد قرار می‌گیرد باعث ضعیف شدن و پایین آمدن کیفیت چاپ و ایجاد مشکلات دیگر نیست.



ساختمان ماشین چاپ افست

بیشتر ماشینهای چاپ افست از نظر اصول کار و طراحی مشابه یکدیگر هستند، با وجودی که ماشینهای چند رنگ چه روتاتیو و یا ورقی ممکن است بسیار پیچیده به نظر برسند، اما معمولاً از چند واحد چاپ پی در پی تشکیل شده‌اند که کاغذ را به صورت رول و یا ورق از واحدی به واحد بزرگتر منتقل می‌کنند. یک ماشین استاندارد یک رنگ از دو بخش اصلی تشکیل شده است:

- ۱- واحد چاپ: شامل (الف) سیلندر زینک (ب) سیلندر لاستیک (ج) سیستم مرکب‌دان (د) سیستم مرطوب کننده.
- ۲- واحد انتقال کاغذ: که در یک ماشین افست ورقی شامل: سیستم جداکننده و تغذیه کاغذ (آپارات)، سیستم انتقال (سنجاچ و نشان)، سیلندر کاغذ (سیلندر چاپ)، سیستم تحویل کاغذ چاپ شده است شکل ۲۰ نشان دهنده سیلندر زینک و لاستیک با قطر یکسان است. اکثر ماشینها از این طرح استفاده می‌کنند، قطر سیلندر چاپ معمولاً برابر با هر یک از دو سیلندر دیگر است، اما در بعضی موارد ممکن است دو یا سه برابر آنها باشد. اپراتور ماشین باید درک درستی از چگونگی قرار گرفتن سیلندرها و رابطه آنها با یکدیگر و آشنایی با کلیه کلیدهای کنترل ماشین داشته باشد. مطالعه کتاب راهنمای کار هر ماشین چاپ، امری الزامی است. بعضی از ماشینهای مدرن و بزرگ از سیستم کلیدهای فشاری برای تمام قسمتهای کنترل ماشین استفاده می‌کنند که به آنها ماشینهای تمام الکترونیک می‌گویند. کنترل ماشین ممکن است الکترونیکی و یا مکانیکی باشد. اولین کنترل‌های الکتریکی آنها هستند که الکتروماشین را به حرکت در می‌آورند. اپراتور باید محل کلید اصلی قطع و وصل برق ماشین را بشناسد. در مرحله بعد او باید کلیه کلیدهای استوپ ماشین را شناسایی کرده و عملکرد آنها را کنترل کند. معمولاً برای توقف ماشین از چندین کلید متفاوت در قسمتهای مختلف ماشین استفاده می‌شود. ولی برای استارت فقط از یک کلید استفاده می‌شود. معمولاً کلید حرکت الکتروموتور اصلی به حرکت ماشین متصل است، یعنی اگر ماشین متوقف باشد الکتروموتور نیز متوقف است، البته در

کیفیت پایین طراحی شده است اما امروزه ثابت شده که روش افست نه تنها کارهای چاپی با کیفیت بالا را تولید می‌کند بلکه در اکثر موارد از روشهای چاپی دیگر نیز پیشی گرفته است. البته هر روش چاپی مزیتها و محدودیتهای خاص خود را دارد.

یکی دیگر از مزیت‌های افست مربوط به روش کار قبل از چاپ آن است (به عنوان مثال استفاده از یک ورقه فلزی نازک و قابل انعطاف و ارزان به نام زینک).

همانطور که قبلاً گفته شد لاستیک به عنوان واسطه‌ای بین سیلندر زینک و کاغذ در چاپ افست وارد عمل می‌شود. و البته تماس لاستیک با کاغذ بسیار راحت‌تر و کم اشکال‌تر انجام می‌شود، به دلیل عدم نیاز به فشار زیاد، چاپ به راحتی و با کیفیت خوب صورت می‌گیرد.

چاپ افست از محدودیتهایی نیز برخوردار است به عنوان مثال: با چاپ افست ممکن است بتوان به راحتی ناهم‌هنگی‌های موجود در کاغذ را نادیده گرفته و کیفیت چاپی خوبی را ایجاد کرد، اما نمی‌توان اشکالات مربوط به کاغذهای پرزدار و باگرد و خاک را در آن نادیده گرفت. پرز و گرد ناشی از این نوع کاغذها به لاستیک سیلندر منتقل شده و باعث توقف‌های مکرر ماشین به منظور شست‌وشوی لاستیک و پایین آمدن کیفیت چاپ می‌شود. برای مقابله با این مشکل کاغذهای مخصوصی تولید می‌شود که اغلب به کاغذ افست معروف است و البته گران‌تر از کاغذ معمولی است.

یکی دیگر از محدودیتهای چاپ افست مربوط به روش انتقال مرکب بر روی کاغذ است که در دو مرحله انجام می‌شود، یعنی لایه نازک مرکب دوبار تقسیم می‌شود (یک بار از نوردهای مرکب به زینک و یک بار از زینک به لاستیک) و این مسئله باعث منتقل شدن مرکب کمتری بر روی کاغذ می‌شود که ممکن است تصویر ضعیف‌تری را از رنگ ارائه دهد. برای رفع این اشکال مرکب‌های چاپ افست را با پیگمنت (رنگدانه) بیشتری می‌سازند و قیمت آنها معمولاً گرانتر است. البته با این روش مرکب کمتری مصرف می‌شود. این موضوع را نباید نادیده گرفت که در روشهای چاپی دیگر چنانچه کاغذ مصرفی، دارای خاصیت جذب مرکب زیادتری باشد تصویری بهتر از آنچه در افست چاپ می‌شود نخواهیم داشت.

جدا می شود. علاوه بر آزاد شدن فشار چاپ، موارد دیگری نیز باید به منظور جلوگیری از باطله شدن کاغذ رعایت شود، از جمله توقف نوردها و تغذیه مرکب و آب و توقف کنترل شمارش چاپ.

قطع و وصل نوردهای آب معمولاً به صورت مکانیکی انجام و کنترل می شود، عملکرد این سیستم به طور اتوماتیک تقریباً غیر عملی است، یعنی نمی توان به هیچ وجه مطمئن شد که در یک چرخش سیلندر مقدار کافی آب به آن تغذیه می شود، بنابراین بهتر است کنترل این قسمت به دست اپراتور سپرده شود. یکی از نیازهای مهم ماشین، وجود سیستم اتوماتیک برای توقف تغذیه کاغذ در مواقع استوپ ناگهانی ماشین است.

این مکانیزم باعث جلوگیری از انباشته شدن کاغذ بر روی سینی و یا کشیدن آن به درون ماشین می شود.

رسیدگی به ماشین از جمله روغن کاری، از جمله مسوولیت های مستقیم اپراتور است که بستگی به چاپخانه های بزرگ که تعداد زیادی ماشین مشغول کار است، از پرسنل جداگانه ای برای رسیدگی و سرویس دهی به ماشین ها استفاده می شود. اما به هر حال اپراتور مسوول تولید کار است و باید مواظب ماشین خود باشد.

اپراتور می تواند انجام بعضی از کارهای معمولی ماشین را به دستیار خود بسپارد. تعمیرات مکانیکی و الکتریکی، معمولاً در محدوده کار پرسنل آموزش دیده است. سیستم سرویس دهی چاپخانه به هر شکلی که باشد، اپراتور مسوول رسیدگی به ماشین خود می باشد. اپراتور باید روغنکاری و سرویس عمومی ماشین را انجام دهد و بتواند اشکالات احتمالی را شناسایی کند (مثل وجود صدا، روغن ریزی، حرارت زیاد و حرکت نامرتب ماشین). در اکثر ماشینها سیستم روغنکاری مرکزی و اتوماتیک برای قطعات حساس وجود دارد. اکثر ماشینهای قدیمی تر دارای سر سیلندرها ساده هستند، در این مورد باید با روغن کاری از تماس مستقیم بین فلز جلوگیری کرد. (شکل ۳۵).

در ماشینهای جدید از بلبرینگ های ساچمه ای و سوزنی به جای بلبرینگ های ساده استفاده شده است. این بلبرینگها به وسیله گریس پر شده و برای کار در شرایط سخت طراحی شده اند. و مجهز به سیستم روغن کاری مرکزی و مخزن روغن هستند. در این سیستمها تغذیه روغن پس از کارکرد طولانی صورت می گیرد و نیازی به روغن کاری روزانه نیست. معمولاً اجزای ماشینهای چاپ دارای لیست روغنکاری با رنگهای مختلف هستند که هر رنگ، نشانگر ترتیب روغنکاری و یا گریسکاری است. مشکل اصلی سیستمهای روغنکاری مرکزی عدم رعایت تعویض روغن پس از مدتی مشخص شده است. هر گونه روغنکاری دستی باید قبل از شروع کار ماشین انجام شود.

نوردهای آب نیاز به رسیدگی بیشتری دارند، بلبرینگهای نوردهای آب را باید در موقع تعویض پارچه نوردهای روغنکاری کرد. قسمتهایی از ماشین را که در معرض گرد کاغذ قرار دارند باید بطور مرتب تمیز و پاک کرد. بخصوص پنجه های تحویل و سیستم های پنجه های تغذیه ماشین. در مورد روغنکاری در این قسمت ها باید دقت بیشتری انجام شود تا روغن بر

روی کاغذ نفوذ نکند. پمپ باد نیز نیاز به روغنکاری و کنترل دارد. هرچندکه اکثر پمپهای موجود از نوع ذغالی هستند و بدون نیاز به روغن کار می کنند، اما در عین حال در مورد پمپهای روغنی باید از روغن مناسب - که در مقابل حرارت مقاوم باشد - استفاده شود. علاوه بر روغنکاری و رسیدگی به اجزای ماشین بعضی از قسمتهای ماشین نیاز به توجه خاص دارند که بیشتر مربوط به تمیز نگه داشتن ماشین می شود. جدول نگهداری و سرویس ماشین در دستورالعمل کار ماشین موجود می باشد، البته دوره سرویس هر ماشین بستگی به مقدار و حجم کار چاپ شده دارد.

با درک اصول کار ماشین افسس، اپراتور می تواند اطلاعات خود را در مورد کار با هر ماشین چاپ افسسی به کار بگیرد و در موقع کار با ماشین جدید، به سرعت کنترل لازم را بر روی ماشین پیدا کند. مشخصات فنی هر ماشین توسط سازنده آن منتشر می شود و به شرح زیر است:

حداکثر ابعاد کاغذ مصرفی

حداقل ابعاد کاغذ مصرفی

حداکثر وزن یا ضخامت کاغذ مصرفی

حداقل وزن کاغذ مصرفی

حداکثر اندازه سطح چاپ

حداکثر و حداقل دهانه پنجه - لبه سفید کاغذ

اندازه زینک

ضخامت زینک

فاصله لبه زینک تا لبه چاپ

اندازه لاستیک

اندازه زیر لاستیکی

فضای مورد نیاز ماشین

ارتفاع ماشین

وزن ماشین

برق لازم

سرعت کار ماشین

این اطلاعات باید در اختیار افرادی که مسوول تهیه ماشین هستند قرار گیرد. اطلاعات مفید دیگر مربوط به تعداد نوردها و قطر آنها می باشد که در دفترچه ماشین موجود است.

ترتیب قرار گرفتن سیلندرها در ماشینهای دورنگ و چند رنگ افسس

طرح و ساخت ماشینهای دورنگ و چند رنگ و نیز چاپ پشت و رو زن پیچیده تر از ماشین یک رنگ است. بنابراین ماشینهای دورنگ و یا چندرنگ را می توان به این ترتیب طبقه بندی کرد:

۱- سیلندر چاپ مشترک: یک سیلندر چاپ برای دو یا چند واحد چاپ

۲- برج چاپ مجزا: هر برج چاپ یک واحد مستقل و کامل است که کاغذ را به واحد دیگر منتقل می کند. بیشتر ماشینهای دورنگ قدیمی از نوع اول هستند. این طراحی هنوز هم توسط مهندسان

اجرا می شود. از این روش برای ساخت ماشینهای چندرنگ استفاده نمی شود.

بیشتر ماشینهای چاپ دورنگ و چند رنگ از نوع دوم هستند و بعضی هم ترکیبی از هر دو نوع می باشند که هر واحد چاپ دارای سیلندر چاپ مشترک بوده و مجزه به سیلندر انتقال کاغذ به واحد بعد می باشد

هر یک از مدل های ذکر شده دارای مزیتها و محدودیت های کاری خاص هستند. یکی از برتری های ماشینهای چند رنگ نوع اول این است که کاغذ به وسیله یک سیستم پنجه نگه داشته می شود.

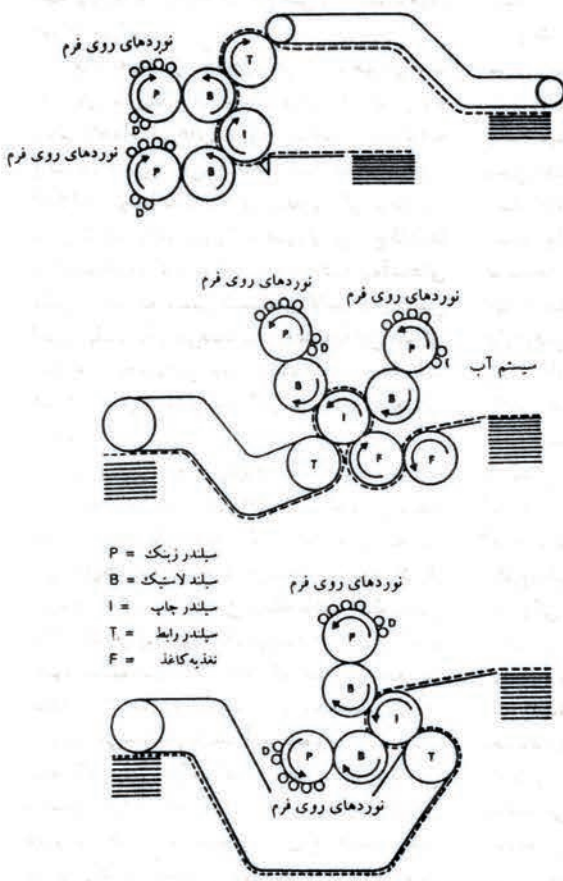
این سیستم احتمال تغییر حالت و اختلال در روی هم خوردن رنگها را کاهش می دهد، اما امکان رها شدن کاغذ از بین پنجهها نیز وجود دارد. نوع دوم - یعنی مدل واحد چاپ مستقل - دارای مزیت های زیاد است.

