

# ماہنامہ کارپسٹنڈی

Print & Packing monthly magazine

سال دوم ۱۳۷۸ شماره ۲۲ قیمت ۴۰۰ تومان



# دوره‌های کوتاه‌مدت «از طراحی تا چاپ»

## (نظارت امور چاپ و انتشارات)

### آیا می‌دانید...؟

آیا می‌دانید چاپ صنعت پنجم جهان است؟

آیا می‌دانید تکنولوژی چاپ به کجا رسیده است؟

آیا می‌دانید تصویر در ماشین فتوکپی چگونه بوجود می‌آید؟

آیا می‌دانید اساس کار چاپگرهای کامپیوتری چگونه است؟

آیا می‌دانید چطور میتوان هزینه‌های یک کار چاپی را پائین آورد؟

آیا اصطلاحات رایج چاپ و لیتوگرافی در ایران را می‌شناسید؟

آیا اصطلاحات صحیح و بین‌المللی چاپ را می‌دانید؟

آیا می‌دانید انتقال و تکثیر تصاویر جزء ارکان عصر ارتباطات است؟

آیا می‌دانید چاپ دیجیتال چیست؟

آیا سیستم‌های چاپ را میشناسید؟

آیا می‌دانید برای هر روش چاپ چگونه باید طراحی کرد؟

آیا می‌دانید چاپ جزء اولویت‌های سرمایه‌گذاری کشور قرار گرفته است؟

آیا می‌دانید برای یک پروژه چاپ بسته‌بندی از کجا باید شروع کرد؟

آیا می‌دانید چه عواملی در محاسبات پروژه‌های بسته‌بندی نقش دارند؟

آیا روش‌های چاپ صنعتی را می‌شناسید؟

آیا روش‌های نمونه‌گیری و کاربردهای آنها را می‌شناسید؟

دوره‌های «از طراحی تا چاپ» (نظارت امور چاپ و انتشارات) یعنی

همه چیز درباره چاپ، تکثیر و انتقال تصاویر و نوشته‌ها

بار دیگر بر آن شده‌ایم که دوره‌های کوتاه‌مدت نظارت فنی چاپ و انتشارات را از سر بگیریم و آن را تا مدت محدودی

ادامه دهیم. (مانند چهار سال پیش)

شما را به شرکت در این دوره‌ها دعوت می‌کنیم.

شرکت در این دوره برای عموم علاقمندان آزاد است.

### از طراحی تا چاپ ۱

مواد آموزشی: شناخت طرح اجرایی (آرت‌ورک) و انواع آن / ویژگی‌های یک طرح اجرایی خوب / انواع روش‌های چاپ / انواع واسطه‌های چاپ / انواع عملیات آماده‌سازی (پیش از چاپ) / روش‌های صحافی /

واژه‌های تخصصی و حرفه‌ای مربوطه / قوانین مربوطه

بازدیدها: عملیات لیتوگرافی، انواع چاپ افست و انواع صحافی

مدت دوره: ۳۰ ساعت / یک ماه و نیم / شهریه دوره: ۲۴۰۰۰۰ ریال

### از طراحی تا چاپ ۲

(سیستمها و ابزار دیجیتال در چاپ)

مواد آموزشی: ورودی‌ها و خروجی‌های تصویری کامپیوتر / اساس آرت‌ورک‌های کامپیوتری / گروه‌بندی برنامه‌های گرافیکی چاپ در کامپیوتر / ماشینهای فتوکپی و روش کار آنها / انواع روش‌های چاپ دیجیتال (چاپ کامپیوتری)

بازدیدها: اسکتر سیلندری، امیج‌ستر، چاپ دیجیتال، نمونه‌گیری دیجیتال

مدت دوره: ۳۰ ساعت / یک ماه و نیم / شهریه دوره: ۳۰۰۰۰۰ ریال / پیش‌نیاز: از طراحی تا چاپ ۱

### مدیریت پروژه چاپ بسته‌بندی

مواد آموزشی: هدایت پروژه بسته‌بندی / طراحی برای بسته‌بندی / محاسبات اقتصادی / محاسبات صنعتی / محاسبات اجتماعی / انواع چاپ‌های صنعتی / انواع چاپ‌های بسته‌بندی / نمونه‌گیری و آزمون بازار

بازدیدها: چاپ فلکسو، چاپ روتوگراور، چاپ بالشتکی، چاپ افست خشک، جعبه‌سازی، دای کات

مدت دوره: ۳۰ ساعت / یک ماه و نیم / شهریه دوره: ۳۰۰۰۰۰ ریال / پیش‌نیاز: از طراحی تا چاپ ۱

### تخفیف در شهریه‌ها:

۱. ثبت‌نام یکجا برای دو یا سه دوره / ۱۰ درصد

۲. مدرسین، دانشجویان و هنرجویان چاپ و کارکنان چاپخانه لیتوگرافی / ۳۰ درصد

۳. مدرسین، دانشجویان و هنرجویان گرافیک، دانشجویان علوم ارتباطات، اعضای انجمن طراحان گرافیک و انجمن کانونهای تبلیغات / ۲۰ درصد

۴. ایثارگران و جانبازان / ۱۰ درصد (تخفیف این مورد قابل جمع با تخفیف‌های دیگر است)

جهش از دوره پیش‌نیاز مستلزم موفقیت در آزمون پایان دوره است. این آزمون بدون گذراندن دوره پیش‌نیاز نیز انجام پذیر است. هزینه شرکت در آزمون دوره پیش‌نیاز (بدون گذراندن دوره) ۳۰۰۰۰۰ ریال است. با توجه به ظرفیت محدود هر دوره، متقاضیان بر اساس اولویت ثبت‌نام کلاس‌بندی خواهند شد.

محل ثبت‌نام:

دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی / تهران، خیابان وصال شیرازی، خیابان ایثار، تیش خیابان قدس، شماره ۱۲۸

تلفن: ۸۸۶۱۹۱۱

مدارک مورد نیاز: اصل میبع شهریه + یک قطعه عکس + یک برگ فتوکپی شناسنامه + اصل مدرک مربوطه یا معرفی‌نامه برای استفاده از تخفیف (در صورت استفاده از تخفیف)

### دومین دوره

### «از طراحی تا چاپ»

دومین دوره کلاس‌های «از طراحی تا چاپ» با حضور ۱۹ نفر در محل دانشگاه تربیت مدرس از ۱۲ تیرماه الی ۱۱ مردادماه به کار خود پایان داد.

رضا سروانی مدرس کلاس‌های موفق ضمن گفت‌وگویی با خبرنگار صنعت چاپ، با اعلام این مطلب افزود: ترکیب شرکت‌کنندگان دوره دوم نشان‌دهنده نیازها و نوع مراکز و افرادی است که با چاپ سر و کار دارند. هر ساله، شرکت‌کنندگان این دوره چند ساعت، صحافی، هنرچاپ، بسته‌بندی، چاپ، چاپ دیجیتال، طراحی گرافیک، روزنامه‌نگاری و سایر رشته‌های فنی دیده می‌شوند. وی افزود: به علت آشنایی قبلی شرکت‌کنندگان با چاپ، سطح و کیفیت کلاس بالاتر از دوره‌های قبلی بود و مسائل مطرح‌شده طی این دوره فشرده و تخصصی‌تر بود.

این دوره چاپ فلکسو و نظیر آن پیش‌بینی شده بود که برای این منظور شرکت‌کنندگان چاپ و بسته‌بندی و سایر رشته‌های فنی دیده می‌شوند.

### دوره آموزش از طراحی تا چاپ



### بازدید کارآموزان سومین دوره نظارت چاپ و انتشارات دانشگاه تربیت مدرس از موسسه کیهان

کیهان با توضیحات مسئولین هر یک از قسمتها با کار چاپ روزنامه آشنا شدند. این بازدید یکی از جلسات آموزشی این دوره کارآموزان محسوب می‌شود. در این بازدید، کارآموزان نظارت چاپ و انتشارات بصورت متوالی توسط دفتر گرافیک دانشگاه هنر دانشگاه تربیت مدرس برگزار می‌شود.

دوره آموزشی «از طراحی تا چاپ» در دانشگاه تربیت مدرس برگزار شد. در این دوره، کارآموزان با مبانی طراحی و چاپ آشنا شدند. در ادامه، کارآموزان به بازدید از واحدهای مختلف چاپخانه و شرکت‌های چاپی پرداختند. در این بازدید، کارآموزان با تجهیزات و فرآیندهای مختلف چاپ آشنا شدند. همچنین، کارآموزان با متخصصان صنعت چاپ گفت‌وگو کردند و از تجربیات آن‌ها بهره‌مند شدند.

این بازدید در راستای ارتقای مهارت‌های کارآموزان و آشنایی آن‌ها با فرآیندهای واقعی چاپ و انتشارات انجام شد. کارآموزان در این بازدید، با چالش‌ها و فرصت‌های این صنعت آشنا شدند. همچنین، کارآموزان با اهمیت نقش چاپ و انتشارات در جامعه آشنا شدند.

این بازدید در راستای ارتقای مهارت‌های کارآموزان و آشنایی آن‌ها با فرآیندهای واقعی چاپ و انتشارات انجام شد. کارآموزان در این بازدید، با چالش‌ها و فرصت‌های این صنعت آشنا شدند. همچنین، کارآموزان با اهمیت نقش چاپ و انتشارات در جامعه آشنا شدند.

## به نام خداوند بخشنده مهربان



## سال نو مبارک



## گشت و گذاری در ششمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی

تهران ۲۶ تا ۳۰ بهمن ۱۳۷۸

ششمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال نیز مانند سال‌های گذشته آرام و بی‌صدا برگزار شد. ظواهر امر این طور نشان می‌دهد که این نمایشگاه راه خود را می‌رود و هیچ واقعه‌ای (نظیر انتخابات) تأثیر خاصی روی آن نمی‌گذارد. درست مانند یک آدم بی‌تفاوت. شخصیت یک نمایشگاه تابع شخصیت برگزارکننده آن است و بی‌تفاوتی فراگیر نبودن نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نشان از بی‌تفاوتی برگزارکننده آن است. صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران و جهان بزرگانی دارد که بسیاری از آنها حاضر به شرکت در نمایشگاه فعلی نیستند و غرغه‌گذاران با سابقه این نمایشگاه نیز یکی یکی از جمع نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی جدا می‌شوند. البته صورت ظاهر این طور نشان می‌دهد که نمایشگاه هر سال با متقاضیان بیشتری روبرو است. حقیقت نیز همین است. صنعت بسته‌بندی و چاپ ایران همچنان در حال رشد است و هر سال ده‌ها تولیدکننده و مرکز خدماتی به جامعه چاپ و بسته‌بندی ایران افزوده می‌شوند. حقیقت گسترش بخش بسته‌بندی است و واقعیت نیز این است که برگزارکننده نمایشگاه توجه چندانی به گسترش نمایشگاه نکرده و هم مقدم با توسعه صنایع چاپ و بسته‌بندی حرکت نمی‌کند. البته این صورت مسئله است و شاید برگزارکننده نمایشگاه نیز دلایلی برای شیوه کار خود داشته باشد که باید آن را شنید. هر چند که مسئولان برگزارکننده این نمایشگاه اغلب اوقات از ارائه گزارش و صحبت در خصوص چند و چون نمایشگاه شانه خالی می‌کنند.

در هر حال نمایشگاه امسال نیز مانند سال‌های گذشته با تکیه بر ارتباطات داخلی صنعت بسته‌بندی و نیاز روز افزون صنایع کشور بدون بازدیدکننده نماند بلکه بازدیدکننده بیشتری نیز داشت. هر چند که با توجه به موضوع آن انتظار نمایشگاهی بزرگتر و استقبالی گسترده‌تر از آن می‌شود. در راستای ادای وظیفه خود به گشت و گذاری در ششمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی پرداختیم که چکیده آن در ادامه می‌آید.

### ■ صنایع بسته‌بندی شفاف

غرفه شرکت شفاف مملو از جعبه‌های معروفی است که در انواع مغازه‌های شهر دیده‌ایم. انواع کارتن‌های تلویزیون، مونیتر، لوازم خانگی، ... که توسط این شرکت لمینیت و دای‌کات شده‌اند. غرفه شرکت شفاف و سحاب به نوعی درهم ادغام شده‌اند که نشان از همکاری و همزیستی مسالمت‌آمیز این دو شرکت با هم دارد.

مجید کربلایی توضیح می‌دهد: «استقبال خوب بود. دلیل آن نیز نوع کار ما است. ما در این کارتن‌های بزرگ مانند کارتن تلویزیون به موفقیت‌های جدیدی رسیده‌ایم.» وی در خصوص غرفه اشتراکی خود با شرکت سحاب گفت: «سحاب بزرگترین اندازه چاپ را و ما نیز بزرگترین لمینیت (۱۴۰ سانتی‌متر) و دای‌کات فکی (۱۶۵×۱۳۵ سانتی‌متر) را داریم. بنابراین رابطه کاری خوبی با یکدیگر داریم و در آینده نیز به صورت گروه فعالیت خواهیم کرد.» کربلایی درباره رشد شرکت از پارسال تا امسال گفت: «توان تولید را

- گشت و گذاری در ششمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی (گزارش)..... ۱
- دست‌اندرکاران چاپ و بسته‌بندی از مشکلات می‌گویند (گزارش)..... ۸
- ایده‌ها نیاز به تکنولوژی ندارند (میزگرد)..... ۱۰
- رنگ در بسته‌بندی (بخش چهارم)..... ۱۳
- دفاع از بازار مقوا..... ۱۴
- زیر ذره‌بین (راجع به محصولات ژنتیکی)..... ۱۸
- بسته‌بندی‌های مایکروویو (بخش دوم)..... ۲۰
- آشنایی با مراکز تخصصی بسته‌بندی (انستیتو حرفه‌ای‌های بسته‌بندی IOPPP)..... ۲۲
- آشنایی با مراکز تخصصی بسته‌بندی (مجمع بسته‌بندی مقوایی PPC)..... ۲۵
- اخبار داخلی و خارجی..... ۲۸

### ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

سال ۱۳۷۸ شماره ۲۳

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر

رضا نورانی

تهران، خیابان وصال شیرازی، خیابان ایتالیا،

نیش خیابان قدس، شماره ۱۲۸، طبقه دوم

صندوق پستی: ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵

تلفن: ۸۹۵۱۹۱۱ فکس: ۸۹۵۱۹۱۴

●● تلفن امور مشترکین: ۷۵۲۲۶۴۴ ●●

● نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۲۵۷۵۱۷ - ۰۳۱

● دفتر فروش رشت: تلفکس: ۲-۰۱۲۴۰۰۱۳۱ - ۰۱۳۱

روابط عمومی: امین زردوزی

مطلب چاپ‌شده لزوماً نقطه‌نظر این نشریه نمی‌باشد.

نشریه در اصلاح مطلب وارده، آزاد است.



کامپیوترهای صنعتی (PLC) است.» علاقه‌بند درباره اهمیت ترموفورها در صنایع ایران اظهار داشت: «ترموفورها نقش مهمی در صادرات مواد غذایی و دیگر محصولات ما خواهند داشت و به واقع ما در طراحی و تولید این ماشین آلات رونق صادرات غیرنفتی بهبود و بازاریابی محصولات کشور را نیز مدنظر داشته‌ایم.»

مدیرعامل ماشین‌سازی حداد در خصوص فعالیت‌های دیگر این شرکت اضافه کرد: «ما تیمی تدارک دیده‌ایم که در بخش بازرگانی فعالیت می‌کنند و تجربه‌های علمی خوبی دارند. در این راستا سعی کردیم مشاوره‌هایی در موضوع تخصصی خود به مشتریان ارائه کنیم و چشمداشتی نیز نداریم.» وی همچنین درباره برنامه‌های آینده شرکت حداد گفت: «برنامه بلند مدتی برای ساخت ماشین‌های بسته‌بندی با استانداردهای بالا داریم. در همین راستا نیز ماشین‌های جدیدی در برنامه تولید قرار گرفته‌اند که به زودی به بازار خواهند آمد.»

#### ■ سپیدصال

شرکت سپیدصال در رابطه با تجهیز سیستم‌های چاپ فعالیت می‌کند. مهندس خادم در رابطه با انگیزه‌های تأسیس شرکت گفت: «شرکت ما بعد از جمع بندی‌های که یک گروه مهندسی از وضعیت صنعت چاپ کشور داشت با توجه به خلأ موجود در این بخش تصمیم به متمرکز ساختن توان خود در این بخش نمود و بدین ترتیب شرکت به وجود آمد.»

این شرکت در نمایشگاه دو دستگاه با دو کارکرد مختلف را به نمایش گذاشته بود دستگاه مونتاژ کلیشه و دستگاه ویکسوزیته‌سخت مرکب.

خادم در رابطه با لزوم استفاده از دستگاه مونتاژ کلیشه گفت: «درحالی که از این دستگاه استفاده نمی‌شود بخصوص در روش چاپ فلکسوگرافی کلیشه به صورت دستی بر روی دستگاه بسته می‌شود و امتحان کیفیت کلیشه‌ها بر روی خود دستگاه با استفاده از اتلاف مقدار قابل توجهی فیلم صورت می‌گیرد وقت بسیاری هم از دست رفته و دستگاه مدتی برای کاری غیر تولیدی مشغول به کار است.»

خصوص پالت‌های جدید خود نیز توضیح می‌دهند: «امسال پالت جدیدی برای بارهای سنگین آورده‌ایم که به صورت یک تکه است. این پالت تحت استاندارد CE اروپا است و برای آن ساخته شده است. زیرا استاندارد CE می‌گوید سطح روی پالت‌های مخصوص حمل مواد غذایی و بهداشتی باید صاف باشد.» عباس قهاری اضافه کرد: «ما برای طراحی پالت‌های خود هزینه زیادی می‌کنیم. نمونه آن پالت‌های سبک با مقاومت بالا است که با هزینه بسیار زیاد طراحی شده و به مرحله تولید رسیده است.» قهاری همچنین در خصوص پرکن جدید پیکره توضیح داد: «ماشین کیسه پرکن ساخت شرکت پیکره است و انواع محصولات دانه‌ای (گرانول) را در کیسه‌های ده کیلو تا یکصد کیلو پر می‌کند. در این خصوص با پتروشیمی تبریز نیز صحبت‌هایی شده است.»

#### ■ ماشین‌سازی حداد

ماشین‌سازی حداد امسال با محصولات جدیدی به نمایشگاه آمد. ترموفورهای مخصوص مواد غذایی تکفزه، محصولات صنعتی و لوازم پزشکی از جمله نوآوری این شرکت در نمایشگاه بود. مهندس محمدعلی علاقه‌مند مدیرعامل شرکت حداد استقبال بازدیدکنندگان را خوب دانست و در خصوص مسائل مربوط بکار خود گفت: «ترموفورها ماشین‌های پیچیده‌ای هستند با این حال ما با ورود به این موضوع سخت به موفقیت‌های دست پیدا کردیم. اکنون ما سعی داریم اعتماد خریداران را به تولیدات خود جلب کنیم و استقبال بسیار خوب بوده است. صحبت‌های گسترده‌ای شده است که پس از نمایشگاه در شکل جدی‌تر دنبال خواهد شد. در حال حاضر نیز مشغول آماده کردن سفارشات خارجی این ماشین‌ها هستیم.»

وی در خصوص سابقه تولید ترموفورها در شرکت حداد گفت: «ساخت و طراحی ترموفورها را از دو سال پیش شروع کردیم. طراحی ماشین‌ها با استفاده از کامپیوتر انجام شده و در ساخت آنها سعی کردیم استانداردهای بین‌المللی از قبیل تمام استیل بودن و استفاده از مواد آلیاژی مناسب را رعایت کنیم.

سیستم کنترل ماشین‌ها نیز توسط

بالا برده‌ایم. برای این کار بخش لمینت را از دو خط به چهار خط ارتقاء دادیم و ماشین‌های دایکات خود را نیز از یکی به سه دستگاه افزایش داده‌ایم. نکته جالب اینجاست که ماشین‌های دایکات ما چون فکی هستند از سرعت بالایی برخوردارند و ما با ایجاد موازنه در خط تولید خود در فکر اضافه کردن یک ماشین لمینیت دیگر هستیم.»

وی در خصوص مشکلات فنی کار خود گفت: «کاغذهای بازیافتی بکار رفته در کارتن‌های هنگام عملیات دایکات مشکلاتی را بیار می‌آورند. اما حسن ماشین‌های دایکات فکی این است که می‌توان با ایجاد کانال‌های مخصوص احتمال ترکیدن پوسته کارتن در محل خط (تا) را پائین آورد.»

#### ■ صنایع بسته‌بندی پیکره

پیکره برای دست‌اندرکاران بسته‌بندی در ایران و آلمان نامی آشنا است. زیرا این شرکت از معدود تولیدکنندگان ایرانی است که کارخانه آن در خارج از کشور قرار دارد. شرکت پیکره در خصوص سابقه است و امسال ماشین پرکن خود را نیز به این مجموعه اضافه کرده است. پیکره تنها نماینده ایران در نمایشگاه اینترپک ۹۹ بود که دلیل مهم آن را می‌توان قرار داشتن کارخانه در آلمان دانست. پالت هوشمند ابداع این شرکت است که برای نخستین بار در اینترپک ۹۹ ارائه شد. عباس خلدی کارشناس بخش فروش در خصوص این نوع پالت می‌گوید: «این نوع پالت دارای یک برد الکترونیک است که اطلاعات مربوط به بار را در خود ذخیره می‌کند. این اطلاعات می‌تواند نوع جنس، تعداد، تاریخ بارگیری و اطلاعات مربوط به خود پالت باشد. این پالت سیستم انبارداری را تسهیل و منظم می‌کند زیرا اغلب اوقات سابقه بارها در انبارها بزرگ فراموش می‌شود. اطلاعات توسط کامپیوتر به بُرد الکترونیک پالت منتقل شده و بازخوانی می‌شود.» در این میان عباس قهاری سرپرست فروش شرکت پیکره اضافه می‌کند: «در حال حاضر پالت‌های فوق که به نام پالت هوشمند شناخته می‌شود برای خارج از کشور تولید می‌شود و به ایران نیامده است.» مسوولان فروش شرکت در



خطر ایجاد آتش سوزی که همگی مهم و قابل توجه اند.»

### ■ سیاس قشم

شرکت سیاس قشم سازنده دستگاه‌های چاپ PAD و اسکرین است. دستگاه‌های چاپ PAD و اسکرین یکی از انواع بسیار پرکاربرد دستگاهها در زمینه چاپ روی بسته‌بندی هستند البته همواره مصارف دیگری را نیز داشته‌اند.

مدیر عامل شرکت در رابطه با فعالیت‌ها و اهداف شرکت گفت: «فعالیت اصلی ما در زمینه ساخت دستگاه‌های چاپ PAD و اسکرین بوده‌است.» او افزود: «گرایش ما همیشه در کنار تولید، به دیدگاه‌هایی بوده که پیشرفت را در دنیای امروزی در تمام زمینه‌ها حس کرده و همواره سعی داشته‌ایم تا با معیارهای جهانی و استانداردهای موجود تطبیق حاصل کنیم.»

وی در رابطه با خط تولید شرکت افزود: «ما تاکنون ۲ نوع از سیستم PAD و سیستم‌های اسکرین را عرضه کرده‌ایم سیستم‌های بسته و مجزا و سیستم‌های سازگار با خطوط تولید.»

آل‌طه ضمن اشاره به وجود فعالیت‌های صادراتی شرکت گفت: «متأسفانه باید بگویم هفتاد درصد ساخت دستگاه‌هایی که توسط ما صادر می‌شوند حاصل دسترنج کارگران ایرانی نیست. کما اینکه به نام یک شرکت ایرانی هم صادرات صورت می‌گیرد.» وی در ادامه ابراز داشت: «قطعات این دستگاه‌ها از مبداء شرکت‌هایی که ما تحت لیسانس آنها هستیم به ایران منتقل و توسط شرکت ما مونتاژ می‌شوند البته این مطلب به معنی آن نیست که ما خود قادر به ساخت این

عده‌ایی، از امکانات موجود در رابطه با جلوگیری از ایجاد ضایعات استفاده می‌کنند لیکن مطلع بودیم تعداد بسیاری از چاپخانه‌ها نیز وجود دارند که از ابزار لازم پیشگیری ضایعات استفاده نکرده و یا به کلی از وجود آن بی‌خبرند.»

وی دلیل کاستی‌ها در بخش صنعت چاپ را وجود به ظاهر کامل تکنولوژی در کنار عدم اطلاع کافی کاربران در استفاده از تکنولوژی دانست و هدف شرکت را ارتقاء سطح آگاهی تمام اقشار شاغل در این صنعت به موزات ساخت امکانات تکمیلی عنوان کرد. وی از ساخت ماژیک‌های آزمون به عنوان اولین قدم در راستای نیل به اهداف فوق یاد کرد و نیاز موجود در این رابطه را خاطر نشان ساخت.

وی در رابطه با ساختار کلی ماژیک‌های آزمون گفت: «میزان کشش سطحی نکته‌ای که این ماژیک‌ها بر اساس آن طراحی شده و این ماژیک‌ها در نوعی که ساخته شده صرفاً بر روی انواع پلیمرها عمل می‌کنند.» وی در رابطه با نحوه ساخت ماژیک‌های آزمون پلیمرافزود: «کار ما با بررسی نمونه‌های خارجی آغاز شد. قسمت اصلی کار، ساخت مقایسه‌ایی مابعاتی با کشش سطحی مختلف برابر با کشش سطحی انواع پلیمرها است. در این روش مایعات را با انواع پیگمنت‌ها (رنگدانه) مخلوط کرده و آنها را به درون ماژیک‌ها منتقل می‌سازیم.» معظمی درباره نحوه عملکرد این ماژیک‌ها توضیح داد: «با کشیدن انواع ماژیک‌ها درجه‌بندی شده از لحاظ کشش سطحی بر روی پلیمرها امکان تعیین کشش سطحی پلیمرها ایجاد می‌شود، لازم به ذکر است که درجه‌بندی این ماژیک‌ها از سی دین بر سانتی متر مربع آغاز می‌شود. معظمی در ادامه گفت: «البته سعی ما تاکنون در ابداع سیستم‌های گوناگون آماده‌سازی، ساخت مواد خاصی هم انجامیده که نیاز به جرقه‌دهی انواع پلیمرها را مرتفع می‌سازد.»

او در این باره به ساختن روشی جایگزین شونده با مراحل جرقه‌دهی پلیمرها اشاره کرد و گفت: «هدف ما جایگزین ساختن جرقه‌دهی با یک مرحله شستشوی ساده است.» او هدف از این کار را آلودگی‌های موجود از سیستم جرقه‌دهی خواند و گفت: «جرقه‌دهی آلودگی‌های گوناگونی را به دنبال دارد، ایجاد اوزون، اشعه ماوراء بنفش و نیز

وی در رابطه با مزایای استفاده از دستگاه کلیشه بند افزود: «این دستگاه مونتاژ کلیشه، ضمن اینکه سرعت و دقت را در بستن کلیشه بر روی دستگاه باعث می‌شود. با توجه به امکاناتی که داراست می‌توان از آن برای امتحان کلیشه بدون استفاده از فیلم بر روی سطح خاصی که در دستگاه تعبیه شده استفاده کرد.

خادم سپس به تشریح کارکردهای دستگاه ویسکوزیته سنج مرکب پرداخت. او فرایند ویسکوزیته سنجی را یکی از عوامل مهم بهبود کیفیت در سیستم‌های چاپ هلیوگراور و فلکسوگرافی برشمرد و وجود کاستی‌های شایع در کیفیت چاپی این سیستم‌ها را علی‌رغم پیشرفته بودنشان از عدم ویسکوزیته سنجی دانست و در این باره گفت: «عدم ویسکوزیته سنجی می‌تواند از عوامل نبود کیفیت مناسب باشد.»

او در رابطه با ساختار و نحوه عملکرد دستگاه ویسکوزیته سنج افزود: «در کل این دستگاه ویسکوزیته سنج بر اساس سیستم «بال» کار می‌کند. دستگاه از دو بخش مکانیکی و الکترو مکانیکی تشکیل یافته.

در این دستگاه از شناوری یک بال (یا توپ کوچک) در سیال مرکب اطلاعاتی توسط بخش مکانیکی به بخش الکترومکانیکی فرستاده می‌شود. در بخش الکترومکانیکی اطلاعات کسب شده در یک فرآیند مقایسه‌ای با مقادیر اعلام شده از قبل پردازش شده و در پایان ویسکوزیته نمونه بر صفحه مونیتر نقش می‌بندد. این دستگاه بر اساس میزان مورد نیاز ویسکوزیته‌ای که کاربر به دستگاه می‌دهد. با اتصال به مخزن رنگ ضمن اعلام میزان لازم ماده حلال جهت اضافه شدن به رنگ، ماده حلال را به رنگ برای رسیدن به ویسکوزیته مناسب اضافه می‌کند.

### ■ ارتباطات پیام بهروز

شرکت ارتباطات پیام بهروز از سال ۱۳۷۵ با تمرکز بروی پروژه‌های مخابراتی شروع بکار کرده و امسال در نمایشگاه با ارائه ماژیک آزمون پلیمر شرکت نموده است، معظمی از مسئولین شرکت در رابطه با گرایش‌های شرکت به کار در زمینه صنعت چاپ گفت: «ما همواره در ارتباط با دست‌اندرکاران صنعت چاپ متوجه ضایعات کاری گوناگون در حیطه استفاده از انواع پلیمرها در روش‌های چاپی مربوط بودیم. ما می‌دانستیم که



## م‌حیا شیمی

### تولیدکننده:

طرح‌های تحقیقاتی و صنعتی،  
اتوماسیون فرآیند و تامین‌کننده  
ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی

تلفن: ۸۹۰۶۸۰۸ - فکس: ۸۸۰۶۶۱۲  
Email: mahyachemi@iranyellowpages.net

قطعات نیستیم.» مدیر عامل شرکت دلیل اصلی عدم تکوین این جریان را قوانین موجود نامید و اظهار داشت: «یکی از مهمترین موانع که بر سر راه ما قرار دارند ایجاد پیامان نامه‌های ارزی است چون هم باعث ضرر و زیان ما شده‌اند و هم روند بسیار پیچیده اداری دارند که وقت ما تولیدکنندگان را بسیار می‌گیرد.»

وی وجود پیمان‌های ارزی را جهت صدور اقلامی که جزو سرمایه‌های ملی محسوب می‌شوند، لازم دانست و گفت: «به عنوان اقشار وابسته به صنعت کشور توجیهی برای الصاق به حیطة پیمان ارزی در خود نمی‌بینیم.»

وی در پایان به ساخت دستگاه‌های PAD چهاررنگ اشاره کرد و گفت: «هشتاد درصد قطعات این دستگاه‌ها در داخل کشور تولید می‌شوند.»

### ■ شرکت آوندکار

شرکت آوندکار از تنها تولیدکنندگان قوطی‌های تحت فشار در ایران بوده است.

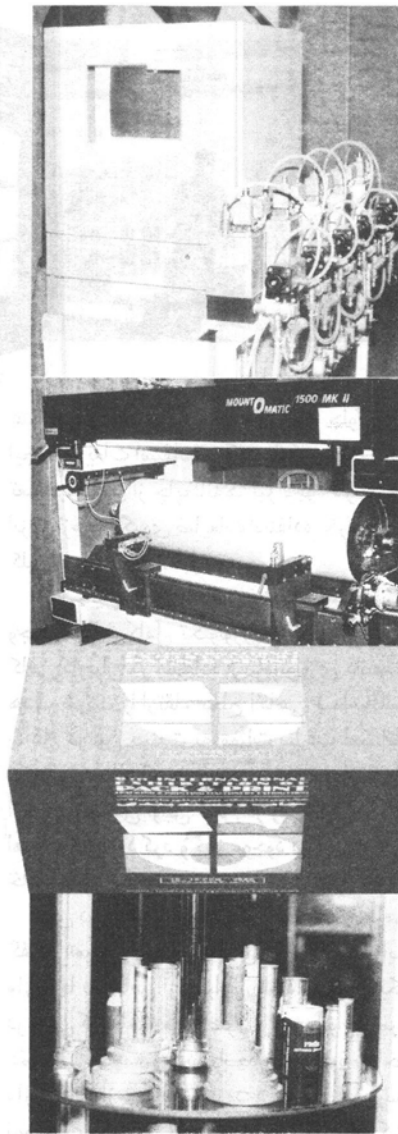
فاطمه زارعی طراح گرافیکست این شرکت در رابطه با شروع بکار آن گفت: «شرکت از سال ۸۰ میلادی آغاز به کار کرده است.» او افزود: «شرکت ما خیلی شناخته شده نبود چون در نمایشگاه‌ها حضور نداشتیم، با این حال امسال در نمایشگاه شرکت کردیم و استقبال خوبی از نمایشگاه وجود داشته.» وی گفت: «شرکت آوندکار محصولات خود را به خاورمیانه و بعضی از کشورهای اروپایی صادر می‌کند.»

