

# بلند شو

# اشاره

ایشان کلان نگر هستند. ایشان چیزهایی می دانند که من و شما نمی دانیم. ایشان در حال رفع نواقص هستند! نبض صنعت بسته بندی (کارتن) در دست ایشان است! ایشان میلیاردها تومان سرمایه دیگران را مدیریت می کنند. البته ایشان میلیونها تومان نیز ضرر می دهند. ایشان فکر می کنند باید بیست سال به یک مدیر فرصت داد تا در آخر نیز مشکلات را به گردن دیگری و دیگران بیاندازد. ایشان صنعت بسته بندی را به دنبال خود می کشانند. ایشان در مدرسه بیت المال مدیریت آموخته و سالهای سال است که خود را می آزمایند. ایشان ممتحن ندارند. ایشان همیشه و همه جا مدیر هستند. ایشان از ازل مدیر بوده اند. ایشان خیلی بزرگ هستند و با پائین دست کاری ندارند. شان ایشان تنها در مدیریت سرمایه دیگران است. ایشان فکر می کنند که درست فکر می کنند. ایشان از همه چیز چیزهایی می دانند. ایشان از کارتن همه چیز را نمی دانند. زیرا ایشان ذاتا مدیر هستند و فقط باید مدیریت کنند. ایشان فقط مدیریت می دانند. آن هم از کارنامه شان پیدا است. ایشان بعضی از مدیران گذشته و حال صنعت کارتن هستند. ایشان کارتن را واژگون کردند.

بسیاری در میان ورق سازان کارتن، آینده کارتن را امیدوار کننده نمی بینند. این در حالی است که تبدیل کنندگان کارتن همچنان در حال جنب و جوش و فعالیتهای تجاری و خرید و فروش ماشین آلات و نصب سیستمهای جدید هستند.

چه طور ممکن است در یک کشور، بخشهای مختلف صنعت بسته بندی رو به رشد باشند، صنایع پایین دست بسته بندی و کارتن سرشار از تکاپو و سرگرم ایده های جدید باشند، اما بخش کاغذ و بالادست کارتن که اغلب آنها از سرمایه های ملی یا ملی شده بهره می برند این قدر در سکون و جمود به سر ببرند. البته علتها در همین جملات قبل مستتر بودند.

اقتصاد ایران و تحت تاثیر آن صنعت ایران و به دنبال آن صنعتگران ایرانی دچار بی حالی و رنجوری هستند. کسی توان و حوصله و البته گاهی جرات ندارد که برخیزد و مدیریت صنایع بالا دست کارتن و کاغذ را نقد کند که شما در این همه سالها که آورده دیگران را مدیریت کرده اید این صنعت را چند برابر کرده اید؟ رقمهای میلیاردی که تحت تاثیر تورم و تغییرات نرخ ارز و مصوبه ها و معلقه های دولتی است. اگر تولید و درآمدها را به نسبت زمان سرمایه گذاری و گردشهای مالی آن زمان در نظر بگیریم اثری از رشد و توسعه در صنایع بالادست کارتن و کاغذ نمی یابیم. آنها که دوستانه ادامه در صفحه ۱۸



روی جلد: پرنیان چاپ

چاپ هلیوگراور و فلکسو، لمینیت، واکس و تبدیل لفافهای بسته بندی

تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج، خیابان نخ زرین  
تلفن: ۴۵۰۴۸۶۸ (۶ خط) فکس: ۴۵۰۴۸۵۷

www.parnian-chap.com  
info@parnian-chap.com

## ماهنامه صنعت بسته بندی

(چاپ و بسته بندی سابق)

سال ۱۳۸۱ شماره ۴۳

صاحب امتیاز: مدیر مسئول و سردبیر

رضا نورائی

تهران، خیابان وصال شیرازی، خیابان ایتالیا،

نیش خیابان قدس، شماره ۱۲۸، طبقه دوم

صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۱۴۸۷

تلفن: ۸۹۵۱۹۱۱ فکس: ۸۹۵۱۹۱۴

www.iranpack.org  
info@iranpack.org

روابط عمومی: شروین سلیمی

همکاران این شماره:

عیسی نجفی، مهندس حجت سلمانی، مهندس

هاشم حبیبی، سهیل چهره ای، قادر قادری، مهندس

ارسطو شهابی، سائنا پورحسینی، نیلوفر رادپور

توزیع و

امور مشترکین: ۷۵۱۲۶۲۳

نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۰۳۱۱-۲۲۵۷۵۱۷

دفتر فروش رشت: تلفکس: ۰۱۳۱-۳۲۳۴۰۰۲

اسکن: ماهنامه چاپ و بسته بندی

فیلم و زینک: چاپ رایان

چاپ و صحافی: چاپ گستر

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است.