دسترسی به قسمت های مختلف ماشین در این مدل آسان تر بوده و در نتیجه کنترل بهتری را توان اعمال کرد. استفاده از سیلندر و نوردهای یکسان با ترکیب همانند، دستیابی به تنظیم آب مرکب را سریع تر می سازد. نصب زینک در این مدل آسان تر است. اما

سیستم های پیچیده انتقال کاغذ بین برج های چاپ می تواند خطر ایجاد علامت را بر روی مرکب تازه داشته باشد. از طرف دیگر مرکب اضافی که معمولاً در انتهای سیلندر چاپ جمع می شود از یک واحد به واحد دیگر منتقل نمی شود چون سیستم انتقال کاغذ با

سیلندر چاپ در تماس نیست. ماشینهای چاپ روتاتیو با طرح های مختلفی ساخته می شوند که طرح بعضی از آنها در تصاویر نشان داده شده است. طرح این نوع ماشینها شامل برجهای چاپ مستقل و

مشترک می باشند. ■



- P = سیلندر زینک
- B = سیلندر لاستیک
- I = سیلندر چاپ
- T = سیلندر رابط
- F = تغذیه کاغذ

شکل ۲۲ - سه حالت از قرار گرفتن سیلندر چاپ در ماشینهای چاپ افسس و روی دورنگ

اخبار داخلی

کاهش مبادلات تجاری ایران و اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۸

لندن، ایرنا ۲۴ / ۰۱ / ۷۸
حجم مبادلات تجاری ایران با اتحادیه اروپا در سال گذشته نزدیک به ۲۰ درصد نسبت به سال قبل تنزل یافته است.

ارقام منتشره از سوی اداره آمار اتحادیه اروپا "یورواستات" نشان می‌دهد که ارزش مبادلات بازرگانی ایران با ۱۵ کشور عضو اتحادیه اروپا در سال گذشته (۱۹۹۸) از ۱۰/۱ میلیارد یورو (یازده میلیارد دلار) به ۸/۲ میلیارد یورو (۹ میلیارد دلار) کاهش یافته است.

در طی یک سال گذشته مبادلات تجاری اتحادیه اروپا با اغلب کشورهای تولیدکننده نفت در خاورمیانه از قبیل عربستان، کویت، قطر، یمن و اردن کاهش نشان می‌دهد که حاکی از تأثیرات بهای نازل نفت در بازار جهانی بر تجارت خارجی آن کشورها بوده است. آمار یورواستات همچنین نشان می‌دهد که حجم صادرات ایران به اتحادیه اروپا در سال گذشته معادل ۳/۹ میلیارد یورو (۴/۳ میلیارد دلار) و حجم صادرات ایران از این کشورها به ارزش ۴/۴ میلیارد یورو (۴/۸ میلیارد دلار) بوده.

در سال ۱۹۹۷ ارزش صادرات ایران به اتحادیه اروپا ۵/۲ میلیارد یورو بوده و ایران در سال گذشته رتبه اول و کشورهای ایتالیا، فرانسه و انگلیس رتبه‌های بعدی را از این جهت حایز شده‌اند.

بیشترین صادرات ایران در میان این کشورها در سال گذشته به ایتالیا به ارزش ۱/۲ میلیارد یورو بوده و فرانسه، یونان، آلمان و اسپانیا به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

تراز تجاری ایران با اتحادیه اروپا در سال گذشته به منهای ۵۰۵ هزار یورو تنزل یافت در حالی که این رقم در سال ۱۹۹۷ به مثبت ۲۷۵ هزار یورو رسیده بود.

نزدیک به ۸۰ درصد از صادرات ایران به اتحادیه اروپا شامل نفت و فرآورده‌های نفتی به ارزش ۳ میلیارد یورو می‌شود. ارزش این بخش از صادرات ایران به اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۷ نزدیک به ۴/۲ میلیارد یورو بوده و در نتیجه درآمد نفتی ایران از اتحادیه اروپا در سال گذشته ۲۸ درصد کاهش یافته است.

بزرگترین خریداران نفتی ایران در اتحادیه اروپا ایتالیا، فرانسه، یونان، اسپانیا و هلند هستند که ارزش خرید نفتی آنها به ترتیب بین ۹۲۶ هزار تا ۲۹۲ هزار یورو در سال ۱۹۹۸ بود.

خرید فرآورده‌های نفتی ایران از اتحادیه اروپا در سال گذشته نزدیک به ۸ هزار یورو بود در حالی که این رقم در سال قبل آن بالغ بر ۴۳ هزار یورو می‌شد.

در میان کشورهای منطقه خاورمیانه بالاترین حجم تجارت با اتحادیه اروپا به کشورهای عربستان، فلسطین شمالی، امارات متحده عربی و بحرین اختصاص دارد که ارزش آنها به ترتیب ۱۹/۸ میلیارد،

۱۷/۷ میلیارد، ۱۰/۴ میلیارد و ۳/۴ میلیارد یورو است. ارزش تقریبی مبادلات تجاری ایران با کشورهای عضو اتحادیه اروپا در سال گذشته از این قرار است: ایتالیا ۲ میلیارد یورو، آلمان ۱/۷ میلیارد، فرانسه ۱/۳ میلیارد، اسپانیا ۶۸۳ هزار، هلند ۵۷۰ هزار، انگلیس ۵۴۰ هزار، یونان ۴۷۰ هزار، بلژیک و لوکزامبورگ ۳۵۰ هزار، سوئد ۳۰۰ هزار، اتریش ۲۰۹ هزار، پرتغال ۱۸۲ هزار، فنلاند ۵۵ هزار، دانمارک ۳۵ هزار و ایرلند ۴ هزار.

با خرید تجهیزات خط تولید فروگروم سبزوار موافق شد

تهران ایرنا ۲۳ / ۱ / ۷۸
با توجه به مزیت‌های نسبی کشور در زمینه مواد اولیه فروگروم و ارزش افزوده بالای آن، در اولین جلسه شورای اقتصاد در سال جاری با درخواست وزارت معادن و فلزات در خصوص خرید تجهیزات خط تولید فروگروم سبزوار موافقت شد.

به گزارش روز دوشنبه روابط عمومی سازمان برنامه و بودجه، در جلسه شورای اقتصاد با درخواست دیگر وزارت معادن و فلزات در خصوص اجرای قسمتی از طرح تولید ورق قلع اندود توسط شرکت سهامی فولاد مبارکه از طریق بیع متقابل موافقت شد. در ادامه این جلسه شورای اقتصاد با درخواست وزارت معادن و فلزات در خصوص اجرای چهار طرح تولید فروگروم پرکربن با عقد قراردادهای بیع متقابل موافقت کرد.

در قالب این طرح‌ها که در مناطق سبزوار، اردکان، اباده و بافت اجرا و در مدت دو سال به بهره‌برداری خواهند رسید، سالانه ۷۴ هزار تن فروگروم تولید می‌شود که بخشی از نیاز داخلی به این محصول را تأمین می‌کند.

در این جلسه وزارت صنایع در خصوص اقدام‌هایی که برای تولید شیر خشک کودکان در داخل کشور انجام شده است، گزارشی ارائه کرد.

در پایان جلسه شوره‌های اقتصاد درخواست وزارت نیرو در زمینه خرید قطعات و لوازم یدکی مورد نیاز نیروگاه‌های گازی و تجهیزات مورد نیاز برای تعمیر و بازسازی توربین‌های نیروگاه‌های گازی را مورد تأیید قرار داد.

آیت ا. نور مفیدی: در مسیر تولید در کشور مشکلات متعددی وجود دارد

گرگان، ایرنا ۱۹ / ۰۱ / ۷۸

نماینده ولی فقیه در استان گلستان گفت: در کشور ما در مسیر تولید، موانع و مشکلات متعددی وجود دارد و در این شرایط هر کس دنبال تولید می‌رود هیچ انگیزه‌ای جز عشق به خدا، مملکت و مردم ندارد.

آیت ا. سید کاظم نورمفیدی روز پنجشنبه در اولین جلسه شورای اداری استان گلستان افزود: اگر موانع موجود در مسیر تولید، بازرگانی و ارتباطات و مبادلات خارجی برداشته نشود و دریچه‌ای به سوی بیرون گشوده نشود مردم ما در داخل از خفگی تلف می‌شوند.

امام جمعه گرگان افزایش گرایش به مصرف و

کاهش تولید را در کشور نگران‌کننده توصیف کرد و ضمن انتقاد از عدم تبیین فرهنگ کار در جامعه یادآور شد: جوامعی که به پیشرفت و ترقی دست پیدا کردند با دعا، سلام و صلوات به این درجات نرسیده‌اند بلکه با برنامه، تفکر، دلسوزی و تعصب به کار به اهداف خود رسیده‌اند.

وی گفت: به شیوه فعلی یعنی تولید کم و مصرف زیاد ما به جایی نخواهیم رسید ما باید تحولی در تمام زمینه‌ها ایجاد کنیم.

آیت ا. نورمفیدی در پایان سخنان خود با اشاره به مواهب طبیعی و توانمندی‌های استان گلستان تأکید کرد: بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌های استانی در جلسه شورای اداری استان قابل اجراست و دولت نیز قاعدتاً مخالف این موضوع نخواهد بود.

شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران آماده ورود به بازار بورس جهانی می‌شود

تهران، ایرنا ۳۱ / ۱ / ۷۸

معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران اعلام کرد: مطالعات ورود به بازار بورس جهانی از چند ماه گذشته با کمک موسسه درسدنر کیلنورت بنسئون آغاز شده است و تا شش ماه دیگر تکمیل خواهد شد.

محمدرضا نعمت زاده روز سه شنبه در حاشیه دومین روز از همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی ایران در جمع خبرنگاران داخلی و خارجی گفت: از آنجایی که ورود به بازار بورس جهانی کار جدیدی در شرکت ملی صنایع پتروشیمی است و سابقه‌ای در این خصوص در این شرکت وجود نداشته است باید از لحاظ اقتصادی و روشها ضوابط لازم را به دست آوریم.

وی گفت: طرح متانول خارک تا سه ماه دیگر راه اندازی می‌شود و طرح پارازایلین بندر امام تا پایان سال ۹۹ میلادی و طرح (ام.تی.بی.ای) "mtbe" تا ۱۵ ماه دیگر تکمیل و راه اندازی خواهند شد. همچنین طرح واحد اروماتیک و الفین در منطقه ویژه اقتصادی بندر امام در مرحله طراحی مهندسی است.

وی گفت: مناقصه بین‌المللی طرح‌های جدید که به عنوان برنامه سوم اعلام شده از سال جاری شروع خواهد شد و تا اواسط خرداد اسناد مناقصه آنها تکمیل می‌شود.

وی افزود: قرارداد ایجاد واحد (پی. تی. ا) "pta" مواد اولیه الیاف مصنوعی و (پی. ای. تی) "pet" مواد اولیه بطری‌های پلاستیکی منعقد شده است و در حال اتمام کارهای تأمین مالی هستیم.

مهندس نعمت زاده گفت: با پرداخت پیش پرداخت، کار مهندسی این طرح‌ها آغاز گردیده، مهندسی پایه پایان یافته و در حال انجام مهندسی تفصیلی آنها هستیم.

وی گفت: اجرای قرارداد طرح‌های واحدهای الفین ۶ و ۷ تقریباً منعقد شده است و کار آن آغاز شده و در حال انجام طراحی تفصیلی هستیم.

وی گفت: بر اساس سیاست دولت مبنی بر خصوصی و آزاد سازی اقتصاد، در صدد هستیم تمام شرکت‌های پتروشیمی را به تدریج به بخش خصوصی

واگذار کنیم. این کار از یک ماه گذشته آغاز شده و توسعه خواهد یافت.

معاون وزیر نفت گفت: شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران، به عنوان یک شرکت سرمایه گذار باقی خواهد ماند و دخالتی در شرکتهای تولیدی نخواهد داشت. وی گفت: با تصویب شورای اقتصاد، محصولات پتروشیمی از قیمت گذاری دولتی معاف شدند و بدین ترتیب قیمت این محصولات را در داخل کشور با قیمت های مبنای تنظیم کردیم.

وی گفت: یکی از اهداف شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران، افزایش سطح فن آوری است و در این راستا نوین سازی برخی از واحدهای قدیمی مانند واحد تولید کود شیمیایی در مجتمع پتروشیمی رازی ماه گذشته به اتمام رسید و واحدهای دیگری از این مجتمع و همچنین یکی از خطوط مجتمع پتروشیمی شیراز در سال جاری نوین سازی خواهد شد. بقیه واحدها که مطابق با فن آوری روز هستند، نیاز به نوین سازی ندارند.

مهندس نعمت زاده با اشاره به مطلوب بودن منطقه ویژه اقتصادی بندر امام و عسلویه برای سرمایه گذاری در صنعت پتروشیمی با توجه به نزدیک بودن آنها به مواد اولیه و دسترسی به بازارهای جهانی گفت: شرکت سرمایه گذاری به دلیل نزدیکی به مواد اولیه و به طور کلی بالا بودن سود در منطقه خاور میانه مایل به مشارکت در این منطقه هستند.

ارزش محصولات پتروشیمی ایران تا شش سال دیگر به ۷/۵ میلیارد دلار می رسد

تهران، ایرنا ۷۸/۱/۳۰

وزیر نفت اعلام کرد: بر اساس برنامه ریزی بعمل آمده، ارزش محصولات پتروشیمی ایران در پایان سال ۲۰۰۵ به ۷/۵ میلیارد دلار بالغ خواهد شد که ۵ میلیارد دلار آن به خارج از کشور صادر می شود.

مهندس بیژن زنگنه در همایش فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پتروشیمی ایران گفت: تامین و تضمین خوراک لازم برای بهره برداری از طرح های عظیمی که در این سرمایه گذاری ها مد نظر قرار گرفته، حائز اهمیت است.

وی افزود: توسعه میدان های موجود نفت و گاز ضامن افزایش خوراک مورد نیاز این طرحها است. بهره برداری از میدان عظیم پارس جنوبی با بیش از ۱۰ تریلیون متر مکعب گاز طبیعی از جمله این طرحها می باشد.