خانم زارعی درباره خط تولید شرکت ابراز داشت: «خط تولید ما یک خط تولید پیوسته است که متصل به یک سیستم چاپ ۶ رنگ بوده و می‌تواند ۱۲۰ قوطی در دقیقه تولید کند در نهایت این خط تولید قادر به تولید ۳۰ هزار قوطی در یک شیفت کاری است.» او افزود: «در این خط تولید پولک‌های آلومینیومی ویژه‌ای وارد دستگاه شده و بدون هیچ دخالتی در انتهای خط تولید قوطی‌های چاپ شده دریافت می‌شوند.» او کیفیت محصولات تولیدی را مطابق با معیاری جهانی دانست و گفت: «تکنولوژی موجود در ساخت این قوطیها از آخرین تکنولوژی‌های موجود در این زمینه است.»

«سفارش دهندگان این محصولات اغلب تولیدکنندگان مواد بهداشتی، آرایشی و مواد غذایی‌اند.»

وی با اشاره به تکنیک‌های خاص گرافیکی لازم برای چاپ بر روی سطح قوطی‌ها افزود: «اغلب سفارش دهندگان، طرحی پیشنهادی دارند که ما با یکسری اصلاحات آنها را برای انتقال روی قوطی‌ها آماده می‌کنیم البته آن اصلاحات بسته به تکنیک‌های خاصی‌اند که پیاده کردن طرح‌های گرافیکی بر روی قوطی‌ها تابع آن است.»

زارعی در پایان به راه‌اندازی یک خط تولید جدید در شرکت اشاره کرد که انواع قوطی‌ها را در اندازه‌های کوچک تولید می‌کند.



### ■ گروه تولیدی به فرم تبریز

شرکت به فرم تبریز طراح و سازنده دستگاه‌های ترموفرمینگ تولید ظروف یک‌بار مصرف است. یکی از مسئولین شرکت در این باره گفت: «این دستگاه برای اولین بار است که در ایران ساخته می‌شود و مجهز به سیستم هیدرولیک و دیجیتالی است.» او در خصوص عملکرد دستگاه گفت: «این دستگاه با ورق‌های از پیش آماده شده ظروف یکبار مصرف را تولید می‌کند.» سپس افزود: «جالب است که دستگاه از تمام مواد اولیه ممکن می‌تواند استفاده کند، این قابلیت به واسطه وجود سیستم‌های تمام هیدرولیک تولید، در این دستگاه ممکن شده است.» او ظرفیت تولیدی دستگاه را حداکثر ۱۵ کوورس در دقیقه عنوان کرد و اظهار داشت: «این مقدار با توجه به میزان قابلیت قالب‌ها به ۱۰ یا ۸ کوورس کاهش می‌یابد.»

وی استقبال از نمایشگاه امسال را خوب ارزیابی کرد و راجع به برنامه‌های آینده شرکت گفت: «برای آینده در فکر تولید خط کامل دستگاه ترموفرمینگ هستیم. این خط تولید با دسترسی به مواد اولیه قادر به تولید ورق است ضمن اینکه

دارای دستگاه جمع‌کن اتوماتیک خواهد بود.»

### ■ بانک اطلاعات بسته‌بندی ستاد مشترک سپاه

ستاد مشترک سپاه پاسداران با توجه به این که تاکنون بیست عنوان تخصصی از کتاب‌های بسته‌بندی را در اختیار عموم علاقمندان و پژوهشگران قرار داده است در نظر دارد که در سال ۱۳۷۹ به عنوان قبلی عنوان‌های جدیدی تحت نام‌های استراتژی طراحی در بسته‌بندی، بسته‌بندی‌های جدید (بسته‌بندی مایکرو)، ... را اضافه نماید. در راستای چاپ کتاب‌های قبلی به صورت قطع وزیری تاکنون دو عنوان تحت نام‌های علم بسته‌بندی فلزی و علم بسته‌بندی کاغذی و مقوایی را چاپ نموده‌است و همان‌طور که در گزارش‌های قبلی مطرح گردید بانک اطلاعات بسته‌بندی برای افزایش توانمندی در ارائه استانداردهای بسته‌بندی نظامی قصد دارد نرم‌افزاری که برای اولین بار در کشور تحت نام سیستم خبره بسته‌بندی می‌باشد را تهیه و به صورت CD در اختیار عموم علاقه‌مندان و طراحان بسته‌بندی کالا قرار دهد.

البته رسالت اصلی این نرم‌افزار در تشخیص و تعیین یک بسته مناسب برای یک کالای مشخص می‌باشد که به علت تنوع بسیار زیاد در انواع بسته‌بندی و کالا به نظر نمی‌رسد، شخصی به طور منفرد بتواند در مورد انتخاب بسته مناسب نظر قطعی بدهد، بسته باید علاوه بر فراهم آوردن شرایط کالا، شرایط فرهنگی، شرایط اقتصادی، اقلیمی و ... تا مورد نظر را نیز پوشش دهد. هر بسته محیطی برای کالا فراهم می‌کند که می‌تواند کاملاً اختصاصی باشد. حجم و شکل‌های مختلف در قبال هر بسته وجود دارد و این که بسته از محافظت برخی کالاها ناتوان است، پس بسته‌بندی به عنوان یک قلم نیاز به کارشناس دارد. شرایط مربوط به اقتصاد، تبلیغات، فرهنگ، تکنولوژی و ... نیز باید توسط متخصصان مربوطه تعیین شود. برای انتخاب یک بسته‌بندی ایده‌آل لازم است هم‌زمان چند متخصص نظر خود را اعلام کنند. جمع‌آوری اطلاعات از چند منبع و ایجاد ارتباط بین آنها همیشه از مشکل‌ترین کارها است. مشکل وقتی عظیم‌تر می‌شود که لازم باشد برای هر کالا به آن‌ها مراجعه کرد. این ایده‌آل‌ها و مشکلات ما را به سمت یک سیستم خبره انتخاب بسته‌بندی سوق می‌دهد.

### ■ توسعه سیستم‌های انفورماتیک

شرکت توسعه سیستم‌های انفورماتیک در خصوص خدمات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری بارکد است بارکد یکی از ابزار قوی برای نظام بخشیدن به عملیات فروش و انبارداری است. از طرفی بارکد جزء استاندارد کالاها است و در خصوص صادرات نیز چاپ یا الصاق برچسب بارکد بروی کالاها جزء شروط بعضی کشورها است. فرهمند مدیر فروش شرکت توسعه سیستم‌های انفورماتیک در خصوص نمایشگاه ششم می‌گوید: «دومین سال است که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شرکت

کرده‌ایم» وی نتیجه حضور در نمایشگاه را خوب ارزیابی کرد و در خصوص برخورد عمومی با بارکد اظهار داشت: «آشنایی با بارکد خوب است. بخصوص دست‌اندرکاران چاپ بیشتر با بارکد آشنایی دارند زیرا تجربه چاپ بارکد را دارند.»

فرهمنند راجع به ویژه گیهای چاپ بارکد گفت: «فضای چاپ بارکد استاندارد خاصی دارد. متأسفانه در ایران به این استاندارد توجه چندانی نمی‌شود. رعایت نکردن فضای استاندارد، در عمل نیز مشکلاتی ببار می‌آورد که یا بارکد بی‌استفاده می‌کند و یا ناچار به چاپ مجدد آن می‌شوند.» وی از شرکت ایران به عنوان یکی از چاپخانه‌هایی که استانداردهای بارکد را به خوبی رعایت می‌کند، نام برد و اضافه کرد: «چاپ بارکد بر روی فیلمهای پلاستیک بسیار اشتباه است. زیرا اغلب این فیلم‌ها با روش فلکسو چاپ می‌شوند و بارکدها دچار له شدگی می‌شوند.»

مدیر فروش شرکت توسعه سیستم‌های انفورماتیک به نحوه قرار بارکد بر روی بسته‌ها اشاره کرد. وی گفت: «حالت قرارگیری بارکد بر روی بسته‌ها، استانداردهای خاصی دارد که ما به مشتریان می‌گوئیم. البته بعضی کالا به دلیل فرم ناهموار قابلیت بارکد را ندارند. در واقع بارکد این گونه بسته‌ها (مانند پیپس و پفک) هنگام خواندن مشکل دارد که در فروشگاه‌ها در قسمت صندوق برای این کالاها به جای بارکد از کلیدهای فوری روی کامپیوتر استفاده می‌شود.» فرهمنند از جمله فعالیت‌های معرف شرکت خود را ارائه بارکدهای فروشگاه‌های شهروند و قبوض برق و بطریهای آب معدنی یاد کرد.

#### ■ دارو بر چسب

شرکت دارو برچسب در کار تهیه و تولید برچسب چاپ شده و چاپ نشده به صورت پیوسته ورقی می‌باشد شرکت دارو بر چسب در غرفه‌ای کوچک بازاری بزرگ را گشوده بود. فرم‌های پیوسته پشت چسب‌دار محصول جدیدی بود که این شرکت روی آن سرمایه‌گذاری کرده است. فرم‌های پیوسته پشت چسب‌دار در چاپگرهای سوزنی بسیار پر استفاده و کارآمد هستند.

بهزاد به‌نژاد مدیر عامل شرکت دارو برچسب درباره استقبال بازدیدکنندگان از این محصول گفت: «استقبال خوب بود. حدس ما درست بود. جای این محصول در بازار مصرف خالی است و مشتریان تا از وجود آن مطلع شدند می‌توان گفت آن را ربودند.» به‌نژاد در خصوص محصولات دیگری که دارو برچسب امسال برای اولین بار ارائه کرده است گفت: «از دیگر محصولات جدید ما برچسب‌های با قابلیت‌های متغیر از جمله برچسب پلیمت، اموال، برچسب‌های غیرقابل کندن و فیلم OPP پشت چسب‌دار است.» مدیر عامل شرکت دارو بر چسب ضمن اظهار خشنودی از استقبال مردم اضافه کرد: «شرایط برای صنایع بسته‌بندی روز به روز بهتر می‌شود زیرا شناخت مردم نسبت به این گونه مسائل بیشتر می‌شود و

شناخت بیشتر تقاضای بیشتر می‌آورد. البته دولت چندان کمکی در این باره نکرده‌است و هرچه بوده در سایه تلاش دست‌اندرکاران این صنعت بوده است.» بهزاد به‌نژاد در خصوص حضور در نمایشگاه گفت: «کار ما و سابقه ما طوری است که در بازار مربوطه ما را می‌شناسد و ما بیشتر برای تجدید خاطره و دید و بازدید به نمایشگاه می‌آییم.»

#### ■ ایران پرینت

**سفر جدید ایران در جامعه بین‌المللی چاپ**  
ماهنامه صنعت چاپ امسال یک کلید با خود به نمایشگاه آورده بود. کلیدی که دروازه جامعه بین‌المللی چاپ را به سوی صنعت چاپ ایران می‌گشاید. ایجاد مرکز اطلاعاتی به نام «ایران پرینت» در اینترنت توسط ماهنامه صنعت چاپ گامی جدید از سوی این مجله برای معرفی توانمندی‌های ایران به دنیای خارج است. یعنی همان چیزی که خود صنعت ایران باور ندارد. مرکز اطلاعاتی «ایران پرینت» که پس از «مرکز اطلاعات چاپ و بسته‌بندی ایران» IPIC دومین مرکز اطلاعاتی ایرانی مربوط به چاپ در اینترنت است این مکان را به صنعت چاپ ایران می‌دهد که در مقابل رقبای منطقه‌ای خود قدم کرده و خود را آماده مواجه با بازارهای جهانی نماید هر چند که ممکن است هنوز به خودباوری کامل نرسیده باشد. در شماره‌های آینده راجع به این مرکز اطلاعاتی مطالب دیگری نیز منتشر خواهد شد.

#### ■ سهامی چاپ آپادانا

شرکت سهامی چاپ آپادانا در زمینه چاپ لفاف‌های بسته‌بندی فعالیت می‌کند. رضایی مدیر چاپ آپادانا در این رابطه گفت: «فلکسوگرافی شش رنگ و امکانات کلیشه‌سازی جزو اصلی‌ترین فعالیت‌های ما محسوب می‌شوند که خوشبختانه موفق به ارائه نمونه‌های قابل قبولی هم در این زمینه‌ها شده‌ایم.» وی سطح کیفی نمایشگاه را از ۲ بعد قابل بررسی دانست و افزود: «در نگاه اول بازدیدکنندگان استقبال خوبی داشتند اما از سوی دیگر سیستم اطلاع‌رسانی نمایشگاهی دچار ایراداتی بود که امیدواریم در نمایشگاه‌های آینده وجود نداشته باشند.»

او در ادامه ضمن بررسی موقعیت بسته‌بندی در بازار صادرات افزود: «وجود غیرقابل اجتناب فرآیند رقابت در بازار صادرات اقتضا می‌کند که شعارها به عمل نزدیک شود.» او لزوم ایجاد پوشش‌های حمایتی مسئولین را با توجه به اهمیت صادرات، در فرایند روبه رشد ارتقاء سطح کیفی بسته‌بندی با اهمیت خواند و اشاره کرد: «حمایت‌های لازم سبب خواهند شد تا به میزان قابل توجهی از واردات آثار چاپی بی‌نیاز شویم.» او افزود: «امکانات موجود هر چند از لحاظ کیفی جوابگو هستند و قابل رقابت، لذا دستگاه‌های موجود توان رقابت از لحاظ کمی را دارا نیستند.» رضایی سپس ضمن اشاره به برنامه‌های چاپ آپادانا جهت گسترش امکانات خود گفت:

«قاعدتاً به فکر گسترش هستیم خصوصاً در رابطه با گسترش سیستم‌های چاپ هلیوگراور و دستگاه‌های آن تلاش می‌کنیم البته دستگاه‌ها بسیار گران هستند.»

رضایی در رابطه با تقابل دو سیستم چاپ هلیوگراور و فلکسوگرافی اظهار داشت: «هردوی این روش‌ها دو مورد کاملاً مجزا هستند و جایگاه خاص خود را دارند همانطور که سایر روش‌ها این طور هستند.» او افزود: «ما برای انجام بعضی کارها ناچار به استفاده از فلکسو و در بعضی استفاده از هلیوگراور هستیم اما در کل حمایت از هلیوگراور باعث صرفه‌جویی در ابعاد گوناگون از جمله صرفه‌جویی در مواد اولیه است که در داخل کشور تولید می‌شود.» او ادامه داد: «ضمن اینکه تقویت فلکسو در کل به نفع شرکت‌های چند ملیتی تولید کننده مواد اولیه آن است چون رقم‌های خرید ژلاتین و امکانات اولیه سیستم فلکسوگرافی بسیار بالا است.»

وی در پایان گفت: «اگر حمایت‌های لازم جهت ورود سیستم‌های هلیوگرافی به عمل آیند علی‌رغم بالا بودن قیمت‌های خرید دستگاه‌های آن در دراز مدت شاهد صرفه‌جویی ارزی قابل توجهی خواهیم بود.»

#### ■ موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی

موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی همواره از سال ۷۰ به بعد در نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی حضوری فعال داشته است. و این حضور همراه با ارائه خدمات به صاحبان صنایع و نیز بازدیدکنندگان بوده است. «علی تشکر کارشناس صنایع بسته‌بندی و سلولزی این موسسه ضمن بیان مطالب فوق استقبال از نمایشگاه ششم را شگفت‌انگیز خواند و به افزایش ۳۰٪ میزان بازدیدکنندگان نسبت به سال‌های قبل اشاره کرد.

او ارتقاء سطح کیفی صنعت بسته‌بندی را خصوصاً در بخش ماشین‌آلات بسته‌بندی خاطر نشان شد و گفت: «جای خوشحالی است که ما شاهد ارتقاء کیفی در زمینه ساخت ماشین‌آلات بسته‌بندی بوده‌ایم چراکه امسال محصولاتی را می‌بینیم که به راحتی با محصولات خارجی رقابت می‌کنند.»



## محیا شیمی تولیدکننده:

انواع مرکب چاپ، حلال، لاک  
ورنی و سایر مواد شیمیایی  
صنعت چاپ و بسته‌بندی

تلفن: ۰۸۹۰۶۸۰۸ - فکس: ۰۸۸۰۶۶۱۲

Email: mahyachemi@iranyellowpages.net



## ■ پرنیان چاپ

امسال هم شرکت پرنیان چاپ که در زمینه چاپ لفافه‌های بسته‌بندی در ایران فعالیت می‌کند در نمایشگاه حضوری فعال داشت. جالب آنکه این شرکت به وعده چندین ساله خود عمل کرده و امسال سیستم‌های پیشرفته هیلوگراور و حکاکی دیجیتال را در نمایشگاه ارائه کرده بود.

بیاضیان درباره راه‌اندازی خط کامل چاپ هیلوگراور گفت: «فعالیت‌های ما در این رابطه از سال پیش آغاز شد و همواره در حال تحقیق و بررسی بودیم که سرانجام پس از مدت‌ها پی‌گیری و مذاکرات گوناگون با شرکتهای سازنده دستگاه‌های چاپ بزرگ با یک شرکت ایتالیایی به توافق رسیدیم که این توافق حاصل مدت‌ها تلاش ما بود.» وی سیاست شرکت را جهت خریداری دستگاه‌های مورد نیاز انتخاب بهترین دستگاهها و اعمال بررسی‌های دقیق، در رابطه با خریداری آنها، عنوان کرد.

وی سپس به راه‌اندازی خط کامل سیستم دیجیتالی حکاکی سیلندر اشاره کرد و گفت: «با ورود دستگاه‌های جدید چاپ هیلوگراور متوجه شدیم که دیگر امکانات سیلندرسازی موجود برای اخذ کیفیت‌های مناسب از دستگاه‌های جدید کافی نیست. در وهله اول برای رفع این موانع شروع به وارکردن سیلندر نمودیم که البته هزینه‌ایی بسیار بالا در قالب هر سیلندر هزار دلار دربر داشت. این مورد انگیزه‌ایی جهت گسترش سیستم حکاکی و سیلندرسازی شد تا سرانجام پس از بحث و بررسی مختلف خط کامل سیلندر سازی دیجیتالی را وارد کردیم که هم‌اکنون مراحل راه‌اندازی و استقرار آن در مکان‌های مناسب ادامه دارد. ما امیدواریم تا پایان سال جاری آنرا راه‌اندازی کنیم.»

بیاضیان وضعیت نمایشگاه را نسبت به سال قبل بهتر دانست و عنوان کرد: «همگی در نمایشگاه امسال حضوری فعال و سازنده داشتند. البته ما هم همچون سالهای پیش خود را موظف به شرکت فعال در نمایشگاهها دیدیم.» او حضور سازندگان ماشین‌آلات بسته‌بندی در نمایشگاه ششم را عالی ارزیابی کرد.

بیاضیان در ادامه راجع به تقابل دو سیستم چاپ هیلوگراور و فلکسوگرافی گفت: «این دو روش هر یک قابلیت‌های خاص خود را دارند و البته هر

یک دارای امتیازات و معایبی هستند.» او در این باره افزود: «فلکسو دارای امکانات خاص خود است و کیفیت‌های مناسبی هم دارد لذا در بخشی که مشتریان خواستار مقادیر بالا در کنار ارائه کیفیت‌های مناسب هستند هیلوگراور از بهترین روش‌هاست.»

او به تلاش شرکت جهت برخورداری از بهترین امکانات در هر دو روش چاپ اشاره کرد. بیاضیان در پایان ضمن اظهار گله‌مندی از برخی همکاران هم صنف خود گفت: «سیاست شرکت ما همواره گسترش امکانات شرکت بوده و همچنان پس از حصول نتیجه وجود امکانات جدید را اعلام کرده‌ایم. اما برخی از همکاران کم لطفی کرده و نسبت به وجود سرویس دهی قبل از آنکه قادر با ارائه آن باشند اعلام آمادگی کرده بودند.» وی تکیه به ادعاهای نادرست را در این رابطه صحیح ندانسته و نسبت به عدم تکرار ادعاهایی از این دست ابراز امیدواری کرد.

## ■ صنعت شیمی غرب

شرکت صنعت شیمی غرب تولیدکننده توری و فومهای بسته‌بندی است.

بهرام علی‌جانی درباره اهداف شرکت در تولید این محصول گفت: «هدف ما درکل هموارسازی روند صادرات غیر نفتی با حمایت از بسته‌بندی بوده.» او افزود: «نیاز صنعت بسته‌بندی کشور به محصولی جدید که قابلیت‌های لازم را دارا باشد، انگیزه ما در تولید این محصول بود.» وی حرکت به سوی ساماندهی وضعیت بسته‌بندی میوه را با پیش فرض حضور هرچه بیشتر محصولات ایران در خارج، از اولین قدمهای شرکت دانست و گفت: «در نیمه دوم امسال طی هماهنگ‌هایی با اتحادیه مربوطه، محصول انار ایران با بسته‌بندی تولیدی این شرکت به ژاپن صادر شد که بسیار موفقیت‌آمیز هم بود.»

علی‌جانی راجع به مشخصات کمی و کیفی این محصول گفت: «از لحاظ طرح، محصول در یک نوع تولید شده و در اندازه‌های مختلف این اندازه در ابعاد ۳۰ میلی‌متر تا ۳۰۰ میلی‌متر قابل ارائه است.»

او ضمن اشاره به ابعاد کیفی محصول گفت: «در ساخت این فومها روغنی بکار رفته که اثر مثبتی در جهت انبارداری و نگهداری محصولات به خصوص میوه‌جات داراست.»

وی در پایان ضمن اشاره به استقبال شایان توجه بازدیدکنندگان از نمایشگاه یکی از مشکلات عمده شرکت را در ارائه محصول خود نبود فرهنگ استفاده از این محصول عنوان کرد.

## ■ چاپ ایران زمین

شرکت چاپ ایران زمین در زمینه چاپ لفافه‌های بسته‌بندی فعالیت می‌کند این شرکت علاوه بر ارائه خدمات چاپی، خدمات تهیه سیلندرهای هیلوگراور را نیز ارائه می‌دهد. گلستانیان مدیر چاپ ایران زمین گفت: «مقدمتاً باید بگویم ما در این زمینه سابقه‌ای ۳۰-۴۰ ساله داشته‌ایم.» وی افزود: «روز اولی که ما چاپ هیلورا راه‌اندازی کردیم به فکر افتادیم که سیلندر هم تهیه کنیم ما حتی از شرکت‌های معتبر آن‌زمان پیشنهاداتی گرفتیم و برنامه‌ریزی‌های نیز صورت گرفت. اما بعداً متوجه شدیم که سرمایه‌گذاری‌های لازم باید بسیار وسیع باشند و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته از سوی ما برای تهیه دستگاه‌های لازم جهت ساخت سیلندر کافی نیست.»

گلستانیان در رابطه با شروع بکار قسمت سیلندرسازی چاپ ایران زمین گفت: «از حدود ۲۰ سال قبل ما تهیه سیلندر را به طریقه شیمیایی آغاز کرده‌ایم که در این راستا هم نیازهای خود را تأمین می‌کردیم و هم به سایرین خدمات ارائه می‌شد. ما بعد از مدتی احساس کردیم که می‌بایست در خط تولید سیلندر به روش شیمیایی تغییراتی را به وجود آوریم. این بود که با استفاده تجربیات خود تهیه سیلندر به روش‌های شیمیایی را گسترش دادیم.»

وی در رابطه با امکانات موجود چاپ ایران زمین در حال حاضر افزود: «ما سه بخش شیمیایی علاوه بر دو بخش شیمیایی راه‌اندازی کرده‌ایم ضمن اینکه دو بخش دیجیتالی هم به این بخش افزوده‌ایم.» وی آمادگی چاپ ایران زمین را جهت ارائه خدمات داخلی و صادرات اعلام کرد و گفت: «ما می‌توانیم با رقبای خارجی هم به رقابت بپردازیم هم از لحاظ کیفیت و هم از لحاظ قیمت‌ها.»

وی افزود که جهت توسعه فعالیت‌های این بخش، زمینی به وسعت ده‌هزار مترمربع در نظر گرفته شده است.

گلستانیان در ادامه، وضعیت نمایشگاه امسال



را علی‌رغم تنگناهای موجود مثبت ارزیابی کرد. وی در رابطه با تقابل دو سیستم چاپ هلیوگراور و فلکسوگرافی گفت: «فلکسو با زیچة دست شرکت‌هایی مانند دوپونت است بطوری که این شرکت‌ها با حمایت از سازندگان دستگاه‌های چاپ فلکسو چه از لحاظ تبلیغاتی و چه از لحاظ مالی در جهت ساخت مواد اولیه لازم برای این سیستم چاپ حرکت می‌کنند.» وی ادامه: «در این حال این شرکت‌ها بازار مواد اولیه را در اختیار دارند و از این راه پول هنگفتی به جیب می‌زنند و این جدای آلودگی‌هایی است که این سیستم برای محیط زیست به وجود می‌آورد.»

او سیستم چاپ هلیوگراور را سیستمی کم هزینه و با کارایی بالا دانست و به دست‌اندرکاران چاپ کشور توصیه کرد تا به سمت این نوع چاپ گام بردارند.

### ■ شادمهر

شادمهر امسال به نحوی گسترده در نمایشگاه شرکت کرده بود. غرفه این شرکت در قسمت میانی طبقه همکف سالن پذیرای علاقه‌مندان به دستگاه‌های بسته‌بندی خصوصاً دستگاه‌های پرکن بود.

علی سبزی مدیر عامل شرکت در رابطه با حضور شادمهر در نمایشگاه ششم گفت: «شرکت شادمهر افتخار دارد که با تمام توان فنی تخصصی خود در نمایشگاه امسال شرکت کرده بود.»

وی در رابطه با استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه امسال گفت: «ما با استقبال بسیار زیاد متخصصین و صنعت‌گران بسته‌بندی مواجه شدیم.» او افزود: «بازدیدکنندگان خارجی هم از توانایی ساخت و پروسه تولید نیز، کیفیت دستگاه‌های ساخته شده بسیار شگفت‌زده بودند.» سبزی در رابطه با برنامه‌های آینده افزود:

«بخش تحقیقات صنعتی این شرکت با تمامی امکانات تخصصی که در اختیار دارد سعی در بهینه کردن بیشتر دستگاه‌های تولیدی خود با دانش فنی روز نموده تا انشاء‌الله در آینده‌ای نزدیک صددرصد با کالاهای ساخته شده مشابه در کشورهای صنعتی رقابت نموده و باعث سربلندی بیشتر کشور عزیزمان ایران اسلامی گردیم.»

وی در پایان از مسئولین و برگزارکنندگان نمایشگاه خواست تا در راستای رونق بیشتر و تعیین وقت مناسب‌تر جهت بازدید از نمایشگاه، زمان نمایشگاه را از زمستان به فصل پاییز منتقل نمایند.

### ■ ایران نارا

شرکت ایران نارا نماینده محصولات ریکو در نمایشگاه ششم باز هم غرفه وسیعی را به خود اختصاص داده بود. این غرفه بزرگ امسال جایگاهی برای عرضه انواع دستگاه‌ها فتوکپی و تکثیر ساخت کارخانه‌جات ریکو بود.

قره‌گزلو مدیر فروش شرکت در رابطه با حضور شرکت در نمایشگاه ششم عنوان داشت: «آینده چاپ همواره به سوی دیجیتالی شدن در حرکت

است و هدف ما نیز با در نظر گرفتن این روند صعودی حضوری هرچه فعالانه‌تر در نمایشگاه بوده.» وی افزود: «امسال با ارائه یک خط کامل از دستگاه‌های چاپ رومیزی در نمایشگاه شرکت کردیم.» قره‌گزلو به ارائه دستگاه‌های فتوکپی دیجیتال و نیز تکثیر دیجیتال در نمایشگاه توسط ایران نارا اشاره کرد و گفت: دستگاه‌های سری آفشیو شامل مدل‌های FX19 تا 650 جزو دستگاه‌های فتوکپی است که ما در نمایشگاه آنها را عرضه کردیم از سری دیگر دستگاه‌های فتوکپی رنگی لیزری از سری آفشیو نیز به نمایش در آمدند.» وی در ادامه گفت: «دستگاه‌های تکثیر دیجیتال با 120 چاپ در دقیقه و امکان اتصال به کامپیوتر از دیگر امکانات ارائه شده بود.»

او در رابطه با انگیزه‌های ساخت دستگاه‌های تکثیر دیجیتال عنوان داشت: «این دستگاه‌ها با هدف پرکردن خلاء میان چاپ و فتوکپی با دارابودن یک فن‌آوری روبه رشد به وجود آمدند.» وی دستگاه‌های عرضه شده سری «پریپورت» را از جمله دستگاه‌های تکثیر دیجیتال خواند.

قره‌گزلو دستگاه‌های 1050-850 سری آفشیو را از محصولات جدیدی خواند که قرار است بزودی توسط شرکت ایران نارا عرضه شوند.

### ■ محیا شیمی

محیا شیمی امسال با غرفه‌ای مملو از مواد اولیه مورد نیاز صنعت چاپ در نمایشگاه حضور داشت. انواع چسب‌ها مرکب و دهها نوع محصول مورد مصرف چاپ و حتی صنعت بسته‌بندی از جمله این مواد بودند.

عظیم ذبایچی مدیر عامل شرکت در این باره افزود: «ارائه خدمات فنی، مهندسی و راه‌اندازی و تجهیز آزمایشگاه‌ها از جمله دیگر فعالیت‌های ارائه شده در نمایشگاه است.»

وی در رابطه با حضور شرکت در نمایشگاه ابراز داشت: «از این نمایشگاه نمی‌توان به سرعت نتیجه گرفت. اما برای ما به عنوان یک شرکت جوان و شناخته نشده نمایشگاه امسال بسیار پر بار بود.» وی افزود: «در کل اگر حضور در نمایشگاه از بستری مناسب همراه با برنامه‌ریزی برخوردار باشد می‌توان نتایج مطلوبی بدست آورد.»

وی به عدم تمرکز فعالیت‌های بازاریابی در سطح نمایشگاه از سوی شرکت‌ها اشاره کرده و گفت: «ما اکثراً در نمایشگاه‌ها بازاریابی نمی‌کنیم و این می‌تواند یکی از دلایل عدم نتیجه‌بخش بودن نمایشگاه برای ما محسوب شود.»

ذبایچی با اشاره به برنامه‌های آینده شرکت پس از حضور در نمایشگاه گفت: «توسعه یکی از اصلی‌ترین برنامه‌های ما خواهد بود، همچنان که اینک به دنبال آن هستیم و قرار است دو کارگاه موجود به کارخانه تبدیل شوند.»

او به قرار داشتن نمایشگاه امسال در سطح کیفی مناسب اشاره کرد و گفت: «نمایشگاه امسال خوب بود لیکن بذاعت صنعت چاپ و بسته‌بندی بیش از اینهاست.»

وی در پایان به بازدید محیا شیمی از نمایشگاه اروپا و حضور آن در نمایشگاه فلوریدا اشاره کرد.

### ■ آل‌پک

آل‌پک واردکننده دستگاه‌های تسمه‌کشی، امسال هم همچون گذشته محصولات خود را حول محور تسمه‌کشی در نمایشگاه عرضه کرده بود.

عبداللهی رئیس شرکت در این رابطه گفت: «دستگاه‌های تسمه‌کشی اتوماتیک، و دستگاه‌های پرس نوار چسب همیشه از محصولات ما در نمایشگاه بوده‌اند.»

وی وضعیت نمایشگاه امسال را نسبت به سالهای قبل بهتر ارزیابی کرد و گفت: «مطمئناً هر چه روند صادرات بهتر باشد نمایشگاه‌ها و نیز موفقیت‌های ما بیشتر خواهند بود.»

او در ادامه با اشاره به زمان نامناسب برگزاری نمایشگاه گفت: «زمان برگزاری نمایشگاه مناسب نیست، چراکه خرید برای مشتریان در پایان سال مالی دشوار است. ما پیشنهاد می‌کنیم که زمان نمایشگاه به اول سال یا شش ماه اول سال تغییر یابد.»

وی به واردات تکنیک‌های جدید دستگاه‌های پرتابل اتوماتیک تسمه‌کشی در آینده نزدیک اشاره کرد.

### ■ کارا صنعت

کارا صنعت یکی از سازندگان ماشین‌های بسته‌بندی است که همواره تنوع در محصولات از ویژگی‌های دستگاه‌های ساخته شده این شرکت بوده است. کارا صنعت امسال در غرفه‌ای نسبتاً وسیع دستگاه‌های متنوع خود را به نمایش گذارده بود. صالحی مدیر عامل شرکت در این باره گفت: «دستگاه پرکن مایعات و پودر، تاریخ‌زن، برچسب‌زن، درب‌بندها، و دستگاه فویل‌سیل آلومینیم از دستگاه‌هایی هستند که ما امسال در نمایشگاه ارائه کردیم.»