- اشاره (بلند شو) ۱
- میزگرد کارتن در ایران، فرصتها، تهدیدها (بخش دوم) ۲
- باید در صحنه بین الملل فعالیت شوم (گفت و گو با مدیر شرکت آلمانی/ایرانی MTI) ۶
- تمایل اسپانیا به سرمایه گذاری در صنعت بسته بندی ایران ۸
- نمایشگاه صنایع غذایی، بهداشتی، آرایشی، شوینده ها و ماشین آلات مرتبط در شیراز ۹
- کارکردهای بسته بندی (بخش نخست) ۱۰
- نخستین نمایشگاه بسته بندی قعات خودرو در ایران ۱۲
- و اما نمایشگاه چاپ و بسته بندی مشهد ۱۴
- جعبه های مقوایی (۹) ۱۵
- آیا شما حاضرید فیلمهای خوراکی را بخورید ۱۸
- سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران ۱۹
- نمونه هایی از طراحی بسته بندی شکلات ۲۱
- راه کارهایی برای جلوگیری از جعل علامت ۲۳
- یک روز از زندگی بسته بندی هوشمند ۲۵
- آینده فولهای آلومینیومی ۲۶
- برانگیختن احساس تشنگی در مردم ۲۷
- بسته بندی و توسعه پایدار ۲۹
- چگونه کیفیت چاپ را با کنترل روکش بالا ببریم ۳۰
- آشنایی با انجمنها و موسسات فعال در بسته بندی (MPMA و PDA) ۳۵

# کارتن در ایران

## فرصتها، تهدیدها

بخش دوم (آخر)

**کشاورز زاده:** حالا علتها را بررسی کنید شما می بینید که همین ساختارها جوابگوی مصرف فعلی نیست.

**نورایی:** بحث در دور دوم را با ارقام واقعی تر ادامه دهید. اگر به نقض نظرات همدیگر ادامه دهیم به نتیجه ای نخواهیم رسید. باید راه حل عملی ارائه کرد. به نظر من باید انجمنی تاسیس شود. اما جای این سوال است که چه کسانی این انجمن را تاسیس کنند. جعبه سازان که ۲۵۰۰ نفر هستند و بسیاری از آنها کار همدیگر را خراب می کنند یا برخی که نمی دانند انجمن و مجله چیست؟

**رجایی:** نیازی نیست شما نگران آن باشید چون همواره یک عده پیشتاز هستند. من پیشنهاد می کنم که تغییرات ساختاری انجام شود. حتی کاندید شدم و اعلام آمادگی کردم که مجموعه ما حاضر است برای قضیه کارتن سرمایه گذاری کند. مثال زدم که کارخانه فورد برای این که بخواهد اتومبیل فورد بفروشد اول خیابانها را با سرمایه خودش آسفالت کرد و بعد ماشین فروخت.

**نورایی:** من هم با این صحبتها موافق هستم. اما در صورتی که به صورت عملی اجرا شود. آقای فریور شما چند عضو در انجمن دارید که تولیدکننده ورق هستند؟

**فریور:** چهل و یک یا چهل و دو شرکت هستند و مفهوم آن این است که یکصد ورق ساز عضو نیستند. البته بیشتر آنها هم اکنون توقف فعالیت دارند.<sup>(۱)</sup> تبدیل کننده ها نیز به طور کلی در انجمن نیستند.

**نورایی:** آیا مانعی برای عضویت آنها وجود داشته؟ یا این که شما پیشنهاد همکاری داده اید و عملی نشده؟

**فریور:** بحث را این طور جمع می کنیم. با واردات تکنولوژی است که می توان مشکلات را حل کرد. شما هم تقریباً موافق هستید. تنها مطلبی که اضافه شده کار فرهنگی است که مطرح شده آن هم جهت ارتقاء استاندارد بسته بندی است. نکته مهم این است که کار فرهنگی تاثیرگذار است و در اثربخشی آن همیشه دامنه محدودی وجود دارد.