وی گفت: همچنین برنامه های گسترده ای در جهت تامین خوراک مجتمع های الفین از طریق استخراج اتان از گاز طبیعی غنی، طرح ریزی شده است. مهندس زنگنه گفت: سیاست ما بهره گیری از مزیت نسبی و خود منابع عظیم هیدرو کربن و نیروی انسانی متخصص، شرکت های مهندسی، کارخانجات تولیدی در ترکیب با امکانات بین المللی از طریق مشارکت با شرکتهای بین المللی برای احراز جایگاه شایسته در منطقه و بازار جهانی است.

وی گفت: به منظور ایجاد فضای سبز برای اجرای پروژه های توسعه ای صنایع پتروشیمی، قوانین لازم برای جلب و حمایت از سرمایه گذاری ها، قوانین مربوط

به مناطق آزاد و مناطق ویژه، مقررات مربوط به معافیت های مالیاتی و گمرکی برای صادرات و واردات تدوین شده و در دست اجرا می باشد.

وزیر نفت با اشاره به مزیت های نسبی صنعت پتروشیمی (وجود منابع عظیم هیدروکربن، جمعیت ۶۰ میلیون ایرانی، نزدیکی مشور به منابع عظیم نفت دنیا و گاز دنیا یعنی خلیج فارس و آسیای مرکزی) گفت: وجود زیر بناهای لازم و رفاهی با توسعه مناطق ویژه اقتصادی در بندر امام و عسلویه، از مزیت های نسبی برنامه توسعه صنایع پتروشیمی کشور است. معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران نیز در این همایش گفت: با وجود افزایش ۹ درصدی حجم صادرات محصولات پتروشیمی ایران در سال گذشته، درآمد ناشی از صدور این مواد به دلیل کاهش شدید قیمت ها در بازارهای جهانی نسبت به سال ۷۶ کاهش داشت و به ۴۶۰ میلیون دلار رسید.

مهندس محمدرضا نعمت زاده افزود: درآمد حاصل از صدور مواد پتروشیمی ایران از میلیون دلار در سال ۱۹۸۹ به ۵۶۰ میلیون دلار در سال میلادی افزایش داشت.

وی افزود: ۱۸ درصد محصولات پتروشیمی صادراتی شرکت ملی صنایع پتروشیمی به هند، ۱۰ درصد به خاور میانه، حدود ۱۶ درصد به خاور دور، حدود ۲۶ درصد به اروپا، ۱۵ درصد به چین و ۱۳ درصد به کشورهای جنوب شرقی آسیا صادر می شود.

وی گفت: شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران ۶ دفتر در اروپا و آسیا برای انجام فعالیت های بازاریابی و صادرات در سطح جهان دارد.

آخرین فن آوری های صنعت پلاستیک آلمان به ایران منتقل می شود

تهران ایرنا ۷۸/۱/۲۵

به دنبال افزایش همکاری های سیاسی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران و آلمان، شرکت بایر آلمان جدیدترین و آخرین فن آوری های علمی خود در زمینه تولید پلاستیک و لاستیک را در همایش فنی لاستیک به ایران انتقال می دهد.

مدیر عامل بایر ایران شیمی روز چهارشنبه در این همایش گفت: با وجود آنکه فعالیت های بایر در ایران در دو دهه اخیر کاهش یافت، اما در سالهای اخیر این شرکت پار دیگر فعالیت خود را در ایران گسترش داد و همکاری های مشترکی با شرکتهایی در زمینه تولید حشره کش خانگی و کاغذ خود کبی آغاز کرد.

آقای فریتس یورگن کوهلر با اشاره به همکاری جدید بایر آلمان در بخش مواد کمکی نساجی با شرکتهای ایرانی گفت: فعالیت های این شرکت طیف وسیعی از محصولات را در برمی گیرد و یکی از خطوط اصلی آن در امر مواد شیمیایی لاستیک و لاستیک مصنوعی است.

وی توانایی های بایر آلمان در بخش های بهداشت و دارو و تشخیص طبی، کشاورزی، پایلیمرها، مواد شیمیایی و آگفا را تشریح کرد و گفت: آلمان یکی از بزرگترین تولیدکنندگان لاستیک مصنوعی و مواد شیمیایی لاستیکی است و حدود ۴۰۰ محصول را در گروه های لاستیک مصنوعی، مواد شیمیایی

لاستیک، مواد اولیه چسب، لاتکس ها، افزودنی های پلیمری و رابین شیمی تولید می کند.

کوهلر اظهار داشت: با توجه به اینکه صنعت لاستیک و تایر ایران یکی از بزرگترین صنایع نوع خود در منطقه است و بطور قطع نرخ رشد آن در آینده افزایش خواهد یافت، آلمان قصد دارد به عنوان شریک در تمامی امور مربوطه در این بخش نقش مؤثر داشته باشد.

وی با اشاره به این که بایر تلاش می کند جدیدترین پیشرفتهای حاصل در محصولات خود را در اختیار صنعتگران ایرانی قرار دهد، اظهار امیدواری کرد: صنعتگران دو کشور با کمک یکدیگر می توانند کیفیت محصولات خود را ارتقا دهند و با اتخاذ تدابیری جهت کاهش قیمت ها برای بالا بردن قدرت رقابت در بازارهای جهانی تلاش کنند.

وی بر ضرورت توجه به امر تحقیقات و ارتقاء کیفی محصولات تولیدی تاکید کرد و گفت: این شرکت برای حفظ مقام خویش در بازارهای جهانی سالانه چهار میلیارد مارک صرف انجام تحقیقات و ارتقا کیفی محصولات خود می کند.

به گفته وی هزینه تحقیقاتی سالانه به طور عمده بر روی علوم حیاتی به خصوص صنعت دارو سازی و دفع آفات کشاورزی متمرکز است.

آقای ماتوس بودنبرگ رئیس اتاق ایران آلمان نیز گفت: بدنبال سفر یک هیات تجاری ایرانی به آلمان، بزودی یک هیات اقتصادی از آلمان برای افزایش همکاری های تجاری و صنعتی بین دو کشور به ایران سفر خواهند کرد. وی گفت: این هیات تلاش خواهد کرد ضمن معرفی بیشتر توانایی های آلمان در بخش های مختلف تجاری و اقتصادی، در زمینه امکانات و توانایی های موجود در ایران تحقیق کند. وی پیش بینی کرد: در صورت رفع موانع موجود در مقررات تجاری و مالی و ایجاد اعتماد متقابل بین شرکتهای دو کشور همکاری های اقتصادی بیش از پیش افزایش یابد.

آقای بودنبرگ افزود: جمهوری اسلامی ایران با پیوستن به سازمان جهانی تجارت می تواند سرمایه گذاری های بیشتر خارجی را جذب کند و همکاری های خود را با سایر کشورهای اروپایی افزایش دهد.

در این همایش که روز پنجشنبه به کار خود پایان می دهد، روزانه چهار مقاله توسط شرکت کنندگان ارائه خواهد شد.

یک نخلدار سراوانی: ایجاد مراکز بسته بندی راهکار مؤثری برای توسعه صادرات خرماست.

زاهدان ایرنا ۷۸/۰/۱۳

برخی از نخل داران استان سیستان و بلوچستان می گویند بخاطر کمبود امکانات کشاورزی نسبت به ادامه کار کاشت درخت خرما دلسرد شده اند.

این افراد سوددهی کم، فروش نرفتن محصولات، هزینه بالای کاشت و برداشت، بازاریابی نامناسب و نبود حمایت های لازم از سوی سازمانهای زیربط را باعث این امر می دانند. به گفته آنان شیوه سنتی کاشت و داشت خرما موجب بازدهی کم و بی

رغبتی جوانان نسبت به ادامه کار در این پیشینه اجدادی شده است.

یکی از نخلداران شهرستان سراوان به خبر گذاری جمهوری اسلامی گفت: در این شرایط اقتصاد اکثر خانواده‌های کشاورز این منطقه و استان به فروش محصول خرما وابسته است.

محمد شهرکی افزود: به علت نبود بازار مصرف در داخل کشور، بازاریابی و وجود مقررات دست و پاگیر گمرکی، مقادیر زیادی از محصول خرما از بین می‌رود. وی گفت: این تنگناهای نگران‌کننده موجب شده هر کیلوگرم خرما از نوع "ربی" درجه یک که برای تولید هر کیلوگرم آن ۱۵۰۰ ریال هزینه می‌شود با همان قیمت تمام شده به فروش برسد.

نخلدار سراوانی افزود: با توجه به سیاست دولت برای توسعه صادرات غیر نفتی، محدود بودن کشورهای تولید کننده خرما و مرغوبیت خرمايي سيستان و بلوچستان، صدور این محصول باعث تقویت اقتصاد کشور و تشویق کشاورزان می‌شود نخلکاری در شهرستان ایرانشهر می‌گوید: ایجاد مراکز خرید، بازاریابی مناسب، فعالیت کردن تعاونی‌های تولیدی و ایجاد مراکز بسته بندی راهکارهایی موثر برای توسعه صادرات خرما هستند.

شهبخش یادپا یکی دیگر از نخلداران سراوانی افزود: فسادپذیری سریع این محصول ایجاب می‌کند مسوولان اقداماتی جدی برای عرضه به بازار حجم بالای خرمایی که روی دست کشاورزان مانده انجام دهند. وی گفت: پارسال بیش از ۲۰ تن از محصولات خرمايي من به فروش نرفت و فاسد شد. به اعتقاد او می‌توان با ساخت کارخانجات تولید شیره خرما از مازاد خرمايي تولیدی کشاورزان منطقه، ضررهای سنگین کشاورزان را جبران کرد.

نخلکاری دیگری ضمن ابراز نگرانی از بدهی‌هایش به بانکها و فروش نرفتن محصولات گفت: در حالی که آبیاری نخلستانها به وسیله پمپ صورت می‌گیرد افزایش نرخ فرآورده‌های نفتی برای کار کشاورزان مقرون به صرفه نیست.

ناصر ملازهی مدعی است در حالی که کشاورز تمام تلاش خود را برای تولید می‌کند، و بعد از این مرحله وظیفه وزارت بازرگانی است که شرایط بازاریابی و صدور محصولات مازاد را در بازارهای جهانی فراهم کند.

مدیر کل اداره کشاورزی سیستان و بلوچستان در این خصوص به خبرگزاری جمهوری اسلامی گفت: مطالعاتی برای ساحت کارخانجات بسته بندی و تولید محصول از مازاد خرمايي تولیدی استان انجام شده است.

احمد فرید افزود: در چابهار برای ساخت کارخانه تولید مقوا از مازاد شاخ و برگ درخت خرما موافقت شده است.

وی افزود پارسال ۶۰۰ خرمايي تولیدی این استان توسط سازمان سرمایه گذاری و توسعه سیستان و بلوچستان و نیز ۴۰۰ محصول دیگر از سوی آذربایجان شرقی خریداری شد.

او افزود: سطح زیر کشت خرمايي استان بیش از ۲۶ هزار هکتار است که از این مقدار فقط ۴۰۰۰ هکتار آن غیر بارور است.

فرید عمده‌ترین مراکز تولید خرمايي استان را به ترتیب شهرستانهای سراوان، ایرانشهر، نیکشهر، خاش، چابهار و زاهدان نام برد او گفت: بیش از ۷۵ درصد تولیدات باغی این استان را خرما تشکیل می‌دهد.

وی افزود: بیشترین سطح زیر کشت این محصول در استان با ۶۷۰۰ هکتار و تولید ۵۰ هزار تن خرما در سال متعلق به شهرستان سراوان است. به گفته وی در همین مدت بیش از ۱۰۰۰ تن خرما از سیستان و بلوچستان به بازارهای داخلی عرضه شد و همین مقدار نیز به خارج از کشور صادر شد.

حدود ۳۰ درصد کاغذ مورد نیاز روزنامه‌های کشور از داخل تامین شد

تهران ایرنا ۷۸/۲/۲۰

مدیر کل صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنایع روز دوشنبه اعلام کرد: کارخانه‌های کاغذسازی ایران در سال گذشته با تولید بیش از ۲۰ هزار تن کاغذ روزنامه توانستند حدود ۳۰ درصد کاغذ مورد نیاز روزنامه‌های کشور را تامین کنند.

تولید انواع کاغذ و مقوا در صنایع کاغذ سازی کشور در سال گذشته نسبت به سال ۷۶ حدود ۱۴ درصد افزایش داشت.

محمود عدالتیان در گفتگو با خبرنگاران برنامه تولید انواع کاغذ روزنامه در سال جاری را ۵۰ هزار تن ذکر کرد و افزود: در صورت تحقق این امر حدود ۸۰ درصد کاغذ مورد نیاز روزنامه کشور از داخل تامین می‌شود.

وی اظهار داشت: ستاد پشتیبانی برنامه تنظیم بازار برای سال جاری ۱۲/۵ میلیون دلار (ارز شناور با نرخ هر دلار معادل ۱۷۵۰ ریال) به صنعت کاغذسازی جهت تولید ۵۰ هزار تن کاغذ روزنامه اختصاص داده است. هزینه واردات این مقدار کاغذ روزنامه حدود ۴۰ میلیون دلار است.

وی پیش بینی کرد: ۹۰ هزار تن کاغذ چاپ تحریر، ۳۶۰ هزار تن کاغذهای بسته‌بندی (کرافت و کنگره‌ای) و ۳۰ هزار تن کاغذهای بهداشتی، صنعتی و شیمیایی در سال جاری در کارخانه‌های کاغذ سازی تولید می‌شود.

وی افزود: میزان کل تقاضا برای انواع کاغذ در سراسر کشور در سال جاری ۷۲۰ هزار تن می‌باشد که حدود ۵۰۰ هزار تن آن در داخل تولید و عرضه خواهد شد. مدیر کل صنایع شیمیایی و سلولزی وزارت صنایع گفت: در حال حاضر بیشترین مقدار کاغذهای وارداتی مربوط به واردات انواع کاغذ چاپ و تحریر و روزنامه است.