صالحی درباره نمایشگاه امسال گفت: «سال پیش نمایشگاه بهتری داشتیم، کم‌اینکه نمایشگاه امسال از لحاظی وسیع‌تر بود اما سال گذشته ما نتایج بهتری گرفتیم.» وی در رابطه با دلایل ضعف نمایشگاه امسال گفت: «شاید بتوان ادامه در صفحه ۳۰»



## محیا شیمی

**تولیدکننده:**  
**انواع چسب لمینیت حلالی،  
غیر حلالی، پایه آبی و  
حرارتی منطبق با FDA**

تلفن: ۸۹۰۶۸۰۸ - فکس: ۸۸۰۶۶۱۲  
Email: mahyachemi@iranyellowpages.net

# قوانین دست و پاگیر واردات، سرعت سرمایه گذاری در صنعت چاپ و بسته بندی را کند کرده است.

به نقل از نشریه گمرک

پنجمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی محل عرضه و ارائه آخرین یافته های فن آوری در زمینه این صنعت حساس و درآمدزا بود. صنعت بسته بندی به دلیل ویژه گیهای خاص خود و اینکه نشانگر کیفیت کالای ساخته شده است، از اهمیت و ارزش خاصی برخوردار است.

صاحبان صنعت چاپ بسته بندی معتقدند: نمایشگاه فعلی نسبت به نمایشگاه های مشابه از رشد قابل ملاحظه ای برخوردار بوده، ضمن اینکه به دلیل حضور شرکت های خارجی، بازاریابی و تبادل اطلاعات در این نمایشگاه بسیار چشمگیر بوده است. بدلیل اهمیت این صنعت و آگاهی از آخرین دستاوردهای آن، نشریه گمرک با تنی چند از دست اندرکاران صنعت بسته بندی گفت و گویی انجام داده است که در پی می آید.

خانم رجعی کارمند شرکت بازرگانی، مهندسی سماک در زمینه تبادل اطلاعات بین خدمات چاپ و بسته بندی گفت: ما از طریق نشریات معتبر دنیا از آخرین یافته های این صنعت مطلع می شویم. از طرفی شرکت های طرف قرارداد ما در خارج اطلاعات مربوط به آخرین یافته ها را در اختیار ما قرار می دهند. وی همچنین ضمن برشمردن مزایای این نمایشگاه گفت: صنعت چاپ و بسته بندی به دلیل این که شناسنامه کالا است، از ارزش و اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. میرزایی یکی دیگر از غرفه داران که در زمینه انواع سیستم های حکاکی و مهرزنی فعالیت می کند، گفت: ما معمولاً اطلاعات مربوط به کار خود را از طریق اینترنت و یا بروشورهایی که شرکت های خارجی برای ارسالی می کنند و یا از طریق شرکت در نمایشگاه های معتبر دنیا کسب می کنیم. وی ضمن اشاره به مشکلات خرید و فروش قطعات و دستگاه ها گفت: معمولاً برای وارد کردن دستگاه های مورد نیاز باید صادرات داشته باشیم تا امکان گشایش اعتبار (HC) زیر نظر وزارت صنایع فراهم شود. از طرفی، بودجه آن

وزارت خانه ها برای تقسیم زیرشاخه های وزارت صنایع محدود است و کسانی که اعتبار باز می کنند، با مشکل مواجه می شوند و مجبورند از اعتبار ریالی گردش اداری پیچیده ای دارد.

این صنعت گر با اشاره به اینکه صنعت چاپ و بسته بندی با بسیاری از صنایع در ارتباط است، گفت: چاپ و بسته بندی در واقع مهر و سند کالا است و تولید کننده با لاف، کالای تولیدی خود را می شناساند و می تواند از این طریق مشتریان آینده اش را تخمین بزند.

بنکدارنیا عضو شرکت کامپیوتری نگاره نیز طرق راهیابی به بازارهای جهانی و کسب اطلاع از آخرین دستاوردهای فن آوری را اینترنت و شرکت در نمایشگاه های مختلف جهانی دانست. این وارد کننده همچنین ضمن اشاره به بالا بودن قیمت برخی از کالاهای تولیدی از جمله صنایع چاپ در مقایسه با واردات آنها گفت: گران بودن مواد اولیه از جمله کاغذ، فیلم، زینگ و همچنین بی ثباتی نرخ ارز باعث شده که هزینه چاپ و تبعات آن گرانتر از واردات این کالاها باشد. وی ضمن اشاره به قوانین دست و پاگیر برای واردات گفت: قوانین دست و پاگیر باعث شده که سرمایه گذاری در این زمینه با وقفه های طولانی مواجه شود. برای مثال وقتی که اعتبار اسنادی باز می شود، تا زمانی که کالا وارد کشور می شود، زمانی ۲ ماهه صرف می شود. از طرفی اگر سود و عوارض گمرکی به علاوه خرج و مخارج ترخیص را در نظر بگیریم، قیمت تمام شده کالا بسیار بالا رفته و همین عوامل باعث می شود که کالا گرانتر و دیرتر به دست مشتری برسد.

بنکدارنیا همچنین به زمان طولانی برای ترخیص کالا اشاره کرد و گفت: گشایش اعتبار تهیه ارز و در نهایت ورود کالا به نمایشگاه دو ماه به طول می انجامد. در ضمن برای ترخیص جنس خریداری شده از گمرک نمایشگاه تا خود نمایشگاه حدود ۲۰ روز زمان صرف می شود. نوسان نرخ ارز نیز مشکل مضاعفی ایجاد کرده و

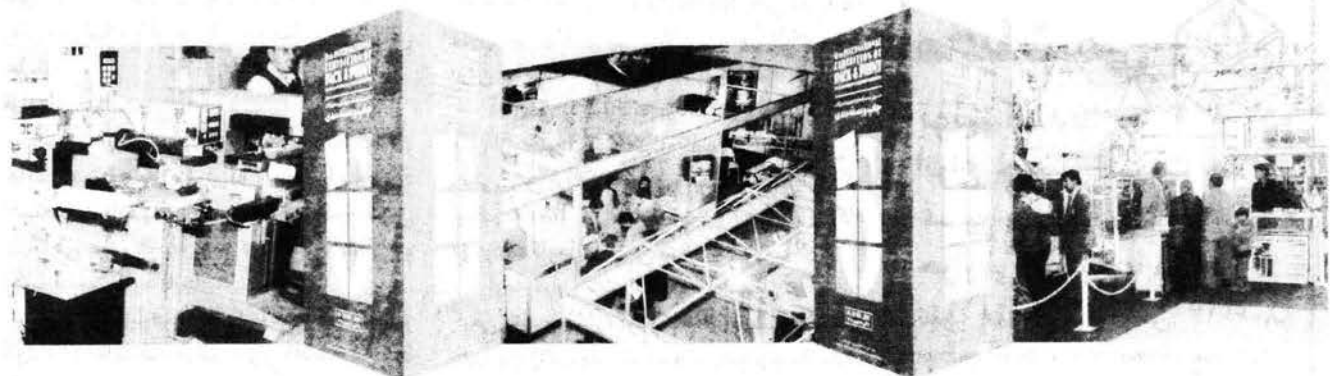
معمولاً این نوسان نرخ ارز گریبانگر ما شده و موجب خسارات و ضرر و زیان می شود. صدرزاده مدیر فروش شرکت صریکو با اشاره به دیوانسالاری اداری در زمینه صادرات و واردات گفت: برای جلوگیری از خروج غیر قانونی کالا باید ۳ برابر قیمت به اضافه حقوق و عوارض گمرکی به گمرک نمایشگاه پرداخت کنیم.

اخذ همین ضمانت نامه از طرف گمرک باعث می شود که ما هر سال خسارتی معادل ۱۷ تا ۱۸ میلیون تومان را متحمل شویم. کما اینکه گمرک حتی برای ورود بروشور نیز نرخ های سنگینی به عنوان تعرفه های گمرکی از ما اخذ می کند. نوسان نرخ ارز و تعیین میزان آن بر اساس صادرات و واردات باعث می شود که تجارت با موانع بسیاری مواجه شود در صورتی که در اکثر کشورهای دنیا نرخ ارز را بورس تعیین می کند و نرخ ارز تابع هیچ قاعده ای نیست.

صدرزاده در مورد تبعات چنین سخت گیری هایی اظهار داشت: همین دیوانسالاری اداری، تجار را به سمت جعل اسناد سوق می دهد و باعث می شود که تجار ارزش کالاها را کمتر از میزان واقعی آن ذکر کنند.

نجات پور مدیر فروش شرکت پژوهش گستر نیز گفت: به علت مراحل اداری پیچیده و گران بودن هزینه تمام شده، شرکت ترجیح می دهند جنس قاچاق خریداری کنند، چرا که قیمت تمام شده آن ارزانتر است وی در مورد نحوه خریداری کالا از شرکت های خارجی گفت: ما جنسهایمان را بدون انتقال ارز وارد می کنیم، در غیر این صورت سازمان هایی که اجناس ما را می خرند، از طریق گشایش اعتبار، ارز مورد نیاز را تأمین می کنند.

علی اکبر کشاورزی مدیر شرکت پسناره نیز ضمن اشاره به مشکلات تجارت گفت: به دلیل اینکه قیمت کالاهای حجیم از قبل مشخص نیست، وزارت بازرگانی باید قیمت آنها را تعیین کند و این مرحله بسیار طولانی و زمان بری است. وی همچنین با اشاره به کمبود امکانات در امر صادرات گفت: به علت اینکه کالاهای تولیدی و ماشین آلات ما حجیم است، هزینه حملی که می پردازیم بالاتر از قیمت خود کالا است چرا که ما مجبوریم چندین بار کالا را بارگیری کنیم. ■



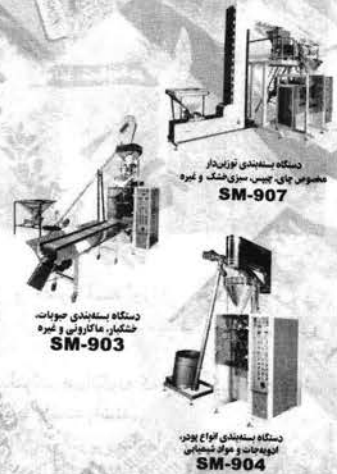
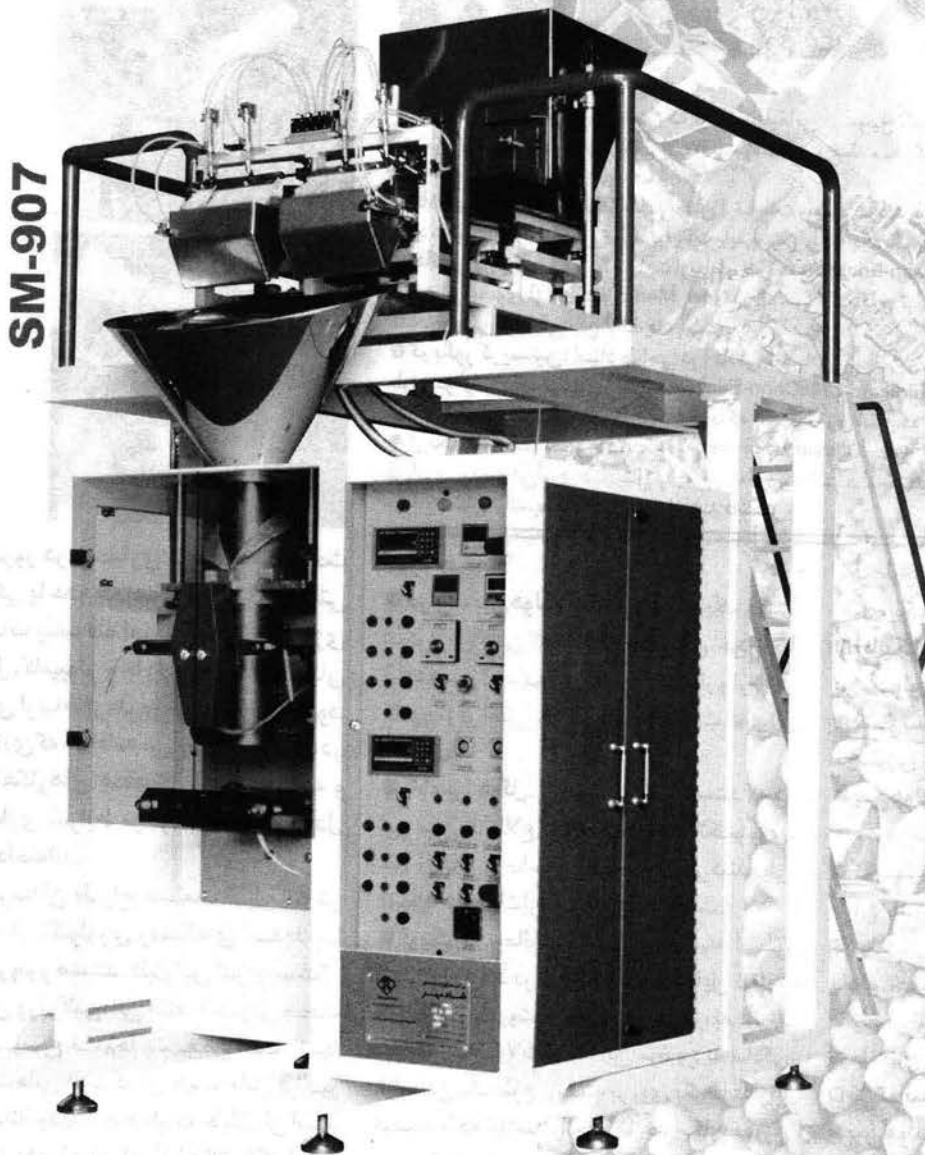
# شرکت صنایع بسته بندی شادمهر

## SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO.



طراح و سازنده ماشین آلات بسته بندی توزین دار تمام اتوماتیک وزنی ، حجمی (گرانول) و انواع پودر ، نوار نقاله و بالابرهای مربوطه

عضو اتحادیه جهانی ماشین سازان: United Industrial Research Intercourse  
با موافقت کتبی به شماره عضویت U.I.R-0059476/7



Based on the Quality control certificate of the Iran Standards Institute and Industrial Activity license obtained from the Ministry of Industries,

SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO. LTD is honoured to be admitted as the First Producer of modern packing machinery with electromechanical operation method (Granule & Powder) in Iran. Having considered all safety principles and regulations corresponding with the most advanced International Standards.

SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO. Has been established and possesses satisfactory efficiency and desirable technical capabilities.

SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO. Renders the following services:

- 1- One year guarantee and Guaranty
- 2- After sale services and supports
- 3- Installing and operating
- 4- Free training
- 5- Services and repair
- 6- Supply and provision of the required spare parts in Iran and the others Countries

### SM907

#### SPECIFICATIONS

PERFORMANCE: Mechanical

Dimensions of Machine:

Length: 200 cm Width: 170 cm Height: 310 cm

Required Power: Single phase or three phase, 3.5 kw

Weigh: 1500 kg

Tank of Machine: Steel

#### PACKING SPECIFICATIONS

Packing material: Cellophane, Trestophane,

Nacreous Cellophane, Aluminium Foil

Weight of Packing: 20 to 1000 gr

Number of Packing: 1 to 45 per minute

Height of Packing: 2.5 to 35 cm

Width of Packing: 5 to 25 cm

دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان احمد قصیر (بخارست)، نبش خیابان شانزدهم، ساختمان سهند، پلاک ۶۵، طبقه اول، واحد شماره کدپستی: ۱۵۱۴۸ تلفن: ۸۷۳۵۹۲۴ و ۸۷۳۹۰۳۴ تلفکس: ۸۷۳۳۷۸۷

Head Office: Flat No.1 Sahand Build. No.65 Ahmad Ghasir Ave. Argentina Sq. Tehran 15148 Iran

Tel: +9821 8739034-8735924 Telefax: +9821 8733787 Website: www.shadmehr.com Email: info@shadmehr.com

# ایده‌های کار آمد نیاز به تکنولوژی ندارند

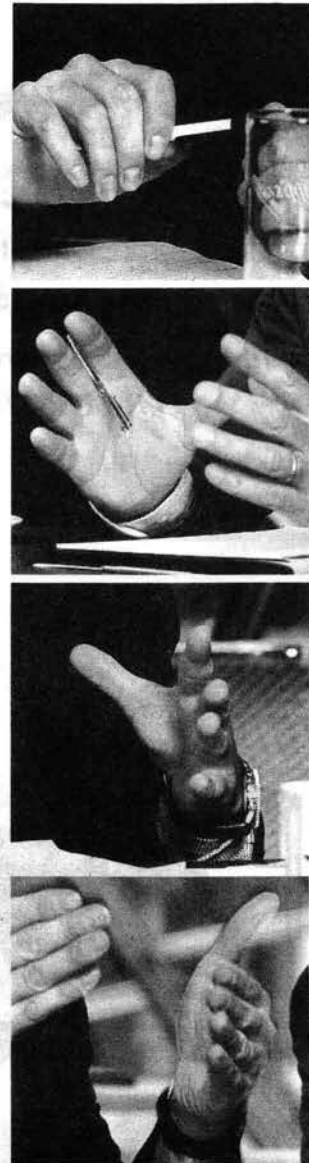
## آیا طراحان خلاق و مولد، آمادگی لازم برای روبرو شدن با آینده دیجیتال را دارند؟

نقل از مجله Print Process از انتشارات هایدلبرگ



### اعضای میزگرد:

- **فرانک بین‌هولد:** مدیر تولید یک آژانس تبلیغاتی در مونیخ آلمان و عضو کمیته اجرایی تولیدات چاپی در انجمن آژانسهای تبلیغاتی آلمان (GWA). مؤسسه بین‌هولد بنیان‌گذار فن‌آوری‌های جدید در سالهای اخیر بوده‌است.
- **کلاوس هوگل:** مدیر تبلیغات در بخش ارتباطات رسمی شرکت هایدلبرگ. همانگونه که وی تأکید دارد، تمام افراد درگیر در کار طراحی و تولید تبلیغات باید از روز اول با یکدیگر ارتباط داشته باشند.
- **هانس ورنر کلین:** مسئول سایت ارتباطی شرکت McCann-Erickson بزرگترین سازمان تبلیغاتی دنیا. وی به عنوان عضوی از New Media Board در انجمن آژانسهای تبلیغاتی آلمان (GWA) در تلاش برای ایجاد شبکه جهانی ارتباطی بین آژانسها و مشتریان آنهاست.
- **گریگور کریستین:** استاد طراحی در آکادمی "وسپادن" در آلمان. وی پیش از آمدن به این آکادمی به عنوان طراح در آژانسهای تبلیغاتی نظیر McCann-Erickson و Young & Ruloicom مشغول به کار بوده‌است. او معتقد است ایده‌ها نیاز به فن‌آوری ندارند بلکه این فن‌آوری است که نیازمند ایده‌هاست.
- **اریک تومانک:** مشاور مدیریت در Vereinigte Offsetdruckereien در هایدلبرگ. او خود را وقف توسعه فن‌آوری جدید، فن‌آوری دیجیتال و چندرسانه‌ای کرده‌است. او معتقد است در آینده شرکتهای چاپ فقط نقش مشاوره میان آژانسها و مشتریان را خواهند داشت.



یک طراح مبتکر به ایجاد ایده و طرح خوب است و اجرای یک طرح، مقوله متفاوتی است.

□ آیا یک طراح در عمل می‌تواند بدون تسلط بر تکنولوژی کار خود را به پایان رساند؟

■ **کریستین:** طراح باید قابلیت‌های این تکنولوژی را بداند.

■ **بین‌هولد:** طراح باید طرح را همانند قلم و کاغذ، در کامپیوتر اجرا کند.

■ **کریستین:** هنگامی که صحبت‌های مقدماتی پایان یافت، با وجود گسترده وسیع ابزارهای تکنولوژیکی موجود، امکان انجام کلیه امور که یک متخصص چاپ با دست انجام می‌دهد برای طراح فراهم است. طبیعتاً بعد از پایان این مرحله طرح به قسمت تولید فرستاده می‌شود.

□ می‌توانید در این مورد یک مثال ذکر کنید؟

■ **بین‌هولد:** برای مثال در کار طراحی، از عکاسی دیجیتال استفاده می‌شود که باعث ایجاد ترکیب رنگهای باورنکردنی می‌شود. بعد از اینکه طرح اجرائی آن در ماشین چاپ قرار گرفت، این ترکیب

مورد چیست؟

■ **فرانک بین‌هولد:** به نظر من، این یک عقیده است برای کسی که آینده تیم طراحی خود را با وجود کامپیوتر مبهم می‌بیند. سخت‌افزار و نرم‌افزار کامپیوتر در اصل برای اجرای ایده‌هاست. نه برای خلق آنها.

■ **کلاوس هوگل:** افراد غیر خلاق هستند که در این میان با اطلاع داشتن از دادوستد تکنولوژی، خود را همانند صاحبان ایده معرفی می‌کنند. ولی در انتها محصولشان غیر قابل قبول است.

■ **اریک تومانک:** در عمل، وظیفه اصلی تبلیغات، مثلاً در تبلیغات روی وسایل نقلیه، کاتالوگها و یا بروشورها، بیش از هر چیز، به فروش رساندن محصولات است. این موضوع به سادگی قرار دادن یک طرح برجسته بر روی یک کاغذ زیبا نیست، بلکه نیازمند راه‌حلی تا حد امکان مقرون به صرفه است.

■ **گریگور کریستین:** من آشنایی طراحان را با تکنولوژی جدید مفید می‌دانم ولی معتقدم ارزش

امروز در بسیاری از مقالات، بحث هماهنگی یا عدم هماهنگی روش‌های سنتی با امکانات پیشرفته امروزی مانند تکنولوژی دیجیتال، کامپیوتر و چاپگر، اینترنت و امکان برقراری ارتباط از طریق آن مطرح می‌شود. در گفتگوی که در ادامه می‌آید کارشناسان در مورد راهکارهای هماهنگی این دو زمینه و بهینه‌سازی شرایط موجود به بحث و تبادل نظر پرداخته‌اند.

□ هنرمندان طراح صنعت تبلیغات در استفاده از تکنولوژی رسانه‌های جدید با مشکل روبرو هستند. دلیل این امر چیست؟

■ **هانس ورنر کلین:** این گفته تا حدودی صحت دارد. موضوع تیم‌ها مشخص است. آنها محدودیت‌هایی دارند که آن هم به دلیل فراگیر نبودن رسانه جدید و عدم تثبیت جایگاه آن است.

□ یکی از مدیران اجرایی تبلیغات، تکنولوژی کامپیوتری را به مفید نمودن برای اجرای تبلیغات مهم کرده است نظر شما در این

رنگ قوی، عملاً کارائی خود را از دست می‌دهد. چون مسئول مربوطه در مورد کنترل رنگ اطلاع کافی نداشته و در آخر، کیفیت قابل قبول بدست نمی‌آید. این مثال بیانگر آن است که کار طراحی با استفاده از کامپیوتر، در عمل به سادگی آنچه که گفته شد نمی‌باشد.

■ **کلین:** در شرایط فعلی انگیزه استفاده از تکنولوژی، ذخیره و صرفه‌جویی در زمان و هزینه است و برای اینکار مراحل سازماندهی شده مناسبی تدوین نشده‌است. علاوه بر این آهنگ رشد چنان سریع است که اغلب کمتر شرکتی قادر به هماهنگی خود می‌باشد.

□ **بنابراین بنظر شما آژانس‌های تبلیغاتی به نوعی، کمبود سازماندهی درونی دارند؟**

■ **کلین:** در واقع تاکنون تعداد بسیار کمی از آژانس‌های تبلیغاتی در امر ایجاد نظم از آغاز تا پایان کار موفق بوده‌اند. یکی از عوامل این بی‌نظمی، تناقض بین متخصصین از یک سو و آزادی کار با تکنولوژی‌های جدید و اینترنت از سوی دیگر است. این امر باعث ایجاد فاصله بین ایده‌آل و واقعیت می‌شود.

□ **آیا نسل آینده برای ارائه این نوع طرز فکر، ابزارهای لازم را دارد؟**

■ **هوگل:** به ابعاد تولیدات رسانه‌ای از درون توجه نشده‌است، دلیل آنهم کمبود اطلاعات شخصی آموزگاران است. در این جا دو سوال مطرح می‌شود. تکنولوژی تا چه اندازه در خلاقیت تأثیر دارد و تا چه حد به طراحان در رسیدن به آنچه مورد پسند

**بین هولد: سخت‌افزار و نرم‌افزار کامپیوتر در اصل برای اجرای ایده‌هاست، نه برای خلق آنها.**

**کلوس هوگل: افراد غیر خلاق هستند که در این میان با اطلاع داشتن از دادوستد تکنولوژی، خود را همانند صاحبان ایده معرفی می‌کنند. ولی در انتها محصولشان غیر قابل قبول است.**

عموم است کمک می‌کند؟

■ **تومانک:** نسل جوانتر از وجود تجربه کارشناسی مناسب بی‌بهره است. قضیه از چیز ساده‌ای مثل قرار دادن امضا آغاز می‌شود و در انجام یک پروژه دیجیتال به فاجعه ختم می‌شود. شرایط در مراحل اولیه طرح پروژه بسیار سخت می‌شود. به این دلیل که طراحان به ایده و به نظر سرویس دهندگان اطمینان ندارند. خصوصاً در مورد متصدیان چاپ که همانند کارپردازان فاقد فکر و ذهن تلقی می‌شوند.

□ **بدون دلیل؟**

■ **تومانک:** بسیاری از متصدیان چاپ فکر می‌کنند که به منعکس کردن تصویری مشغولند که خود در مراحل تهیه آن نقشی نداشته و ندارند،

ولی عده زیادی نیز درک بیشتری از موضوع دارند. □ **آیا این نظریه که باید نیروی خود را روی آموزش متمرکز کنیم صحیح است؟**

■ **کریستین:** ما در اینجا یک خلا داریم. تعداد کارآموزانی که تمایل به یادگیری تکنولوژی دارند و به کاربرد آن واقفند، کم است. این مسئله با بی‌توجهی آموزگاران که در صدد بالابردن و رشد آموخته‌های خود نیستند دست بدست هم می‌دهد.

■ **کلین:** من فکر می‌کنم نسل جوان، نسبت به آنچه در اختیار دارد، خواهان دانستن و یادگیری مطالب بیشتری است. مشکلات تحصیلی، ارتباطی با عدم پویایی ندارند. با این وجود، آموزش ارائه شده در مدارس و محل‌های کار، باید به وسیله مطالعه و تحقیق جداگانه پشتیبانی شود. به عنوان نمونه، هر شخص، به سادگی قادر به کسب اطلاعات تخصصی از راه اینترنت می‌باشد.

□ **شرکت‌ها چگونه می‌توانند این میل به یادگیری را ارتقاء دهند؟**

■ **کلین:** مشخص کردن موضوعاتی مخصوص برای تحقیق و مطالعه. برای مثال کار روی سر فصل‌های تخصصی مشخص در طول مدت زمانی معین. در نهایت نیز افرادی که رتبه بالاتری آورند به عنوان تشویق در سیمینارها شرکت داده شوند یا از نمایشگاه‌های مهم بازدید کنند. ولی متأسفانه در بسیاری از موسسات این امور در جای خود قرار ندارند.

■ **تومانک:** تعداد بسیار کمی از شرکت‌ها موفق به

فعالیت می‌کند ارتباط را غیر متمرکز کرده‌ایم. این روش برای جلب اطمینان متخصصان خارجی برای انتخاب درست در بازارهاشان است. □ **اما با این وجود هنوز نقاط ضعف بسیاری در تولید وجود دارد. دلیل آن چیست؟**

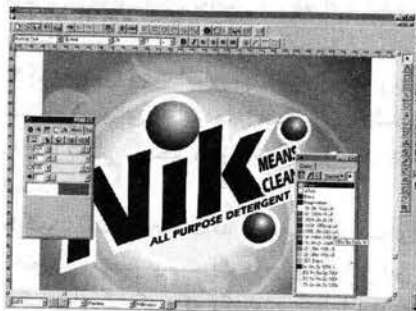
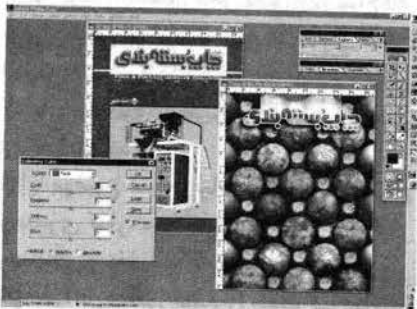
■ **بین هولد:** در موسسات به ندرت عملیات بهسازی در سطح قابل قبول انجام می‌شود. بسیاری از پروژه‌ها بوسیله قسمت تولید که از دریافت دائمی فایل‌های معیوب خسته شده‌اند، از دور خارج می‌شوند. بر روی پروژه‌هایی از این دست معمولاً کاملاً کار نمی‌شوند.

■ **کلین:** روش‌های کهنه ارتباطی در دنیای امروز کارایی لازم را ندارند و گزارش‌هایی که بطور تجدید شوند کمتر به چشم می‌خورد. در حالی که مثلاً گزارش شبکه اخبار هنری، کارکنان را با اطلاعات جدید آشنا می‌سازد.

■ **تومانک:** این شبکه نباید تنها در درون موسسه کاربرد داشته باشد. بلکه برای حل مسئله شبکه باید اطلاعات را به خارج نیز ارسال کند البته بسیار بهتر است که این دو بخش به موازات یکدیگر عمل کنند.

□ **آیا مشتریان شما از امکان عمل در چنین شبکه‌ای اطلاع دارند؟**

■ **تومانک:** در واقع خیر. ما راه سختی در پیش داریم تا ارتباط بین موسسات و مشتریان برقرار بماند. برای مثال در کارهایی که در کشور انگلستان، فرانسه یا دورتر ساخته می‌شوند، تعداد کمی از تولیدات چاپی وجود دارند که کار دست



جمعی از طریق شبکه روی آنها انجام شده باشد. انواع نمونه‌های چاپی از قبیل اوزالدها و امثال آن که اکنون به صورت عادی ارسال می‌شوند می‌توانند به صورت الکترونیکی در چند ثانیه ارسال شوند. عمل ارسال عادی هم کند و گران است و هم با رقابت نزدیک و فشرده قیمت در بازار چاپ تضاد دارد.

■ **بین هولد:** در کشورهای اروپایی غربی تعداد زیادی متخصص که قادر به انجام پروژه‌های دیجیتال در سطح بین‌المللی باشند، وجود دارد. فشار هزینه‌ها، موسسات را به مسائل مالی حساس می‌سازد و با این نوع ارتباط (ارتباط دیجیتال) در بسیاری از هزینه‌ها صرفه‌جویی می‌شود. علاوه بر این استانداردهای ایجاد شده

بازکردن راه خود از میان تکنولوژی دیجیتال کنونی گشته‌اند و ضعف موجود در این مورد به دلیل نبود سیستم آموزشی مناسب و کارآمد می‌باشد. در همین حال تکنولوژی پیشرفت می‌کند و این شکاف را افزایش می‌دهد.

□ **آیا جهانی شدن شرایط تحصیل را پیچیده‌تر نمی‌کند؟**

■ **کلین:** برعکس. در موسسات بزرگ، پروژه‌های که حاصل ارتباط جهانی از طریق اینترنت می‌توان یک پروژه را همزمان در نقاط مختلف ادامه داد. ولی این امر به حل مسئله مورد نظر ما یعنی عدم پیمودن مراحل کار به صورت مستقیم و پیشرفت به حالت مارپیچ کمکی نمی‌کند.

■ **هوگل:** بعنوان شرکتی که در سطح جهانی

توسط صنایع مختلف مثل رسانه‌ها، خودروسازی و کامپیوتر باید حالت عمومیت خود را ثابت کند. عبور از ایده اولیه بسوی محصول نهایی. برای مثال در یک آگهی روزنامه بوسیله تکنولوژی دیجیتال استاندارد شده تنها چند روز طول می‌کشد. در صورتی که این تکنولوژی وجود نداشت این مراحل طولانی‌تر می‌گشتند. افرادی که نتوانند با این تکنولوژی گام بردارند بزودی از دور خارج خواهند شد.

□ در ابتدا شما گفتید تکنولوژی در مرحله دوم اهمیت قرار دارد ولی حالا می‌گویند ایده‌ها بدون استفاده از تکنولوژی دیجیتال نمی‌توانند سریعاً محقق شوند. آیا این دو با هم در تضاد نیستند؟

■ کریستین: در حال حاضر صحبت درباره کیفیت کار است. کیفیت طرح‌ها با وجود اینکه عامل تعیین کننده است، در نظر گرفته نشده بود. من به عنوان یک طراح، شخصاً سعی می‌کنم طرح‌های همواره قابلیت اصلاح بهتر شدن را داشته باشند. ولی مهم‌تر این است که بدانیم برای رسیدن به طرح‌های خوب چه ابزارهایی در دست داریم. بسیاری از طراحان طرح‌های بزرگی دارند ولی بدلیل تنها (یک تنه) عمل کردن، طرح آنها از درون حافظه و کامپیوترشان خارج نمی‌شود.