در بحث اشتغال زایی نیز به رغم تلاشهای زیادی که انجام می شود، حداقل موفقیت در ایجاد اشتغال را نیز نداشتیم. زیرا همان طور که می دانید اقتصاد از قوانین خاص خود پیروی می کند و ما باید در بحث هایمان تحلیل ساختاری را مد نظر داشته باشیم و اهداف بحثها روشن باشد که به کجا می خواهیم برسیم و برای



صنعت کارتن کشور با بحرانهای درونی و بیرونی خویش از جمله فرسوده بودن تجهیزات، سوء مدیریت و قوانین ناکارآمد و افزایش بهای کاغذ بسته بندی از سوی تولیدکنندگان داخلی و... در چالشی جدید افتاده است. مساله افزایش قیمت کاغذ تولیدی کارخانجات کاغذسازی داخلی در سال جدید به دلیل عدم کشش بازار و عکس العمل شدید مصرف کنندگان کارتن و افزایش قیمت کاغذ و در نهایت افزایش قیمت کارتن و ورق، بازار این صنعت را دستخوش موضوعات حادی خواهد کرد که انجمن صنایع همگن کارتن و ورق نیز از افزایش این قیمت اظهار نگرانی کرده و با هر گونه افزایش قیمت مخالف است. همین مساله باعث شد که به عنوان یک سوژه و مشکل این صنعت به سراغ جمعی از دست اندکاران این صنعت از طیفهای مختلف نظیر ورق ساز، ماشین ساز و جعبه ساز برویم و در خصوص مسایل و مشکلات داخلی و خارجی این صنعت به گفتگو بنشینیم آن چه در پی می آید حاصل میزگردی با حضور ایشان است که بخش نخست آن را در شماره پیش به چاپ رسید و اینک بخش دوم و پایانی آن را می خوانید. اعضای میزگرد عبارتند از:

- ۱- همایون فریور فوق لیسانس اقتصاد  
مدیرعامل سابق شرکت کاغذسازی کاوه (سهامی عام)  
مدیرعامل فعلی شرکت کارتن ایران (سهامی عام)  
دبیر انجمن صنایع همگن کارتن و ورق
- ۲- علی اکبر کشاورز زاده، لیسانس الکترونیک و مدرک درجه ۱ ماشین افزار  
مدیرعامل شرکت پنساره (سازنده ماشین آلات خطوط کارتن سازی)
- ۳- محمد رجایی مهندس مکانیک و فوق لیسانس مدیریت صنعتی،  
مدیر عامل شرکت مهندسی خیره مپهن (کارتن سازی)
- ۴- رسول ورشوچی فوق لیسانس تبدیل انرژی.  
مدیر تولید شرکت مهندسی خیره مپهن
- ۵- رضا نورائی فوق لیسانس گرافیک  
مدیر مسئول ماهنامه صنعت بسته بندی



رسیدن به آن هدف باید چه اهدافی را رها کنیم.

همچنین نباید حرفهایمان را به صورت مطلق به دیگر بخش‌ها تعمیم دهیم. من سعی می‌کنم که حوزه صحبتیم را کاملاً به ورق‌سازها متمرکز کنم. اگر ما در بحث خود از اقتصاد باز صحبت کنیم ماهیت و کیفیت تصمیمات با اقتصاد بسته متفاوت خواهد بود.

کشور ما الان روی نوار آزادسازی قرار دارد که امکان داد و ستد صنعت ما را با جهان پیرامون افزایش می‌دهد. هر چند وقت یک بار هم بخشی از صنعتمان با مشکل مواجه می‌شود. تا چند وقت پیش صنعت نساجی با مشکل روبرو بود و حالا به لوازم خانگی کشیده شده است.

اما صنعت خودروسازی که از حمایت‌های گسترده سیاسی برخوردار است تقریباً رونق دارد. اما فشار آزادسازی بر این صنعت و کشتش عده‌ای از سیاسیون که به دو گروه حمایت‌کنندگان از صنایع داخلی و حمایت‌کنندگان از مصرف‌کنندگان تقسیم شده‌اند موجب شده تا این صنعت نیز مانند دیگر صنایع روی دیوار حرکت کند و مدام از این واهمه داشته باشد که به کدام طرف دیوار سقوط خواهد کرد. اگر به سمت واردات خودرو برویم این حجم از سرمایه‌گذاری هدر خواهد شد و اگر واردات نکنیم با بحث آزادسازی و رقابت چگونه برخورد کنیم.

ما باید آزادسازی اقتصاد ایران و تاثیر آن را احساس کنیم. در آزادسازی اقتصاد بحث رقابت، کیفیت و... مطرح می‌شود. و هر کس مختار است که تصمیمی مستقل اتخاذ نماید. در کشورمان اقتصاد کارگاهی به وجود آمده است. در این معلول چند علت در ده سال گذشته بوده است. **الف)** ما موفق به تجمع سرمایه‌گذاری جز در حوزه دولت نشدیم. بنابراین این بخش خصوصی کم‌سرمایه به سراغ فعالیت‌هایی رفت که نیاز به سرمایه‌گذاری کم دارد.