با انجام کالیبراسیون در کشور امکان حضور محصولات صنعتی کشور در بازارهای جهانی افزایش می‌یابد

تهران ایرنا ۷۸/۲/۲۰

رئیس موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران گفت: با فراهم شدن امکان کالیبراسیون توسط بخش خصوصی در کشور زمینه حضور محصولات

صنعتی ایران در بازارهای جهانی بیشتر می‌شود. احمد دوست حسینی روز دوشنبه در مراسم قهوه برداری از این آزمایشگاه گفت: با بهره برداری از این واحد ضمن افزایش توان رقابت کالاهای تولیدی ایران با محصولات مشابه خارجی، بسترهای مناسب برای ایجاد اشتغال تخصصی در کشور فراهم می‌شود. براساس آمار ارائه شده این واحد با دو میلیارد ریال سرمایه گذاری برای اولین بار در کشور راه اندازی شده است و صنعتگران می‌توانند اندازه گیری‌های طولی انواع کوپلیس‌ها، ماشین افزارهای (سی ان سی)، میکرومترها، ساعت‌های اندازه گیری، زاویه سنج‌ها، دستگاههای اندازه گیری سه بعدی و سایر ابزارهای اندازه گیری را توسط بخش خصوصی در داخل کشور انجام دهند.

وی افزود: با توجه به اینکه ظرفیت تولید محصولات صنعتی در کشور افزایش یافته و در برخی محصولات مازاد برنیاز وجود دارد، لازم است الویت‌های صنعتی کشور به سمت فعالیتهای مهندسی و خدمات مهندسی هدایت شود. وی اظهار داشت: با توسعه فعالیتهای بخش کالیبراسیون کشور، می‌توان اثر بخشی این آزمون را بر سایر صنایع کشور بررسی کرد.

مدیر فنی شرکت خدمات مهندسی بهبود کیفیت گفت: این شرکت علاوه بر انجام امور کالیبراسیون، خدمات مشاوره‌ای برای ایجاد سیستم داخلی کنترل تجهیزات داخلی و آزمون (کالیبراسیون) مطابق با استانداردهای معتبر بین‌المللی را پیاده سازی خواهد کرد.

سیروس سلامتی افزود: این شرکت سال گذشته توانسته است هشت هزارو ۶۵۶ قطعه از صنایع مختلف را کالیبره کند که با تکمیل تجهیزات آزمایشگاهی این میزان امسال به دو برابر افزایش خواهد یافت.

وی گفت: این شرکت می‌تواند به سازندگان ماشین‌آلات کشاورزی و راهسازی، خودروسازان، سازندگان دوچرخه و موتور سیکلت، قطعه و قالب سازان، ریخته‌گری و فورج، کابل‌های مخابراتی، نیروگاهها و کالاهای نفتی و... سرویس ارائه دهد.

نصب برجسب بر روی کالاهای صادراتی ضروری است

مشهد ایرنا ۷۸/۰۲/۲۰

به اعتقاد دست اندرکاران تولید و صادرات کالاهای غیر نفتی: برای معرفی محصولات ایرانی، نصب برجسب به زبانهای خارجی بر روی کالاهای ضروری است.

به گفته منابع مسوول، کم توجهی به این موضوع در برخی محموله‌های صادراتی فاقد برجسب، زمینه‌هایی را برای جوسازی علیه محصولات ایرانی توسط رقبای خارجی ایجاد می‌کند.

مهندس علی کبیر، معاون فنی اجرایی اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی خراسان در این زمینه به خبرنگار ماگفت: یکی از راههای معرفی کالاهای صادراتی ایران نصب برجسب به زبانهای خارجی است. وی افزود: عدم رعایت این مهم از طرف برخی تولیدکنندگان، سبب ضعف عرضه کالاهای ایران در

ایران در بازارهای خارجی می‌گردد.

وی گفت: باید دقت شود که نوع محصول، تاریخ تولید و انقضای زمان مصرف آن به صورت مشخص و حداقل به زبان انگلیسی برای مصرف کنندگان خارجی مشخص شود. وی افزود: هر گونه اشکال در این موارد می‌تواند مورد سوء استفاده جوسازی علیه کالاهای ایرانی توسط رقبای خارجی و حتی مطبوعات محلی شود. ابولقاسم یوسفی‌نژاد، کارشناس امور گمرکات خراسان نیز در این خصوص گفت عمده صادرات کالا از این استان به مقاصد کشورهای آسیای میانه می‌باشد. وی افزود در حال حاضر روزانه بخش قابل توجهی از این کالاها به صورت کالاهای همراه مسافر صادر می‌شود. وی گفت: اغلب این کالاها فاقد برچسب به زبان خارجی هستند و فقط از نظر رنگ و شکل، برای مصرف کنندگان خارجی قابل تشخیص می‌باشد.

وی بر اهمیت معرفی کالا توسط تولید کنندگان به وسیله نصب برچسب به زبان روسی برای صادرات به کشورهای آسیای میانه تأکید کرد.

وی گفت: چندی پیش بی دقتی در این مورد موجب جو سازی یکی از روزنامه‌های یک جمهوری آسیای میانه علیه کالاهای ایرانی گردید. وی افزود: در این روزنامه به نقل از مصرف کنندگان گفته شده تاریخ تولید برخی کالاهای ایرانی صادر شده مربوط به ۲۰ سال قبل می‌باشد. یوسفی نژاد گفت: درج این مطلب را ناشی از برچسب تاریخ تولید محصول که بر اساس سال شمسی دانست که با سال میلادی مقایسه شده بود.

وی گفت: حتی المقدور در مبادی گمرک خراسان نسبت به برچسبهای الصاق شده بر روی کالاهای صادراتی دقت می‌شود ولی این موضوع برای کالاهای همراه مسافر دشواریهایی را ایجاد می‌کند. براساس آمار گمرکات خراسان در حال حاضر ماهانه بالغ بر دو میلیون دلار کالای ایرانی به صورت کالای همراه مسافر به جمهوریهای آسیای میانه صادر می‌شود.

عباس صابری مدیر عامل یکی از واحدهای تولید رب و کنسرو خراسان نیز به خبر نگار ما گفت: تجار صادر کننده کالا همواره در تقاضاهایشان از ما خواستار نصب برچسب به زبانهای مختلف بر روی کالاهای این واحد هستند.

وی افزود: تا دو سال قبل براساس نظارت ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی، واحدهای تولیدی مجاز به استفاده از نصب برچسب خارجی بر روی کالایشان نبودند که با پیگیری‌های زیاد این مشکل برطرف شد. وی گفت: به عنوان مدیر یک واحد تولیدی، نسب برچسب به زبانهای مختلف برای معرفی محصول و تاریخ تولید و انقضای مصرف کالا برای آگاهی مصرف کننده خارجی را لازم می‌دانم.

وی افزود: براساس همین اعتقاد با برطرف شدن مشکل یاد شده هم اینک بر روی برچسبهای کالاهای ما، محصول به چهار زبان فارسی، عربی، انگلیسی و روسی معرفی می‌شود. وی تأکید کرد، این کار هیچ هزینه اضافی برای تولید کننده ندارد.

گزارش خبرنگار ما که از بازارهای عشق آباد مرکز جمهوری ترکمنستان دیدن کرده حاکمیت: برخی

کالاهای ایرانی عرضه شده در این شهر فاقد برچسب به زبان روسی و یا انگلیسی می‌باشد. اغلب کالاهایی که به صورت همراه مسافر و گردشگر از طریق گمرک باجگیران صادر می‌شود نیز همین مشکل را دارند.

کالاهای دارای استاندارد در نمایشگاه بین‌المللی تهران عرضه خواهد شد

تهران ایرنا ۷۸/۲/۱۸

رئیس کل مرکز توسعه صادرات ایران اعلام کرد: بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران از دهم تا هفدهم مهرماه سال جاری در هشت گروه کالائی در مرکز توسعه صادرات ایران برگزار می‌شود.

مجتبی خسرو تاج روز شنبه در گفتگو با خبرنگاران تصریح کرد: در این نمایشگاه کالاهایی به نمایش گذارده خواهد شد که از کیفیت و استانداردهای مناسب برخوردار باشد.

وی افزود: کلیه کالاهای قابل عرضه در نمایشگاه در قالب گروههای کشاورزی و دامی، معادن و فلزات، دارویی و بهداشتی، نفت و پتروشیمی، شیمیایی و سلولزی، نساجی و پوشاک، برق، الکترونیک و لوازم خانگی و گروه ماشین سازی و تجهیزات می‌باشد.

رئیس کل مرکز توسعه صادرات ایران یکی از اهداف نمایشگاه را توسعه همکاریهای ایران با سایر کشورها در زمینه‌های خدمات فنی و مهندسی و بازرگانی و نیز ارائه دستاوردهای مبتکرین و مخترعین به جامعه و بازدیدکنندگان ایرانی و خارجی اعلام کرد.

خسرو تاج افزود: شرکت های ایرانی در صورتی می‌توانند در نمایشگاه بیست و پنجم مشارکت داشته باشند که در زمینه‌های تولید و صادرات دارای سوابقی باشند و کالاهای آنها دارای مهر استاندارد و یا گواهی‌نامه‌های بین‌المللی ایزو باشد.

به گفته وی کالاهای عرضه شده باید دارای ارزش افزوده، نوآوری و ابتکار باشند و صادرات آنها از طریق گشایش اعتبار اسنادی انجام شده باشد.

بیش از ۳۰ درصد از توت فرنگی کردستان به دلیل نبود صنایع تبدیلی ضایع می‌شود

سنندج، ایرنا ۷۸/۰۲/۱۶

مدیر زراعت و باغبانی سازمان کشاورزی کردستان گفت: ۳۰ درصد از توت‌فرنگی این استان سالانه بدلیل نبود صنایع تبدیلی ضایع می‌شود.

کمال‌الدین رشادت روز پنجشنبه در گفتگو با ایرنا افزود: ایجاد صنایع تبدیلی برای جلوگیری از ضایعات این محصول با توجه به فسادپذیری سریع آن امری ضروری است.

وی گفت: با ایجاد این گونه صنایع در کردستان علاوه بر کوتاه کردن دست دلالان و ایجاد اشتغال، سود اصلی حاصل از برداشت این محصول عاید باغداران منطقه می‌شود.

استان کردستان سالانه ۱۶ هزار تن توت فرنگی تولید می‌کند و از لحاظ میزان تولید این محصول در

کشور مقام نخست را داراست.

تولید برخی از محصولات غیر فلزی افزایش یافت

تهران ایرنا ۷۷/۰۴/۲۳

معاونت صنایع غیر فلزی وزارت صنایع گفت: تولید سیمان، کاغذ، روغن نباتی، پودر شوینده، الیاف پلی استر، نخ نایلون، نخ پلی استر، نوشابه و تلویزیون رنگی در ۱۲ ماه فروردین تا اسفند سال گذشته بین چهار تا ۴۱ درصد افزایش یافت.

مهندس حسین ناجی روز دوشنبه با ارائه گزارشی در مورد وضعیت تولید کالاهای حساس منتخب این معاونت افزود: در این مدت تولید روغن نباتی در واحدهای داخلی با ۲۴ درصد به ۹۹۱ هزار و ۷۳۸ تن بالغ شد.

وی گفت: تولید سیمان نیز در همین مدت با چهار درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل به بیش از ۲۰ میلیون تن رسید.

معاونت صنایع غیر فلزی وزارت صنایع: تولید کاغذ با ۳۳ درصد رشد نسبت به سال ۷۶ به ۲۲۸ هزار و ۶۰ تن رسید. پودر شوینده با ۲۰ درصد رشد به ۲۸۸ هزار و ۷۲۹ تن و تولید نایلون با شش درصد به ۲۳ هزار و ۶۰۹ تن رسید.

معاون صنایع غیر فلزی وزارت صنایع گفت: تولید تلویزیون رنگی در واحدهای داخلی با ۱۴ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۸۷ هزار و ۴۱۰ دستگاه بالغ گردید.

به گفته وی تولید انواع نوشابه نیز در واحدهای داخلی با پنج درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۱۹۲ هزار و ۳۴۶ جعبه رسید.

ناجی گفت برخی از تولیدات غیر فلزی نظیر لاستیک خودرو، صابون، الیاف و تاپس اکریلیک و نخ پلی‌استر در سال ۷۷ نسبت به سال ۷۶ بین چهار تا ۱۷ درصد کاهش یافت.

وی عدم کثش بازار، افزایش هزینه های بالا سری تولید داخلی، رکود جهانی ناشی از بحران جنوب شرق آسیا و رقابت شدید کشورهای رقیب برای کسب بازارهای ایران از دلایل کاهش تولید این محصولات ذکر شد.

معاون وزیر صنایع افزود: ارزش تولیدات ۱۵ محصول منتخب در سال ۷۷ نسبت به سال ۷۶ در مجموع از ۱۱ درصد رشد برخوردار بوده است.

وی اظهار داشت: ارزش کل صادرات صنعتی تحت تعرفه وزارت صنایع در سال گذشته ۹۷۱ میلیون دلار بالغ شد که ۷۳۹ میلیون دلار آن مربوط به این معاونت بود و این میزان نسبت به صادرات این معاونت در سال ۷۶ حدود ۱۴ درصد کاهش نشان می‌دهد.

وی میانگین ارز تخصیصی به این معاونت تا سال ۷۶ را ۴/۵ میلیارد دلار در سال ذکر کرد و گفت: هرچند در ابتدای سال گذشته بیش از ۹۰۰ میلیون دلار ارز از بانک مرکزی درخواست شد اما تنها ۵۸۵ میلیون دلار آن به این معاونت اختصاص یافت.

وی گفت: با توجه به این که ارز تخصیصی به این معاونت کاهش یافت، اما تولیدات این معاونت توانست بخش بیشتری از نیاز داخل را تأمین کند و

واردات کالاهای اساسی کاهش و یا قطع شود. معاون صنایع غیر فلزی وزارت صنایع با اشاره به این که واحدهای تحت تعرفه این معاونت از نظام بانکی ارز نمی‌خواهند، خواستار تسهیل سازی دریافت ارز از سوی ارگانهای تصمیم گیرنده شد.