■ کلین: از صحبت‌های شما اینگونه استنباط می‌شود که به نظر افراد بخش تولید (اجراکار)، طراحان از آنها انجام مسائل غیر ممکن را می‌خواهند ولی عکس این موضوع صحیح است. بخش تولید با دانستن شکل دقیق ایده طراح قادر به بیان کامل آن نیست. این امر دلیل عمده افزایش قیمت و کاهش کیفیت می‌باشد و مشکلی که ما در راه طولانی تغییرات بازار قادر به تحمل آن نخواهیم بود.

□ آیا موضوع عدم ارتباط مناسب بین طراح و مجری کار، مخالفت با مجریان کار رسانه‌ای و عمل آنها که برای بهینه‌سازی کار خود مراحل میانی تولید را حذف کرده‌اند، نمی‌باشد؟ و آیا این کوتاه‌سازی باعث گردش تولید به سمت طراح و در نهایت پیچیده‌تر شدن کل موضوع نمی‌شود؟

■ کریستین: تمام افرادی که بنحوی در کار درگیر هستند باید هرچه سریعتر با هم مرتبط شوند. تنها در این صورت است که اجراکاران قادر به حل مشکلات طراحان خواهند بود.

■ تومانک: آنچه ما را به فکر و عمل وامی‌دارد کار گروهی و همکاری است. طراحان و متخصصین تکنولوژی باید هم ارز یکدیگر کار کنند. چون یکی کار را انجام می‌دهد و دیگری می‌داند چه چیزی کجا و چگونه باید استفاده شود.

■ هوگل: این امر به طور کلی صحیح است ولی در عمل باعث ایجاد محدودیت در طراحی می‌شود.

**اریک تومانک: تعداد بسیار کمی از شرکت‌ها موفق به بازگردن راه خود از میان تکنولوژی دیجیتال کنونی گشته‌اند و ضعف موجود در این مورد به دلیل نبود سیستم آموزشی مناسب و کارآمد می‌باشد. در همین حال تکنولوژی پیشرفت می‌کند و این شکاف را افزایش می‌دهد.**

این مسئله را چگونه حل می‌کنید؟

■ تومانک: برای یک طراح جالب نیست که یک طرح برجسته را ایجاد کند و بعداً متوجه شود در عمل قابل انجام نیست.

■ کریستین: این مهمترین قسمت موضوع است. یک ایده خوب باید کاملاً بسط داده شود و مورد بررسی قرار گیرد. مهمترین قدم، قدم چگونگی ارائه طرح است.

امروزه بررسی و ارائه طرح باید در مدت زمان کوتاهی انجام شود. ایده‌ها در مدت کمی توسط کامپیوتر ساخته می‌شوند و در یک لحظه بوسیله چاپگر روی کاغذ گلاسه ظاهر می‌شوند ولی اغلب، این ایده‌ها بصورت کاملاً پخته در نمی‌آیند. در تولید تبلیغات برای کار اجرایی نهایی کوشش بسیار زیادی انجام می‌شود که حتی طرح‌های برجسته را هم تحت الشعاع قرار می‌دهد.

■ هوگل: اما در اینجا بازار کدام رقابت داغ‌تر است؟ بسط یک طرح بصورت نامحدود یا یافتن بهترین ویتترین برای نمایش آن همراه با قلمرو محدود؟

■ کریستین: بحث اصلی اجتناب از میانه روی است. تکنولوژی که ایده‌ها را سیقل می‌بخشد و به آنها شکل می‌دهد هنوز کاملاً شکل نگرفته است.

■ کلین: نکته اینجاست که چنین نقشی برای تکنولوژی متصور نیست. اگر ما برای طراحان این موضوع را روشن کنیم که تکنولوژی آنها را بهتر به سمت ایده‌هایشان هدایت می‌کند، طراحان مجبور استفاده تکنولوژی و بدون هیچ محدودیتی در پیشرفته می‌شوند.

■ کریستین: هنگامی که موسسات موفق را در نظر می‌گیریم، می‌بینیم ارائه طرح‌ها، بجای خود طرح، یک کپی و حداکثر ده سطر توضیح بیشتر است. دلیل این موفقیت این تمرکز بر روی ایده است و کسی از آن منحرف نمی‌شود. من شخصاً رقابتی که بدلیل دخالت تکنولوژی بازنده شده باشد به یاد ندارم.

□ آیا این بدان معنی است که برنامه ریزی بیشتری برای واردشدن در رقابت‌های تبلیغاتی لازم است از همان آغاز کار بر این امور تکیه کرد؟

■ کلین: این برنامه‌ریزی، آگاهی دادن به تمام افراد دست‌اندرکاران در تمام مراحل پیشرفت پروژه آغاز می‌شود. با این همه با آهنگ یکنواخت جلو می‌روند و این تنها راه جلوگیری از وقوع اشتباه و سوء تفاهم است همچنین باعث ایجاد محدودیت برای طراحان نیز نمی‌شود بنابراین اگر مرزهای محدود کننده ایجاد ارتباط سریع در نور دیده شوند، فضای بازتری برای دریافت نتیجه نهایی بوجود خواهد آمد.

■ بین هولند: وی این ارتباط تنگاتنگ به معنای درگیر شدن کارکنان موسسه نیست. مشکلات از رشد و تنوع راه حل‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، که ما را از کارکردن تحت استانداردهای تعریف شده باز می‌دارند، ناشی می‌شوند. توسعه دهندگان تکنولوژی چاپ باید شرایط درون گروهی را نیز در نظر داشته باشند و راه حل‌هایی ارائه دهند که در عمل ساده و در طرح، مناسب باشند تا ما را قادر به ورود به دنیای شبکه‌ها و بانک‌های اطلاعاتی نمایند.

□ آیا در این میان تخطی توسعه‌دهندگان تکنولوژی چاپ باعث بروز جنگ و جدل دائمی نمی‌شوند؟

■ تومانک: ما سال‌هاست انجام این مأموریت را تجربه کرده‌ایم و باعث بقای ما در این مدت طولانی حفظ همین ارتباط است. چاپ در آینده یک سرویس کم اهمیت خواهد شد. زیرا بسیاری از مراحل آن در حال خودکار شدن است. قدرت برتر بازار در مهارت و تناسب پیش از چاپ خلاصه می‌شود. مشاوره در حال تبدیل به ابزار کلیدی جذب مشتری برای امکاناتی که تکنولوژی دیجیتال برای ما مهیا کرده می‌باشد. این به معنی پایانی بر مباحث پائین آوردن قیمت تمام شده چاپ هر صفحه می‌باشد.

■ بین هولند: موافقم. اصل موضوع پائین آوردن قیمت تا حد امکان نیست. موضوع، اجرای ممتاز است. متأسفانه هنوز سرویس دهندگان ارتباطی در میان شرکای تجاری استثناء هستند. ولی با نزدیک شدن موسسات تبلیغاتی به شرکت‌های سرویس دهنده ارتباطی، آینده صنعت تبلیغات تضمین می‌شود.

■ کلین: علاوه بر کار گروهی، درباره تکنولوژی پیشرو هم باید بحث شود. چون مسئله تغییر عقیده مردم نیست. بلکه مسئله ارائه راه‌حل‌های تکنولوژیکی جدیدی است که در عمل کارآیی داشته باشند. علاوه بر این ما باید با مشتریان رسانه‌ای خود نیز به همین صورت عمل کنیم. هنگامی که زمان تأسیس بازارهای جدید فرا رسید تحقیقات و کارشناسی باید صورت گیرد اگر طراحان در موسسات به شرکای خود و تکنولوژی توجه بیشتری نمایند همه ما کار را ساده‌تر به انجام خواهیم رساند. ■

# رنگ در بسته بندی

نوشته جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی

رنگ در خدمت بسته بندی  
۳- رنگ یک فروشنده کار آمد  
۳-۵ خلق تصاویر اپتیکی

رنگها می توانند به راحتی چشم را فریب دهند. بنابراین اگر تمام امکانات و تواناییهای رنگ را بشناسیم می توانیم از آن سود ببریم.

رنگها برای نمایش کالاها از توانمندی فوق العاده ای برخوردارند. مثلاً یک قطعه گوشت اگر بر زمینه سبز قرار گیرد، سرختر و اشتها انگیز تر به نظر می آید. این نتیجه اثرات اپتیکی است که یکی از ویژگیهای منحصر به فرد بینایی به شمار میرود.

در ترکیبات رنگی، یک رنگ تحت تأثیر رنگهای همجوار و محیطش واقع می شود. یک سطح خاکستری در کنار سطحی قرمز، سبز فام به نظر می رسد. از طرف دیگر، سطح قرمز خالصتر و فام زردش کمتر می شود. اگر همان خاکستری را روی یک زمینه سبز قرار دهیم، مایل به قرمز می شود. خاکستری روی زمینه زرد، فام بنفش پیدا می کند. در هر آزمایش، خاکستری فامهای متنوعی پیدا می کند. هر چقدر که زمینه روشنتر باشد، خاکستری تیره تر به نظر می رسد و بر عکس. این مورد تضاد همزمان<sup>(۱)</sup> نامیده می شود.

اثرات تضاد از مدتها قبل شناخته شده است. می توان چگونگی به وجود آمدن آنرا به وسیله کنش متقابل شبکه توضیح داد: سلولهای حساس به تصویر شبکه به تنهایی عمل نمی کنند، بلکه به صورت گروههایی موازی، یک واحد پذیرای متشکل را به وجود می آورند. که این خود باعث اغراق در تضاد می شود. بدین معنا که نور در مناطق واحد میدان دید متفاوت خواهد بود. می توان از قوانین زیر استفاده کرد:

اگر دو رنگ مکمل در کنار یکدیگر قرار گیرند، هر دو تأکید شده تر به نظر خواهند رسید. یک رنگ زمانی مکمل رنگ دیگر خواهد بود که هر دو تمامی نور قابل مشاهده را منعکس کنند و حاصل اختلاط آنها رنگ خاکستری باشد. رنگهای مکمل در دایره رنگ مقابل

کتاب Color sells your package در سال ۱۹۶۹ توسط دکتر جان -پال فیور (Dr. Jean -Paul Favre) نوشته شده است. او در زمینه رنگ، بسته بندی و تبلیغات تحقیقات و نوشته های زیادی دارد. وی در سالهای که این کتاب نوشته شده، مشاور بازاریابی شرکت سوسی نستله بوده است. او شهرت بسیار زیادی به عنوان یک محقق بازاریابی دارد.

این کتاب و چندین اثر دیگر دکتر جان -پال فیور به صورت سه زبانه عرضه شده اند. در واقع این سری کتاب ها که توسط انتشارات ABC Edition Zurich منتشر شده اند، از جمله تحقیقات جهانی بوده اند که در آن دوره زمانی به انجام رسیده اند.

مقدمه کتاب توسط فرانک جی آنی نوتو (Frank Gianninoto) نوشته شده است که یک طراح صنعتی صاحب سبک و به نام است.

اگرچه تاریخ نشر کتاب به چندین سال پیش باز می گردد، اما هنوز هم می توان بسیاری از مطالب آن را به عنوان مرجع مورد استفاده قرار داد. این مطالب سالها پیش نوشته شده اند اما کهنه نشده اند. دلیل آن واضح است. بعضی از مسائل مربوط به رنگ از گذشته تاکنون به یک شکل باقی مانده اند، این مسائل حقایقی اند تغییرناپذیر.

علاوه بر آنچه گفته شد مورد دیگری که سبب ارزش کتاب می شود روش برخورد نویسنده با موضوع رنگ و بسته بندی است. روشی علمی که بر پایه مدارک و شواهد متعدد استوار است.

ترجمه کتاب Color sells your package با نام «رنگ در بسته بندی» توسط شبنم فرایی به انجام رسیده است. وی که در رشته های گرافیک و طراحی صنعتی تحصیل کرده است، اکنون در زمینه طراحی گرافیک و طراحی محصول فعالیت دارد.

یکدیگر قرار می گیرند. مثلاً بنفش و زرد، سرخ و سبز، آبی و نارنجی و غیره). رنگی که بر یک زمینه رنگی قرار می گیرد به گونه ای تغییر می کند که گویی رنگ مکمل زمینه را جذب کرده است. سطح قرمزی که با زرد احاطه شده است، تیره تر آبی فام و نسبتاً سرد به چشم می آید همچنین به نظر می رسد که قرمز به طرف رنگ مکمل زرد یعنی بنفش متمایل شده است.

وقتی که یک رنگ روشن بر رنگ تیره ای قرار گیرد روشنتر به نظر می رسد. چشمان ما رنگ تیره را بر سطح روشن تیره تر می بیند. مثال: پنج مربع مستطیل هم اندازه را کنار یکدیگر قرار می دهیم، که از قرمز تیره تا زرد روشن ردیف شده اند، هنگام نگاه کردن به این سطح احساس می کنیم که به طرز غیر معمولی رنگ شده است. قسمتهایی که با سطحهای روشنتر تماس دارند تیره تر و اشباعتر به نظر می رسند و قسمتهایی که با سطحهای تیره تر در تماسند روشنتر و غیر متمرکزتر به چشم می آیند.

دو سایه مختلف یک رنگ را، یکی روشن و دیگری تیره تر، در کنار یکدیگر قرار دهید. روشن، روشنتر به نظر می آید و تیره، تیره تر. به یک گوجه فرنگی بر زمینه قرمز تیره نگاه کنید: گوجه فرنگی بسیار کمرنگ و رنگ پریده به نظر می رسد.

اگر رنگ سفید را کنار یک رنگ تیره بگذاریم، سفید بسیار شدیدتر به نظر می آید. این موضوع در مورد سیاه در کنار یک رنگ روشن صدق می کند. از طرف دیگر رنگ تیره کنار سیاه ضعیفتر به نظر می رسد و رنگ روشن کنار سفید همین وضعیت را پیدا خواهد کرد. بدین طریق می توان درخشش رنگ را افزایش داد. یک صورتی کمرنگ و ضعیف بر زمینه سفید، چرک و بی تأثیر خواهد بود. پس زمینه سبز رنگ (رنگ مکمل قرمز) این صورتی را خالصتر و درخشانتر خواهد کرد.

می توان از ویژگیهای تضاد رنگها در ارائه مواد غذایی، سود بسیار برد، به ویژه در کشورهایی که استفاده از رنگهای مصنوعی مجاز نیست. به عنوان مثال برای اینکه اسپاگتی و یا فرآورده های مشابه جذابتر به نظر رسد می توان آن را در قابهای آبی رنگ ارائه کرد. این قاب می تواند در داخل بسته باشد و جلوه آن وقتی که محصول بیرون آورده شود نمایان خواهد شد. می توان بروی بسته تصویری از کالا و قاب آبی رنگ را چاپ کرد و یا کالا از طریق یک پنجره شفاف نمایش داده شود در حالی که در قاب آبی رنگ محصور است.

بیرن<sup>(۲)</sup> می گوید که بسته بندیهایی که در آن از نوارهای آبی رنگ استفاده شده است، بهترین نوع برای فروش تخم مرغهایی است که سفید هستند. مطمئناً این به خاطر سفیدتر به نظر رسیدن تخم مرغهاست. همچنین سس مایونز در کنار آبی، زردتر و اشتها برانگیز تر به چشم می آید. کاغذهای آبی، شکر را سفیدتر نمایش می دهد. ملحفه های سفید که با نوارهای آبی تزیین شده اند نو به نظر می رسند. دانه های آبی رنگ بعضی از بو درهای شستشو نیز همین تأثیر را می گذارند. نوع دیگر از تصاویر اپتیکی به وجود آوردن تغییرات ظاهری در ابعاد بسته بندیهاست. بسته بندیهای زرد، قرمز و نارنجی از دیگر بسته های تیره بزرگتر به نظر می رسند.

میزان تیرگی و روشنی هر رنگ، ابعاد ظاهری را تعیین می کند: یک مربع مستطیل آبی کمرنگ، بزرگتر از یک مربع مستطیل همان اندازه آبی تیره به نظر می آید. یک سطح روشن با پس زمینه تیره، بزرگتر از یک سطح تیره با پس زمینه روشن جلوه می کند. این مورد می تواند برای حروف چینی بسته بندیها مفید واقع شود.

بسته ای که به بخشهای افقی تقسیم شده است کواکتر و فشرده تر به نظر می رسد. بسته دیگری که به بخشهای عمودی تقسیم شده است، باریکتر و بلندتر به نظر می رسد. معمولاً تصور بر این است که تقسیم سطح بر رنگهای مختلف باعث می شود که سطح کوچکتر به نظر آید. اگر هر یک از سطوح جانبی بسته دارای رنگهای متفاوت باشد، خاصیت سه بعدی آن افزایش می یابد. نوارها، طرحها و نقشهایی که با سطوح فوقانی گسترده می شوند، خاصیت سه بعدی آنرا کاهش می دهند.

قاب رنگی تیره ای که اطراف بسته را احاطه کرده است بر آن فشار وارد می آورد و فضای آنرا محدود می کند و باعث می شود که کوچکتر به نظر رسد. بسته ای با رنگهایی که از طرف داخل به بیرون کمرنگ تر می شود (سایه های روشنتر در لبه ها) بزرگتر از اندازه حقیقی به نظر خواهند رسید. همین تأثیر به وسیله دایره رنگی هم مرکز به وجود می آید. (چشم، این توانایی را دارد که قطعات پراکنده خارجی این دایره را به شکل یک دایره کامل ببیند) می توان همین تأثیر را با استفاده از فرمهای مثلثی که رأسهای آنها در مرکز بسته، به هم چسبیده است به دست آورد (تصویر دو)

معمولاً محصولات طبی و دارویی در مقادیر نسبتاً کم و با قیمت های بالا فروخته می شوند. برای اینکه تناسبی بین قیمت و مقدار این کالاها برقرار شود و برای اینکه مورد توجه قرار بگیرند، کارخانجات از امکاناتی که در بالا ذکر شد، برای بزرگتر جلوه دادن بُعد ظاهری بسته بندیها استفاده می کنند.

1 - Simultaneous Contrast

2 - Birren

# بازار مقوا دفاع از

نقل از مجله Packaging Today

مقوا در صنعت مواد غذایی اروپا با ایجاد ویژگیهای مثل مقاومت در برابر چربی و رطوبت و به منظور کمک یکسان به مصرفکنندگان به دفاع از بازار برخاسته است. بخش غذاهای آماده نمونه محدودی است که تحت سلطه مواد پلاستیکی است. با وجود تعداد زیادی از محافظهای داخلی که تقریباً متشکل از مهم و پلاستیکهای است که بر اثر حرارت شکل داده شدهاند، باید این وسوسه برای سازندگان پیش آمده باشد که دیگر از کارتنهای بیرونی استفاده نکنند و یا حداقل آن را به ورقه تقلیل دهند.

بستهبندی محصول Platdu Jour که برای شرکت France Glace Findus Nestle تهیه شده و در بازار فرانسه توزیع گردید بیانگر راههای مختلفی است که مقوا از طریق آنها با جایگزینهای خود در حال مبارزه است. شرکت VanGenech و Goosens Beauvais Genechten بستهبندی هشت وجهی جالبی را برای آن دسته از غذاهای آماده منجمد تولید کرده است که به غیر از ساختار و تأثیر گرافیکی آن دارای مزایای بیشتری برای مصرفکنندگان می باشد. طبق گفته Assidoman Frovi تولیدکننده مقوای Frovi ligt که در صنعت بستهبندی مورد استفاده قرار میگیرد، ساختمان چهار لایه این ماده و مقاومت بالای آن در برابر پارگی، آن را برای این نوع کاربرد ایدهآل میسازد. بویژه مقوای ۳۱۰ گرمی بستهبندی که به شکل نوار کاغذی جعبه را به دو قسمت می کند که در هر قسمت یک ظرف غذا وجود دارد. از آنجایی که این بسته بندی برای قفسه فریزر طراحی شده است Platdu Jiur مقاومت بالایی را در برابر رطوبت برای این کارتن در نظر گرفته است.

آقای Magnus Levinsson مدیر فنی پشتیبانی فروش شرکت Assidoman اظهار می دارد با مقوایی که برای چندین نوع بسته بندی کاربرد دارد. برای استفاده از دسته و غیره شما نیاز

به قدرت «مقاومت در مقابل پاره شدن» دارید و نیز می افزاید که در بخش مواد منجمد به ماده ای احتیاج هست که در برابر رطوبت مقاوم باشد و در ادامه می گوید که ویژه گیهای خوب بسته بندی کارتن برای بسیاری از انواع محصولات ضروری است.

می توان مقاومت در برابر چربی ها و مقادیر مختلف رطوبت را که در روکش های پلیمری در بالاترین حد خود است در مقوا میز به وجود آورد. تا زمانی که واقعاً مورد نیاز نباشد، عملکرد غیر عایق که نشانگر کیفیت پایدار ساختار باز مقوا است، ترجیح داده می شود در این راستا مقوایی طراحی شد تا در مقایسه با مقوا سنگین تر بطور متوسط ۱۰ گرم وزن مقوا را در بسته بندی مورد استفاده پائین آورند. زیرا بعضی معتقدند که مقوای سبکتر سطحی مناسب تر را برای چاپ فراهم می سازند.

هر بازار اروپایی که تحت مقرراتی قرار می گیرد که انواع خاصی از مواد را تحت جریمه قرار دهد بحث و موقعیت خوبی صحبت برای در مورد مقوایی با وزن کمتر و کاربردهای قابل مقایسه آن به وجود می آورد. در این حال گزارش هایی از آلمان حاکی از این است که مالیات های سنگین به خصوص در مورد مقوای بسته بندی، بسیاری از مصرف کنندگان را به سمت استفاده از مقوای سبکتر سوق داده است. و شرکت های بین المللی از قبیل Nestle کاهش وزن بسته بندی ها را جزو اهداف خود قرار داده اند. به نظر می رسد مقررات زیست محیطی جامعه اروپا جدا از توضیح قابلیت های مختلف، در بسیاری از موارد نیز آب را برای بسیاری از مالکان و صاحبان صنایع گل آلود کرده است.

شرکت (MMP)

Mayre Melnhof Packaging انگلستان در مقابله با تهدید مربوط به ورق های چاپ شده پلیمری حتی سرپوش های بسیار نازک از جنس فیلم پلاستیک به عنوان جایگزین هایی برای جعبه مقوایی در بخش غذاهای آماده گزارش هایی را ارائه کرده است که بر اساسی این گزارشها، مصرف کنندگان پیشنهاد حرکت به سوی بسته بندی کاملاً مقوایی را داده اند و آن ظرفی مقوایی درون جعبه مقوایی است.

برداشتن و در جعبه گذاشتن کلوچه های ترد و پخته شده، به وسیله دستگاه خودکار OPM

در آلمان اگر لاک روی مقوا (coating) ۵ درصد یا بیشتر از وزن مقوا را شامل شود آن مقوا، ماده مرکب فرض شده و مالیات بیشتری به آن تعلق می گیرد.

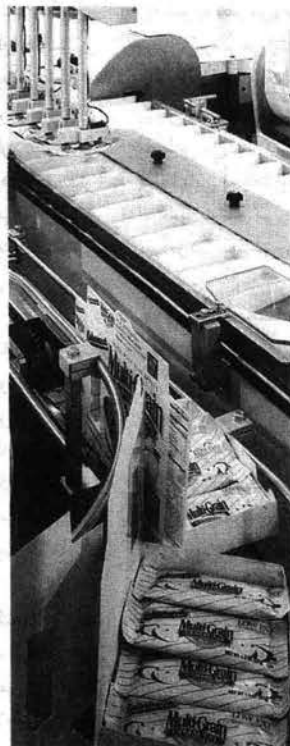
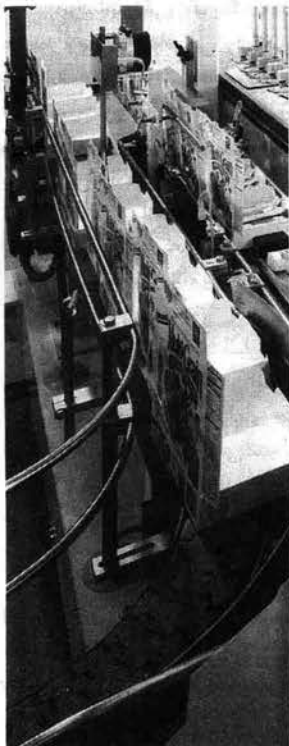
\*\*\*\*\*

مدیر بازاریابی این شرکت اظهار می دارد سازندگان مقوا به طور روز افزون در حال تغییر محصولاتشان به منظور امکان تماس مستقیم با مواد غذایی هستند او می گوید: مردم در حال کنار گذاردن پوشش فیلم پلاستیک مورد استفاده در داخل کارتن ها و استفاده از مقوا با محافظ های بهتر هستند و این امر به دلیل الزامات قانونی مورد حمایت قرار گرفته است.

ولی مقوا به منظور فراهم کردن راه حلی با دوام در چهارچوب های قانونی باید مواد غیر فیبری را در خود داشته باشد در آلمان اگر لاک روی مقوا (coating) ۵ درصد یا بیشتر از وزن مقوا را شامل شود آن مقوا، ماده مرکب فرض شده و مالیات بیشتری به آن تعلق می گیرد.

در حالی که سازندگانی چون Assidoman روکش های خارجی پلیمری را پیشنهاد کرده اند، دیگر سازندگان مشغول سعی در گسترش بازار حلال های آبی هستند.

Mayr Melnhof Karton از هلند و Stromsdal از سوئد جزء آن دسته از کسانی هستند که روکش های اکریلیک را به کار می برند ولی همانگونه که گفته شد بازارهای غذایی به خصوص وقتی صحبت از تکنولوژی جدید و ثابت





## به نظر می‌رسد جدال بر سر انجام تغییرات مفید در مقوا برای تماس مستقیم با غذا بسیار شدید است و...

\*\*\*\*\*

اصول احتیاطی را در نظر داشته‌ایم. به عبارت دیگر اگر ماده‌ای را نشناسیم از کاربرد آن خودداری می‌کنیم و با تهیه کنندگان خود نیز تماس گرفته‌ایم تا این جزء را از مقوای بازیافتی حذف کنند. بازارهای مختلف جغرافیایی در زمینه پذیرش مقوا در بسته‌بندی‌های چندگانه و کاربردهای ویژه آن عکس‌العمل‌های یکسانی نداشته‌اند. در حالی که در آمریکای شمالی در زمینه غذا، آبجو و بسته‌بندی‌های چندگانه نوشیدنی‌ها بویژه در حجم‌های بزرگتر مقوا کاربرد بسیار زیادی دارد، بازارهای اروپایی مثل فرانسه و انگلستان شاهد تغییر به سمت فیلم چاپ شده هستند.

طبق گفته یکی از مدیران شرکت جهیزیه بسته‌بندی آمریکا (Nigrelli Systems) تولیدکنندگان معروف نوشیدنی‌های ملایم هیچ تردیدی ندارند که مسئله فروش به اثر آگهی‌ها بستگی دارد که این منظور از طریق دو یا سه بسته‌بندی چندتایی مقوایی قابل دسترسی است. در انگلستان مقوا به شکل‌های مشابه برای افزایش حضور در بازار به کاربرد می‌شوند هر چند که در بعضی موارد این کار بیشتر با یک عکس انجام می‌پذیرد تا تأثیر آگهی و اعلان.

مدیر فروش شرکت Mead انگلستان می‌گوید: «همه بازارهای اروپایی خطر قیمت‌های بالای مقوا را حس می‌کنند.» در زمینه بسته‌بندی‌های چندتایی شرکت‌ها قادر با استفاده از فیلم پلاستیک به جای مقوا می‌توانند در مورد مواد خام صرفه‌جویی کنند ولی

- بالا/ سمت راست بسته‌بندی به منظور برانگیختن اشتها (جعبه‌های مقوایی محصولات MMP انگلیس
- بالا/ سمت چپ Assidoman این بسته‌بندی را برای France Glaces Findus Nestle تهیه کرده‌است.
- پایین قرار دادن تقریبی استنک‌های بسته‌بندی شده روی دستگاه OPM

نشده‌ای در میان باشد، کاملاً محافظه کار خواهند بود. حتی وقتی از جعبه‌های مقوایی محافظ کاملاً ویژه که برای تماس مستقیم با غذا طرح‌ریزی شده است، استفاده می‌شود، مصرف‌کنندگان نهایی در هر مراحل از یک پوشش داخلی استفاده خواهند کرد. برای انواع دیگر محصولات مدت مدیدی است که جعبه‌های مناسب فراهم شده است تا به عنوان جایگزین برای پوشش درون جعبه و در بعضی موارد پوشش‌های فیبری و فیلم پلیمری به کار برده شوند. با وجود این معمولاً هر گونه تغییر در شکل بسته‌بندی نیازمند سرمایه‌گذاری در خطی جدید است و سازندگان تا زمانی که محرک بسیار قوی وجود نداشته باشد، به ندرت به انجام این کار تمایل نشان می‌دهند.