**ب)** در اقتصاد ما دوازده میلیارد دلار سوبسید انرژی تزریق می‌شود. اگر در بخش انرژی آزادسازی داشته باشیم بخش قابل توجهی از صنایع کوچک بسته می‌شود. البته موضوع را مطلق نمی‌کنم. بصورت کلی می‌گویم. همواره در کشورمان با تغییر سیاست کلان کشور ماهیت تصمیمات بنگاه‌ها نیز تغییر می‌کند.

**ج)** صنایع کوچک ظرف چند سال آینده به خاطر این که شرکت‌ها و سهامداران بزرگ حال و حوصله تصمیمات بزرگ را نداشته‌اند با سپری شدن فرصت تصمیم‌گیری استراتژیک بلا تکلیف مانده‌اند. مفهوم آن این

است که اگر ما یک دستگاه مقواسازی پیشرفته‌ای (بی‌اچ‌اس) با امکانات مناسب تبدیل با ظرفیت شصت هزار تن بیاوریم یک شوک به بخشی از اقتصاد کشور وارد کرده‌ایم. چون باید بیست تا پنجاه واحد کوچک صنعتی جمع کنند و بروند.

گفته می‌شود که خرید تکنولوژی مشکل ما را حل نمی‌کند. این در سطح قضاوت اقتصاد کلان درست است باید اول منابع انسانی را سامان دهیم و سپس دانش فنی که در گذشته سرمایه‌گذاری شده و بلا تکلیف مانده و به اثربخشی نرسیده را ارزیابی کنیم و ببینیم آیا به تکنولوژی جدید نیاز داریم یا خیر. این قضاوت در حد اقتصاد کلان درست بود. اما در سطح اقتصاد خرد بحث افزایش ظرفیت و کاهش ضایعات مطرح می‌شود و لذا نتایج اقتصاد کلان و خرد در تسری به زیربخشها متفاوت خواهد بود.

یک مثال: یک دستگاه مقوا و یک چاپ چهاررنگ و دایکات با ظرفیت چهل هزار تن مقواسازی و تبدیل را با ترکیبی از ماشین‌آلات نو و دسته دوم مناسب می‌توان به راحتی داشت. اگر دوازده میلیون دلار در قالب یک سرمایه‌گذاری انجام پذیرد سال یک میلیارد تومان ضایعات کاغذ کاهش می‌یابد. البته فرمایش دوستان در این خصوص که نمی‌توان دیگر از کاغذ داخل استفاده کرد درست است. یک میلیارد تومان هم پرداخت دستمزد مستقیم و غیر مستقیم کاهش می‌یابد. یعنی دو میلیارد تومان صرفه‌جویی داریم. حالا چه کسی می‌تواند بگوید شما به سمت این کیفیت و صرفه‌جویی نروید. اگر سهامدار خوش‌ریسکی باشد به سراغ این تصمیم خواهد رفت و قاعده اقتصاد رقابتی این است.

الان در شرایط بحرانی هستیم. بحران از صنعت نساجی که به نظر می‌آید به خاطر عدم سودآوری هیچ کس حاضر به سرمایه‌گذاری در این صنعت نیست شروع شده و به دیگر بخش‌های صنعت رخنه می‌کند. الان





مصرف می‌شود. از لحاظ ابعاد تولید این ماشین را می‌توانید تغییر دهید اما از لحاظ کیفیت و نوع نمی‌توانید.

**فریور:** در سیستم مقواسازی جاری که داریم تقریباً بیست دقیقه زمان صرف تعویض یک رول می‌شود. تحت بهترین شرایط بیش از پنج Change Order روی ماشین مقواسازی در یک روز کاری غیراقتصادی است. در حالی که یک دستگاه مقواسازی پیشرفته می‌تواند برای شما با عرض ۳/۸۰ به راحتی ۴۰

هزار تن ورق بدهد. آن هم با پنجاه Change Order در طول روز و با کمیتی به اندازه ۱/۶ شاغلین موجود در واحد فرضی کارتن‌سازی. لذا مشکلات کیفیت و تنوع را در قالب این تکنولوژی به خوبی می‌توان تامین کرد. سرمایه‌گذاران در بخش خصوصی به دنبال سود هستند. قرار نیست که مشکلات اشتغال دولت را برطرف کنند. اگر اقتصاد ایران در سطح جهانی جایگاه خود را پیدا کند و به سوی کنش‌های فعال در اقتصاد بین‌الملل حرکت کند بسیاری از کارگاه‌های کوچک جمع خواهند شد. یا حداقل با مهندسی مجدد جایگاه آنها به بهره‌وری کل اقتصاد کمک خواهد کرد.