وی پرداخت ارز به صورت رقابتی از سوی بورس اوراق بهادار تهران، آزادسازی فعالیت خرید و فروش ارز و واردات از طریق بدون انتقال ارز و کوتاه کردن زمان پرداخت ارز واریزنامه‌ای را بخشی از آسان سازی دریافت ارز توسط صنعتگران دانست. وی گفت: با توجه به اینکه اکثر واحدهای تولیدی در حال حاضر با کمبود نقدینگی مواجه هستند حداقل ۱۰۰ روز نقدینگی آنها برای دریافت ارز واریز نامه‌ای به حساب نظام بانکی واریز و آن سیستم از آن بهره‌مند می‌شود. ناجی گفت: با برنامه ریزی سالانه ۲۰ درصد رشد برای صادرات نمی‌توان به برنامه پیش‌بینی شده دست یافت لذا باید رشد تولید بیش از این رقم افزایش و سرمایه‌گذاری صنعتی در کشور توسعه یابد. وی طولانی شدن زمان گشایش اعتبارها، عدم ثبات سیاستها و مقررات ارزی و صادراتی و نبود برنامه‌ریزی بلندمدت برای بخش صنعت از دیگر دلایل کاهش صادرات صنعتی ذکر کرد.

وی از دولت خواست برای توسعه صادرات صنعتی کشور، اعتبار صادراتی به کشورهای آسیای میانه و آفریقای که به طور عمده خریداران کالاهای صنعتی ایران هستند، بدهد.

وی گفت: از آنجا که به دلایل غیراقتصادی بودن فعالیتهای صنعتی سرمایه‌گذاری های صنعتی در کشور کاهش یافته است دولت باید ایجاد انگیزه و رغبت می‌تواند سرمایه‌گذاران را ترغیب به سرمایه‌گذاریهای جدید کند.

افتتاح یک خط تولید حلب بهداشتی

خط جدید یک واحد تولید حلب بهداشتی در تبریز با حضور مهندس شافعی وزیر صنایع افتتاح شد.

با راه‌اندازی این خط سالانه ۶۰ میلیون عدد انواع قوطی مواد غذایی تولید و به بازارهای داخلی و خارجی عرضه خواهد شد.

این واحد قبلاً سالانه سه میلیون عدد حلب ۱۷ و ۳/۵ کیلویی تولید می‌کرد. وزیر صنایع که به مناسبت روز جهانی کارگر به استان آذربایجان شرقی سفر کرده بود از واحدهای تولیدی گروه ماشین سازی تبریز و چند واحد تولیدی و صنعتی دیگر بازدید بعمل آورد.

نیود تشکل‌های صادراتی موجب کاهش صادرات غیر نفتی شده است

همدان، ایرنا ۷۸/۰۲/۱۱
رییس کل مرکز توسعه صادرات ایران گفت: نبود تشکل های صادراتی، برای ارائه اطلاعات هرچه بیشتر به بازرگانان، موجب کاهش صادرات غیر نفتی در کشور شده است.

مجتبی خسرو تاج روز شنبه در نشست کمیته صادرات غیر نفتی استان همدان افزود: با توجه به این امر از ابتدای سال جاری اتاقهای بازرگانی اقدام به

ایجاد تشکل‌های صادراتی کرده‌اند.

وی افزود: برای بهبود وضعیت صادرات، باید جهت‌آشنایی با نیازهای بازارهای جهانی از جمله نوع بسته‌بندی، نوع کالا و چگونگی شبکه توزیع، باید سیستم های اطلاع رسانی به بازرگانان معرفی شود. وی ایجاد امنیت سیاسی و اقتصادی برای بازرگانان خارجی را در کشور ضروری اعلام کرد و افزود: بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی و نوسانات ارزی، صادرات کشور را دچار وقفه می‌کند.

خسرو تاج رفع تنگناهای بانکی، شناسایی رقبای خارجی و کسب اطلاعات کافی از نیازهای طرف‌های خریدار را از عوامل توسعه هر چه بیشتر صادرات غیر نفتی توصیف کرد.

وی گفت: به دلیل نوسانات نرخ ارز در سال گذشته، کالاهای صادراتی هرچند از نظر وزن ۳۰ درصد افزایش یافت ولی از نظر ارزش تنها هفت درصد رشد داشت. در این نشست استاندار همدان نیز گفت: این استان به دلیل برخورداری از امنیت، وضعیت جغرافیایی مناسب و واقع شدن در مرکزیت غرب کشور، یکی از مراکز مهم تجاری منطقه غرب به شمار می‌رود.

علی جابریان افزود: حدود ۲۸ رقم کالا از این استان به خارج از کشور صادر می‌شود که برخی از آنها از جمله سیر، کشمش و سنگهای تزئینی از شهرت خاصی در جهان برخوردار است.

وی، نبود نمایشگاه بین‌المللی و محل مناسب برای اقامت تجاری در همدان را از عوامل مهم رکود صادرات در این استان اعلام کرد.

شش شرکت وابسته به بنیاد مستضعفان وارد بورس اوراق بهادار شدند

تهران ایرنا ۷۸/۲/۲۱

از مجموع اسناد و مدارک ۱۴ شرکت تابع بنیاد مستضعفان و جانبازان که در سال گذشته به بورس اوراق بهادار تهران معرفی شدند، شش شرکت پذیرفته شدند.

مدیر اداره آماده سازی دفتر معاملات سهام بنیاد روز چهارشنبه با اعلام این مطلب به ایرنا افزود: اسناد مربوط به این شرکتها پس از انجام بررسی‌های اولیه، جمع‌آوری مدارک و تهیه گزارشهای کارشناسی به سازمان بورس اوراق بهادار تهران ارسال شد که از این تعداد برای شش شرکت جهت ورود به بورس پذیرش قطعی و هشت شرکت پذیرش مشروط اخذ شد.

محمود اجرلو افزود: شرکتهای قند اصفهان، شیروان و قزوین، تولیدی تیزرو، صنعتی کاوه و پاکریس از جمله شرکتهای پذیرفته شده، هستند که قیمت سهم آنها در روی تابلو بورس اعلام شده است. وی تصریح کرد: شرکتهای قرقره زیبا، کاشی ساوه، بهنوش، معدنی دماوند، کشتیران، گیوار و شیشه مینا از جمله شرکت‌هایی هستند که پذیرش مشروط درباره آنان اعلام شده است.

وی پیش‌بینی کرد که شرکتهای قند سازنده‌آوند پلاستیک، نساجی کردستان سیلیس البرز، ایران ابزار، دامداری مگسال، سیرجان بنیاد، تلیسه نمونه و واحد کشاورزی بیجین در سال جاری وارد بورس شوند.

وی گفت: شرکتهای داوطلب ورود به بورس باید با

رعایت ۷۲ شاخص از مقررات و ضوابط بورس، پذیرش قطعی اخذ کنند.

اجرلو افزود: نبود آشنایی با مزیتها و شرایط ورود شرکتها به بورس، از جمله مشکلات مهم این دفتر برای فراهم کردن زمینه معرفی واحدهای وابسته به بنیاد در بورس اوراق بهادار می‌باشد.

پیش‌بینی خوشبینانه صندوق بین‌المللی پول در مورد بهبود رشد اقتصادی ایران

لندن - ایرنا ۷۸/۰۲/۰۱
صندوق بین‌المللی پول چشم‌انداز خوشبینانه‌ای را در مورد رشد اقتصادی کشورهای تولیدکننده نفت در خاور میانه - از جمله ایران - ارائه داده است.

این سازمان در جدیدترین گزارش "چشم‌انداز اقتصادی جهان" پیش‌بینی می‌کند نرخ تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۰۰، دو درصد - در مقایسه با عدم رشد سال جاری - افزایش خواهد داشت.

براساس این گزارش که از شبکه جهانی اینترنت استخراج شده، نرخ تورم ایران در سال آینده میلادی (۲۰۰۰) به ۱۰ درصد خواهد رسید.

این نرخ در سال ۱۹۹۹ برابر ۱۵ درصد پیش‌بینی شده است.

صندوق بین‌المللی پول بهبود وضعیت اقتصادی ایران را با نرخ سریعتر از کشورهای کویت و عربستان سعودی پیش‌بینی می‌کند.

این دو کشور در سال جاری به ترتیب یک نرخ منفی ۱/۹ درصد و ۰/۷ درصد نشان داده‌اند که طی سال ۲۰۰۰ افزایشی به ترتیب ۰/۷ درصدی و ۱/۲ درصدی پیش‌بینی می‌شود.

در گزارش صندوق بین‌المللی پول به کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس هشدار داده شده که استفاده از ذخیره (ارزی) و قرض خارجی تنها می‌تواند راه‌های کوتاه مدت برای مشکل کاهش درآمدهای ناشی از پایین آمدن قیمت نفت باشند.

این سازمان بین‌المللی در گزارش خود می‌افزاید کشورهای بزرگ تولیدکننده نفت با نیاز بحرانی برای تعدیل - عمدتاً از طریق کاهش هزینه‌های دولتی، اقدامات مالیاتی و تعدیل قیمت‌های خدماتی - روبه‌رو هستند.

گزارش صندوق بین‌المللی پول می‌نویسد مقامات ایران تصمیم دارند سیاست‌های مالی شدیدتری اعمال کنند و بودجه‌ای متعادل برای سال جاری داشته باشند.

پنجمین همایش صادرات ایران در تبریز برگزار می‌شود

تبریز - ایرنا ۷۸/۲/۲۲

پنجمین همایش صادرات کشور با عنوان "نقش اصلاح ساختار اقتصادی در توسعه صادرات" در روزهای ۲۰ و ۲۱ مرداد ماه سال جاری در اتاق بازرگانی تبریز برگزار می‌شود.

مدیر کل بازرگانی شرقی گفت: در این همایش شخصیت‌های بلندپایه کشوری، شخصیت‌های عملی و مدیران دستگاه‌های اقتصادی و صنعتی، راهکارهای عملی برای ایجاد رونق اقتصادی را

بررسی خواهند کرد.

مهندس صادق نجفی افزود: فراخوانی مقاله برای این همایش در آینده نزدیک از طریق جراید منتشر خواهد شد.

نخستین همایش توسعه صادرات غیر نفتی کشور به ابتکار مهندس عبدالعلی زاده استاندار سابق آذربایجان شرقی در سال ۷۴ در تبریز برگزار شد. این همایشها در چهار سال گذشته به طور منظم در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز برگزار شده است.

نخستین نمایشگاه کالاهای عربستان در تهران برگزار می شود

بیروت - ایرنا ۷۸/۲/۲۵

نخستین نمایشگاه کالاهای تولیدی عربستان در ماه نوامبر آینده در تهران برگزار می شود.

«عبدالله... محفوظ» رئیس هیأت مدیره نمایشگاههای عربستان در مصاحبه ای با شماره روز شنبه روزنامه عرب زبان «الشرق الاوسط» پیش بینی کرد که بیش از چهارصد شرکت تولیدی این کشور در نمایشگاه تهران شرکت کنند. محفوظ افزود: وی هفته آینده به تهران سفر می کند تا آخرین بررسی ها را برای برپایی این نمایشگاه انجام دهد.

وی از ایران به عنوان بازاری استراتژیک برای صادرکنندگان عربستانی یاد کرد و گفت: ایران نه تنها بازاری برای تبلیغ کالاهای ما است بلکه این کشور روزنه بسیار مهم اقتصادی برای شرکتهای عربستان جهت ورود به بازار کشورهای آسیای میانه بشمار می آید.

محفوظ برپایی نمایشگاه تهران را یکی از نتایج روند نزدیکی مناسبات عربستان و ایران دانست و اضافه کرد: این نمایشگاه در چارچوب توافقنامه های همکاریهای امضا شده، برپا می شود.

وی درباره نوع کالاهای صادراتی عربستان به ایران اظهار داشت: عربستان در حال حاضر کالاهایی از قبیل سفال، تجهیزات کشاورزی، کاغذ، مواد شیمیایی، سیستم روشنایی به ایران صادر می کند.

الشرق الاوسط با اشاره به اینکه ایران در سال گذشته دو نمایشگاه در شهرهای جده و ریاض برگزار کرد نوشت: از نظر ایران و عربستان مبادله کالا انگیزه های برای نوآوری در صنایع مختلف دو کشور است.

به نوشته این روزنامه، دو کشور قرار است ۱۴ طرح مشترک با سرمایه ای برابر ۲۷۵ میلیون دلار اجرا کنند که سهم عربستان ۷۷/۳ درصد است.

تکمیل کارخانه کاغذ غرب به بیست میلیارد ریال اعتبار نیاز دارد

کرمانشاه - ایرنا ۷۸/۲/۲۸

مدیر کل صنایع استان کرمانشاه گفت: برای تکمیل و راه اندازی کارخانه کاغذ غرب کشور ۲۰ میلیارد اعتبار نیاز است.

محمد جواد فیاض محمدی روز سه شنبه به خبرنگاری جمهوری اسلامی افزود: این در حالی است که بهره برداری از مرحله اول کاغذ «گلاسه و کربن لس

این واحد دو سال قبل آغاز شده است.

وی افزود: طراحی و عملیات اجرایی این کارخانه در سه مرحله تولید «کاغذ گلاسه و کربن لس»، «خمیر کاغذ» و «کاغذ چاپ و تحریر» از سال ۶۹ آغاز شده است.

وی خاطر نشان کرد: هم اکنون به علت کمبود اعتبار راه اندازی فاز دوم این کارخانه با تولید سالانه ۵۰ هزار تن خمیر کاغذ به تعویق افتاده است. وی گفت: ماشین آلات فاز دوم خریداری و آماده نصب است که در صورت بهره برداری از این مرحله یک هزار و ۲۰۰ نفر مشغول به کار خواهند شد.

مدیر کل صنایع استان کرمانشاه اظهار کرد: کل سرمایه گذاری ارزی و ریالی این واحد صنعتی ۲۵۰ میلیارد ریال که ۳۷ میلیون دلار آن ارزی است.

این کارخانه در ۳۰ کیلومتری شرق کرمانشاه واقع شده و از ۲۸۵ هکتار زمین آن ۱۰۵ هکتار زیر کشت درخت صنوبر قرار دارد.

۵۰ درصد کاغذ مورد نیاز کشور از صنایع چوب و کاغذ مازندران تامین می شود.

ساری ایرنا ۷۸/۲/۲۸

معاون مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: براساس برنامه قرار است ۵۰ درصد کاغذ مورد نیاز نشریات کشور از صنایع چوب و کاغذ تامین شود.

دکتر شعبان شهیدی مودب روز سه شنبه در هتل سالار دره ساری در جمع خبرنگاران مازندران افزود: مابقی کاغذ مورد نیاز نشریات کشور از منابع دیگر داخلی و خارج از کشور تامین می شود به گفته وی تاکنون شش هزار تن از تولیدات

کارخانه چوب و کاغذ خریداری شده که برای هر کیلوگرم آن ۷۵ تومان یارانه پرداخت شده است.