به نظر می‌رسد جدال بر سر انجام تغییرات مفید در مقوا برای تماس مستقیم با غذا بسیار شدید است و حتی وقتی ماده بازیافت شده در بین لایه‌هایی در بین از فیبر خالص قرار می‌گیرد، باز می‌تواند استفاده کنندگان و تغییردهندگان را با مشکل روبرو سازد. جدیدترین دلهره را گزارش‌های رسانه‌های گروهی به وجود آورند. این گزارش‌ها در مورد (DIPNS) disopropyl naphalenes موجود در کاغذهای کاربن به وجد آمده از مقوای بازیافتی است که مستعد برای آلوده کردن غذا می‌باشد. یکی از تولیدکنندگان می‌گوید: «در اینجا ما

همانطور که این مدیر شرکت انگلیس بیان می‌دارد تجزیه تحلیل نهایی سود و ضرر بین این دو کاملاً یکسان خواهد بود. و در حالی فیبر و پلاستیک از نقطه نظر زیست محیطی موارد متضادی را در زمینه چرخه حیات باعث می‌شوند، تأکید بر حجم بسته‌بندی و وزن، کاملاً مقوا را در انزوا قرار می‌دهد که این امر با محاسبه مالیات‌ها مشخص می‌گردد. بنابراین در بازارهای چون انگلستان و فرانسه، مقوا مجبور مبارزه برای بدست آمدن سهم خود از آن چیزی است که بازاری کوچکتر از بسته‌بندی‌های چندتایی در آمریکا است. علی‌رغم توانایی به اثبات رسیده سازندگان مقوا در ابداع و تولید بسته‌بندی‌های چندگانه در اندازه‌ها و شکل‌های تازه، حضور فیلم پلیمری به عنوان یک جایگزین با هزینه کمتر به ناچار جایگاه آنان را تضعیف می‌کند. تعداد سازمان‌های زیست محیطی موافق بسته‌بندی فیبره با هر نوع کاربرد کافی نیست. در کل اگر تهیه کنندگان مواد غذایی هزینه تجهیزات و یا موفقیت مارک خود را مدنظر داشته باشند، متقاعد ساختن آنان در مورد سرمایه‌گذاری در زمینه مقوا به عنوان یک ماده یا انتخاب، روندی آهسته است هر چند ایجاد تغییر در مراحل تولید مقوا کاملاً مفید خواهد بود اما رقابت همیشگی پلاستیک به ویژه در مورد هزینه، کار تهیه کنندگان مقوا را از آنچه که هست، مشکل‌تر خواهد ساخت. ■



**AIDANAR**  
Packing Industries  
صنایع بسته بندی آیدانار

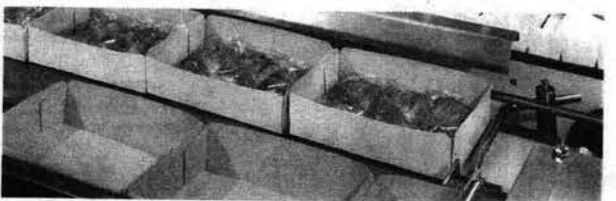
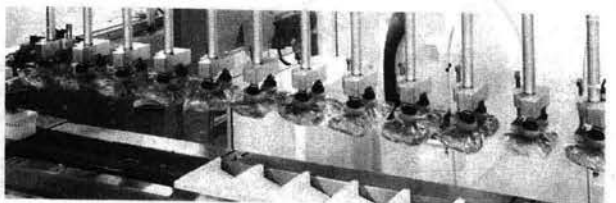
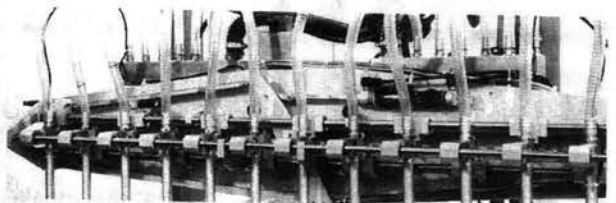
**بزرگترین تولید کننده فیلمهای پی وی سی سخت، نیمه سخت و جمع شونده در ایران تولیدات:**

**فیلمهای رنگی  
فیلمهای شفاف و مات  
فیلمهای آجدار**

**با ضخامت ۲۰ تا ۷۰۰ میکرون  
و عرضهای تا ۱۷۰۰ میلیمتر**

**دفتر مرکزی: خیابان سمیه، نبش  
خیابان فرصت، ساختمان  
۱۲۹، طبقه هفتم، شماره ۱۲۴،  
کد پستی ۱۵۸۱۷**

**تلفن: ۰۲۱ ۸۴۷۸۲۱۰ و ۸۳۳۱۸۹  
Email: Aidanar @ dpir.com**

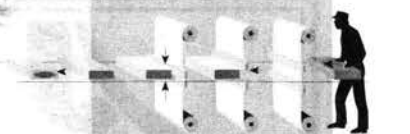
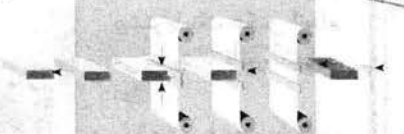
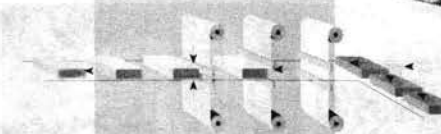
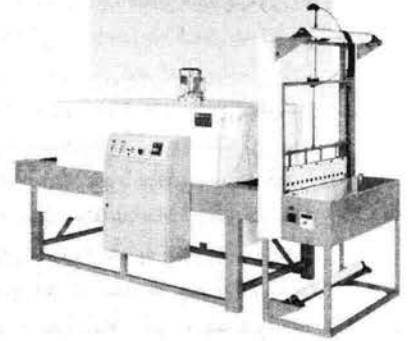
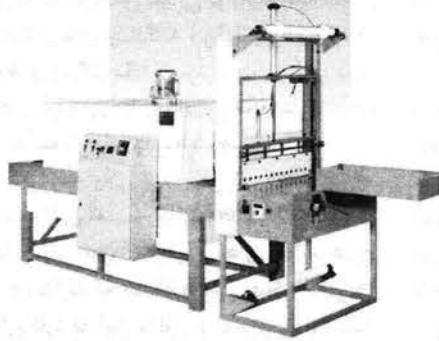




شیرزاد

SHIRZAD  
Manufacture of Shira machines  
شیرزاد

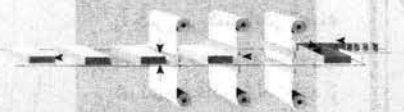
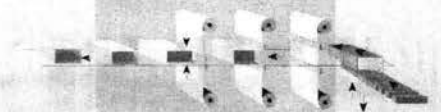
تولید کننده انواع دستگاههای شرینگ پک  
شرینک تونلی، محفظه ای، سربطری و استرج پالت



شرینک پک تونلی شیرزاد  
مدل ۳ (تمام اتوماتیک)

شرینک پک تونلی شیرزاد  
مدل ۲ (نیمه اتوماتیک)

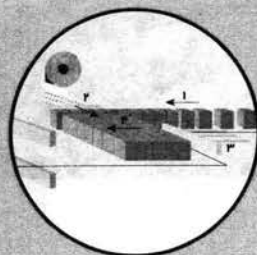
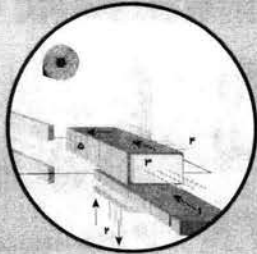
شرینک پک تونلی شیرزاد  
مدل ۱ (دستی)



شرینک پک تونلی شیرزاد مدل ۶  
(تمام اتوماتیک ردیف کننده عمودی)

شرینک پک تونلی شیرزاد مدل ۵  
(تمام اتوماتیک ردیف کننده افقی)

شرینک پک تونلی شیرزاد مدل ۴  
(تمام اتوماتیک در امتداد خط تولید)



انواع دوخته های شرینگ تونلی

| شماره | مدل                              |
|-------|----------------------------------|
| ۰۱    | دستی                             |
| ۰۲    | نیمه اتوماتیک                    |
| ۰۳    | تمام اتوماتیک                    |
| ۰۴    | تمام اتوماتیک در امتداد خط تولید |
| ۰۵    | تمام اتوماتیک ردیف کننده افقی    |
| ۰۶    | تمام اتوماتیک ردیف کننده عمودی   |
| ۰۷    | دوخت مخصوص اجسام گرد             |
| ۰۸    | دوخت مخصوص لنت ترمز کفشکی        |
| ۰۹    | چهار طرف دوخت دستی               |
| ۱۰    | چهار طرف دوخت اتوماتیک           |

مدلها و ابعاد ورودی کوره های شرینگ تونلی

| شماره | مدل    | ابعاد ورودی |                |
|-------|--------|-------------|----------------|
|       |        | عرض         | ارتفاع         |
| ۰۱    | ۳۰۰۰۰  | ۳۵          | ۳۰             |
| ۰۲    | ۶۰۰۰۰  | ۴۵          | ۳۰             |
| ۰۳    | ۹۰۰۰۰  | ۵۵          | ۳۰-۴۰          |
| ۰۴    | ۱۲۰۰۰۰ | ۶۵          | ۳۰-۴۰          |
| ۰۵    | ۱۵۰۰۰۰ | ۷۵          | ۳۰-۴۰-۵۰       |
| ۰۶    | ۱۸۰۰۰۰ | ۸۵          | ۳۰-۴۰-۵۰       |
| ۰۷    | ۲۱۰۰۰۰ | ۹۵          | ۳۰-۴۰-۵۰-۶۰    |
| ۰۸    | ۲۴۰۰۰۰ | ۱۰۵         | ۳۰-۴۰-۵۰-۶۰    |
| ۰۹    | ۲۷۰۰۰۰ | ۱۱۵         | ۳۰-۴۰-۵۰-۶۰-۷۰ |
| ۱۰    | ۳۰۰۰۰۰ | ۱۲۵         | ۳۰-۴۰-۵۰-۶۰-۷۰ |

آدرس: کیلومتر ۶۵ اتوبان تهران - قزوین  
شهر صنعتی هشتگرد، خیابان یکم، شرکت شیرزاد  
تلفن: ۰۲۶۹۷ ۳۷۵۷ - ۳۷۵۷ - ۴۷۵۸ - ۴۷۵۹  
تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۲۰۷۹۱۱ - ۰۹۱۱۲۰۲۰۳۲۶  
نمبر تهران: ۴۴۱۲۶۲۱ صندوق پستی: تهران ۴۳۱ - ۱۴۵۱۵

SHIRZAD Co. P.O. Box: 14515 - 431 Tehran - Iran  
Factory: 1st St./ Hashgerd Industrial City/ Km 65 Tehran-Gazvin Highway/ IRAN  
Phone: (+ 98 2697) 3757 - 4757 - 4758 - 4759 Fax: +98 21 4412621  
<http://www.Iran-central.net/iranpack/shirzad.htm>



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

# شرکت گشتا صنعت تبریز

با مسئولیت محدود

اولین تولیدکننده دستگاه تاریخزن حرارتی در ایران

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



شماره ثبت ۹۴۴۲

مشخصات دستگاه :

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

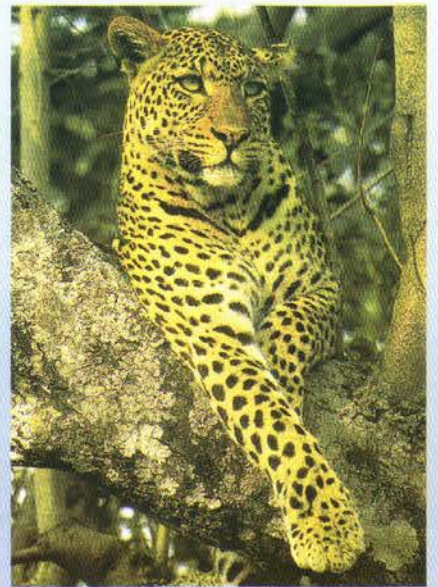
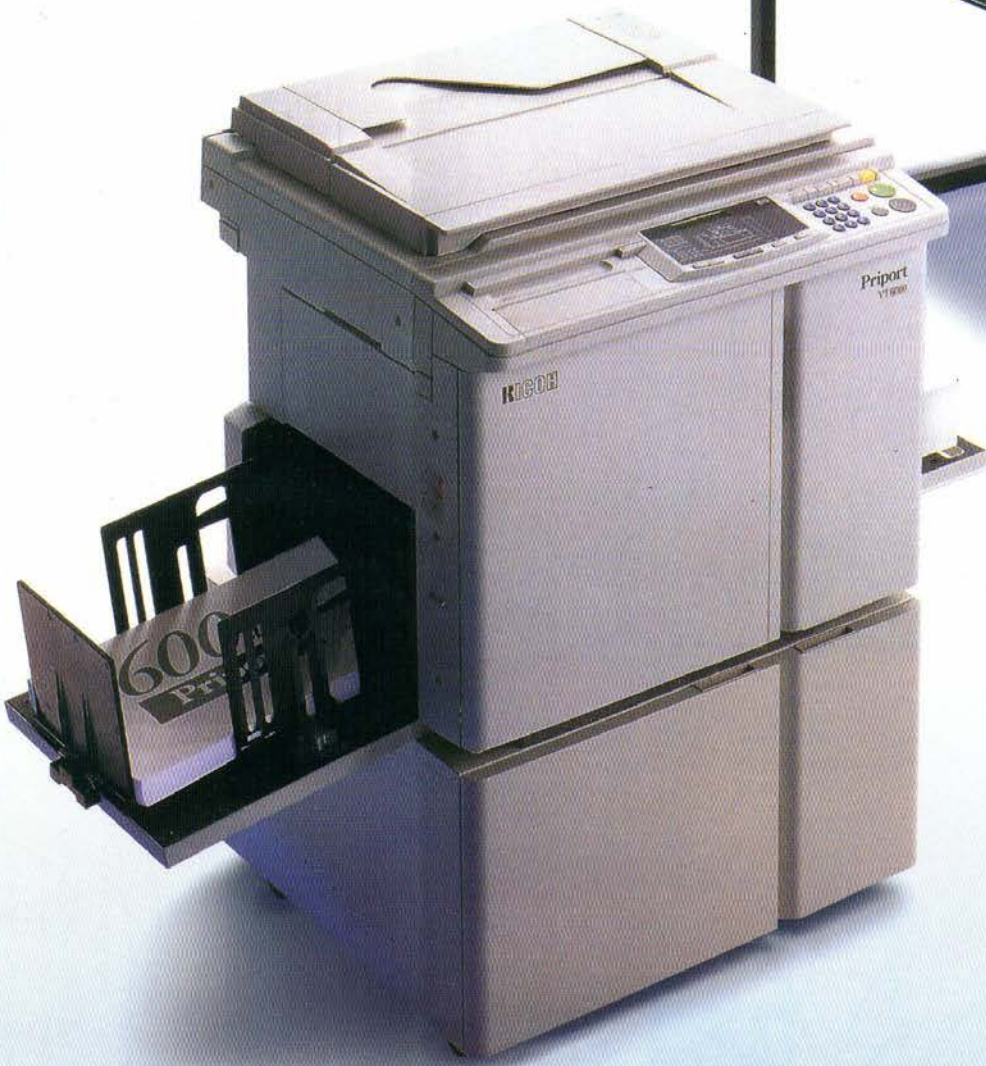
دفتر مرکزی: (تبریز) خیابان ارتش جنوبی  
 ساختمان قائم (طبقه هفتم) تلفکس: ۵۳۱۸۰۸ (۰۴۱)  
 تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۱۵۷۵۱۲  
 نمایندگی مناطق مرکزی و شمال کشور: (اصفهان)  
 خیابان چهارباغ عباسی (پاساژ شکری)  
 تلفن: ۲۳۵۴۹۰ (۰۳۱)  
 نمایندگی استانهای آذربایجان شرقی و غربی  
 و مناطق غرب کشور: (تبریز) تلفن: ۷۳۳۷۲ (۰۴۱)  
 تلفن همراه: ۰۹۱۱۴۱۵۸۸۲۶



۶ ماه ضمانت  
 ۱۰ سال  
 پشتیبانی فنی

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

# پریپورت



قابلیت حذف‌کننده اتوماتیک حاشیه‌های اضافی کتاب

قابلیت چاپ رنگی (چهاررنگ) تا سطح A3



۴۰۰ نقطه در اینچ



Original



۶۰۰ نقطه در اینچ



Tint Mode

قابلیت تفکیک رنگ بطور دلخواه

نماینده انحصاری **ایران نارا**

بزرگترین عرضه‌کننده ماشینهای اداری در ایران

تهران، خیابان دکتر بهشتی، چهارراه دلپذیر (مهناز) شماره ۲۵۶، ساختمان ایران نارا

E-mail: [irannara@hatmail.com](mailto:irannara@hatmail.com)

تلفن: ۸۷۴۲۰۱۵ فاکس: ۸۷۵۶۱۰۷

طرح و اجرا: کارگروه آگهی و تبلیغات منطقه ۱ و ۲ شهرداری تهران

قرن بیستم را با صنعت چاپ دیجیتال تمام رنگی (چهار رنگ) به قرن ۲۱ پیوند می دهد.

برای اولین بار در جهان  
چاپخانه دیجیتالی نه تنها کوچک و کاملاً حرفه‌ای  
بلکه تمام رنگی



امتیازات برتر دستگاه **Priport VT6000**

- قابلیت چاپ تمام رنگی همانند چاپ افست با سری پرینتر
- قابلیت اتصال به کامپیوتر (PC) چاپ بدون نیاز به فیلم و زینک
- سرعت چاپ ۶۰ تا ۱۲۰ برگ در دقیقه
- کوچک‌نمایی و بزرگ‌نمایی ۵۰ تا ۲۰۰ درصد
- دقت چاپ ۶۰۰ نقطه در هر اینچ (600 dpi)
- توانایی چاپ بر روی مقوا، پاکت و حتی کاغذهای نازک
- محیط چاپ و اسکن تا سطح A3
- حالت صرفه‌جویی در مصرف مرکب
- قابلیت استفاده از کد محرمانه
- قابلیت چاپ تک‌رنگ با تعویض درام‌های رنگی



چاپخانه دیجیتالی کوچک  
اما کاملاً حرفه‌ای

امتیازات برتر دستگاه **Priport VT2200**

- توانایی چاپ روی مقوا و کاغذهای نازک
- از ۶۰ تا ۱۲۰ برگ در دقیقه
- مجهز به سیستم عیب‌یاب اتوماتیک
- قابلیت تنظیم رنگ جهت وضوح تصویر (اتوماتیک و دستی)
- قابلیت اتصال به کامپیوتر
- قابلیت تفکیک رنگ بطور دلخواه

چند نمونه از رنگهای متنوع پرپورت



**RICOH**  
Image Communication

# حداد HADDAD

سازنده انواع ماشین آلات بسته بندی از قبیل:

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

Haddad Co. The Manufacturer of Packaging machine

Full automatic thermoformer for packaging various food, non-food and pharmaceutical with befitted fillers.

Automatic packaging machines for ready made trays.

Blister packaging machines for packaging various pharmaceutical capsules and tablets.

Food automatic packaging machines for individual packs such as jam, honey and butter.

Semi automatic vacuum machines with or without chamber for packaging various food materials.

Vacuum forming and vacuum skin pack M/Cs for packaging various non-food materials such as spar parts.

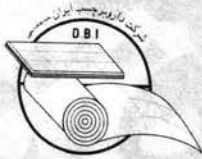
Shrink units for packaging different food materials.

The collage features the following machines and products:

- Thermoformer M/C High Product**: A large industrial thermoforming machine.
- Vacuum Packaging Double Chamber**: A vacuum packaging machine with two chambers.
- Tray Sealer Machine**: A machine for sealing trays, shown with various food products.
- Thermoformer M/C Low Product**: A smaller thermoforming machine.
- Vacuum Packaging Single Chamber**: A vacuum packaging machine with one chamber.
- Tray Disaster**: A machine for tray packaging, shown with various food products.
- Mini Pack**: A small packaging machine.
- Thermoformer M/C Semi Automatic**: A semi-automatic thermoforming machine.
- Shrink Wrapping Machine**: A machine for shrink wrapping, shown with a product.
- Blister Packaging Machine**: A machine for blister packaging, shown with blister packs.
- Skin & Forming Machine**: A machine for skin and forming, shown with a product.

Factory:  
No.49 Nilly St. Sazmane Ab St.  
Damavand Road, TEHRAN - IRAN  
Tel / Fax: 0098 21 7349412  
Email: hadad@iran-central.net  
<http://www.iran-central.net/iranpack/hadad.htm>

کارخانه: تهران، ابتدای جاده دماوند،  
خیابان سازمان آب، ۱۵ متری نیلی، شماره ۴۹  
تلفن / دورنگار: ۷۳۴۹۴۱۲  
تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۰۹۳۸۶۴ - ۰۹۱۱۲۰۱۰۱۷۴



Serial Number: 6260043418019  
Security Code: 21025



Serial Number: 6260043418018  
Security Code: 21024



Serial Number: 6260043418017  
Security Code: 21023



Serial Number: 6260043418017  
Security Code: 21023

# ایران دارو پارسین



28679691

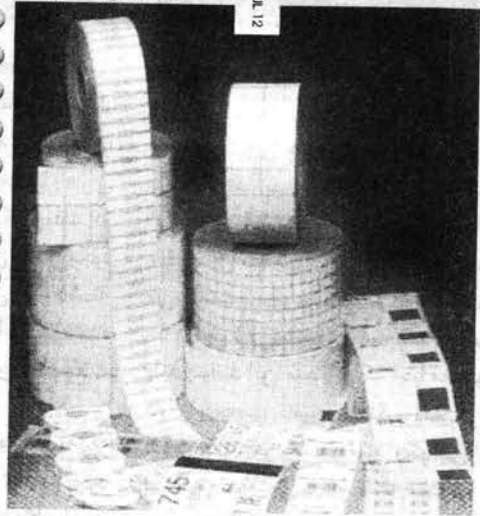
از ظرف‌های مادر ششمین  
نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی  
سالن میعاد پهنه اول A12 بازرسی پذیرد

- تولید کننده انواع برچسب به صورت رول
- تولید کننده فرمهای کامپیوتری خصوصاً پشت چسب دار
- تولید کننده انواع برچسب‌های بار کد با چاپگرهای حرارتی
- مجهز به ماشین آلات دایکات و پوشال برداری اتوماتیک رول
- مجهز به ماشین آلات چاپ افست رول
- مجهز به ماشین آلات طلاکوب رول
- مجهز به خط کامل کارتن و جعبه سازی
- مجهز به کارگاه چاپ سیلک اسکرین رول و شیت

دفتر مرکزی: تهران، میدان ونک، خیابان برزیل، کوچه نیلو، پلاک ۱۴  
تلفن: ۸۷۸۵۳۴۵ و ۸۷۸۹۲۲۲۳ فکس: ۸۷۸۸۶۰۷

- Offset roll Printing
- Hot Stamping
- Barcode printing
- Carton tape printing
- Silk screen
- Lamination
- Box & Carton Manufacturing

14, Niloo St. Brezil Ave. Tehran - IRAN  
Tel: +98 21 878 53 45 - 878 92 22 - 3 Fax: +98 21 878 8607  
Email: dbi@dbir.com http://www.iranagrofood.com/dbi



## صنایع ماشینهای بسته‌بندی

# رساتولید

یک ربع قرن تجربه

در زمینه ساخت انواع دستگاه بسته‌بندی  
دستگاههای بسته‌بندی جای، تافی  
شکلات و ماکارونی اسپاگتی، فرم  
حبوبات، خشکبار  
دستگاه بسته‌بندی انواع پودر  
دستگاه بسته‌بندی شرینگ پک در  
سایزهای مختلف  
خط کامل شستشو، سور تینگ و  
بسته‌بندی خرما

مشورت با ما برای خرید دستگاه بسته‌بندی  
به نفع شماست

دفتر مرکزی و کارخانه: اصفهان خیابان  
امام خمینی خ بسیج، جنب شرکت ایران‌گاز  
بن بست بهنام. تلفن: ۰۳۱-۸۶۲۶۶۶  
فکس: ۰۳۱-۸۶۲۲۹۱

## قابل توجه صنایع بسته‌بندی

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

انواع دیگر را می‌توانید  
از طریق تلفن و فاکس

برای سفارش درخواست نمایید.

شرکت آی. تی. سی

تلفن: ۸۸۲۴۵۵۵-۲۵۸۶۴۳۳



# 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 نیش کوچه اسلامی شماره ۵۲

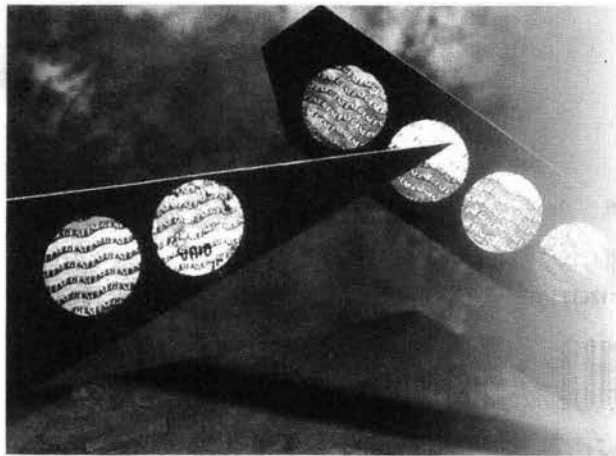
تلفن: ۷۸۲۹۳۳۳ و ۷۸۱۲۵۲۴

تلفن همراه:

۰۹۱۱۲۱۳۱۲۷۴ و ۰۹۱۱۲۱۱۲۳۹۵

# زیر ذره بین

برگرفته از نشریه  
Packaging Today



## زیر ذره بین

نگرانی‌های غذایی اخیر حاکی از این مطلب است که برچسب‌گذاری محصولات در حال حاضر بیش از هر زمان دیگری حائز اهمیت است. تمام مصرف‌کنندگان کشورهای اروپایی خواهان آگاهی در زمینه محصولات تغییر یافته ژنتیکی و دیگر امور مربوط به تغذیه هستند.

پوشش خبری در مورد خطرات مواد غذایی که توسط محرک‌های ژنتیکی تغییر یافته‌اند، بسیاری از مصرف‌کنندگان را بر آن داشته تا در زمینه اجزاء تشکیل دهنده غذاهایی که اکثراً از فروشندگان عمده خریداری می‌کنند، آگاهی‌های لازم را به دست آورند. در هزاره جدید نگرانی ما در مورد سلامتی بیشتر شده و از تعداد افزودنی‌ها و چربی‌ها که بیش از اینکه برای ما مفید باشند به ما ضرر می‌رسانند، آگاهی بیشتری داریم. جدیت در مورد کسب آگاهی بیشتر به خاطر سلامتی خویش قابل تقدیر است. هر چند که موضوع به این سادگی نیست.

زمانی که صحبت از حقوق مصرف‌کنندگان پیش می‌آید و اینکه آنان می‌خواهند بدانند در هر محصولی از چه عناصر و افزودنی‌های استفاده شده است، موضوع کاملاً فرق می‌کند. سازمان مصرف‌کنندگان (Consumers Association) یا ناظر کشور انگلیس در طی دوازده ماه گذشته فعالانه خواستار برچسب‌گذاری دقیق بسته‌های مواد غذایی شده است. بنا به گفته این سازمان آنها از این می‌ترسند که فروشندگان به واسطه قوانین سخت حاکم بر برچسب‌گذاری مواد غذایی بر این باور باشند که مورد حمایت هستند، در حالی که مصرف‌کنندگان این مواد اغلب به دلیل وجود بسته‌بندی‌های فریبنده دچار اشتباه بشوند. تحقیقی که مجله *Which?* به چاپ رسانده حاکی از این است که نوشتن اجزاء غذاهای تغییر یافته ژنتیکی روی برچسب‌ها برای مصرف‌کنندگان گیج کننده است. در واقع آنان هیچ شانس ندارند که بدانند غذایی که می‌خورند دارای تغییرات ژنتیکی است یا خیر. سازمان راهنمای مستقل

مصرف‌کنندگان بر روی سی و دو محصول حاوی سویا و ذرت بررسی‌هایی انجام داد که هیچ کدام از آنها برچسب "داشتن تغییر یافته ژنتیکی" را نداشتند. در این میان هشت محصول دارای منابعی مطمئن و بدون تغییرات ژنتیکی بودند. در مورد بیست و چهار محصول دیگر این امکان وجود داشت که اجزاء تغییر یافته ژنتیکی نیز داشته باشند. با وجود این تهیه کنندگان آنها مجبور نشده بودند تا قانوناً این برچسب را بر روی محصولات خود بزنند.

در حال حاضر در زمینه اجزایی که در اروپا نیاز به برچسب ندارند هیچ فهرست مورد توافقی وجود ندارد و این به صلاح دید خود تهیه کنندگان است که چه اجزایی نیاز به برچسب ندارند.

*Which?* می‌نویسد در خارج از اروپا هنوز در مورد موافقت‌نامه‌های بین‌المللی برچسب‌گذاری اجزاء تغییر یافته ژنتیکی بحث و گفتگو صورت می‌گیرد و معتقد است تا زمانی که برچسب‌گذاری مواد غذایی توسط تمامی تهیه کنندگان به شکلی هماهنگ انجام نگردد، مصرف‌کنندگان به هنگام مقایسه اجزاء مواد غذایی با مارک‌های مختلف دچار سردرگمی خواهند شد.

هلن پارکر Helen Parker سردبیر مجله *Which?* می‌گوید: قوانین برچسب‌گذاری دولت انگلیس اساساً ناقص هستند تحقیق ما نشانگر این موضوع است که ممکن است تحت همین قوانین اجزاء مواد غذایی حاوی ذرت و سویا از نظر ژنتیکی تغییر یافته باشند ولی مجبور نباشد که برچسب مربوطه را بر خود داشته باشند. دولت باید اقدام کرده و سیستمی صحیح، جامع و روان در زمینه برچسب‌گذاری محصولات دارای اجزای تغییر یافته ژنتیکی و مشتقات آنها به وجود آورد. این عقیده طی یک نظرخواهی که سازمان مصرف‌کنندگان ترتیب داد مورد حمایت قرار گرفت. این نظرخواهی نشان داد از بین ۹۰٪ افرادی که در زمینه غذاهای تغییر یافته ژنتیکی اطلاع داشتند ۹۴٪ بر این باور بودند که می‌بایست بر روی بسته‌بندی مواد غذایی که به هر شکل

دارای اجزاء تغییر یافته ژنتیکی هستند، برچسب زده شود.

نظرسنجی همچنین مشخص کرد که نودودو درصد معتقد بودند که تمامی مشتقات بدست آمده از اجزاء تغییر یافته ژنتیکی و آنهایی که در محصول نهایی قابل تشخیص نیستند نیز می‌بایست بر روی بسته‌بندی کالا مشخص شوند. طبق نظر سازمان، تهیه کنندگان مواد غذایی باید بتوانند این مسئله را که اجزاء محصولات آنها دارای برچسب تغییر یافته ژنتیکی نیستند اثبات کنند. هر چند در مورد چگونگی انجام این امر هنوز تصمیمی گرفته نشده است!

طبق گفته مدیر توسعه بازرگانی شرکت *Markem* قوانین جدید بروکسل در مورد مواد غذایی، مصرف‌کنندگان را کاملاً گیج و سردرگم ساخته است. این امر باعث حملات مداوم و تحت فشار دادن کمیسیون اروپا به منظور شفاف ساختن اهداف برچسب‌گذاری است. در حال حاضر کمیسیون اروپا با اتخاذ سیاست در مورد برچسب‌زدن محصولات غذایی به این نگرانی عمومی و روزافزون پاسخ داده است. او همچنین افزود که اکنون مشکل یافتن راه در میان هزاران دستورالعمل و فهم اینکه چه تأثیری بر شما خواهد داشت، هنوز پابرجاست.

شرکت *Markem* فکر می‌کند پیام به تمامی تهیه کنندگان مواد غذایی این است که برچسب‌ها از این به بعد شامل اطلاعات دقیق تر و بیشتری در زمینه اجزاء تشکیل دهنده محصول خواهند بود.

این مدیر می‌گوید: حرکات تازه کمیسیون برای اتخاذ خط‌مشی‌های جدید در زمینه برچسب‌گذاری ارگانیک‌های ژنتیکی تغییر یافته در بهترین حالت آن گیج‌کننده و در بدترین وضعیت، فریب‌دهنده است. او همچنین می‌افزاید این موضوع که به دلیل فریبنده بودن برچسب‌های مواد غذایی، عموم مردم حتی اگر نخواهند، ندانسته محصولات تغییر یافته ژنتیکی مصرف می‌کنند، بسیار نگران‌کننده است. به نظر می‌رسد اکثر غذاهایی را که مصرف می‌کنیم دارای



## از بین ۹۰٪ افرادی که در زمینه غذاهای تغییر یافته ژنتیکی اطلاع داشتند ۹۴٪ بر این باور بودند که می‌بایست بر روی بسته‌بندی مواد غذایی که به هر شکل دارای اجزاء تغییر یافته ژنتیکی هستند، برچسب زده شود.



**Etiquette Labelbis** چندین نوع برچسب جالب تولید کرده است که بر روی پنیرهای مخصوص یک شرکت لبنیاتی قرار داده شده و به کشورهای مختلف از جمله آمریکا صادر خواهد شد. این برچسب که نه بر روی قرقره برای صادرات بسته‌بندی شده از قبل بلکه بر روی صفحات ایجاد می‌شوند، علامت چهارپنیر **Ilckester** و اطلاعات تغذیه‌ای بهتری را نشان خواهند داد. این شرکت معتقد است که توانسته این پنیر را از هزینه تکنیک زرکوبی (**Foilblocking**) نجات دهد و بدون کم کردن از کیفیت و یا شفافیت منحصر به فرد بودن محصول را نیز نشان دهد.

**OPM Labels** برای خطوط ساخت پنیرهای عمده جدید خود در حال ساخت برچسبی می‌باشد که این کار شامل طراحی و چاپ یک سری از برچسب‌های مختلف بر روی محصولات پنیر و اندازه‌های مختلف بسته‌بندی است. با وجود تمام اختلالات و فشار وارده بر صنعت برچسب برای برابری با کالاها، گزارش اخیر **Plimsoll** در مورد برچسب‌ها نشان داده است که علیرغم میانگین رشد فروش صنعتی ۴/۹٪، ۴۳ شرکت در سال گذشته به رشد فروش ۲۰ درصدی رسیده‌اند.

هلن پارکر از مجله **Which?** در پایان می‌گوید: دولت انگلستان باید در زمینه قوانین برچسب‌گذاری مواد طبیعی در سطح ملی، اروپا بین‌المللی بکوشد تا بر اساس دنبال کردن و جداسازی کامل منبع تغییر یافته ژنتیکی و یا محصولات بدون تغییر ژنتیکی بتوان از روی برچسب مواد غذایی به درستی تشخیص داد که آیا دارای اجزاء تغییر یافته ژنتیکی هست یا خیر. تا زمانی که سیستم دولت انگلیس نگرانی خود را در زمینه سلامتی درازمدت مواد غذایی تغییر یافته از نظر ژنتیکی اعلام دارد، هیچ محصول تغییر یافته ژنتیکی دیگری به بازار راه نخواهد یافت. ■

تنها راه ما استفاده بیشتر از تکنولوژی برچسب‌گذاری و چاپ در یک زمان می‌باشد و در این حال لازم است که برای تغییر پیام‌ها سیستمی را برای خود در نظر بگیریم. سرمایه‌گذاری در این تکنولوژی جدید فرصتی را فراهم خواهد ساخت تا نیازمندی‌های برچسب‌گذاری و بسته‌بندی بار دیگر مورد بازبینی قرار گیرند.

آن در بخش از مواد غذایی که نیاز به باقی ماندن در قفسه‌ها را نداشته و مواد بسته‌بندی شده را می‌توان مستقیماً به محل فروش برد، یکبار برچسب‌زدن کافی است و کاملترین کد را ایجاد می‌کند. به همان اندازه که سرعت چاپ و جای چاپ از اهمیت برخوردار است، نیاز به اطلاعات بیشتر نیز حیاتی است. سیستم **Markem SmaytDate 2i/100** به منظور گنجاندن اطلاعات مواد غذایی بر روی برچسب و فراهم کردن جای چاپ به اندازه ۷×۱۰×۷ میلی‌متر طراحی شده است. طبق نظر شرکت این سیستم بدون کم شدن سرعت تولید و با سرعت چاپ ششصد میلی‌متر در ثانیه رعایت قانون را نیز تضمین می‌کند. این مشکل باعث شده است که شرکت‌های تولیدکننده برچسب به تولید سیستم‌هایی روی بیاورند که بتوانند از عهده نیازهای بیش از پیش مصرف‌کنندگان برآیند.