**کشاورز زاده:** تصور نمی‌کنم که این اتفاق به سرعت بیافتد. در بررسی‌هایی که روی بازار کارتن در خارج از ایران انجام داده‌ایم متوجه شدیم که در انگلستان و آلمان بازار بسیار خوبی وجود دارد. بررسی روی جعبه‌های پیتزا در ایتالیا نشان می‌دهد که با یک سوم قیمت می‌توان در بازار آنها وارد شد.

**فریور:** موافق استدلال شما نیستیم. برای این که هشتاد درصد از قیمت تمام شده در صنعت کارتن قیمت مواد اولیه آن است. ترکیه کارتن برای کاشی پارس و الوند در ایران و کشور چین می‌سازد. و از سیستم‌های دایکات و همچنین از چسب‌زنی مطلوب برخوردار است. به محض باز کردن کارتن توسط کارگر بسته‌بند، کف کارتن بسته می‌شود. ما حساب کردیم این کارتن برای ما به صورت تحویل در کاشی الوند ۱۲۰ تومان تمام می‌شود در حالی که ترکیه با ۱۰۰ تومان این کارتن را ارایه می‌کند. تکنولوژی آنها تولید انبوه کارگاهی نیست به راحتی می‌تواند رقابت کند.

**رجایی:** بزرگ کردن مشکل و مساله کمکی به راه حل آن نمی‌کند. نباید دور خود بچرخیم و درگیر مسائلی این چنین شویم که در حیطه و اختیارات ما نیست اگر ما به دنبال سیاست‌های کلان دولت که چه می‌باشد و چه می‌کند باشیم. در این صورت فرصت تصمیم‌گیری و اتخاذ استراتژی را از خود سلب کرده‌ایم. اگر ما الگوی مصرف را تغییر دهیم سازنده مجبور به استفاده از دستگاهی با فن‌آوری برتر می‌شود.

**فریور:** اگر تحلیل، این است که آینده امتداد گذشته است مفهوم آن این است که ماهیت فرصت‌های کسب و کار که در گذشته بود برای آینده هم وجود دارد. طبیعتاً نقش عاملی به نام بازار به متغیری خنثی فروکاسته خواهد شد. درک من این است که رقابت پدیده‌ای خنثی نیست و تغییرات بسیار سریعی را می‌تواند شکل دهد.

**رجایی:** برای این که بتوانیم در بسته‌بندی رونق ایجاد کنیم و دچار سرنوشت نساجی نشویم و اگر به دنبال راهکار هستیم این فرصت‌ها را باید مغتنم شمرد و در این صنعت اشتغال‌زایی کرد. ارزش افزوده ایجاد کرد و با

ترک‌ها در این بخش سرمایه‌گذاری می‌کنند. به عبارت بهتر ما این بخش از صنعت را (وا) دادیم. شاید درست آن باشد که ما در بازار رقابتی موجود وارد این صنعت نشویم. در اقتصاد آزاد بحث کیفیت مطرح است و به دنبال آن تکنولوژی برتر. ما نمی‌توانیم با همین سطح فن‌آوری کارگاهی به سمت افزایش کیفیت و کمیت حرکت کنیم. باید، سیاست‌هایی که در صنعت اعمال می‌شود، فرهنگ سازی، تغییر تکنولوژی، مصرف‌کننده و... یعنی همه جوانب را در نظر گرفت.

**رجایی:** تغییر الگوی تولید و مصرف یکی از راهکارهای موجود در افزایش کیفیت می‌باشد. در صورت تحقق، تولیدکننده مجبور به تغییر فن‌آوری و بهبود کیفیت می‌شود و پله‌های ترقی به مراتب طی خواهد شد. **فریور:** فی‌البداهه نمی‌توان گفت چه باید کرد و باید دید در مجموعه اقتصاد و دولت چه تصمیمی اتخاذ می‌شود. آیا دولت به دنبال آزادسازی پایدار است یا به دنبال اقتصاد بسته؟ چون هر کدام آن‌ها پی‌آمدهای خاص خود را در اقتصاد تحصیل می‌کند.

نفس طولانی و پایدار بودن شرایط باز اقتصادی، واحدهای تصمیم‌گیر اقتصادی را وا خواهد داشت که با روند تحولات بین‌المللی و این صنعت همراه شوند.