وی مصرف سالانه کاغذ در کشور را بین ۹۰ تا ۱۰۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: برای وارد کردن هر تن کاغذ از خارج ۵۶۵ دلار ارز پرداخت می شود که با تامین کاغذ از منابع سالانه ۵۰ هزار تن صرفه جویی ارزی خواهیم داشت.

دکتر شهیدی تعداد مجوزهای مطبوعاتی داده شده در کشور را یک هزار و ۲۴۰ مورد ذکر کرد و گفت: از این تعداد ۹۰۰ نشریه که حدود ۵۴ فقره روزنامه است. وی اضافه کرد: تیراژ انتشار در دو سال گذشته یک میلیون و ۳۰۰ هزار نسخه بوده که اکنون این میزان به دو میلیون و ۷۰۰ هزار نسخه بالغ شده است.

معاون وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در بخشی از سخنان خود در جواب این سوال که چه میزان یارانه برای مطبوعات کشور در سال جاری در نظر گرفته شد گفت: به همان میزانی که در سال گذشته برای این امر اختصاص یافته امسال نیز همان میزان اختصاص می یابد.

دکتر شهیدی یارانه اختصاص یافته سال گذشته مطبوعات کشور را سه میلیارد تومان ذکر کرد و افزود: این میزان یارانه برای کاغذ،

زینک، وام، فیلم و تسهیلات دیگر پرداخت شد. وی اظهار داشت: در تلاش هستیم که امسال حدود ۲۰ میلیون دلار ارز برای تهیه فیلم، زینک، خرید خمیر کاغذ و واردات کاغذ بگیریم

وی در مورد مجوزهای داده شده برای انتشار

نشریات جدید گفت: در سال گذشته از هر ده جلسه ای که ما داشتیم چهار جلسه بحث های نظارت بود و اگر امسال نیز این روند ادامه یابد فکر می کنیم حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ نشریه جدید وارد عرصه مطبوعات کشور شود. به گفته وی اکنون یک هزار و ۲۰۰ تقاضا برای کسب مجوز در وزارت ارشاد وجود دارد که از این تعداد ۶ مورد در حال تکمیل پرونده مابقی نیز پرونده آنها تکمیل است.

دکتر شهیدی در بخش دیگری از سخنان خود به کمکهای وزارت ارشاد به صاحبان نشریات بکنند به نشریات استانی اختصاص دارد.

وی افزود: ما از کل مبلغ، ۳۰ درصد را به نشریات استانی اختصاص می دهیم و مابقی را در تهران مصرف می کنیم.

وی با اشاره به این مطلب که کاغذی که به نشریات استانی اختصاص می یابد کاغذ یارانه ای است گفت: در آستانه سال جدید ما توافق کردیم که به نشریات نوپایی که در دو سال اخیر مجوز گرفتند ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان کمک کنیم و این کار را انجام دادیم.

دکتر شهیدی اضافه کرد: اکنون ادامه حمایت ما از نشریات مشروط است یعنی اگر واقعا نشریه ای که مکتبش می شود و از کمک ما هم برخوردار است اگر خدای ناکرده مشکلی ایجاد کرد، ضوابط را رعایت نکرد، حساسیتهای دینی و ملی را رعایت نکرد ما این نشریه را نمی توانیم کمک کنیم.

وی افزود اعطای مجوزهای ما از این به بعد به گونه ای است که تا اطمینان نسبی حاصل نکنیم که متقاضی دارای امکانات اولیه مالی نباشد مجوز نمی دهیم.

وی گفت اگر خواست روزنامه انتشار بدهد باید یکصد شماره آنرا بدون کمک ما بیرون بدهد و یا اگر مجله خواست انتشار بدهد یکسال باید خودش به تنهایی این کار را بکند

معاون وزیر ارشاد با ذکر این نکته که سعی ما این است که تا جایی که امکان دارد از هر جایی برای نشریات کمک بگیریم ادامه داد: ما معتقدیم که داشتن امکانات اولیه و نسبی مالی برای چاپ نشریه خود یک بعد نظارت است.

وی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به پیشرفت تکنولوژی صنعت چاپ گفت: طی چهار سال گذشته هیچ ارزی برای وارد کردن چاپخانه برای وارد کردن چاپخانه به کشور اختصاص نیافته و ما تلاش می کنیم بودجه ای را به این امر اختصاص بدهیم. وی در بازدید چهار ساعته از بخشهای مختلف تولید کاغذ صنایع چوب و کاغذ مازندران کیفیت تولیدات این کارخانه را مطلوب توصیف کرد و گفت: ما تلاش داریم که نشریات کشور به سمت استفاده از کاغذ این کارخانه روی آورند

دکتر شهیدی به اتفاق چند تن از معاونان و مدیران کل داخلی وزارت ارشاد به منظور بازدید از صنایع چوب و کاغذ به مازندران سفر کرد.

پیمان سپاری قوطی فلزی و پالت چوبی

گمرک اردیبهشت ۱۳۷۸
نرخ پایه پیمان سپاری انواع قوطی فلزی برای

●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●
**حرکتهای جدید برای بازیافت
 قوطی های آلومینیومی در انگلستان**
 ●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●



ACRA)UK aluminium can recycling
 انجمن بازیافت قوطی های آلومینیومی در انگلستان طی سال هزار و نهصد و نود و هفت میلادی با بازیافت سی و چهار درصد از قوطی های آلومینیومی (CAN) به رکورد خوبی در این زمینه دست یافت. این رکورد با یک همکاری همگانی و مردمی به دست آمد. در این طرح همگانی حدود یک و نیم میلیارد قوطی که وزن آنها بالغ بر بیست و سه هزار و نهصد تن بود جمع آوری شد. انجمن مذکور ضمن تأکید بر استمرار طرح بازیافت اخیر قصد دارد آن را در مسیر بازیافت قوطی های فلزی نوشیدنی ها پیش ببرد. طبق این طرح پیش بینی می شود که در سال دو هزار حداقل پانزده درصد بازیافت احتمالی از راه بسته بندی های خوب و سطوحی مخصوص جمع آوری بسته بندی باطله بدست آید. همچنین به گفته یکی از نمایندگان مجلس عوام انگلیس در منطقه وارینگتن جنوبی برای ایجاد یک کارخانه بازیافت قوطی های آلومینیومی، بیش از بیست و هشت میلیون پوند سرمایه گذاری شده است. به گفته نماینده مجلس، به وجود آمدن کارخانه بازار جمع آوری قوطی های آلومینیومی را تضمین می کند. افراد، مدارس، شرکتها و مؤسسات خیریه منطقه ای و ملی نقش مؤثری در توسعه و گسترش این برنامه دارند و انجمن بازیافت قوطی های آلومینیومی نیز در خصوص فراهم کردن زمینه این کار کمک می کند. همچنین الکس گریفین یکی از مدیران ارشد انجمن بازیافت قوطی های آلومینیومی ضمن اظهار رضایت و خوشنودی از نتایج کارهای انجمن، اظهار داشت، از زمان شروع برنامه ملی بازیافت در سال هزار و نهصد و هشتاد و نه ما بیش از شصت میلیون پوند سرمایه گذاری برای توسعه این بخش داشته ایم. البته ما این موفقیت را بدست نمی آوریم مگر با پشتیبانی هزاران گروه و میلیونها نفر از اشخاص منفرد که مجموعه اینها ارتشی را برای جمع آوری قوطی های آلومینیومی به وجود آورده است.

جهان وارد می شود.
 صفر شدن تاریخ رایانه ها و تجهیزات ارتباطی نظامهای اطلاع رسانی جهان در سال ۲۰۰۰ در حالی که رایانه های جهان تا پایان سال ۱۹۹۹ میلادی تنظیم تاریخی شده اند یکی از معضلات لاینحل کشورهای جهان به شمار می آید.
 فائو در بیانیه ای از این حادثه به عنوان "لاروسا ۲۰۰۰" و تهدید بزرگ برای تولیدات کشاورزی جهان یاد کرده که اثرات آن - همانند حمله ملخها که از قرنها پیش دشمن کشاورزی بوده - منهدم کننده و مخرب است.
 بیانیه فائو افزود با شروع سال ۲۰۰۰ و به هم ریختن نظامهای اطلاع - رسانی و رایانه های معلوم نخواهد بود که ذخایر و توانمندیهای کشاورزی و طبیعی موجود چه مقدار است زیرا امکان دستیابی به منابع مندرج در آنها امکان پذیر نیست.
 فائو به استناد گزارش بیمه لویوز لندن اضافه کرد که جهان از این بابت یک هزار میلیارد دلار زیان می بیند. این بیانیه افزود لارو ۲۰۰۰، کشورهای در حال توسعه را هم تهدید می کند.
 در این کشورها ممکن است وضع به خطرناکی مناطق دیگر نباشد لیکن کمبود مواد غذایی و ناتوانی فنی، مزید بر علت خواهد بود.
 حتی کشاورزان کوچک هم، تا آنجا که مربوط به مساله تولیداتشان، بازاریابی و توزیع مواد تولیدی آنهاست، به سازمانهایی که از فن آوری اطلاعاتی سطح بالایی برخوردارند، وابسته اند.
 فائو در پایان خواستار آن شد که در مورد منابع تهیه غذا و خدمات کشاورزی و نیز تشخیص فوری مسائل مورد بحث، تصمیم فوری اتخاذ شود و در صورت لزوم روشی برای جایگزینی نظام اطلاعاتی معیوب تا جایی که به خدمات اساسی مربوط می شود.
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●
**لبنانی ها طی یکسال ۴۱۶ میلیون دلار
 صرف تبلیغات بازرگانی کردند**
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●
 بیروت، ایرنا ۲۳/۰۲/۷۸
 هزینه تبلیغات بازرگانی در لبنان در سال ۱۹۹۸ در مقایسه با سالهای قبل از آن به طور بی سابقه ای افزایش یافت و به ۴۱۶ میلیون دلار رسید.
 مرکز تحقیقات بازرگانی لبنان "باراک" روز پنجشنبه با انتشار گزارشی در بیرت اعلام کرد: این کشور در صدر جدول کشورهای عربی هزینه های تبلیغاتی قرار دارد.
 در این گزارش آمده است از این رقم ۷۵/۰۴ درصد صرف تبلیغات بازرگانی تلویزیونی، ۱۷/۶۵ درصد تبلیغات در نشریات مختلف و ۲/۱۴ درصد صرف تبلیغات جاده ای شده است.
 شرکتها بازرگانی در سال ۱۹۹۰ مبلغ ۳۲/۳ میلیون دلار، در سال ۱۹۹۳ مبلغ ۱۲۵/۲ میلیون دلار، در سال ۱۹۹۶ مبلغ ۲۵۹ میلیون دلار و در سال ۱۹۹۷ مبلغ ۳۶۰/۱ میلیون دلار در زمینه آگهی های تبلیغاتی تجاری هزینه پرداخت کردند.
 همچنین امارات متحده عربی که یک مرکز عمده بازرگانی در خلیج فارس بشمار می رود در همین سال ۱۹۲/۵ میلیون دلار و در کویت ۱۷۲/۹ میلیون دلار در زمینه تبلیغات بازرگانی و تجاری کشاورزی کرده اند.

مصارف غیر غذایی از قرار هر کیلوگرم ۱/۰۵ دلار و بابت چوبی از جنس چوبی (بید + صنوبر تبریزی + چنار) از قرار هر کیلوگرم ۰/۳۰ دلار تعیین گردید. در این موارد سابقه نرخ گذاری وجود نداشته است.
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●

**مجموعه مقررات صادرات و واردات
 سال ۷۷ در سال جدید قابل اجراست.**
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●

گمرک / فروردین ۱۳۷۸
 تا ابلاغ مصوبات، بخشنامه ها و دستورالعملهای جدید از سوی وزارت بازرگانی، مجموعه مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۷۷ در سال ۱۳۷۸ معتبر و قابل اجراست. مدیرکل دفتر امور واردات گمرک با ارسال بخشنامه ای از کلیه گمرکات کشور خواست به این درخواست وزارت بازرگانی عمل کنند.
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●
کالاهای ممنوع صدور
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●
 کاغذ چاپ و تحریر و محصولات پتروشیمی در زمره کالاهای ممنوع صدور و موقوف به اجازه در سال هفتاد و هشت هستند. فهرست مذکور طی بخشنامه شماره ۲۰۰/۳۳۸۸ مورخ ۱۲/۲۶/۷۷ اداره کل مقررات صادرات و واردات وزارت بازرگانی اعلام شده است.

اخبار خارجی
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●

**سود شرکت صنایع زیر بنایی سعودی
 سال گذشته تنزل کرد**
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●

تهران - ایرنا ۲۹/۷۸
 سود شرکت صنایع زیر بنایی سعودی (سایبک) در سال میلادی گذشته (۱۱ دی ۷۶ تا ۱۰ دی ۷۷) در مقایسه با سال قبل از آن حدود ۵۶ درصد تنزل کرد و به ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون ریال سعودی (۵۳۹ میلیون دلار) رسید.
 به گزارش خبرگزاری فرانسه از ریاض، وزیر صنایع و انرژی سعودی و رئیس شرکت سایبک روز یکشنبه کاهش میزان سود این شرکت را به کاهش تقاضاهای جهانی برای مواد پتروشیمی نسبت داد. هاشم بن عبدالمعین امانی افزود: به دلیل رکود اقتصادی جهانی در سال ۱۹۹۸، تقاضا برای مواد پتروشیمی در بازار جهانی کاهش یافت و این کاهش بر فعالیت شرکت سایبک تأثیر گذاشت.
 در آمد شرکت سایبک در سال میلادی گذشته به ۱۸ میلیارد و ۴۹۴ میلیون ریال سعودی (۴ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار) رسید که در مقایسه با سال ۹۷ میلادی حدود ۲۳ درصد کاهش داشت.