شرکت **Maltivac** با ایجاد سیستم برچسب‌گذاری برای بازار ساندویچ نیاز به نمایش اطلاعات روز افزون مواد غذایی بر روی برچسب‌های مواد غذایی را طبق قانون کمیسیون اروپا برآورده ساخته است.

طبق نظر این شرکت، اطلاعات بیشتر نباید اثر تبلیغی بسته‌بندی برای فروشندگان و مصرف‌کننده را تحت الشعاع قرار دهد. **Markem** بر این باور است که در این مورد به راه‌حلی دست یافته است که آن برچسب‌زدن جدا برای ساندویچ است. **MR343TS** که نسبت به گرم‌کننده در جایی پایین و خوب قرار گرفته است، دارای سیستم‌های دستی و الکترونیکی تغییر یافته و اصلاح شده است که آنرا را قادر می‌سازد تا از ۲ برچسب یکی قرقره‌ای و دیگری اصلی برای حالت شیب‌دار لبه ساندویچ استفاده کند.



اجزاء ژنتیکی تغییر یافته باشند و کمیسیون اروپا نیز نسبت به وادار ساختن تهیه‌کنندگان مواد غذایی به برچسب‌گذاری محصولاتشان چندان راغب نیست برعکس از اوضاع چنین بر می‌آید که برچسب‌گذاری باید زمانی انجام گیرد که ماده تغییر یافته ژنتیکی قابل تشخیص باشد و خبر بد اینکه در حال حاضر همه اجزاء تغییر یافته ژنتیکی را نمی‌توان تشخیص داد و پیشنهاد اخیر برچسب‌گذاری چربی و روغن‌های نباتی به دست آمده از گیاهان تغییر یافته ژنتیکی را شامل نمی‌شود. تمام اینها نه تنها برای مصرف‌کنندگان بلکه برای تولیدکنندگان نیز گیج‌کننده می‌باشد.

به نظر می‌رسد برچسب‌گذاری این نوع از محصولات از طریق دنبال کردن زنجیره غذایی محصولات ژنتیکی تغییر یافته روشی حائز اهمیت باشد. بر روی برچسب محموله محصولات ژنتیکی تغییر یافته می‌توان کدی تعیین نمود تا این کد به شکل الکترونیکی به دستگاه پردازشگر منتقل شده و در مورد بسته حمل شده و به نقطه فروش به کار رود. این امر به هنگام مواجهه با بحران ترس از مواد غذایی بی‌نهایت مهم است. در این جا منتخبی از الزامات قانونی که در حال حاضر در زمینه برچسب‌گذاری تصویب شده است، آورده می‌شود:

- از سال ۲۰۰۰ به بعد بر اساس قانون کمیسیون اروپا وجود برچسب کمیت درصدی اجزاء مهم تمامی مواد غذایی اجباری خواهد بود.
- از ماه سی ۱۹۹۹ برچسب‌های مواد غذایی که به غلط مدعی کاهش گرسنگی بوده ولی باعث کاهش وزن می‌شدند ممنوع شدند.
- برچسب‌های کلی به منظور فهم مردم باید ساده‌تر و قابل فهم‌تر باشند.

همانگونه که می‌دانیم تمامی این تغییرات بنیادی در مقررات برچسب‌گذاری، این صنعت را تحت تأثیر قرار خواهد داد. سازندگان اتیکت‌ها در حال آماده سازی خود برای مواجهه با شرایط جدید و ارائه راه‌حلی در مورد مشکلات برچسب‌گذاری به فروشندگان خود هستند.

مدیر توسعه بازرگانی شرکت **Markem** معتقد است زمانی که قانون کمیسیون اروپا در مورد زائد بسته‌بندی در حال اجرا می‌باشد، اگر اطلاعات به تغییر نیاز داشته باشند و یا لازم باشد که بسته‌بندی‌های فعلی کنار گذاشته شود، بسته‌بندی‌های که از قبل بر روی آنها چاپ شده باشد باید نابود شوند و این کار مواد زائد غیر قابل قبول و بیش از حدی را باعث خواهد شد.

# بسته‌بندی مایکروویو

تهیه کننده: گروه کارشناسی بسته‌بندی معاونت نگهداری اداره آماره و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه

تولیدکننده‌گان مواد بسته‌بندی مایکروویو همراه با مراکز خدمات متالیز به صنعت کهن بطری شیشه‌ای جان تازه‌ای بخشیدند، به ظروف پر استفاده تهیه شده از فویل نور تازه‌ای افکندند و سبب پیدایش ظروف جدید پلاستیکی کواکستروید شدند و هنوز با وجود پیشرفت‌های درخشان صنعت شاید با بزرگترین تناقض روبرو بوده است. کیسه کاغذی ساده که در دهه ۱۸۵۰ عرضه شد، به طور گسترده‌ای در بسته‌بندی مایکروویو مورد استفاده قرار گرفته است. طبق یک بررسی (اگوست ۱۹۸۸) حدود ۵۰ درصد از مصرف‌کنندگان اجاق مایکروویو، ظرف شیشه‌ای را به عنوان انتخاب اول برگزیده بودند پس از شیشه، پلاستیک حدود ۳۳٪، مقوا ۱۱٪ و آلومینیوم ۱٪ آراء را به خود اختصاص داده بود، و کیسه کاغذی مشمول این بررسی نبوده است.

۱۹۴۵ / دکتر Raytheon, waitham, percy spencer (massachusetts) اختراع خود را برای کاربرد امواج با طول موج کوتاه در طبخ به ثبت می‌رساند.

۱۹۴۷ / تهیه اولین ذرت بو داده در اجاق مایکروویو توسط دکتر percy spencer.

۱۹۵۵ / ارائه اولین اجاق مایکروویو برای مصرف‌کنندگان (معرفی توسط tappan). این اجاق بزرگ به برق ۲۲۰۷ نیاز داشت.

۱۹۶۷ / ارائه اولین اجاق مایکروویو قابل حمل (از Amana).

۱۹۷۵ / اولین بهره‌برداری تجاری از susceptors توسط pillsbury برای تهیه پیتزا (نفوذ در ۱۹۷۵ = ۴٪).

۱۹۷۹ / Green Giaht سبزیجات منجمد قابل طبخ در کیسه را برای استفاده در اجاق مایکروویو عرضه کرد.

۱۹۸۰ / pillsbury ذرت منجمد قابل استفاده در مایکروویو را به صورت محلی عرضه کرد.

۱۹۸۱ / Campbell Soup برای نخستین بار از سینی‌های پلاستیکی برای مواد غذایی منجمد خود استفاده کرد و محصولاتی را برای استفاده در اجاق مایکروویو عرضه نمود.

۱۹۸۴ / نخستین استفاده از susceptors

(پذیرنده‌ها) برای ذرت بو داده مایکروویو. ۱۹۸۵ / پیتزای قابل استفاده در مایکروویو متعلق به شرکت pillsbury با استفاده از تکنولوژی ساسپتور مورد بهره‌برداری ملی قرار گرفت. ۱۹۸۶ / Swanson سینی مواد غذایی منجمد خود را که از جنس آلومینیوم بود به CPET تغییر داد.

pillsbury کیک مخلوط قابل استفاده در مایکروویو خود را در ظرف پلی پروپین عرضه کرد.

## ● مقوا

مقوا یکی از باصرفه‌ترین مواد برای تهیه ظروف مواد غذایی بشمار می‌رود. ظهور روز افزون این ماده اولیه همراه با مواد غذایی قابل استفاده در مایکروویو به صورت منجمد و سرد شده (refrigerated) به عنوان بسته‌بندی اولیه و ثانویه بسیار مشهود است. آندسته از خواص مقوا که عامل استفاده از آن در مصارف مواد غذایی استفاده در اجاق مایکروویو می‌شوند عبارتند از: قابل عبور بودن نسبت به امواج با طول موج کوتاه، قابل دسترسی بودن به اشکال مختلف، سهولت در کاربرد، استحکام و سختی مکانیکی، عدم تغییر شکل در اثر گرما، قابلیت چاپ و مقرون به صرفه بودن نسبی، خواص کلیدی در اغلب بسته‌بندی مواد غذایی مورد نیاز هستند، اما خواص مورد انتظار از مقوا عبارتند از: مقاومت در برابر رطوبت و چربی، مقامت در برابر پارگی، عایق بودن نسبت به انتقال انبوه گازها، رطوبت و اجزای مواد خوراکی، قابلیت سیل (seal) مجدد و شکل پذیری.

این کاستی‌ها با ترکیب مقوا با پلاستیکها و فویل‌ها بر طرف شده‌اند. چند لایه مناسبی که به صورت مقوا/پلاستیک/ فویل تهیه شده است تمامی عیب و نقص‌های مذکور را که در مقوا و کاغذ اصلاح نشده مشاهده می‌شود برطرف می‌کند. این مواد چند لایه بدون نیاز به استرلیزه کردن بعدی به کار می‌روند. سینی‌های مقوایی که در اجاق سنتی و مایکروویو قابل استفاده هستند به دو روش عمده تولید می‌شود. نخست سینی جعبه‌ای، و دوم سینی پرسی. سینی جعبه‌ای را بر برش، تا کردن و چسبکاری تهیه می‌کنند که

ظرفی بسیار سخت محسوب می‌شود. اینها می‌توانند شکل یافته و آماده باشند و یا مرحله فرآوری مواد غذایی آماده شوند. سختی این سینی‌ها البته در نتیجه گوشه‌های چهارگوش آنها است، متأسفانه این مسئله نوعی امتیاز منفی محسوب می‌شود زیرا نفوذ ریز امواج را ناهماهنگ می‌سازد. مواد غذایی در گوشه نسبت به غذای موجود در مرکز با سرعت بالاتری گرم می‌شود. سینی پرسی با ترکیبی از گرما و فشار درست می‌شود. در این روش سینی سختی به دست می‌آید. و قسمت‌های مقوا با یکدیگر هم پوشی مشخصی ندارند. این سینی‌ها را به شکل مختلف می‌توان ساخت. علاوه بر مربع و مستطیل که گوشه‌هایی با شعاع یکسان دارند، شکل‌های دایره و بیضی نیز قابل تولید هستند. ماده مورد استفاده برای این سینی‌ها اخیراً از جنس مقوای food gread سفید شده (به روش سولفات) با روکش اکستروژن از PET است. مقوا را با TPX (poly methy pentene poly) نیز می‌توان روکش کرد. پلی‌مری دمای بالا که به عنوان روکش برای ایجاد مقاومت در برابر گرما، چربی و آب به کار می‌رود. طرف دیگر مقوا با خاک رس روکش می‌شود تا سطح چاپ مطلوب شود و در مقابل رطوبت نیز مقاومت به وجود آید اگر به عایق کاملی نسبت به رطوبت نیاز باشد. این سطح را می‌توان با لاک نیز روشن کرد. این ترتیب، که کاملاً با استانداردهای EC، USFDA، منطبق است، ماده‌ای ترکیبی بوجود می‌آورد که به خوبی می‌تواند در اجاق سنتی و مایکروویو مورد استفاده قرار گیرد.

در اجاق‌های مایکروویو، مقوای روکش شده نسبت امواج شفاف است و خودش گرم نمی‌شود مگر از طریق رسانش [conduction]، که سختی آن طی فرآیند گرمادهی دوباره حفظ می‌شود. در اجاق‌های گازی و برقی معمولی، تا دمای ۲۲۰°C (۴۳۰°F) به مدت ۳۵ دقیقه مقاومت می‌کند، این مدت برای گرم کردن دوباره یک غذای کامل یا سرخ کردن رویه غذا کافی است. روغن و چربی به روکش پلی‌استر نفوذ نمی‌کنند، و سینی‌های مقوایی به سادگی سیل می‌شوند، چه با فیلم و چه

مستقیماً با درپوش مقوایی روکش شده

در دمای زیر صفر فریزر خشک (blast freezing) و انبار سرد، مقوای روکش شده با PET نیز به خوبی عمل می‌کند. سختی، استحکام و مقاومت حتی در ۴۰- سانتی‌گراد (۴۰F-) نیز حفظ می‌شوند و بدین ترتیب می‌توان مواد غذایی را بدون وجود خطر شکستگی و ترک خوردگی برای مدت‌های طولانی در انبار سرد نگاه داشت. تولید در فرآیندی با سرعت‌هایی تا ۳۵ عمل [action] در دقیقه اجرا می‌شود.

مقوای روکش شده و از قبل چاپ شده از طریق قرقره تغذیه می‌شود، برش می‌خورد و به صورت تا شده در می‌آید. این قسمت‌ها سپس به ایستگاه‌های شکل دهی وارد می‌شوند، حداکثر عمق سینی که در این فرآیند بدست می‌آید حدود ۶۰ میلی‌متر (۲/۴ in) است، اما در عمل این عمق را درخواست نمی‌کنند زیرا دوباره گرم کردن غذا در سینی‌های پهن و نسبتاً کم عمق است که به بهترین نحو صورت می‌گیرد.

طراحی ابزار سازی [tooging] برای این فرآیند به مهندسی خوب و تجربه کامل در مورد مقوا و نیز تکنولوژی نوین مثل CAD نیاز دارد. جهت دانه الیاف در مقوا باید در نظر گرفته شود زیرا سینی پس از شکل‌گیری کمی پهن می‌شود و این مقوله در طول و عرض دستگاه متفاوت است عمق ابزار باید برای جبران این پدیده تنظیم شود. ابزاری که به خوبی طراحی شده‌اند درست در همان دفعه نخست سینی‌های با دقت تا ۱ mm (o.ouin) تولید می‌کنند. برای فرآوری مواد غذایی که از دستگاه درپوش‌گذاری و توزیع خودکار استفاده می‌کنند، دقت ابعادی با تolerانسهای دقیق نیاز هست.

شایان ذکر است که سینی‌های پرسی که امروزه تولید می‌شوند از سینی‌های پیشین بیار پیشرفته‌ترند. پیشرفت‌های موجود در مواد، طراحی و شکل دهی منجر به تولید مقطع‌های دقیق‌تر و بهتری شده‌اند که با بسته‌های سیل گرم هماهنگی بیشتری دارند.

سینی‌های مقوایی قابل استفاده در اجاق ممکن است از مقوای روکش دار باشد و یا درپوش شده با فیلم. در هر دو نوع از پلی‌استر با روکش سیل گرم استفاده شده است و سیل حاصل می‌تواند ثابت باشد یا با گرما جدا شود و با به صورت گرم و سرد قابل کندن باشد. البته درپوش قیلمی برای آنهایی که می‌خواهند محصول خود را جلد کنند یا در جعبه قرار دهند، کافی است. گرچه، درپوش مقوایی که تا شش رنگ چاپ شده است مستقیماً به سینی مقوایی استاندارد قابل سیل است، تا بسته‌ای جالب و یک قسمتی برای خرده‌فروشی بدست آید. درپوش‌ها، همچون سینی‌ها قابل استفاده در اجاق هستند و در شرایط

سخت فریزر مقاومت می‌کنند.

دستگاه‌های بسیاری برای سیل و درپوش کردن سینی در بازار موجودند. دستگاه‌های دستی، تک حفره‌ای [single cavity] برای سیل گرم فیلم و مقوا موجودند که برای تولید شش تا هشت بسته در دقیقه طراحی شده‌اند. استفاده از حفره‌های قابل تعویض این امکان را فراهم می‌سازد که بتوان از تعویض سریع اندازه‌های مختلف در یک دستگاه بهره گرفت.

برای عملیات طولانی‌تر سیل‌کننده‌ها و درپوش‌کننده‌های نیمه خودکار با استفاده از حفره‌های دوقلو سرعت خط را تا ۱۲۰۰ بسته در ساعت بالا می‌برد، و سیل فیلم کاملاً خودکار در سرعت ۲۰۰۰ سینی در ساعت و حتی ۵۰۰۰ در ساعت در دستگاه سفارشی [custom built] انجام می‌شود. در صورت لزوم می‌توان از تاریخ‌زن‌ها، فیلترها، درپوش‌گذارها نیز استفاده کرد.

در بحث ظروف قابل استفاده در اجاق برای غذای آماده، صحبت از هزینه اجتناب‌ناپذیر است. در این زمینه مقوا نسبت به پلاستیک از مزایای بسیاری برخوردار است. قیمت‌های فهرست پایه برای PET روکش شده، و سینی‌های مقوایی قابل استفاده در اجاق سنتی و میکروویو در حال حاضر برابر با نصب قیمت سینی‌های تولیدی از جنس PET کریستالی است.

#### ● شیشه

به استثنای ظروف دهان‌گشاد شیشه‌ای (که بخش مهمی نیز هست)، تا به حال شیشه یا سرامیکی نبوده است که برای گرم کردن در اجاق میکروویو برای مواد غذایی بسته‌بندی شده به بازار خرده‌فروشی برچسب‌زنی شده باشد؛ مزایای این ظروف عبارتند از: بی‌اثر بودن [inertness]، عدم جذب [nonabsorbency]، شفافیت بالا نسبت به ریز امواج، و نیز سابقه طولانی اعتماد مشتری به ایمن بودنشان در برخورد با مواد غذایی.

خواصی که باعث می‌شوند آن ماده مورد استفاده قرار نگیرد عبارتند از: هدایت گرمای بالا، وزن زیاد و شکستگی. ترکیب‌های شیشه استاندارد که معمولاً برای کاربردهای میکروویوی بکار می‌روند بیش از ۹۷٪ نسبت به انرژی زیر موج و گرما قرار بگیرد نرم و شل نمی‌شود) و نسبت به دما از خاصیت حفظ و نگهداری حرارت بسیار عالی را برخوردار است. نکته‌ای که از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است این است که در رابطه با محصولات غذایی و آشامیدنی مشکلات انتقالی به وجود نمی‌آیند.

دو سیستم عمده برای بستن شیشه‌ها در حال حاضر پیشنهاد می‌شود. که وقتی که تصادفاً در اجاق میکروویو به صورت باز قرار گیرند کاملاً

ایمن هستند. انجمن تحقیقاتی Campden food and Drink آزمون‌های جامعی انجام داده است تا ویژگی‌های مربوط به جابجایی ظروف شیشه‌ای مواد غذایی میکروویو شده را به آزمایش‌گذارند. مسائلی که مورد بررسی قرار گرفته‌اند عبارتند از: تأثیرات میکروویو پس از بودن در یخچال یا فریزر، گذاشتن ظرف میکروویو شده روی سطوح سرد / خیس فریبودن آن در آب / شیشه در تمام آزمون‌ها پذیرفته شد.

شیشه به عنوان ظرف قابل استفاده در اجاق‌های گازی و برقی در دماهای مختلف و زمان‌های متفاوت مورد آزمون قرار گرفت، در این آزمون شیشه را پیش از شرایط طبخ در محیط‌های مختلف قرار دادند. (مثل محیط یخچال و فریزر). این بسته با موفقیت تمام این آزمون‌ها را پشت سر گذاشت.

تمامی ظروف شیشه‌ای که به شکل کاسه هستند برای غذاهای سبک و یک نفره از پذیرش بالایی برخوردارند. طراحی ظاهری و ماهیت لامسه‌ای شیشه در این پذیرش سهیم بوده‌اند. ماهیت سخت بسته شیشه‌ای بدین معناست که در مورد بسته‌های قابل انعطاف و نرم مشکلات توزان و جابجایی را از بین می‌برد. شیشه به عنوان یک ماده در محیط‌های غذاخوری بسیار مقبول است.

تمامی عوامل مذکور منجر به این شده‌اند که شیشه برای محصولات میکروویو، بسته‌بندی مطلوبی به شمار می‌رود. به کمک شیشه می‌توان تمام بسته‌ها را از ابتدا تا انتها ضمن برخورداری از کمترین مشکلات محیطی و ضایعات به عهده گرفت.

بحث در مورد بسته‌بندی شیشه‌ای، بررسی بازارهای بلقوه را می‌طلبد:

غذای کودک - بیش از ۷۵٪ از محصولات غذایی کودک در شیشه‌های دهان‌گشاد به فروش می‌رسند، با استفاده از شیشه نیاز به انتقال غذا به ظروفی دیگر یا فرورودن آن در آب داغ از بین می‌رود؛ گرچه به هنگام گرم کردن بیش از حد و تکان دادن باید دقت بسیار مبذول شود.

سوپ - انواع مختلفی از سوپ‌های آماده هستند که محصولات مطلوبی برای استفاده در میکروویو به شمار می‌روند. در اینجاست که ظروف شیشه‌ای کاسه مانند و قابل استفاده در میکروویو مورد استفاده بسیار قرار می‌گیرد. غذای سبک محلی - این ماده غذایی یکی از محصولات آسان است که بیشترین رشد را از خود نشان داده است (مثل انواع غذای خمیری ماکارونی).

سس‌ها - سس‌های اصلی و دسری که انواع مختلفی دارند و می‌توان مستقیماً آنها را در میکروویو قرار داد. ■



# Institute of Packaging Professionals®

# انستیتو حرفه‌ای‌های بسته‌بندی

آشنایی با مراکز اطلاعاتی و تحقیقاتی

بحث قرار می‌گیرند. این دوره برای پرسنل بخش‌های مدیریت، فنی و بازاریابی که با این زمینه‌ها تازه آشنایی پیدا کرده‌اند و همچنین برای متخصصان که با تقاضاهای جدید و رو به رشد هستند بسیار جذاب می‌باشد.

این دوره براساس کتاب پرفروش IOPP به همین نام تنظیم شده‌است. که این کتاب به نوبه خود پایه برنامه امتحانی گواهینامه IOPP می‌باشد.

● ثبت نام هر جلسه برای اعضا ۲۹۵ دلار و غیر اعضا ۹۲۵ دلار ثبت‌نام مجموع جلسات برای غیر اعضا ۲۳۸۵ دلار و برای غیر اعضا ۲۷۷۵ دلار

این مؤسسه تصویری قوی تر و مثبت تر از صنعت بسته‌بندی به جامعه ارائه دهد.

## رخدادهای آموزشی IOPP

فرصت‌های آموزشی ملی IOPP در زمان‌ها و مکان‌های مختلف در تمام طول سال وجود دارد. برنامه زیر را که شامل توضیحات مختصری از دوره‌ها نیز می‌باشد. ببینید تا از مطالبی که می‌توانند شما و همکارانتان را در عملکردتان یاری رساند مطلع شوید. همچنین آدرس [www.iopp.org](http://www.iopp.org) را نیز همواره چک کنید تا از تغییرات و اطلاعات به صورت به‌هنگام آگاهی یابید.

IOPP یا انجمن حرفه‌ای‌های بسته‌بندی از جمله سازمانهای معروف بین‌المللی است که در موضوع بسته‌بندی فعالیت می‌کند. این انجمن فعالیت گسترده و مثبتی در خصوص آموزش مبنایی و استانداردهای بسته‌بندی دارد. متنی که در ادامه می‌آید مستقیماً از کتابچه معرفی IOPP که برای ماهنامه چاپ و بسته‌بندی فرستاده شده ترجمه شده و از زبان IOPP است.

===== -- I ----- O ----- P ----- P ----- =====

برای دستیابی به امتیازی برتر اقتصاد رقابتی امروز عضوی از IOPP باشید تا از مزایای زیر بهره‌مند گردید:

○ فرصت‌های جمعی IOPP شامل چهل جلسه محلی، دوازده کمیته فنی و گردهم‌آیی‌های ملی.  
○ سمینارها و کنفرانس‌های آموزشی IOPP در مورد رؤس مطالب بسته‌بندی و مطالب زیست‌محیطی مربوطه.  
○ نشریه ادواری IOPP به نام خبرنامه Pack info و انتشار کتابهایی از قبیل مبانی تکنولوژی بسته‌بندی، لغت‌نامه اصطلاحات بسته‌بندی و غیره...

○ مخزن کتاب IOPP که در برگزیده کلیه انتشارات IOPP و همچنین سایر انتشارات بسته‌بندی مربوط از شرکت‌های نشر تکنولوژی، وایلی، پیرا و سایر شرکت‌ها می‌باشد.  
○ فهرست‌های IOPP که به شما کمک می‌کند تا آنچه را از مشاوران، پیمانکاران و هزاران دست‌اندرکار دیگر صنعت چاپ می‌خواهید به سادگی بیابید.

○ منابع اطلاعاتی online که امکان دسترسی آن به اطلاعاتی در زمینه وقایع، فعالیت‌ها، استانداردها، سازمان‌های وابسته جهانی و غیره را برای شما فراهم می‌سازد.  
○ گواهینامه تخصصی IOPP که در اعتبار حرفه‌ای و پیشرفت شما مؤثر است.

○ روش کار IOPP مبنی بر فراهم آوری اطلاعات تخصصی و تخفیف در بیشتر خدمات برای اعضا.  
○ عضویت شما در IOPP کمک خواهد کرد تا در

۲۲ ○ چاپ و بسته‌بندی ○ شماره ۲۳ ○ 22

## □ مبنایی بهبود عملکرد بسته‌بندی،

\*\*\*\*\*  
○ ۲۲ و ۲۳ مه  
○ ۱۸ و ۱۹ سپتامبر

توسط پل زیف و اریک رومی.  
این دوره درکی از روش‌شناسی برای تحلیل، ارزشیابی و بهبود عملکرد خط بسته‌بندی ارائه می‌دهد. بیاموزیم که چگونه عملکرد خط بسته‌بندی را بررسی و آنرا بهبود بخشیم. این بهینه‌سازی با ترکیب اطلاعات مربوط به مشخصات ماشین‌آلات، کاربرد خط، سرعت واقعی، تغییرات ورودی و برنامه‌ریزی‌های زمان‌بندی انجام می‌گیرد.

در این دوره می‌آموزیم که چگونه اطلاعات مورد نیاز برای پیش‌بینی عملکرد یک خط جدید را سامان‌دهی کنیم و حقایق را جمع‌آوری و ارائه نمائیم که هزینه‌ها را توصیف کند و اصلاحاتی برای مدیریت ما ایجاد نماید.

● شهریه برای اعضا ۷۵۰ دلار غیراعضا ۸۵۰ دلار

## □ مبنایی ماشین‌آلات بسته‌بندی و طراحی خط،

\*\*\*\*\*  
○ ۲۲ تا ۲۳ مه  
○ ۱۸ تا ۱۹ سپتامبر

توسط هاوارد، لارنس لوچیانو و ریچارد اسمیت.  
این دوره اطلاعاتی جامع و عملی پیرامون مبنایی ماشین‌آلات بسته‌بندی و طراحی خط ارائه می‌دهد. در این دوره می‌آموزیم که چگونه برای یک خط برنامه‌ریزی کنیم و برنامه‌ریزی خوب تا چه حد عملکرد قابلیت تولید و بازگشت سرمایه را

## ■ تقویم دوره‌های سال ۲۰۰۰:

### ● مطالبی پیرامون دوره‌های ما:

\*\*\*\*\*  
□ مبنایی تکنولوژی بسته‌بندی:  
توسط والتر سُرکا، Walter Soroka, GPP بالتیمور، MD  
○ جلسه ۱: ۲۹ فوریه تا ۲ مارس  
○ جلسه ۲: ۲ تا ۶ آوریل.  
○ جلسه ۳: ۲۳ تا ۲۵ مه.  
○ جلسه ۴: ۲۰ تا ۲۲ ژوئن.

### □ مبنایی تکنولوژی بسته‌بندی.

توسط والتر سُرکا، GCP شیکاگو  
○ جلسه ۱: ۱۸ تا ۲۰ سپتامبر  
○ جلسه ۲: ۲۳ تا ۲۵ اکتبر  
○ جلسه ۳: ۱۳ تا ۱۵ نوامبر  
○ جلسه ۴: ۱۸ تا ۲۰ دسامبر.

### \* مبنایی تکنولوژی بسته‌بندی:

توسط والتر سُرکا برگزار می‌شود. این مجموع جامع به ۴ بخش تقسیم می‌شود. این دوره را می‌توان به عنوان یک واحد در بلند مدت تکمیل کرد و یا به صورت دوره‌های جداگانه‌ای بنا به درخواست متقاضی به پایان رساند. این دوره برای مروری جامع پیرامون مواد، ماشین‌آلات و فرآیندهایی که غالباً در عملیات بسته‌بندی بکار گرفته می‌شوند، تدوین شده‌است. از چسبها گرفته تا مدیریت مواد زائد، از فرایند تبدیل گرفته تا فرآیند چاپ، از فیلم گرفته تا شیشه و کاغذ و مقوا، خلاصه همه این‌گونه مطالب در این دوره مورد

به حداکثر خواهد رساند. این دوره شامل مطالبی پیرامون ماشین‌های مخصوص پر کردن، قرار دادن در کارتن، جعبه صندوق و ماشین‌های نقاله می‌باشد و تهیه مشخصات و اطلاعات، ایمنی‌سازی و مدیریت پروژه را شامل می‌شود. شما حتی می‌توانید پروژه‌های خود را نیز برای استفاده اساتید و همکلاسی‌هایتان به عنوان یک موضوع مورد بحث در کلاس مطرح کنید.

● شهریه برای اعضا ۷۵۰ دلار غیراعضا ۸۵۰ دلار

#### □ مبانی دربندی و سیستم‌های دربندی

\*\*\*  
○ ۲۲ تا ۲۳ مه ○ ۱۸ تا ۱۹ سپتامبر  
خانه مشاوره بسته‌بندی و سایر متخصصین این صنعت، عقاید مدرن را مورد بحث و توضیح قرار خواهند داد. رؤس مطالب این دوره ملاحظات عملیاتی، اقتصادی و کاری، مواد این صنعت، انواع و کارکردهای آنها، مشخصات استحکامی و سایر شرایط، لازم، روش‌های آب‌بندی و غیره را در بر می‌گیرد.

● شهریه برای اعضا ۷۵۰ دلار غیراعضا ۸۵۰ دلار

#### \* مبانی چاپ بر روی بسته‌بندی

○ ۲۲ تا ۲۳ مه ○ ۱۸ تا ۱۹ سپتامبر  
استاد دوره متعاقباً اعلام خواهد شد.

امروزه در صنعت چاپ یک انقلاب دیجیتال رخ داده‌است که بزودی تقریباً کلیه تصمیم‌گیری‌های شما در مورد بسته‌بندی را متأثر خواهد ساخت. در این دوره خود را با گرافیک کامپیوتری، سیستم‌های بازبینی قبل از چاپ، چاپ استوکاستیک، تکنولوژی‌های "کامپیوتر به فیلم" "کامپیوتر به چاپ" و همچنین پیشرفت‌های فرآیندهای سنتی و جدید چاپ، آشنا خواهیم ساخت.

● شهریه برای اعضا ۷۵۰ دلار غیراعضا ۸۵۰ دلار

#### □ مبانی بسته‌بندی حمل و نقل،

\*\*\*  
○ ۲۲ مه ○ ۱۸ سپتامبر  
توسط آل مکین لی.

در این دوره می‌آموزیم که یک بسته‌بندی خوب حمل و نقل چگونه صدمه به محصول را کاهش داده و توزیع کالا را بهبود می‌بخشد. این کالاها می‌توانند از خوراکی‌های حساس به دما و گذشت زمان و محصولات دارویی تا کالاهای الکترونیکی و شکستنی را در بر بگیرند. این کارگاه، یک روزه است. رؤس مطالب این دوره شامل ملاحظات طراحی برای انباشته کردن محصول، محافظت کالا، فاکتورهای ارتعاشی و ضربه‌ای، روش‌های آزمون و سیستم‌های محافظت کالا از طریق بالشتک، قانون ۱۸۰ و غیره، می‌باشد.

● شهریه برای اعضا ۳۹۵ دلار غیراعضا ۴۹۵ دلار

#### \* برنامه اعطای گواهی نامه تخصصی IOPP

مطابق آخرین بررسی درآمدی در IOPP، متخصصین بسته‌بندی دارای گواهی نامه، سه هزار دلار بیشتر از همکاران متخصص خود درآمد دارند. به نظر می‌رسد که به این برنامه علاقه‌مند می‌باشید؟ اگر چنین است ببینید که برای پیشرفت در این زمینه چه باید کرد و در این تخصص پرترفدار چگونه می‌توان پیشرو باقی ماند؟ برنامه گواهی نامه تخصصی ما برای متخصصان بسته‌بندی است که خواهان رشد شخصیتی، بهبود کیفیت و موفقیت می‌باشند. متخصص بسته‌بندی دارای گواهی نامه، (C.P.P.) یک عنوان شناخته شده‌است که به متخصصی اطلاق می‌گردد که تجربه و دانش او، آزمونی برای دیگر همکاران می‌باشد. دستیابی به این عنوان نیازمند یک فرآیند دو مرحله‌ای است که یک دوره دوازده ماهه را در بر می‌گیرد.

اولاً، هرنامزدی باید شش سال تجربه در امر بسته‌بندی و یا هر زمینه فنی وابسته دیگری داشته باشد. موفقیت‌های دانشگاهی دارای امتیاز می‌باشند.

ثانیاً، نامزدها به یکی از چندین روش زیر به انتخاب خود تعیین صلاحیت می‌شوند.