**نورایی:** شما موضوع را به زنجیری<sup>(۲)</sup> تشبیه کردید که در صورت حرکت ابتدای آن بقیه از آن تاثیر خواهند پذیرفت.

**فریور:** ابتدای زنجیر یک زنجیر و یک متغیر نیست بلکه چند حوزه در کنش‌های متقابل می‌باشند که در صورت اطلاع از راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان مدیریت اقتصاد می‌توان در سطح اقتصاد خرد تصمیمات منطقی اخذ نمود.

**نورایی:** بالاخره باید موجی ایجاد شود تا دیگر زنجیرها یا حوزه‌ها را تکان یا تغییر دهد.

**فریور:** هر موجی به تنهایی در اقتصاد ایران غرق خواهد شد. درست همان بلایی که به سر بخش خصوصی دهه ۶۰ و ۷۰ و ۸۰ آمده است. مجموعه سیاست‌های کلان اقتصاد کشور، و تعیین ماهیت تحول مانع حرکت انفرادی موجی خواهد شد، به عبارت دیگر ما در کلان اقتصاد کشور حرکت توده‌ای از امواج را نیاز داریم که با آگاهی مناسب تصمیم‌گیری کنند.

**نورایی:** آقای فریور وضعیت صنف کارتن در سازمان بورس را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

**فریور:** اجازه دهید در این مورد صحبتی نکنیم!

**کشاورز زاده:** آقای فریور ماشین آلات بی.اچ.اس از لحاظ اقتصادی کاملاً توجیه پذیرند اما میزان مصرف‌کنندگان این ماشین در اروپا چند واحد است؟ و در ایران برای همان مقدار تولید ما چند تا مصرف‌کننده می‌توانیم تعریف کنیم؟ شاید ۱۰ برابر که بیش از ظرفیت کارتن‌سازهای ما خواهد بود. **فریور:** اگر اقتصاد ایران بخواهد شکاف خود با اقتصاد جهانی را کم کند مانند کاری که ترکیه کرد باید به سمت فن‌آوری پیشرفته و بنگاه‌های دارای شاکله تولید انبوه و با کیفیت برود. بنابر این در این تجدید ساختار بخش خصوصی سرمایه خود را در کارگاه‌ها متمرکز کرده و صدایش در خواهد آمد. هر لحظه در رنگ در خصوص توقف تصمیمات سطح نابربری و عقب‌ماندگی اقتصادی را تشدید خواهد کرد. ظرفیت و میزان مصرف در کشور ما به گونه‌ای است که با بکارگیری تکنولوژی مناسب، بازار مصرف را میان ده نام مطرح تولید کارتن می‌توان قسمت کرد.

**کشاورز زاده:** من منکر جذب فن‌آوری پیشرفته نیستیم. بلکه در انتخاب نوع فن‌آوری اختلاف نظر داریم مثلاً چهارصد هزار تن تامین‌کننده ده واحد است. یعنی یک روز کاری و تولید این ماشین برای ده واحد کافی است. این ده واحد را در شرایط فعلی در نظر بگیریم که همه به صورت عمومی مصرف‌کننده باشند. در حالی که بسته‌بندی به صورت تخصصی

محورهای استراتژیک همسو شد و کوشش برای ارتقاء صنعت بسته‌بندی کرد. اگر به این بهانه که در حوزه فعالیت ما نیست دست روی دست بگذاریم و منتظر بمانیم تا ببینیم که برای مثال آیا مدیران چوکا برای بهبود ورق خود چه تصمیمی می‌گیرند؟ مشکل ما را حل نمی‌کند. باید به صورت اهرم‌های کششی عمل کنیم و دولتمردان و مدیران را به اتخاذ تصمیمات اصولی و صحیح مجبور



کنیم. به طور مثال: همانند ایجاد استانداردهای اجباری، برای کالاهای بهداشتی که بسیار موفق و مورد قبول واقع شده، از استانداردهای مشابه برای انواع بسته‌بندی محصولات صنعتی استفاده کرده و بدین وسیله توجه مردم و مسئولان را برای تغییر فرهنگ مصرف، نسبت به صنعت بسته‌بندی متمرکز کنیم.