**هشدار فائو نسبت به عظیم ترین خسارت
 به نظام کشاورزی جهان در سال ۲۰۰۰**
●○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○●

رم، ایرنا ۱۳/۰۷/۷۸
 سازمان خواروبار و کشاورزی ملل متحد (فائو) روز دوشنبه در هشدار جدیدی اعلام کرد سال ۲۰۰۰ که نظامهای رایانه ای و اطلاعاتی با مبداء تاریخ صفر روبرو می شوند بزرگترین زیان به نظام کشاورزی

برنامه ریزی جهت ارتباط صنایع و مطبوعات

مهدی اویارحسین مدیرکل روابط عمومی وزارت صنایع ضمن قبول برخی کاستی‌ها در مورد روابط وزارت صنایع و مطبوعات گفت: بعد از این سعی می‌شود ارتباط بیشتری بین وزارتخانه متبوع و ارباب جراید ایجاد شود.

وی ضمن اظهار اینک مطبوعات در حال حاضر بیشتر درگیر مسائل سیاسی شده و مسائل اقتصادی را به بوته فراموشی سپرده‌اند اعلام کرد از این به بعد هر دو ماه یک بار جلسات نشست مطبوعاتی با حضور مسئولین وزارت صنایع و سازمان‌های تحت پوشش در محل همین سازمانها انجام می‌پذیرد.

وی ابراز امیدواری کرد از طریق انعکاس مسائل مربوط به وزارت صنایع در مطبوعات بتوان ضمن استفاده از نظر و مشورت صاحب‌نظران اقتصادی و صنعت نسبت شفاف شدن مسائل مطروحه کمک نمود. همچنین با برنامه‌ریزی صحیح جهت برگزاری سفرهای استانی و غیراستانی برای خبرنگاران نسبت به افزایش اطلاعات جنبی جامعه اقدام کرد.

در این جلسه که در محیطی دوستانه برگزار شد مخبرین جراید نیز برخی انتقادات و مسائل ارتباط با سازمانهای ذی‌ربط را مطرح نمودند و اظهار امیدواری کردند تا از این به بعد جو به‌وجود آمده استمرار یابد.

بخشی از فهرست کالاهای وارداتی مشمول ضوابط قیمت‌گذاری و پرداخت مابه‌التفاوت در سال ۱۳۷۸

بخشی از فهرست و مبلغ مابه‌التفاوت کالاهای وارداتی (جدول شماره ۱)

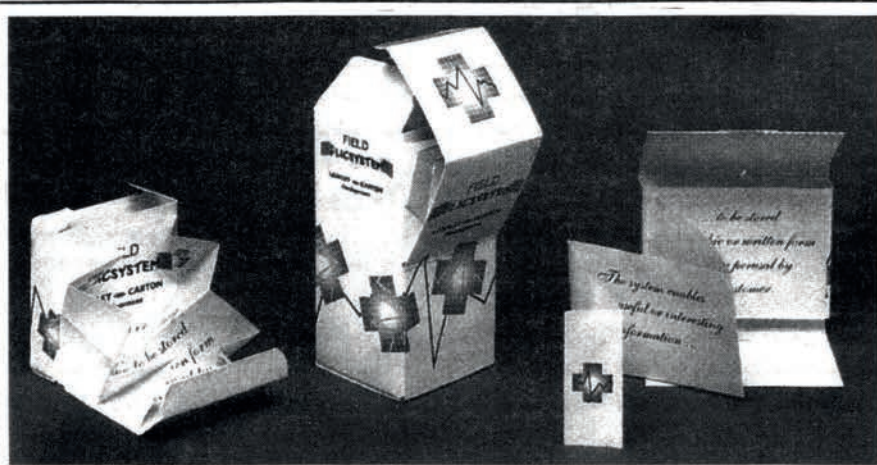
ردیف	نوع کالا	واحد	مبلغ مابه‌التفاوت (ریال)	ردیف تعرفه
۶	پلی اتیلن	کیلو	۲۰	۳۹/۰۱
۷	پلی پروپیلن	کیلو	۲۰	۳۹/۰۲
۸	پی‌وی‌سی	کیلو	۳۵	۳۹/۰۴

جدول شماره ۲: کالاهای وارداتی با ارزش شناور (۱۷۵۰ ریالی) و ارزش صادراتی سیستم بانکی (۳۰۵۰ ریالی) که مشمول ضوابط قیمت‌گذاری است.

ترخیص کلیه کالاهای وارداتی با ارزش شناور (۱۷۵۰ ریالی) و ارزش صادراتی سیستم بانکی (۳۰۵۰ ریالی) از گمرک موکول به ارائه مجوز سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است (به‌استثنای مواد اولیه، ماشین‌آلات و قطعات یدکی که رأساً توسط واحدهای تولیدی برای مصرف خود و تردد می‌کنند)

بخشی از فهرست کالاهای وارداتی (با هر نوع ارزش) مشمول ضوابط قیمت‌گذاری (جدول شماره ۳)

ردیف	نام کالا	توضیحات
۱۴	انواع کاغذ چاپ و تحریر	
۱۵	ورق حلب برای صنایع غذایی	



فرصتهای خلاقیت در روش بدیع اف، ال، آی، سی

Field Groups folding leaflet in carton (FLIC)

FLIC یک روش بسیار سریع برای ضمیمه کردن و جای‌گذاری جزوه‌های چندلا در داخل جعبه‌های مقوایی است که به عنوان انتقالی در زمینه جعبه‌های دارویی و بسته‌بندی‌های مقوایی پیشرفته معرفی شده است. سیستم FLIC ترکیبی است سودمند و باصرفه از یک جعبه مقوایی و جزوه‌ای که باید همراه آن ارائه شود. در این روش به محض باز شدن جعبه، جزوه داخل آن نمایان می‌شود. ضمن اینکه این جزوه به جعبه چسبانده شده است و به همین دلیل در جای خود تا خوردن و جای‌گیری جزوه در جای خود به دو صورت آکاردئونی (CROSS) و ستاره‌ای (star) می‌تواند باشد. همچنین محدودیتی در اندازه و شکل جعبه نیز وجود ندارد. روش FLIC به ویژه برای محصولاتی که مصرف آنها نیازمند اطلاعات و توضیحات مهم و اساسی است بسیار سودمند می‌باشد. در چنین سیستمی می‌توان کتابچه‌های کوچک اطلاعات و جزوه‌های چسبان را به بسته پیوند زد. ماشین مخصوصی که برای چسباندن جزوه‌ها به جعبه‌ها ساخته شده ظرفیت تولید دوازده میلیون جعبه در سال برای یک شیفت را دارا می‌باشد.



انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران نشریه خود را منتشر کرد.

اولین شماره «آوند» نشریه تخصصی انجمن صنایع سلولزی بهداشتی ایران منتشر شد. این نشریه به مدیر مسئولی سیفالله ملکی اداره شده و ترتیب انتشار آن ماهانه می‌باشد. شماره نخست این ماهنامه با مطالبی از معاون صنایع غیرفلزی وزارت صنایع، گفتگو با پیشکسوتان صنایع سلولزی بهداشتی، برخی دیدگاه‌های اقتصادی و قانونی، آمارها و خبرهایی از صنایع سلولزی در شانزده صفحه به چاپ رسیده است. به پدیدآورندگان این نشریه تبریک گفته و برای ایشان آرزوی موفقیت داریم.

آقای عارف شما هم که سنتی فکر می کنید

جناب دکتر عارف، وزیر محترم پست و تلگراف و تلفن، جنابعالی در برنامه تلویزیونی عیار (جمعه ۳۱ اردیبهشت) به عنوان برنامه‌های آینده خود در رابطه با شبکه جهانی اینترنت اعلام کردید که خطوط قوی مخابراتی در اختیار دانشگاهها خواهید گذاشت. شما حتی متوجه سوالات مکرر دکتر نهان‌دیان معاون وزیر بازرگانی نشدید که در پی اعطای امکانات بهینه برای بخش خصوصی و اشخاص حقیقی از سوی شما بود. جناب آقای وزیر، ماهنامه چاپ و بسته‌بندی به عنوان مجله تخصصی بسته‌بندی در ایران، اولین و تنها مرکز اطلاعات و پی‌گیری تحقیقات و موضوعات مربوط به صنعت چاپ و بسته‌بندی در شبکه جهانی اینترنت است. همچنین این ماهنامه که متعلق به هیچ دانشگاهی نیست با مطالبی که ارائه می‌کند راهنمای مراکز آموزش عالی و مراکز تحقیقاتی کشور نیز هست. آقای وزیر عزیز، نیازهای بخش خصوصی است که علوم کاربردی را هدایت می‌کند. به نظر شما که در واقع وزیر ارتباطات هستید چند درصد کاربران واقعی اینترنت در دنیا از مراکز آموزشی و تحقیقاتی هستند. پسوند های *com* و *net* بیشتر است یا *org* و چند درصد پسوند های *org* مراکز آموزشی تشکیل می‌دهند. آقای وزیر آیا هیچگاه تحقیق کرده‌اید که از شماره‌های پست الکترونیک که به اساتید دانشگاهها یا دیگر مراکز دولتی اعطا شده چقدر استفاده شده‌است. برخی از مدرسان و مسئولان

همان دانشگاههایی که شما بطور سنتی در تقسیم تکنولوژی به آنها اولویت می‌دهید حتی از کار کردن با کامپیوتر عاجز هستند تا چه رسد به شبکه جهانی اینترنت. آیا بخش خصوصی این بار هم باید اسیر اولویت دادن به بخش تنبیل عمومی باشد. این نوع برنامه ریزی سنتی و به دور از واقعیت‌های جهانی از سوی وزیری فرهیخته چون شما بسیار مایوس کننده است. امروز بخش خصوصی طلایه‌دار بهره‌وری از اطلاعات روز است. امروز شرایط علمی، اجتماعی و اقتصادی جهان به گونه‌ایست که بسیاری از نخبگان جوان که توانایی حرکت در مسیر پر شتاب دانش روز را دارند در خدمت بخش خصوصی قرار گرفته‌اند از طرفی مجموعه شرایط زندگی، تحصیل و سیستم آموزشی ایران امکان بهره‌وری صددرصد از فعالیتهای فوق برنامه و یا تحقیقاتی در مراکز آموزشی را فراهم نمی‌کند.

هم اکنون به وضوح روشن است که بخش خصوصی در زمینه استفاده از شبکه‌های اطلاع‌رسانی بسیار بسیار جلوتر و موفق‌تر از بخش عمومی است. این پیشرفت در حالی است که همواره سیاست‌گذاری‌های دولتهای ایران طی دو دهه اخیر بر تقویت بخش دولتی تأکید داشته‌است. متأسفانه در بیانات جنابعالی نیز تداوم این سیاست مشهود بود. حنا و وزیر؛ امروز دیگر تفکر دولت‌سالارانه راهکاری غیر عملی است. کشور در سایه رشد تک‌تک اشخاص حقیقی آن است که می‌تواند رشد واقعی داشته باشد و رشد واقعی را نمی‌توان فقط در دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی (بخصوص در ایران) یافت.

بخواهید که پیشرو باشید. در حالی که بسیاری از درهای فرهنگ و صنعت و تجارت کشور در حال باز شدن به سوی دنیای خارج بوده و مقدمات اعطای بخش وسیعی از اختیارات دولت (بویژه در بخش صنعت) به بخش خصوصی فراهم آمده، شما نیز آن تفکر سنتی را کنار گذاشته و خود را آماده تجهیز بخش خصوصی به ابزار اطلاعاتی کنید. چرا که امروز مجالی برای متوقف کردن علم و اطلاعات در دانشگاهها وجود ندارد و علم و آگاهی باید در دسترس عاملان آن قرار گیرد و تجربه و اشتیاق فراوانی که بخش خصوصی و اشخاص حقیقی در ارتباط با شبکه اینترنت به دست آورده‌اند خود گواه این مدعاست.

صنایعی رشد نیافته مانند صنعت بسته‌بندی که حتی یک کرسی ثابت در دانشگاه‌های کشور ندارد و اولین و آخرین مرجع آن یک ماهنامه تخصصی یک و نیم ساله است چقدر باید منتظر بماند تا آنچه که تا به حال به وقوع نپیوسته بر اثر معجزه وزارت پست و تلگراف و تلفن صورت واقعیت به خود گیرد. آیا صنعت کشور در آستانه حرکت اصلاح‌طلبانه خصوصی سازی باید باز هم شاهد اعطای امکانات به بخش عمومی باشد.

جای دریغ است اگر این فرزندخوانده پر تلاش دولت (بخش خصوصی و اشخاص حقیقی) آنقدر منتظر بماند تا فرزندان واقعی ولی کند و پر ادعای دولت یعنی بخش عمومی و مراکز آموزشی به یمن حمایت پدر خود تمام اولویتهای آن خود کنند. انشاءالله نگرش‌های جنابعالی نسبت به جامعه‌ای که بخشی از اختیار آن را در دست گرفته‌اید بر اساس واقعیت و حقیقت باشد.

یک فرصت استثنایی برای همه ما

برای ما (ماهنامه چاپ و بسته‌بندی) که بتوانیم بیش از پیش به کشور خود خدمت کنیم.

و برای شما که توانایی در خود سراغ دارید و یا چرخه از چرخهای پیشرفت کشور را می‌چرخانید.

ماهنامه چاپ و بسته‌بندی پذیرای آخرین خبرها از وضعیت بخشهای صنعت و خدمات بسته‌بندی کشور است.

- اگر ماشین جدیدی ساخته‌اید.
- اگر خدمات جدیدی به فعالیت خود افزوده‌اید.
- اگر موفقیتی کسب کرده‌اید.
- اگر آمار جالبی از فعالیت خود دارید.

که اعلام آن، وضع شما یا شهر شما و یا کشور را متحول خواهد کرد، خبر آن را برای این ماهنامه بفرستید + یک عکس از موضوع خبر این فرصت استثنایی تا سه نوبت به صورت رایگان در اختیار شماست.

از همین امروز با نگرشی برنامه‌ریزی شده به وضعیت خود، جایگاه خویش را پیدا کنید و در صحنه صنعت ایران و جهان خبرساز شوید.

این فرصت بی نظیر

برگزیده خبرهای رسیده به این ماهنامه روی شبکه جهانی اینترنت قرار خواهند گرفت.