□ از طریق امتحان به روش چند گزینه‌ای

□ از طریق امتحان تشریحی

□ تهیه یک مقاله در زمینه فنی یا مدیر فنی به انتخاب نامزد

□ تأییدیه حق ثبت اختراع

□ تهیه تاریخچه‌ای جامع از فعالیت‌های شما در پنج سال گذشته.

امتحانات کتبی بر اساس کتاب مبانی تکنولوژی بسته‌بندی (سُرکا) برگزار می‌شود که این کتاب در مخزن کتاب IOPP موجود می‌باشد.

هزینه امتحان برای اعضا ۷۵ دلار و برای غیر اعضا ۲۲۵ دلار می‌باشد.

توجه: ثبت نام برای برنامه اعطای گواهی نامه با فرم جداگانه‌ای انجام می‌گیرد.

#### \*\*\* سایر رویدادها \*\*\*

□ کنفرانس Trans Pack مؤسسه

برگزارکننده: گروه lone star و کمیته بسته‌بندی حمل و نقل IOPP

تاریخ برگزاری: ۲۳ تا ۲۵ فوریه.

ثبت نام سه روزه برای اعضا ۸۵۰ دلار و غیر اعضا ۹۶۵ دلار

#### ● نمایشگاه East pack

برگزارکننده: IOPP، فیلادلفیا، ۲۳ تا ۲۵ مه.

■ سمینارهای East pack مؤسسه IOPP

فیلادلفیا، سه شنبه ۲۳ مه:

□ بسته‌بندی و شبکه جهانی، بخش اول، ارزش

مهندسی از طریق گرافیک‌های بسته‌بندی "مناسب برای کاربرد"

چهارشنبه ۲۴ مه:

□ بسته‌بندی و شبکه جهانی، بخش دوم، امنیت در بسته‌بندی، خطوط راهنمای اعتبار بخشی به سیستم‌های بسته‌بندی.

#### ● نمایشگاه بین‌المللی Pack EXPO

شیکاگو، ۵ تا ۹ نوامبر.

در مورد سایر اطلاعات با مؤسسه تولیدکنندگان ماشین‌آلات بسته‌بندی به شماره تلفن

703-243-8555 و یا <http://www.iopp.org>

تماس بگیرید.

□ سمینارهای بین‌المللی Pack EXPO که توسط IOPP برگزار می‌شود سه تا چهار نوامبر برگزار خواهد شد.

#### □ گردهم‌آنی سالانه IOPP

۲۶ تا ۳۰ آوریل، فقط اعضا می‌توانند شرکت، هزینه متعاقباً تعیین خواهد شد.

#### □ هفته بهار بسته‌بندی IOPP

بالتیمور. ۲۲ تا ۲۴ ماه مه.

#### □ هفته پاییز بسته‌بندی IOPP

شیکاگو، ۱۸ تا ۲۰ سپتامبر

#### \* معرفی برخی انتشارات IOPP:

\*\*\*  
□ مبانی تکنولوژی بسته‌بندی

ویرایش دوم، مؤسسه متخصصان بسته‌بندی، والتر سُرکا، CPP.

تازه‌کاران و پیشکسوتان صنعت بسته‌بندی هر دو به یک اندازه بر کتاب مبانی تکنولوژی بسته‌بندی متکی می‌باشند و این به علت محتوای واضح، دقیق و فراگیر آن می‌باشد.

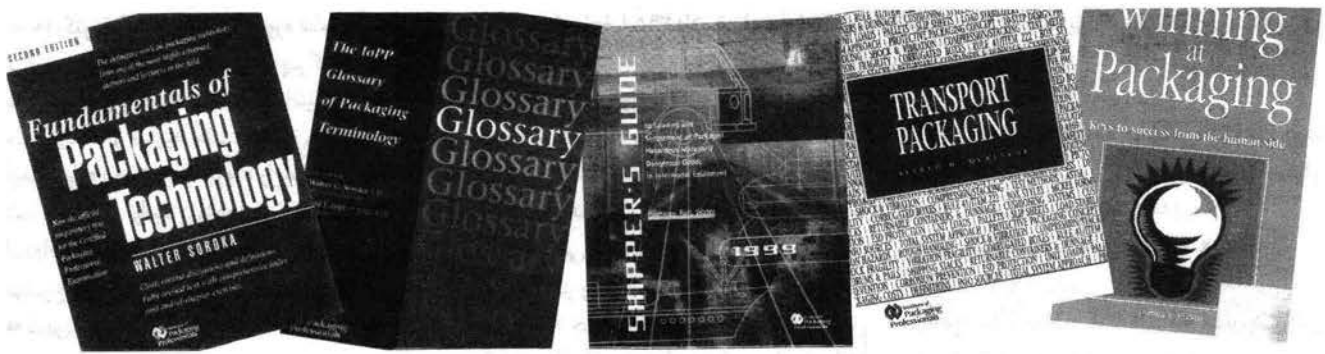
این ویرایش که در سال ۱۹۹۹ بازنگری و گسترده‌تر شده‌است. سودمندتر و کاربردی‌تر از همیشه می‌باشد. این کتاب در پانصد و نود صفحه حدود سیصد تصویر و گستره وسیعی از فن‌آوری‌های بسته‌بندی در بر می‌گیرد. کتاب مبانی تکنولوژی بسته‌بندی یک تجربه آموزشی عالی را به عنوان یک ابزار مؤثر در اختیار دارد که در آن از مثال‌های توضیحی متعدد و توصیفات دقیق سود می‌جوید.

جای هیچ شگفتی نیست که مبانی تکنولوژی بسته‌بندی متن آمادگی پیشنهادی برای امتحان اعطای گواهی نامه مؤسسه (CPP) می‌باشد.

این کتاب چنان طراحی شده است که جنبه‌های آموزشی و مرجع بودن آن به یک اندازه رعایت شده باشد. به عبارتی یادگیری خواننده و احتیاجات روزمره او با هم در نظر گرفته شده‌اند.

مواد، فرآیندها، روش‌های تزئینی، انواع ظروف، ماشین‌آلات و موارد بسیار دیگر به زبانی روشن و واضح توضیح داده شده‌اند.

□ چاپ و بسته‌بندی ○ شماره ۲۳ ○ ۲۳



این کتاب که توسط بیش از سی و پنج متخصص بسته‌بندی بررسی شده است، دارای اطلاعاتی دقیق و کامل می‌باشد.

پرسش و پاسخ‌های تمرینی آخر هر فصل امکان اطمینان از یادگیری مطالب را میسر می‌سازد. یک کتابنامه چهل صفحه‌ای به شما کمک خواهد کرد تا مفهوم برخی اصطلاحات فنی بسته‌بندی را بهتر درک کنید.

مؤلف کتاب دارای بیش از بیست و پنج سال تجربه در زمینه بسته‌بندی و همچنین پانزده سال تجربه در زمینه تدریس می‌باشد که این کتاب بر پایه همین تجربه آموزشی تألیف شده است. از همان لحظه باز کردن این کتاب، خواهید دانست که چرا این کتاب به عنوان کتاب استاندارد مرجع بسته‌بندی به خوبی جای خود را باز کرده است.

اگر شما در زمینه بسته‌بندی فعالیت می‌کنید، به کتاب زیر بر روی میز کار خود احتیاج دارید! یک جلد نیز برای همکاران و مشتری‌های خود سفارش دهید.

● بهای کتاب برای اعضا ۱۵۰ دلار و برای غیر اعضا ۱۹۵ دلار است.

#### کتابنامه

#### اصطلاحات بسته‌بندی مؤسسه IOPP

گردآوری از طرف ویراستاران و متخصصان بسته‌بندی، والتر سُرکا، CPP و پل زیف، P. Eng. CPP. این کتاب مرجع که به طور کامل برای سال ۱۹۹۹، بازنگری و گسترش داده شده است، در برگرفته تعریف دقیق و جامع بیش از هشت هزار اصطلاح تخصصی بسته‌بندی می‌باشد. کلید اصطلاحات با دقت و وضوح بازنگری و ویرایش شده‌اند. این کتاب که نام‌های خلاصه شده انگلیسی را نیز دربرمی‌گیرد دارای صفحه‌بندی به سبک فرهنگ واژه‌ها بوده و همچنین ارجاع متقابل لغات در آن به گونه‌ایست که یافتن واژه‌ها را در آن بسیار ساده ساخته است.

علاوه بر این، این کتاب شامل پنج ضمیمه جدید می‌باشد که مقولاتی از قبیل اوزان و اندازه‌ها، ابعاد ظروف، اصطلاح‌شناسی قطعات بسته‌بندی پلاستیک را در برمی‌گیرد.

همراه با کتاب یک نسخه از اطلاعات کتاب بررسی دیسک نشر ROM - CD سازگار با

۲۴ ○ چاپ و بسته‌بندی ○ شماره ۲۳ ○ 24

ویندوز ۳/۱، ۹۵ و ۹۸ و همچنین NT به طور رایگان ارائه می‌گردد.

این دیسک دارای امکانات جستجوی گسترده می‌باشد که یافتن هر اصطلاح و مفهوم آن را تقریباً آنی می‌سازد. هیچ متخصص بسته‌بندی نمی‌تواند بدون این کتاب به فعالیت خود ادامه می‌دهد. کتابی که اولین کتابنامه کاملاً جدید بسته‌بندی در بیش از یک دهه اخیر می‌باشد.

● بهای کتاب برای اعضا ۸۰ دلار و برای غیر اعضا ۹۵ دلار است.

#### راه‌های حمل و نقل

برای بارگیری و محافظت از مواد / کالاهای خطرناک بسته‌بندی شده در تجهیزات اینترمودال از طریق حمل و نقل راه‌آهن، جاده و یا آب.

تهیه شده توسط: کمیته بسته‌بندی شیمیایی مؤسسه IOPP (توجه: در مورد تخفیفات کمی با مؤسسه تماس بگیرید.)

این راهنمای جامع کمک غیرقابل جایگزینی برای مدیران بسته‌بندی و همچنین متخصصان حمل و نقل می‌باشد. با این که هدف اصلی این کتاب، حمل و نقل مواد و کالاهای خطرناک می‌باشد، برای حمل و نقل هر گونه کالائی به همان اندازه ارزشمند است. این راهنما که مملو از نکات و روش‌های عملی و همچنین مراجع سودمند و روش‌های گاهش آسیب می‌باشد، دارای توضیحات و تصاویر فراوانی در مقوله چگونگی انجام عملیات مختلف می‌باشد. فصول کتاب اطلاعات زیادی در مورد شرایط استانداردها و نیازمندی‌های حمل و نقل می‌باشد. این کتاب مروری بر مواد، امکانات و کاربردهای بسته‌بندی دارد. ملاحظات آماده‌سازی قبل از بارگیری، ارائه گسترده سیستم‌های مهارکننده، پیشنهاداتی در مورد طراحی باد با توجه به ملاحظات ویژه از جمله مطالبی هستند که در این کتاب به طور وسیعی مورد بحث قرار گرفته‌اند.

الگوهای مختلف بارگیری به طور کاملی همراه با تصاویر توضیح داده شده‌اند.

کتاب زیر نیز می‌تواند در این زمینه سودمند باشد:

● بهای کتاب برای اعضا ۳۵ دلار و برای غیر اعضا ۵۰ دلار است.

#### راهنمای بسته‌بندی مواد شیمیایی

ویرایش دوم، کمیته بسته‌بندی شیمیایی مؤسسه IOPP.

این کتاب به ویژه ملاحظات ویژه صنایع شیمیایی را با توجه به اثرات بسته‌بندی‌های مواد شیمیایی بر محیط زیست دربرمی‌گیرد. این کتاب که توسط بخش مدیریت مسئول بسته‌بندی کمیته بسته‌بندی شیمیایی تهیه شده است، راهکارهای عملی را برای پاسخگویی درباره مسائل زیست محیطی به بخش‌های بسته‌بندی ارائه می‌دهد تا در عین حال این محصولات در حمل و نقل محافظت گردند.

● بهای کتاب برای اعضا ۱۵ دلار و برای غیر اعضا ۲۵ دلار است.

#### پیروزی در بسته‌بندی

مؤسسه متخصصان بسته‌بندی، تام هادگین. دیدگاه‌ها و ملاحظات هادگین در مورد نکات و روش‌های عملی چگونگی پیروزی در عرصه بسته‌بندی. مطابق نظریات هادگین، امروزه یک مدیر بسته‌بندی باید همواره در حال یادگیری بوده و عامل اصلاح در درون شرکت خود باشد، همچنین او باید ابزار حرفه و استراتژی شرکت خود را به خوبی بشناسد تا تصمیمات هوشمندانه اتخاذ کند و در دیسک‌های هوشمندانه شرکت نماید.

از دیدگاه‌های این پیشکسوت امر بسته‌بندی و تولید در زمینه چگونگی اصلاح عملکرد خود بهره ببرید.

او در این کتاب به گام‌های عملی اشاره می‌کند که شما نیازمند آنها هستید تا تسهیل در انجام تغییرات، انجام دیسک هوشمندانه و کمک به کارمندان خود در این که ماجراجو بوده و همواره در جستجوی محصولات، فرآیندها و تغییرات جدید باشند، میسر گردد. محتویات کتاب دربرگیرنده مطالب زیر می‌باشد:

جلب و نگهداری مشتری رضایتمند، ایجاد گروه‌های بسته‌بندی بهتر، عملیات رهبری قدرتمندانه، مدیریت خلاقانه گروه، مدیریت بحران و غیره.

● بهای کتاب برای اعضا ۵۵ دلار و برای غیر اعضا ۷۵ دلار است.

# PPC

## بسته‌بندی مقوایی

### Paperboard Packaging Council

آشنایی با  
مراکز  
اطلاعاتی  
و تحقیقاتی

بسته‌بندی مقوایی ارائه می‌شود. نسخه سال ۱۹۹۸ میلادی هم‌اکنون آماده فروش است.

میزگردها سالی دو بار تشکیل می‌شود و در آنها بحث‌هایی پیرامون روابط صنعتی و برنامه‌های ایمنی صورت می‌گیرد. میزگردهای انجام شده تاکنون شامل مباحث "ریسک مدیریت"، "کارگران مدیر"، "هزینه تولید"، "بازنگری‌های OSHA و ADA ایمنی مقاطعه کار" و خدمات خانوادگی و درمانی است. لطفاً یک نامه به نشانی پست الکترونیک ما ارسال کنید تا نحوه مشارکت در این برنامه‌ها آگاه شوید.

#### \* طبقه‌بندی و انواع عضویت

هر شخص، مؤسسه و یا شریک که در ایالات متحده و یا در داخل کشور خودش مشغول امر بسته‌بندی و یا فروش بسته‌بندی مقوایی برای عضویت مرتب در این مؤسسه واجد شرایط است. حق عضویت‌ها بر اساس میزان فروش به دلار محاسبه می‌شود. اعضای رسمی برای مشارکت در همه برنامه‌ها و استفاده از همه خدمات مجاز می‌باشند.

عضویت خدماتی برای آن دسته از افراد واجد شرایطی در نظر گرفته شده است که علاقه‌مند به مشارکت فقط در بخشی از فعالیت‌های این مؤسسه هستند. هزینه عضویت شامل یک حق عضویت ثابت بر اساس میزان فروش به علاوه هزینه‌های مرتبط با ارائه خدمات خاص هستند. از دیگر خدمات این مؤسسه می‌توان ارائه آمار، تحقیقات بازار و آگهی‌های از پیش تنظیم شده، هدفدار، پروژه‌های خاص، برگزاری مسابقات قوطی سازی، گردهم‌آیی‌های سالانه اشاره کرد.

هر عضو آمریکایی یا خارجی و یا هر تولیدکننده یا توزیع‌کننده هر یک از دستگاه‌های تولید کارتن برای عضویت در این مجتمع صلاحیت دارند. کسانی که در رشته دایکات، تاکن، چسب زن، دستگاه‌های چاپ کن، بخش جوهر و روکش کردن (لمینیت) فعالیت می‌کنند نیز می‌توانند عضو این مجموعه شوند. اعضای همراه نمی‌توانند عضو هیئت مدیره آن انجمن شوند و یا دبیر مجمع شوند.

هر شخص، تشکل یا انجمنی که در فرآیند تولید کارتن و امور مرتبط به آن فعالیت دارد و در

اطلاعات آماری راحت‌تر شود. گردهم‌آیی‌های بهاره و پاییزه برای اعضا این امکان را فراهم می‌آورد تا دیگر تولیدکنندگان کارتن‌های تاشونده را ملاقات کنند و از نظرات ارائه شده توسط متخصصان بسته‌بندی، اقتصاددانان، مدیران صنایع و مصرف‌کنندگان و رهبران سیاسی بهره‌جویند. اعضای دائمی و همراه به هر دو اجلاس سالانه دعوت می‌شوند و شرکت در اجلاس فنی و تولیدی برای هر کسی که به نحوی در صنعت دست دارد آزاد است.

#### بازاریابی و ارتباطات

هیئت بازاریابی و ارتباطات PPC با هدف افزایش آگاهی، درک و مزایای اقتصادی، تخصصی، بازاریابی و زیست محیطی بسته‌بندی مقوایی فعالیت می‌کند. برای نیل به چنین هدفی PPC اقدام به برگزاری بازاریابی گسترده‌ای کرده‌است که شامل تبلیغات و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیرندگان را دارد. این مؤسسه با چاپ بروشورهایی که به فروش اعضا کمک کرده و در عین حال برندگان مسابقات ملی در امر بسته‌بندی را به دیگران معرفی می‌کند و درج خبر برندگان در نشریات به ارائه خدمات می‌پردازد. نشریه پی‌پی‌سی تودی (P.P.C Today) نشریه ارگان PPC است و به شکل ۲ ماه یکبار منتشر می‌شود. در این نشریه اخباری از فعالیت‌های مؤسسه PPC، صنایع، موارد حقوقی و قانونگذاری و اخباری پیرامون برخی از شرکت‌ها درج می‌شود. برای دریافت یک نسخه رایگان با نشانی پست الکترونیکی زیر تماس بگیرید.

ppcmail@erols.com

#### \* روابط صنعتی و برنامه‌های ایمنی

برنامه‌های کارگری برای اعضای این انجمن اطلاعات ذی‌قیمتی در رابطه با مزایای کارگری و قوانین کارگری ارائه می‌کند. بررسی تحلیلی و معافیت‌های قانونی کارگری از طریق خدمات ویژه اعضا ارائه می‌شود. PPC از طریق انتشارات و میزگردهای و ارائه جوایز به بهترین‌ها باعث رشد ماشین‌های ساخت جعبه‌های مقوایی می‌شود. تمامی مقالات ارائه شده در مجموعه‌ای گردآوری می‌شوند که تحت نام مقالات ایمنی و میزگردهای ایمنی به تمامی دست‌اندرکاران صنعت

مطلب زیر مستقیماً از مرکز اطلاعات مجمع بسته‌بندی مقوایی در شبکه اینترنت گرفته شده و از زبان این مجمع است.

این شورا مجمعی تجاری است که سهم عمده‌ای از تولید مقواهای موجود را در سطح آمریکا و جهان بر عهده دارد. این شورا در سال ۱۹۶۷ میلادی یعنی زمانی که انجمن جعبه مقوایی آمریکا<sup>(۱)</sup> (تأسیس ۱۹۳۳) و انستیتوی بسته‌بندی بهتر<sup>(۲)</sup> (تأسیس ۱۹۲۹) در هم ادغام شدند با به عرصه وجود گذاشت، PPC نقش سخنگوی اعضای این صنعت را در آمریکا بر عهده دارد و موجب پیشرفت علمی و اطلاعاتی این صنعت و اعضای آن شده‌است.

● باز یافت مقوا و بسته‌بندی‌های مقوایی در حال رشد و گسترش است.

بررسی بیش از شصت درصد کاغذ و مقوا نشان‌دهنده این امر است که آمریکایی‌ها اقدامات فراوانی در باز یافت کاغذ انجام می‌دهند. در سال ۱۹۹۵ میلادی بیش از ۴۸۰۰ شرکت دارای برنامه باز یافت بوده‌اند. این تعداد در مقایسه با تعداد ۹۵۸ شرکت در سال ۱۹۹۲ رشد شایانی از خود نشان می‌دهند.

PPC شریک و عضوی در شورایی زیست محیطی بسته‌بندی مقوایی آمریکا (APPEC)<sup>(۳)</sup> به حساب می‌آید و به بسیاری از شهرداری‌های آمریکا در زمینه افزودن باز یافت کاغذ به دیگر موارد باز یافتی کمک شایانی کرده و در این راستا به بسیاری از راهنمایی‌های فنی و فراهم کردن منابع آموزشی و برقرار کردن ارتباط میان آنان و کارخانه‌های کاغذسازی نکرده‌است. APPEC در نظر دارد تا باز یافت کاغذ را تا سال ۲۰۰۰ میلادی به پنجاه درصد برساند.

عضویت در PPC باعث می‌شود بهتر پاسخگوی تنگناها و رقابتها در عرصه صنعت مقواسازی باشید. این مجموعه باعث می‌شود تا ارتباطات شما گسترش پیدا کند و دسترسی شما به

آمریکا و یا دیگر کشورها به فعالیت اشتغال دارد، می تواند به صورت عضو بین المللی درآید. اعضای بین المللی این سازمان نمی توانند عضو هیئت مدیره شوند و یا به سمت دبیری ارتقاء یابند.

### \* ارتباط با اسامی اعضا

برای حصول اطلاعات بیشتر از نحوه عضویت لطفاً درخواست خود را به پست الکترونیک این مؤسسه ارسال کنید.

### برنامه های تولیدی و تخصصی

اجلاس دو سالانه ای با موضوع اهمیت تولیدکنندگان جعبه های مقوایی برگزار می شود. این اجلاس باعث کاوش عمیق و بحثی فراگیر پیرامون این امر می شود. مباحث برگزار شده عبارتند از: تکنولوژی دیجیتال، نظارت الکتریکی، ایزد ۹۰۰۰، امنیت و برچسب ها و...

### اطلاعات صنعتی

برنامه اطلاعات صنعتی PPC به گونه ای طراحی شده است تا پاسخگوی نیاز اعضا در جوانب مختلف چون فروش، موقعیت جغرافیایی بازارها، مصرف کنندگان نهایی، طبقه بندی کارتهای متوالی، پیش بینی بازار، سفارشات جدید، ابداعات و ظرفیت های بازار می شود. اطلاعات را می توان به دو رده تقسیم بندی کرد. اولین شامل اطلاعاتی است که شمه ای از کلیه فعالیتهای شرکتهای مختلف است سپس در باره هر شرکت یک گزارش کامل از فعالیتها و شرکت های وابسته به آن ارائه می شود به گونه ای که هر مدیری می تواند فعالیت های خود را با فعالیت های شرکت مورد نظر هماهنگ و همراه سازد. در مجموع گزارشها به شکل ماهنامه، سه ماهنامه و سالنامه منتشر می شود. بسته به اهمیت موضوع زمان تکرار و تناوب این گزارشات مشخص می شود.

### انتشارات و نوارهای ویدیویی

مسابقه ملی بسته بندی متوالی در واقع معرف تازه ترین های صنایع بسته بندی مقوایی در زمینه های تکنولوژی و طراحی است. این مسابقه با حمایت PPC برای ایجاد فرصت ارائه محصولات و طرح های اعضا فراهم آمده است. تمامی محصولات در ۲۹ دسته مختلف و سه مجموعه مورد بررسی و قضاوت قرار می گیرد. این بررسی و مسابقه برای برندگان خدمات خاصی را به دنبال خواهد داشت. در صورت برنده شدن محصولات برنده به صورت رایگان در نشریات مربوطه و به صورت پوستر پشت شیشه سوپرمارکت های بزرگ معرفی می شوند. از این طریق محصولات خوب و ممتاز در عرصه مقوا آشنا می شوند.

در مورد برندگان سال ۱۹۹۹ با PPC از طریق شماره تلفن ۳۳۰۰-۸۳۶۰۳ (۷۰۳) تماس بگیرید.

### راهنمای خریداران بسته بندی مقوایی سال ۱۹۹۹

لیستی از کلیه محصولات و خدمات ارائه شده توسط شرکت های عضو مجمع بسته بندی مقوایی به شکل یک بروشور ارائه می شود. نشانی و نحوه برقراری ارتباط با اعضای ایم مجمع نیز در این بروشور داده است

اعضای PPC

ده نسخه اول مجانی هر نسخه اضافی ۲/۵ دلار غیر اعضا ده نسخه اول مجانی هر نسخه اضافی ۲/۵ دلار

### بروشور برندگان جایزه مسابقه ملی بسته بندی سال ۱۹۹۹

عکس و اطلاعات پیرامون بسته بندی های برنده سال ۱۹۹۹ در این بروشور موجود است. اعضای PPC و شرکت های مصرف کننده ده نسخه اول رایگان و هر نسخه اضافی ۲/۵ دلار شرکت های غیر عضو هر نسخه ۵ دلار

### آنچه شما می توانید با بسته بندیهای مقوایی انجام دهید

بروشوری حاوی فواید و بازارهای پویای صنعت بسته بندی مقوایی این بروشور به همراه چهار سری دیگر اطلاعات (جزوه) و در رابطه با مزایای بازاریابی، بهبود و ساختار سازه بسته بندی، مزایای محیطی و نکاتی پیرامون خرید اعضای PPC. سری کامل. هر کدام ۳ دلار - فقط بروشور ۲ دلار - ورقه اطلاعاتی ۲ دلار برای غیر اعضا موجود نیست.

### برچسب های اعضای PPC

الصاق برچسب عضویت در PPC به معنای مشارکت شما در فعالیت های انجمن بسته بندی مقوایی است. برچسب های دایره ای شکل به قطر یک اینچ می باشند و در رنگهای سفید و قهوه ای با چاپ آبی قابل دسترس می باشند.

فقط برای اعضا برچسب ها به قیمت های زیر موجود است:

۵۰۰ قطعه به قیمت صد دلار و ۱۰۰۰ عدد به قیمت ۱/۵ دلار و ۵۰۰۰ عدد به قیمت ۳/۲۵ دلار و ده هزار قطعه به قیمت ۴/۵ دلار. این برچسب ها برای غیر اعضا موجود نیست.

### کتاب راهنمای صنعت بسته بندی مقوایی

این کتاب کتابی است که در آن همه راه حل های محتمل پیرامون استراتژی های موثر ارائه شده است. این کتاب توسط مشاوران مستقل چامبرلین و بر اساس سمینارها و استراتژی های عنوان شده از سوی PPC برای آنها تدوین شده است.

برای اعضای PPC ۱۲ دلار غیر اعضا ۲۵ دلار کتاب کارتن های ناشده

کتاب ۴۸ صفحه ای رنگی با تصاویر مربوطه

پاسخگوی بسیاری از سوالات شما پیرامون طراحی بسته بندی، تولید، گرافیک و چاپ، پرکردن بسته بندی و خرید مواد اولیه است. این کتاب دارای بخش های مقوا، مسائل زیست محیطی و یک پیوست می باشد.

برای اعضا ۱۲ دلار، غیر اعضا ۲۵ دلار

### کتاب دستی راهنمای کارتن های تاشو

این کتاب در ۹۶ صفحه پیرامون صنعت بسته بندی مقوای تاشو منتشر شده است و تصویر ۷۰ نوع متداول و رایج از بسته بندی های صنعتی در آن چاپ شده است. بسته بندی های کارتن به چند گروه خاص تقسیم شده اند و در این کتاب تصویر مسطح هر کدام از آنها به شکل پلان مسطح و نیز تصویر ایزومتریک رسم شده است و در کنار هر یک از این تصاویر رایج ترین نام کاربردی آنها قید شده است. این کتاب به منظور ارتقاء ارتباط میان تولیدکننده و مصرف کننده تهیه شده است تا به آنها در انتخاب بهترین و مناسب ترین نوع بسته بندی برای هر محصولی کمک کند و حمل و نقل آنها را نیز تسهیل ببخشد. قرار است در خاتمه سال ۱۹۹۹ کاملترین نسخه این کتاب به نشر برسد.

اعضای PPC: ۱۲ دلار غیر اعضا ۹۵ دلار در صورت خرید چهار نسخه یا بیشتر هر کدام ۷۵ دلار.

### مسائل زیست محیطی

ادعاهای زیست محیطی مرتبط با بسته بندی مقوایی راهنمای تجارت فدرال برای ادعاهای زیست محیطی کاربرد صحیح در صنعت بسته در این شماره به چاپ رسیده است.

برای اعضای PPC و مشتریان PPC مجانی غیر اعضا و دست اندرکاران صنعت مقوا ۱۵ دلار

### درک بسته بندی های بین المللی

مقدمات لازم برای بسته بندی مقوایی این گزارش جدید به بررسی و بحث پیرامون بسته بندی سازگار با محیط زیست و قوانین پیش روی بسته بندی مقوایی و کاغذی در اروپا و آسیا می پردازد. این مقاله به مشکلات مالی پیش روی بسته بندی های کاغذی، لامینیت و پلاستیکی و به نحوه بررسی کاهش هزینه های می پردازد و به ارگان و سازمان های ناظر اشاره می کند. این نشریه ابزار مناسبی برای هزینه ها و تهیه مقدمات مورد نیاز برای امر بسته بندی در آسیا و اروپا می باشد.

اعضای PPC ده نسخه اول رایگان ر نسخه اضافه ۱۰ دلار آمریکا غیر اعضا ۴۵ دلار آمریکا بازای هر نسخه

### بسته بندی های مقوایی محیط زیست "واقیعت بسته بندی Fact Pack"

اطلاعات پیرامون بازیافت کاغذهای دور ریخته را ارائه و مواردی را پیرامون بازارهای مقوا و



چگونگی بازیافت آن و بررسی موضوعی موارد قید می‌کند.

اعضای عضو PPC ۱۵ نسخه اضافه ۲/۵ دلار غیر اعضا ۵ دلار آمریکا بازای هر نسخه.

#### □ شرکای طبیعی (نوار ویدئو)

نواری ویدیویی که در آن به بررسی مقوا در توزیع تجاری و تأثیر آن بر محیط زیست می‌پردازد.

اعضای PPC مجانی غیر اعضا ۱۰ دلار آمریکا

#### □ روابط صنعتی و ایمنی

اطلاعات کارگری شامل حقوق ساعتی، بازنشستگی و اطلاعات مرتبط با هشتاد و حرفه مختلف در ارتباط با بسته‌بندی تاشو در آن قید شده‌است. این اطلاعات برای مدیران و کارگران برای عقد قراردادهای کارگری ضروری است. قرار دادهای شخصی و بررسی این گونه‌ها در دسترس می‌باشند.

اعضای PPC رایگان، غیر اعضا: موجود نیست

#### □ قوطی امتیازها

یک گزارش ماهیانه که آماری در رابطه با یک محدوده موسسه مرتبط با بسته‌بندی تاشو ارائه می‌دهد.

برای اعضا و همکاران PPC رایگان برای غیر اعضا موجود نیست.

#### □ ایمنی در مجتمع‌های جعبه‌سازی

##### (نوار ویدئو)

این نوارها ویدیویی در برگزیده موارد ایمنی لازم در تولید کارتن تاشو می‌باشد مانند جابجایی مواد اولیه، برش، چاپ و برش مجدد، نوار پیچی و خاتمه کار به انضمام موارد ایمنی عمومی مانند خانه‌داری، وسایل ایمنی شخصی، و تکنیک جابجایی بارها می‌پردازد. از این برای آشنا کردن کارگران جدید با اصول کار و یا به عنوان دوره بازآموزی می‌توان استفاده کرد.

اعضای PPC نسخه اول ۱۹۵ دلار هر نسخه اضافه ۱۵۰ دلار آمریکا غیر اعضا ۵۹۵ دلار آمریکا برای هر نسخه

#### □ گزارشات سالانه ایمنی

مجموعه‌ای از گزارش‌های مرتبط با برنامه‌های ایمنی که از شرکت‌های غیر عضو واصل شده‌است و در برنامه اهدای جوایز ایمنی که به شکل سالانه برگزار می‌شود به صورت مکتوب ارائه شده‌است. تعداد مختلفی از این نشریه‌ها قابل خرید می‌باشند.

اعضای PPC رایگان، غیر اعضا: هر نسخه ۲۵ دلار آمریکا

#### □ دیگر نشریات شورای بسته‌بندی مقوایی

این بروشور جدید بحث پیرامون مزایای عضویت در PPC می‌پردازد و به توضیح این قضیه می‌پردازد که با عضویت در این شورا به نحو بهتری

می‌توان به انجام تجارت پرداخت. نشریات این انجمن ضمناً توصیفی از شرح وظایف این انجمن و اهداف آن را نیز در بردارد.

اعضای PPC: رایگان، غیر اعضا: رایگان

#### □ خبرنامه PPC (PPC Today)

یک خبرنامه دومه‌نامه که تمرکز اصلی آن بر روی اخبار مرتبط با این صنعت می‌باشد و قوانین و مقررات مرتبط با این رشته. در این خبرنامه اطلاعاتی پیرامون فعالیت PPC و برنامه‌های آن قید شده‌است.