**نورایی:** دو دیدگاه مطرح است که هر دو درست است. یکی دیدگاه کلان و دیگری خرد.

اول این که شیوه اتخاذ کنیم که دولت را موظف یا علاقه‌مند کنیم تا به کارتن توجه کند که این به نظر دور از دسترس می‌باشد. چون کارتن در برنامه‌های دولت از جایگاه و برنامه مشخصی برخوردار نیست. اگر وزارت بهداشت استانداردهایی را تدوین می‌کند آنها در رابطه مستقیم با کالای تولیدی است. برای مثال در خمیر دندان تنها به تیوب توجه دارند نه به کارتن بسته‌بندی آن، حقیقت این است که این نوع بسته‌بندی مربوط به شرکت‌های بیمه، حمل و نقل و علم لجستیک می‌شود. و بابتی که گشوده‌ایم به نام انجمن لجستیک به خاطر این است که این قسمت‌های در خلاء قرار گرفته بسته‌بندی در آن جا سازماندهی شود. دولت هیچ سازمانی درباره بسته‌بندی ثانویه ندارد که در این رابطه علاقه‌مندی نشان دهد یا سازمانی را تشکیل دهد.

این‌ها بین یک خط تولید و مصرف هستند یعنی نه در بخش تولید و نه در بخش مصرف کالا نقش دارند و ما نباید به توجه دولت امیدوار باشیم. بلکه آن چیزی که مسلم و ضروری است باید از بطن این صنعت یک انجمن صنفی تخصصی برآید و بتواند فعالیت‌ها را ارزش‌گذاری و بازخواست کند. موسسات استاندارد اکثر نقاط دنیا با آن چیزی که در کشورمان وجود دارد متفاوت هستند. در کشورهای پیشرفته استاندارد را از موسسه یا آزمایشگاهی خاص دریافت می‌کنند و البته به خاطر ارزش‌گذاری افراد و روش‌های خاص آن موسسه، نه این که دولت استاندارد تعیین کند. امیدواریم که انجمن کارتن با توسعه خود تمام اشخاص ذی‌نفع را دور هم جمع کند و بیایند مانند سندیکای آرایشگران یا امثال آن به درجه یک، دو و سه ارزش‌گذاری کنند و بر اساس آن معیارهای حرفه‌ای بدهند. داشتن آزمایشگاه و تست کردن بر اساس استانداردهای مطرح دنیا می‌تواند به یک محصول از یک واحد کارتن‌سازی یک امتیاز بدهد و توجه به این امتیاز از سوی تشکل‌های صنفی می‌تواند در جهت جذب و اعتماد مشتری موثر باشد. بخصوص در قوانین جدید دولت توجه زیادی به انجمن‌ها و اختیارات آنها شده است. من بر خلاف این نظر که خرده‌ها، خرد خواهند شد و کلان‌ها باقی خواهند ماند معتقدم اگر هر کسی به کار خودش پردازد مطمئناً کار برای همه موجود است چون کارگاه‌ها هر کدام با ماشین‌آلات خاص خودشان و سلیقه مشتری به اشکال متفاوت خدمات ارائه می‌دهند.

انواع کارهای فانتزی که با استفاده از تکنولوژی کارتن تهیه شده می‌تواند صنایع جانبی کارتن باشد. البته صنایع خرد هم هیچ وقت نباید

متوقع باشند که جای کارتن‌سازی را بگیرند. توزیع اطلاعات از سوی صنف دارای اشکالاتی است. به قول کارتن‌سازها و حتی ورق‌سازها در سال هفتاد و نه حاشیه سود صنعت کارتن به خاطر افزایش قیمت که به اشتباه انجام دادند موجب ترغیب عده‌ای شد تا وارد کار کارتن شوند. آنها با انگیزه سود وارد بازار شدند و بازار را خراب کردند که حالا دور کردن این عده از صنف مستلزم هزینه‌های بیشتری می‌باشد. در آن زمان صنعت کارتن به خاطر عدم اطلاع‌رسانی صحیح دچار اشتباه شد. باید اطلاعات درست ارائه کرد و از اخبار ناصحیح مبنی بر حذف یا بقای عده‌ای خودداری نمود. اعم از این که کوچک‌ها حذف خواهند شد و آنها را از هم اکنون بترسانیم و به طور ناخواسته آنها را به کارشکنی در کار بزرگترها ترغیب کنیم.

به عقیده من با توجه به تنوع مصرف و تولید در زمینه کارتن شرکت‌های بزرگ‌تر می‌توانند به جای ضعیف‌کشی با تکنولوژی بالاتر و با قدرت تحقیقات بیشتر راهکار ارائه دهند و تقسیم کار انجام دهند. به واحدهای کوچک‌تر نیز مجال و فرصت حرکت بدهند و حتی واحدهای مستعمل را بخرند. آنها را تجهیز کرده و ابزار خود کنند. تمام نگرانی‌ها به خاطر این است که ما از کارتن کارهای محدودی را می‌شناسیم در حالی که در مجله بارها به کاربری‌های مختلف آن اشاره کرده‌ایم. این کار را با هدف از بین بردن کاربری محدود و گسترش و رواج تنوع کاربردی و رونق آن در صنعت بسته‌بندی بخصوص صنعت کارتن و همچنین با هدف حمایت از کارگاه‌های کوچک انجام داده‌ایم. یعنی با تغییرات در قالب‌ها و برش بتوانند تنوع ایجاد کنند و خودشان را در گردونه رقابت حفظ کنند و بتوانند سفارشات کوچک‌تر و سلیقه‌ای که تولیدکنندگان بزرگ مایل و قادر به انجام آن نیستند را پاسخگو باشند.