پیش از ارسال خبر توجه به نکات زیر الزامی است:

- ماهنامه چاپ و بسته‌بندی از پذیرش خبرهای شفاهی معذور است.
- شایسته است خبرهایی ارسال شود که برای دست‌اندرکاران صنعت چاپ و بسته‌بندی کشور و یا مصرف‌کنندگان آنها مفید باشد.
- شایسته است در خبر ارسالی از عبارات غیر خبری همچنین اغراق و زیاده‌گویی پرهیز شود.
- شایسته است خبرهای مربوط به پیشرفت‌ها یا نوآوری با تکیه بر استانداردها و مقیاسهای تأیید شده داخلی و خارجی باشد.
- شایسته است برای اعلام خبر موفقیت‌هایی که نیاز به مجوز کتبی دارد (نظیر اخذ استاندارد) رونوشت مجوز نیز ارسال شود.
- ماهنامه چاپ و بسته‌بندی در انتخاب خبرهای رسیده جهت انتشار در مجله یا شبکه اینترنت مختار است.
- مسئولیت خبر ارسالی به عهده فرستنده خبر می‌باشد.
- خبرها را به صورت تایپ شده و روی سربرگ خود ارسال کنید.
- به یاد داشته باشید خبرهای مفید و مختصر، خوانندگان بیشتری دارند.

ماهنامه چاپ و بسته‌بندی با سه وسیله زیر آماده دریافت خبرهای شماست.

صندوق پستی تهران ۱۴۷۸ - ۱۳۱۴۵ (بهترین وسیله) دورنویس ۶۴۹۲۵۹۲ - ۰۲۱ پست الکترونیک iranpack@iran-central.net

*In the name of God
the Beneficent the merciful*

On the cover:

Automatic thermography.

a new out come of salahi's printhead.

First center for thick printing with thermography method automatically with high speed.

printing with 4 colours machine, binding, dull and shining UV

phone: +98 21 671673-6717970

Fax:6714773

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

- Points(with excuse to particle no-35 of budget proforma) 1
- Second Iranian printing festival 3
- Second Iranian printing festival, Accord to festival committee 5
- Announcement of Jury's of the second printing festival 6
- Main issues of printing industry from the view points of Iran-Rotatio company management 7
- Key therminology of printing industry (last part) 8
- Teaching flexography technics (second part) 10
- Colours(11th part) 12
- Yesterday's, today's and tomorrow's Packing (second part) 13
- E.V.O.H an alternative for alluminium 14
- Cooperative minister headache's and view points of Chaap-O-Bastebandi monthly 18
- Printing and Packing has been announced as investment prioritiles .. 19
- Complication in the field of Industrial competion (an interview with head of Producer of packing machines of Italy) 20
- A look to the opportunities seminar of investment in petrochemical industry in Iran 21
- Becoming familiar with useful methods of packing in today's world(3) 22
- View points of Mr. Allasghar Tale (engineer) Reseacher in the field of packing 26
- Detailed booklogy (Introducing 3 books) 29
- Domestic and forelgn news 35
- Mr. Aref, You also think fundamentally 42
- A rare opportunity 42

CHAAP O BASTEBANDI

(Print and Packing Monthly Magazine)

1st year, No. 11, Nov & Dec 1998

Editor in chief & Chairman:

Reza Noorael

P.O.Box: 13145-1487 Tehran.Iran

Tel: +98 21 6410824 fax: +98 21 64192592

Email: iranpack@iran-central.net

Articles printed are not necessarily viewpoints of the magazine's staff. Received articles are subject to edit or improve.

SECOND IRANIAN PRINTING FESTIVAL ACCORDING TO FESTIVAL COMMITTEE.

First the competition and the second exhibition the Main part of Festival was the competition for choosing the best printed matter printed in the year 98-99. In this Round of festival 754 subject was sent to the committee out of which 178 was in the Litho 6 raphy / 348 in the Offset lithography printing / 75 in the Flexo printing / 11 in the gravure printing / 25 in the Screen printing / 6 in the Binding / 9 in the other parts , 87 in the production manage ment and the 15 remaining to the special export division. After the primary studies finally 238 were let to the competiton part out of which the jury choose 37 of them for off set / 8 in flexo / 12 For preparation / 3 in other parts and divisions as the Final winners of the festival. exhibition of the specific printing.

In this part 240 books in different fields of lettering/ preparation / binding / different printing methods, preparing 6 books /..... etc was introduced. these books were in English and German languages. Next to some of these books some Nut shells and summaries were put to let the partic ipants know about their contents.

NEWS

Opening of the production line of hygine tin.

New line of hygine tin in tabriz was opened by presence of Mr Shafeie the minister of industry.

With start of this production line annually 60 million of different cans can be produced and be introduced to the domestic as well as foreign markets.

This unit previously was producing 3 millon numbers of 3.5 and 17 killo grams cans. The industry minister which ws travelling to Eastern Azerbnaijan province due to 1 st of May also inspected the Machine Producing of Tabriz as well as some other industrial and production lines.

5th conference of iranian export will be held in tabriz.

5th conference of iranian export with the head topic of "The role of economical structure rectification in improvement of expot " will be held in Tabriz on 12 and 13 th of August 1999 in commerce room of tabriz.

The chief staff of Eastern Azerbaijan commerce said: in this conference, VIP,s and the participants persons in this field as well as managers and directors of the industrial and economical bodies will discuss the applied ways to reach better economical situations.

First exhibition of Saudi Arabia products will be held in Iran.

First Saudi - Arabia products will be held in iran in November of 1998 in Teheran.

Abdulah Mahfooz the head of managemnt of Saudi - Arabia exhibitions in an interviriw with Al - shargh - Al osat magazine predicted that more than 400 industrial plant will participate in tmis exhibition.

He emphasised on Iran as an strategic market for saudi exporters and said not only Iran is a good market for introducing our products but a good opening for our products introduction to thr newly independant countries.

According to the paper two countries has signed 14 joint ventures with 275 million US dollars out of which 77.3 percent will be saudi - Arabias share.

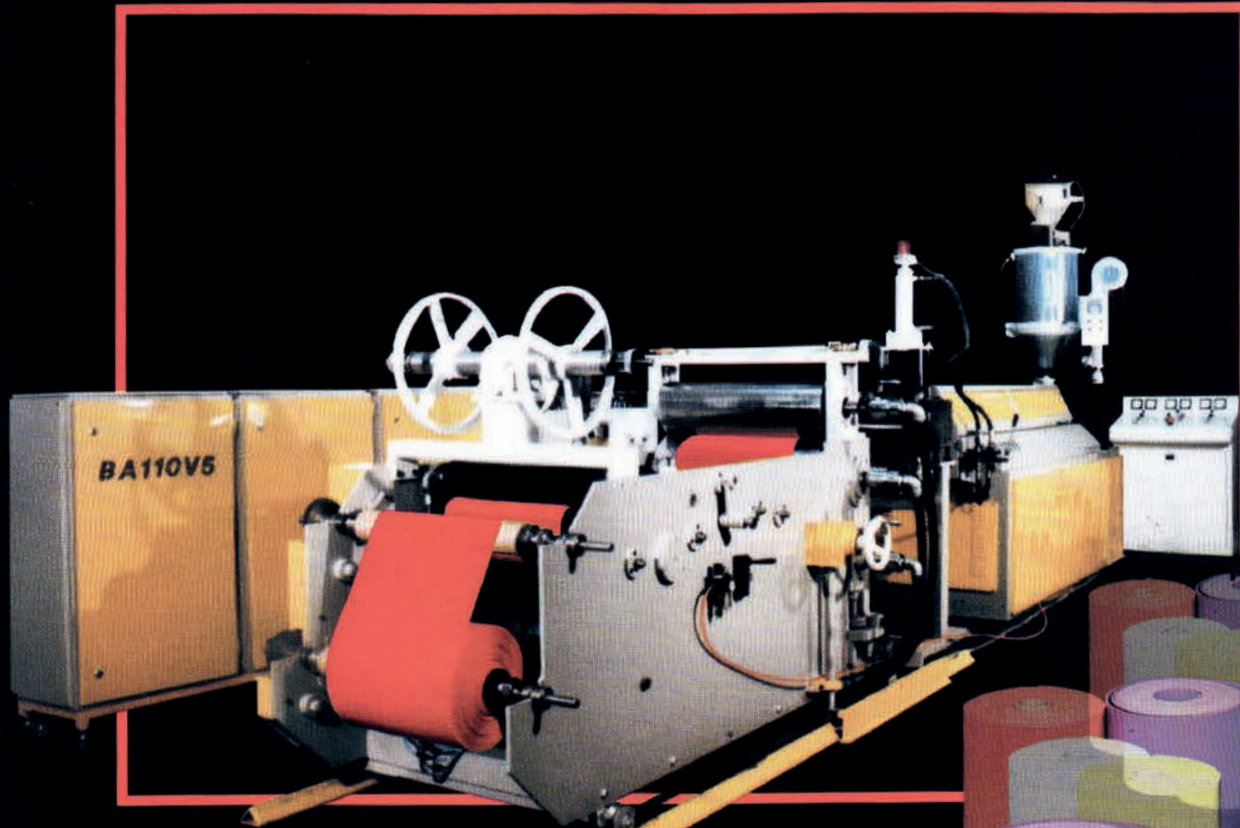
Latest know - hews in plastic industry will be transfereed from germany to Iran.

After the econohmical - political improvements between iran - German govern ments German Bayer company will transfer its latest thchnics in the field of rubber and plastic to Iran in the "Rubber technical conference."

Mr Fritz Yorgen Kohler pointed to the Bayer company abilties in the field of hgine and medicine and diagnosis, agriculture, pilimers, chemicals and Agfa and added that Germany is one of the biggest producers of synthetic rubber and chemical rubber products and produce almost 400 product in the field of synthetic rubber, primary glue materials, chemical rubber materials, latexes, poly mers additives and chemical rines. He pointed to the research place in promotion of the products quality and told: his company spends 4 Milliard marks annually for research to keep his place in the global market and improve ment of its product qualities.

Mr Matois Bodenberg the head of Irano German joint desk said: after an Iranian business delegate tripped to germany, very soon an economical delegation from Germany will come to Iran to promote Iranian - German economical - industrial cooperations.

Foreign Companies and Institutes, working in the field of packing industries, are informed that they can advertise and make themselves known in Iran's market and Industries through "CHAP O BASTEBANDI" monthly magazine.



بهین پلاستیک



Behin plastic Co.

پیشرو در تولید ورق پلاستیک ABS, PS, PP, PE
و ظروف بسته بندی

FACTORY: No.39, 3rd. St. Sazman-e-Ab Ave. Tehran/ 16589 /IRAN Tel&Fax:7339980
کارخانه تهران ۱۶۵۸۹ تهرانپار س. خیابان سازمان آب، خیابان سوم، شماره ۳۹. تلفن و فکس: ۷۳۳۹۹۸۰



شرکت

پرنیان چاپ

- چاپ ، لمینیت ، واکس و تبدیل
- انواع لفافه‌های بسته‌بندی

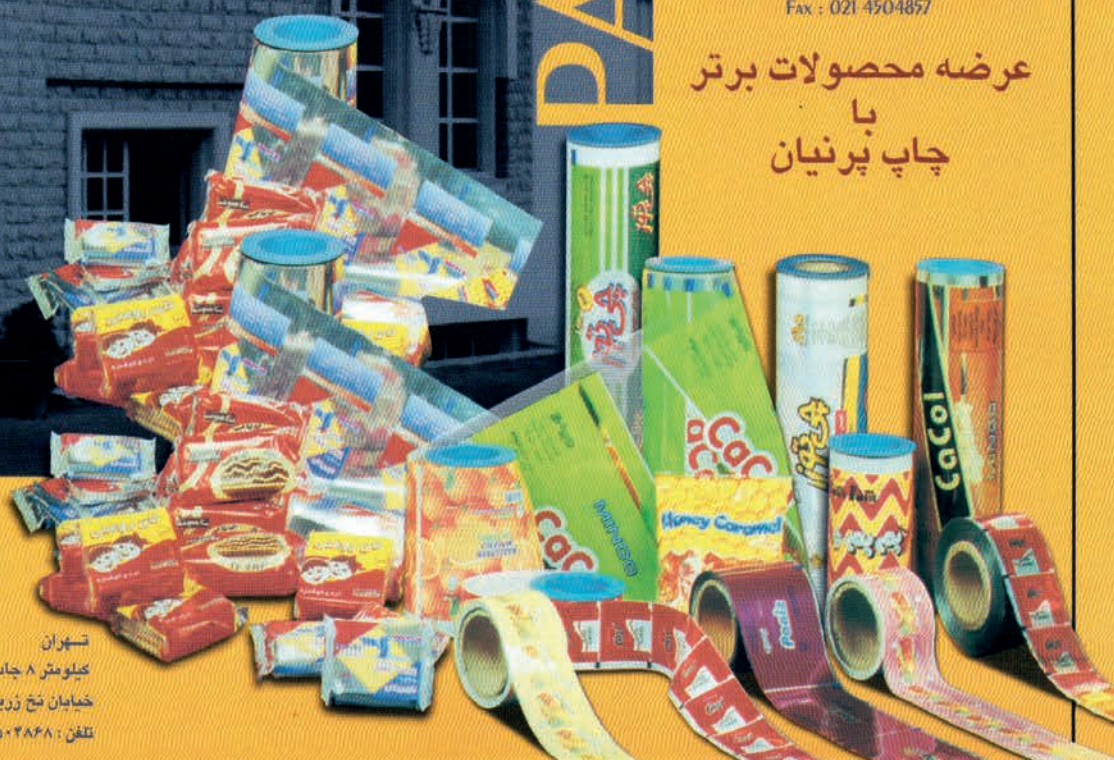
پرنیان چاپ با اعتقاد به اینکه عقب ماندن از تکنولوژی رقابت فردا را دچار مشکل خواهد کرد با بکارگیری تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته و بهره گیری از دانش فنی و یافته های روز و با کمک نیروی انسانی کارآمد همراه با مدیریتی آگاه ، ضمن افزایش کمی و کیفی تولید توانسته زمان انجام سفارشات ، و هزینه های تمام شده را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

PARNIAN CHAP CO. (LTD)

CONVERTING & PRINTING HOUSE
Flexible packaging
films and papers
Tel : 021 4504868 (3 L.) 4503898
Fax : 021 4504857

عرضه محصولات برتر
با
چاپ پرنیان

PARNIAN CHAP



تهران

کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج ، مقابل شهاب خودرو

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

فکس : ۲۵۰۴۸۵۷

تلفن : ۳۵۰۴۸۶۸ - ۳۵۰۴۸۹۸