اعضای PPC رایگان غیر اعضا موجود نیست.

#### □ اطلاعات اعضای PPC

این راهنما دربرگیرنده جدیدترین اطلاعات می‌باشد که در آن اطلاعاتی پیرامون شرکت‌های عضو PPC و کارکنان کلیدی آنان و موقعیت کارخانه در اختیار می‌گذارد. این راهنما اطلاعاتی پیرامون سایت‌های اینترنتی مؤسسات عضو نیز ارائه می‌دهد.

اعضای PPC رایگان غیر اعضا موجود نیست.

#### □ اطلاعات اعضای PPC

اطلاعات جامعی پیرامون PPC شامل موارد قانونی، برنامه‌های استراتژیک، روند عملکرد، کمیته‌ها و برنامه‌ها در این راهنما قید شده‌است.

اعضای PPC رایگان غیر اعضا موجود نیست.

#### □ آمار صنعت

##### چشم‌انداز بازار

یک گزارش یک صفحه‌ای دوباره سلسله مراتب بسته‌بندی، ارسال و هزینه‌های مرتبط با آن. این فهرست بها بر اساس دلار واحد تن محاسبه شده‌است. این نشریه به صورت ماهانه از طریق فکس برای تمامی اعضا ارسال می‌شود.

#### □ گزارش از بازار بورس

این گزارش از دو نمودار تشکیل شده‌است. یکی از این نمودارها بر اساس وزن و تن و دیگری بر اساس قیمت (دلار) می‌باشد. در این نمودارها میزان تمایل بازار به بسته‌بندی‌های مقوایی برای یک مدت ۱۲ ماهه مورد بررسی قرار گرفته و نمایش داده شده‌است. این نمودارها براساس اطلاعات ارائه شده از سوی شرکت‌ها تهیه و تنظیم شده‌است.

#### □ گزارش ویژه سه ماهه این شرکت

در این گزارش هزینه‌های باربری امسال در مقایسه با زمان مشابه سال مورد بررسی قرار گرفته‌است. این نشریه به بررسی مقایسه‌ای هزینه در امسال با سال‌های قبل نیز پرداخته‌است. آمار و ارقام مرتبط با شرکت متمایز در این نشریه به چاپ می‌رسد. این نشریه فقط برای اعضا قابل دسترسی است.

#### □ راهنمای بازار

کتاب آماری سال برای صنعت بسته‌بندی این کتاب در برگزیده کلیه اطلاعات آماری مرتبط با

ده سال گذشته صنایع بسته‌بندی ارائه شده‌است. در این کتاب اطلاعات آماری مرتبط با جغرافیای بارگیری کالا نیز ارائه شده‌است. این کتاب اطلاعات مربوط به تجارت خارجی را نیز در برمی‌گیرد. کتاب راهنمای بازار سالیانه منتشر می‌شود و به صورت رایگان در اختیار اعضای PPC قرار می‌گیرد.

#### □ گزارش PPC پیرامون کارتن‌های تاشو

در این گزارش نتایج تحقیقاتی موسسه اقتصادی به چاپ رسیده‌است. این تحقیق در برگزیده آماری متفاوت با اطلاعات منتشر شده توسط انجمن کاغذ و جنگل آمریکا می‌باشد. این نشریه فقط برای اعضای موسسه موجود است.

#### □ نتایج نظارتی PPC

گزارش دوره‌ای که آخرین آنها در سال ۱۹۹۵ انجام شده‌است بیانگر نسبت کاغذ مصرفی بر اساس وزن به میزان کارتن تاشوی تولیدی است. این تحقیق برای داشتن سوابق توسط صاحبان این صنایع مهم است. قرار بر آن است تا گزارش مفصل تری برای سال ۱۹۹۹ آماده شود. این گزارش فقط در اختیار اعضا قرار می‌گیرد.

#### □ اخبار بازار

سمت و سوی صنعت بسته‌بندی مقوایی

این کتاب تازه منتشر شده حاوی بررسی صحیح و توأم با موفقیت سنجی می‌باشد که آینده صنعت بسته‌بندی کاغذی را مورد بررسی قرار داده‌است. این نشریه شامل فهرستی از شرکت‌های بسته‌بندی مقوایی و محل کارخانه آنها است. این نشریه معمولاً به صورت سالیانه و فقط برای اعضا منتشر می‌شود.

#### □ داده‌های مالی

گزارش عملکرد برای مدیریت

خلاصه اطلاعاتی هر چند مختصر در این نشریه ارائه می‌شود. در این نشریه نمونه‌های قراردادهای مختلف برای شرکت‌های سهامی، مستقل و دیگر انواع شرکت‌ها قید شده‌است. این نشریه به شکل سالنامه برای شرکت‌های عضو ارسال می‌شود.

#### □ گزارش اقتصادی درون سازمانی

یک گزارش از عملکرد دوازده ماهه این صنعت است که هر سال در میانه سال منتشر می‌شود. این نشریه هر ساله برای شرکت‌های عضو ارسال می‌شود.

- قیمت‌های قید شده شامل هزینه عادی حمل و نقل و ارسال می‌باشد. لطفاً اسم، نام شرکت و نشانی پستی دقیق خود را به همراه تلفن خود ارسال کنید. تقریباً اکثر موارد سیستم پست آمریکا ارسال می‌شود. چک‌ها باید به نام شورای بسته‌بندی مقوایی باشد. قیمت‌های قید شده برای اعضا فقط به نشانی اعضا ارسال خواهد شد. ادامه در صفحه ۳۰

# اخبار کوتاه

## ایجاد تشکلهای صادراتی ضروری است

ایجاد تشکلهای تخصصی برای توسعه صادرات غیر نفتی کشور ضروری است و در همین راستا می‌بایست واحدهای تولیدی کوچک فعال شوند.

مرتضی حاجی وزیر تعاون روز چهارشنبه همزمان با گرمای داشت ایام مبارک دهه فجر، در مراسم همزمان افتتاح سه نمایشگاه تخصصی صادراتی در تهران افزود: برای فعال کردن واحدهای کوچک تولیدی در بخش صادرات، هدایت آنها از سوی یک مرکز ضروری است و این مرکز نباید صرفاً دولتی باشد.

به گفته وی این مرکز می‌تواند از سوی تولیدکنندگان تشکیل شود و برای فعالیت در امور بازاریابی در داخل و خارج خدمات ارائه کند.

وزیر تعاون آمادگی دولت را برای رفع موانع و مشکلات صادرات غیر نفتی اعلام کرد و از تولیدکنندگان و صادرکنندگان خواست در این زمینه پیشنهادات و نظرات خود را اعلام کنند.

وی جهش صادراتی را از اهداف سومین برنامه توسعه ذکر کرد و رسیدن به این اهداف را با مشارکت عمومی و همکاری مسوولان و فعالان بخش تولید و تجارت به ویژه تجارت خارجی مسیر دانست.

حاجی از تشکیل صندوق حمایت از صادرکنندگان در سومین برنامه توسعه خبر داد و گفت: نگاهی به میزان صادرات شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌های امروز نشان می‌دهد که در برخی بخش‌ها مانند چوب و مبلمان، یخچال و فریزر و موکت صادرات کاهش یافته است. به همین جهت ضروری است که کیفیت محصولات تولیدی بیش از پیش افزایش یابد.

## موازنه تجاری میان ایرانی و ایتالیا به نفع ایران تغییر کرد

در آستانه شروع چهارمین اجلاس کمیسیون مشترک همکاری اقتصادی ایران و ایتالیا در رم تازه‌ترین آمارها نشانگر توازن مثبت مبادلات تجاری میان دو کشور به نفع ایران است.

یک مقام موسسه تجارت خارجی ایتالیا (ایچه) روز چهارشنبه در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا در رم اظهار داشت که صادرات ایران عمدتاً نفت بود و ایتالیا هم متقابلاً معادل ۷۹۴/۴ میلیارد لیر به

ایران صادر کرده است.

وی تغییرات واردات و صادرات با ایران را در این مدت و در مقایسه با دوره مشابه سال پیش از آن بترتیب ۴/۶ درصد مثبت و ۱۵/۶ درصد منفی اعلام کرد و گفت به این ترتیب توازن مبادلات تجاری میان دو کشور در این مدت و در مقایسه با دوره مشابه سال ۱۹۹۸ میلادی به میزان ۵۴۴/۶ میلیارد لیر منفی (معادل ۲۰۵/۸ درصد منفی) برای ایتالیا بود.

به گفته وی ایتالیا در سال ۱۹۹۸ میلادی ۲۲۲۶/۵ میلیارد لیر از ایران (که عمده آن نفت بود) واردات داشت و ۱۵۷۶/۲ میلیارد لیر به کشورمان صادر کرد.

کل صادرات ایتالیا به ایران در این سال و در مقایسه با سال ۱۹۹۷ میلادی ۹/۳ درصد رشد مثبت را برای ایتالیا ثبت کرد و در عوض واردات از ایران با همین قیاس با ۲۷ درصد کاهش روبرو شد.

کل توازن مبادلات تجاری دو کشور در سال ۱۹۹۸ میلادی در مقایسه با سال قبل از آن ۶۵۰/۳ لیر منفی (۹۵۵/۴ درصد مثبت) را برای ایتالیا نشان می‌دهد.

اجزای ترکیبات مبادلات تجاری میان ایران و ایتالیا نشان می‌دهد که بیشترین مقدار صادرات ایتالیا به ایران به میزان ۷۸۹/۲ میلیارد لیر (از ۷۹۴/۴ میلیارد لیر کل واردات)، کالاهای صنعتی بوده که بیشترین کالاهای صنعتی به میزان ۵۳۰ میلیارد لیر، ماشین و قطعه بود. در بخش واردات ایتالیا از ایران در این دوره، بیشترین مقدار، به میزان ۱۱۲۴/۱ میلیارد لیر (از ۱۳۳۹ میلیارد لیر کل واردات) مربوط به مواد اولیه (صنعتی) و معدنی و نظیر آن بود لیکن در مقابل تنها ۱۷۳/۶ میلیارد لیر کالای صنعتی از ایران وارد شد. آمار مربوط به این مبادلات همچنین نشان می‌دهد که توازن مواد اولیه - معدنی و کالاهای صنعتی در هفت ماهه یاد شده در مقایسه با دوره مشابه سال قبل از آن بترتیب ۱۲۵/۲ درصد و ۷۲/۸ درصد برای ایتالیا منفی ثبت شد.

## برآورد یک شرکت بیمه صادراتی فرانسوی از احتمال خطرات معامله با ایران

پاریس، ایرنا ۱۳/۱۱/۷۸  
شرکت کوفاس فرانسه که یک شرکت بیمه صادرات است و گزارشی برآورد احتمال خطر (ریسک) مبادلات تجاری و سرمایه‌گذاری در کشورهای جهان از جمله ایران را برای سال ۲۰۰۰ اعلام کرده است. در این برآوردها که روز چهارشنبه انتشار یافته است وضعیت کشور به طور مجزا مورد بررسی قرار گرفته و ایران کشوری توصیف شده که

در کوتاه مدت معامله با آن دارای خطرات کمی است ولی در میان مدت دارای احتمال خطر بالا است.

در این گزارش در عین حال آمده است مقام‌های ایران نشان داده‌اند که می‌توانند به سرعت در حساب‌های خارجی خود تعادل برقرار کنند و بعلاوه روابط این کشور با جامعه جهانی بهبود یافته است.

این شرکت در مورد نقاط قوت ایران به منافع عظیم نفت و گاز و سهم آن در صادرات اوپک اشاره کرده و موقعیت جغرافیایی ایران را برای انتقال منابع نفتی کشورهای همسایه مهم خوانده است.

در این گزارش اتکای ایران به نفت به عنوان منبع اصلی درآمدهای خارجی و بودجه کشور یک نقطه ضعف ارزیابی و یادآوری شده است که این محصول ۸۰ درصد تولید ناخالص داخلی ایران را تشکیل می‌دهد.

نقطه ضعف دیگر که در این گزارش در رابطه با ایران به آن اشاره شده مصرف بیش اندازه نفت در داخل کشور و فرسودگی تجهیزات استخراج است که امکان ادامه صادرات را به خاطر می‌اندازد.

محدودیت کشور در دسترسی به بازار سرمایه، وابستگی بخش غیر نفتی به واردات و آسیب‌پذیری آن از محدودیت‌های قانونی برای واردات، و ممنوعیت‌های قانونی برای مشارکت با شرکت‌های خارجی یا سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از دیگر نقاط ضعف کشور عنوان شده است.

## یادداشت تفاهم همکاری‌های اتاق‌های بازرگانی ایران و ایتالیا امضا شد.

یادداشت تفاهم همکاری‌های اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا روز پنج‌شنبه در حضور اسحاق جهانگیری وزیر معدن و فلزات و پیه روفاسینو وزیر تجارت خارجی ایتالیا به امضا رسید.

براساس این یادداشت تفاهم که توسط مهدی بهکیش و جانکارلورندا رؤسای ایرانی و ایتالیایی اتاق‌های بازرگانی ایران و ایتالیا در رم امضا شد، دو اتاق بازرگانی متعهد شدند تا در راستای منافع دو کشور و شرکت‌های عضو، پی‌گیری اهداف برنامه‌ریزی شده جهت اطلاع رسانی، آموزش، همکاری‌های فنی، مشارکت در طرح‌های مشترک، انتقال فن‌آوری و نحوه سازماندهی و اجرای برنامه‌های ویژه صنایع کوچک و متوسط را در اولویت خاص قرار دهند.

این یادداشت اشاره دارد که دو اتاق بازرگانی به منظور نیل به گسترش هرچه بیشتر مبادلات

دوجانبه و به منظور دست‌یابی به یک توازن بهتر در تبادلات تجاری فیما بین همکاری‌های مشترکی را با یکدیگر تحقق بخشند.

همچنین بر اساس این سند دو اتاق بازرگانی توافق می‌کنند تا روحیه همکاری و پیشبرد سریع تلاش‌های مشترک را به طور کامل ارج نهند و بر تشویق و گسترش هر چه بیشتر شناخت و احترام متقابل و همکاری‌های فرهنگی بین دو کشور تاکید می‌کنند.

پیش از امضای این یادداشت تفاهم، جهانگیری و فاسینور رئیس‌ان ایران و ایتالیایی کمسیون مشترک اقتصادی ایران و ایتالیا، اولین دور مذاکرات خود را در محل وزارت تجارت خارجی ایتالیا برگزار کردند.

## اولین مرکز خدمات صادراتی استانی در تبریز تشکیل شد.

در اجرای مصوبه هیات وزیران مبنی بر ایجاد مراکزی برای ارائه خدمات بازرگانی و صدور مجوزهای صادراتی، اولین مرکز خدمات صادراتی استانی در آذربایجان شرقی تشکیل شد.

مدیرکل بازرگانی آذربایجان شرقی گفت: این مراکز طبق مصوبه دولت با هدف ایجاد امکانات متمرکز در مناطق تجاری، در پنج نقطه کشور تاسیس خواهند شد که اولین آنها در تبریز آماده ارائه خدمات می‌شود. صادق نجفی گفت: در این مرکز تمام خدمات مربوط به امور صادرات کالا از قبیل امور بانکی، گمرکی، قرنطینه، استاندارد، خدمات جنبی و امور حمل و نقل به طور متمرکز و با حضور نمایندگان هر یک از ارگان‌های ذی ربط انجام خواهد گرفت.

به گفته وی این مرکز به منظور ارائه تسهیلات بهتر به بازرگانان در جنب ستاد گمرکات استان در تبریز تاسیس شده و از سوی استاندار آذربایجان شرقی و رییس کمیته توسعه صادرات استان، آقای غلامعلی راستی به ریاست آن منصوب شده است. بگفته وی همزمان با ایام دهه فجر انقلاب اسلامی فعالیت رسمی این مرکز در تبریز آغاز می‌شود. وی اظهار امیدواری کرد با بهره برداری از این مرکز خدمات بازرگانی و تسهیل در امور صادرات کالا، زمینه توسعه هر چه بیشتر صادرات کالاهای غیر نفتی از استان فراهم شود.

طبق اعلام اداره کل بازرگانی آذربایجان شرقی، طی ۹ ماهه امسال از این استان ۴۲۲ میلیون و ۷۵۰ هزار دلار کالای غیر نفتی به کشورهای مختلف جهان صادر شده است که این میزان ۱۷ درصد از صادرات غیر نفتی کشور را شامل می‌شود.

فرش، مواد معدنی و محصولات عمده‌ترین اقلام صادراتی استان طی امسال بوده است میزان

صادرات کالاهای غیرنفتی استان آذربایجان شرقی در طول سال گذشته ۵۰۰ میلیون دلار بوده است.

## میزان تورم در ایران به ۱۹/۸ درصد رسید.

تهران، ایرنا ۷۸/۱۱/۳۰

شاخص قیمت کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری ایران در ۱۰ ماه نخست سال جاری نسبت به دوره مشابه سال گذشته ۱۹/۸ درصد افزایش یافت.

با توجه به تحولات اجتماعی و اقتصادی در جامعه و با هدف به هنگام کردن اطلاعات مربوط به قیمت کالا و خدمات، سال پایه شاخص مذکور از ۱۳۶۹ به ۱۳۶۹ تغییر یافته است. (۱۰۰=۱۳۶۹) متوسط شاخص مذکور در دهه امسال به دوره مشابه سال قبل ۲۰/۴ افزایش نشان می‌دهد.

در دی‌ماه امسال شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در استان‌های یزد و کهگیلویه و بویراحمد بیشترین میزان افزایش (به ترتیب ۳/۹ و ۳/۵ درصد) و در استان آذربایجان غربی کمترین میزان افزایش (تعداد یک درصد) را داشت. این شاخص در استان تهران ۲/۳ درصد افزایش داشت.

بر اساس این گزارش در دی‌ماه امسال به ماه مشابه سال قبل، شاخص بهای گروه خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات ۲۰/۳ درصد، شاخص بهای گروه پوشاک مسکن، سوخت و روشنایی ۱۶/۹ درصد، شاخص اثاث و کالاها و خدمات مورد استفاده در خانه ۱۷/۶ درصد، شاخص بهای حمل و نقل در ارتباطات ۳۱/۹ درصد، شاخص قیمت درمان و بهداشت ۲۴/۹ درصد شاخص بهای تفریح، تحصیل و مطالعه ۲۰/۷ درصد و شاخص قیمت کالاها و خدمات متفرقه ۲۱/۷ درصد بیشتر بود.

## بیش از ۳۲ هزار تن کاغذ روزنامه در مجتمع صنایع چوب و کاغذ مازندران تولید شد.

روابط عمومی مجتمع صنایع چوب و کاغذ مازندران اعلام کرد: از ابتدای امسال تا پایان بهمن ماه ۳۲ هزار و ۵۶۱ تن کاغذ روزنامه در این مجتمع تولید شده است.

بر اساس این گزارش همچنین ۵۲ هزار و ۹۲۴ تن مقوای کنگره‌ای نیز در مدت فوق تولید شده است. این گزارش اضافه می‌کند. تولیدات سال جاری در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۴۲ درصد افزایش نشان می‌دهد.

روابط عمومی صنایع چوب و کاغذ مازندران ارزش

محصولات تولیدی خود را طی سال جاری حدود ۳۸ میلیون دلار عنوان کرد.

مجتمع صنایع چوب و کاغذ مازندران با تولید سالانه ۱۷۵ هزار تن کاغذ روزنامه، چاپ و مقوای کنگره‌ای از سال ۷۶ به صورت آزمایشی فعالیت خود را آغاز کرد.

## بازار پول و سرمایه در ایران چرخش و شتاب مناسب و لازم را ندارد.

بازار پول و سرمایه در جمهوری ایران چرخش، شتاب و روند گردش مناسب و لازم را ندارد و نیاز است تا مؤسسات اعتباری خصوصی با انگیزه بیشتر و ارائه خدمات متنوع‌تر و اعمال سود واقعی در معاملات فیما بین موسسه و مشتریان وارد عرصه بانکداری شود.

به گزارش روابط عمومی موسسه اعتباری سامان اقتصاد، مدیر عامل اولین موسسه اعتباری عمومی ایران (سامان اقتصاد) با بیان این مطلب، گفت: نظام بانکداری امکان و انگیزه جذب سرمایه‌های بیشتر و ارائه خدمات بهتر به مردم را با شکل‌گیری رقابت سالم و مفید بوجود آورده است. ورودی رجایی افزود: مبالغ کلانی از نقدینگی به صورت پراکنده در اختیار مردم قرار دارد در حالی که کمبود نقدینگی در سیستم بانکی موجب کندشدن حرکت صنعت تولید و عمران شده است.

این در حالی که است حجم قابل توجهی از نقدینگی در بازار غیر رسمی و بدون نظارت نظام بانکی کشور جریان دارد که با شروع فعالیت مؤسسات اعتباری خصوصی و در صورت اعمال نرخ‌های واقعی سرمایه‌گذاری در معاملات فیما بین مؤسسات و مردم و بنگاه‌های اقتصادی، قسمت عمده این وجوه قابل جذب در این نوع مؤسسات خواهد بود.

رجایی تصریح کرد: ۸۰ درصد منابع جذب شده از سوی موسسه "سامان اقتصاد" بنا به دستور بانک مرکزی جمهوری اسلامی در اختیار بخش تولید شامل کشاورزی و صنعت قرار خواهد گرفت که این موسسه در پرداخت سود به سپرده‌ها اصل بانکداری اسلامی را به معنای دقیق اعمال کرده و سود پرداختی سود واقعی است.

مدیرعامل (سامان اقتصاد) اظهار داشت: پرداخت سود علی‌الحساب فراتر از نظام بانکی کشور در پایان هر ماه، پرداخت سود واقعی در پایان هر سال، ارائه خدمات متنوع‌تر، سرعت و دقت عمل در ارائه خدمات، اعمال مدیریت جدید بانکداری مدرن و مکانیزه، بیمه کردن سپرده‌ها و سرمایه‌های مردم مهمترین وجوه تمایز نخستین موسسه اعتباری عمومی ایران و سایر مؤسسات





### TABRIZ BEHFORM PRODUCTION GROUP

Tabriz Behform 'production group is designer and manufacturer of thermoforming systems for making disposal dishes. One of representatives of this company said: "This

is the first time of building this digital and hydrolic equipped system in Iran.

This machine uses prepared sheet in order to make disposal dishes and because of its hydrolic production system it can work with different kinds of raw materials. The production rate of this machine, depend on ability of molds, differ from 8 to 15 course per minute".

### DAROU BARCHASB

Darou Barchasb company produces printed and not printed labels in continuous method. This company had developed a great market in a small chamber in the exhibition. The continuous gluer forms was their new production. These new forms are very common and useful on matrix printers. The chief director of Darou Barchasb company said: "Our assumption was true. In Iranian market this product was the first and when customers informed of it they rapidly take it in use". He also added: "the situation of packaging industry is going to be better in future because people have started to know about packaging and this knowledge makes more demands.

### IRAN PRINT, NEW IRANIAN LEGATE IN THE WORLD PRINTING INDUSTRY

This year Sanat-e-Chap monthly magazine had brought a key to the exhibition. The key that opens the gate of the world printing industry to Iranian Printing Industry. Making an information site on Internet by Sanat-e-Chap monthly magazine was the first step to show the ability of Iran to the world. The thing that Iranian printing industry doesn't believe itself. The "Iran Print" site after "Iranian Print & Packaging" information site, is the second information center about printing in Iran on Internet and gives the chance of joining international markets to Iranian print industry. In next edition we will give more information about this stuff.

### MAHYA SHIMI

This year, Mahya Shimi has brought a complete range of chemicals used in print industry into exhibition. Different kinds of glues, inks and some other kind of products used in print and packaging industry was among them.

The chief director of Mahya Shimi said: "Offering technical services and establishing exhibitions is our other activities". About future plans of the company he

said: "development is our main plan for future and we are trying to change two of our workshops to factory". At the end he indicates visiting DROPA exhibition and joining Florida exhibition.

### KARA SANAT

Kara Sanat is one of the manufacturers of packaging machines. Variety of products is the specification of Kara Sanat company. They had present their products in a rather large chamber in this exhibition. The chief director of the company said: "Liquid filling machines, date printer, labeling machines, sealing and foilsealing machines was present in this exhibition".

He added: "we are working on a new system and hope that all three of it will succeed in the market.

### NEWS

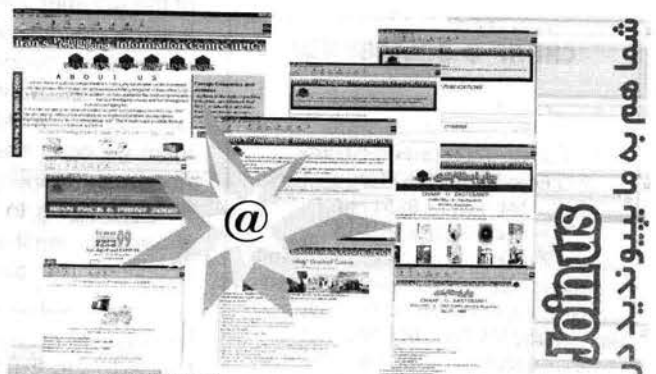
#### MORE THAN 32 THOUSAND TONS OF NEWSPRINT PAPERS WAS PRODUCED IN MAZANDARAN WOOD&PAPER INDUSTRIAL COMPLEX

General communication of Mazandaran Wood&Paper Industrial Complex reported: "32561 tons of newsprint paper was produced in this company the beginning of this year till tenth month.

Based on the report, in this ten month period also 52924 tons of corrugated boards had been produced. The report also added: "this year production in compare to the same period of last year has a 42 percent increase".

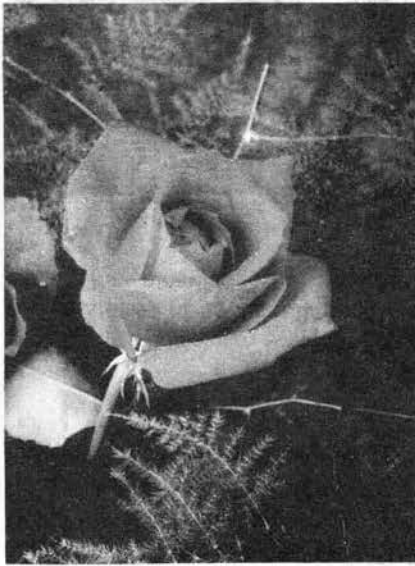
the report also estimated the value of their products about 38 million US Dollars.

The Mazandaran Wood&Paper Industrial Complex with yearly production of 175 thousand tons of newsprint papers and corrugated boards was established to work experimentally since 1998.



IRAN'S PRINTING PACKAGING INFORMATION CENTER (PIC)  
[www.iran-central.net/iranpack](http://www.iran-central.net/iranpack)

*In the name of God  
the Beneficent the merciful*



*On the occasion  
of The Spring  
of 1379 Hejira*

oooooooooooooooooooooooooooo

- A report from International 6th print & Packaging Fair..... 1
- Print & Packaging problems by involved personnel. .... 8
- Ideas do not need technology. . 10
- Colour in packaging (part IV) .. 13
- Defend Cortonboard markets. . 14
- Under Scrutiny (Regarding genetically modified products) ... 18
- Microwave packages(part II) ... 20
- Familiarity with packaging centers (Institute of packaging professionals ,IOPP) ..... 22
- Paperboard packaging council(PPC) ..... 25
- News ..... 28

**CHAAP O BASTEBANDI**

(Printing & Packaging  
Monthly Magazine)

2nd year, No. 23, 2000

Editor: Reza Nooraei

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

Tel: +98 21 8951911

fax: +98 21 8951914

Membership service: +98 21 7522644

Email: iranpack@iran-central.net

Web: www.iran-central.net/iranpack

Articles printed are not necessarily viewpoints of the magazine's staff.

Received articles are subject to edit or improve.

**6th International Exhibition of Pack & Print  
"PAYKAREH" PACKAGING INDUSTRIES**

Paykareh is familiar to those are associated with packaging in both Iran and Germany. The reason of familiarity is that Paykareh is an Iranian company with its production site places in foreign. Paykareh has produced packing belts and plastic pallets for several years and has added its loading machine to this collection in recent year. This company is the first inventor of intelligent pallet and presented it in Interpak99. This kind of pallet has an electronic board that saves information about the load on it. Information may include the type, quantity, date of loading and some information about the pallet itself. This pallet organizes the storage system because the specification of the loads is often missed in rather large storages. The information is transferred from computer to the electronic board of the pallet and the reverse. The Paykareh's sales manager said: "This year, we have brought consolidated pallets for superheavy loads. This pallet has CE standard and is made specially for this standard because the standard mentions: "The upper surface of pallets designed for transporting food and health products must be flat".

**"HADDAD" MACHINE MAKING INDUSTRIES**

This year, The Haddad Machine Making Industries participate in exhibition with new products. Individual foodstuff, special Thermoformers, industrial products and medical equipments are some of Haddad innovatins. The chief directr of Haddad said that the number of visitors was good. About relative stuffs he said: "Thermoformers are very complicated machines but we gain some succeed in this hard job and we are trying to gain the confidance of the costumers to our production. More negotiations will be done after exhibition and now we are preparing foreign orders of these machines".

About experience of producing these machines in Haddad Industries he said: "We have started designing and making Thermoformers for two years. The designing is done by computers and global standards like mainly use of steel and suitable alloy materials in making, are observed. The control system of the machines is PLC either".

**PAYAM-E-BEHROOZ Communications**

Payam-e-behrooz communication company, with concern of communication projects, was established in 1997. This company has joined the exhibition with presenting the polymer test marker. One of the representatives of the company said: "In realation with printsmen we saw different losses in use of polymers in the realated printing methods and we know that there are few printhouses use preventing method for these losses in use of polymers but much more havn't use the equipment designed for decreasing loss of polymers yet".

About general structure of this equipmant, he added: "This marker's design is based on surface tension and they only operate on polymers. "and about the operating of the markers he said: "By using these surface tension graded markers on polymer, the surface tension of the polymer will be determined. In addition to that, the grading of these markers is from 30 DIN per square centimetres and up. Ofcourse our efforts in innovating different preparing systems has come to making some sort of materials, with them we don't need sparking in using polymers". About the sparking process of polymers he said: "We are trying to change sparking process with a simple washing process and decreasing pollutions like ozon, UV and fire hazard, that are



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 "CHAAP O BASTEBANDI" monthly magazine.

# این کتاب، پرفروشترین فهرست صنعت و خدمات بسته‌بندی در تمام ایران بوده است.



**تنها راهنمای  
صنعت و خدمات بسته‌بندی  
که در بخش دولتی و خصوصی  
و سفارتخانه‌های کشورهای خارج  
و سفارتخانه‌های ایران در خارج  
مورد استفاده قرار گرفته است**

# راهنمای صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

**توجه: کتاب حاضر در پایان سال ۱۳۷۷ تهیه  
و تا پایان سال ۱۳۷۹ تجدید چاپ نخواهد شد.**



مراکز فروش:  
کتابفروشی وزارت صنایع  
خ استاد نجات‌الهی، خ شهید کلانتری  
ساختمان وزارت صنایع، طبقه همکف

دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی،  
خ وصال شیرازی، خ ایتالیا،  
ندش قدس، شماره ۱۲۸، واحد ۴  
تلفن ۸۹۵۱۹۱۱ فکس ۸۹۵۱۹۱۴

# CAP CODER

NEW PRODUCT BY GASHTA SANAT TABRIZ

تاریخزن مخصوص سطوح فلزی  
محصولی جدید از شرکت گشتاصنعت تبریز

دفتر مرکزی:  
تبریز، خیابان ارتش جنوبی، ساختمان قائم.

تلفکس:  
۰۴۱-۵۵۳۱۸۰۸-۵۵۳۲۹۰۸

تلفن همراه:  
۰۹۱۱۴۱۴۴۹۸۳-۰۹۱۱۲۱۵۷۵۱۲

اصفهان و شمال کشور:

۰۹۱۱۳۱۹۷۰۵۵

مشهد و شمال شرق کشور:

۰۹۱۱۵۱۶۴۳۹۲

شمالغرب کشور: ۰۹۱۱۴۱۵۸۸۲۶

تهران: ۰۹۱۱۲۲۷۰۳۸۱

کنترلر الکترونیک و تمام اتوماتیک  
قابلیت تنظیم سرعت چاپ از ۱ تا ۲۰۰ عدد در دقیقه  
مساحت چاپ ۳۰×۳۰ میلیمتر  
هزینه پایین چاپ  
قابلیت زدن کدهای موردنیاز بصورت فارسی و لاتین  
قابلیت شمارش تعداد تاریخ زده شده

Main Office:

7th floor- Ghaem Bldg. South Artesh Av.

TABRIZ - IRAN Telfax: +98 41 5531808

Handy: +98 911 414 4983





































































































