اما متأسفانه در بخش عمومی تمایل بر این است که تمام کار را (با توجه به این که نگرش مدیران دولتی در جهت افزایش قدرت بدنه بخش عمومی یا دولتی است) خودشان انجام دهند. این مساله باعث شده در منظر این مدیران، کارگاه‌های کوچک نیز رقیبان شرکت‌های بزرگ باشند. همین امر موجب تداخل فعالیت بین شرکت‌های بزرگ و کوچک شد. از طرفی دیگر عدم تنوع مصرف کارتن به این امر دامن زده است و هیچ کس خود را موظف به کار خاصی نمی‌کند. در حالی که باید طرح‌های نو گسترش یابد و واحدهای کوچک حمایت شوند تا هم اشتغال ایجاد شود و هم وجود کارگاه‌های کوچک تضمین شود.

کارتن‌سازهای کوچک از تاسیس تشکل واحدی برای صنف استقبال می‌کنند و بارها از طریق مجله بسته‌بندی نظرات خود را عنوان کرده‌اند و برخی از آنها معتقدند که شرکت‌های بزرگ در تشکل‌ها، مرکز قدرت تاسیس کرده‌اند و به شکل مافیایی عمل می‌کنند و قیمت تعیین می‌کنند و ما را در بحران می‌گذارند. البته یادآور شوم، مباحثی که مطرح شد دیدگاه‌ها و نظرات متفاوتی بود که ما به عنوان یک رسانه نقطه تلاقی این دیدگاه‌ها و نظرات بودیم.

**فریور:** همان طور که گفتم اقتصاد کار خود را بی‌رحمانه انجام می‌دهد و خطابه‌پذیر نیست. حتی سیاستمدارانی که طی بیست سال قدرت اقتصادی و تصمیم‌گیری را در اختیار داشتند عملاً تسلیم چرخه اقتصاد شده‌اند و آن چه که منطق اقتصاد حکم کرد همان شد. باید به این سوال اساسی پاسخ داد که صنعت در بحران است یا بنگاه؟ ■

**پا نوشت**

۱- عبارات مورب (ایتالیک) در اظهارات آقای فریور پس از میزگرد اضافه شده است که ضمن احترام به شخصیت ایشان برای رفع تبعیض و رعایت حقوق سایر حاضران در میزگرد، مشخص شده است.

۲- برخی از اظهارات آقای فریور در میزگرد پیش از انتشار توسط ایشان حذف شد که از جمله آنها اشاره به "تبعیت از زنجیره تصمیم‌گیری" است.

دکتر سلیمی نژاد، مدیر عامل شرکت آلمانی/ایرانی MTI:

# باید در صحنه بین الملل فعالیت شویم

ما با خیلی از شرکت های ایرانی در بخش صنایع شیمیایی و معدنی در ایران در ارتباط هستیم و مطمئن هستیم که خیلی از مواد در ایران مطابق با استانداردهای اروپایی است و ورود صنایع شیمیایی و صنایع بسته بندی را به بازار اروپا ضروری می دانیم.

است. در صورتی که این صنعت نیاز مبرم همه صنایع می باشد. باید در این مورد تصمیمات جدی اخذ شود و تسهیلات لازم و تشکیلات مناسب در این زمینه ایجاد شود. در حال حاضر حدود ۱۰ درصد نیاز به مواد اولیه و ماشین آلات بسته بندی در ایران بر طرف می شود که بیشتر با کیفیت مورد نیاز مصرف کنندگان کالاها همخوانی ندارد. البته جای بسی خوشحالی است که ماهنامه شما یک واحد اطلاع رسانی خوبی در این زمینه می باشد. و تا آنجایی که من در زمان کمی مجله شما را مطالعه کردم اطلاعات روز در آنجا درج می شود و علاقه مندان به صنعت بسته بندی را تشویق به پیگیری موضوعات مربوط می نماید. شرکت Multi Treaty International نیز که دارای واحد بسته بندی مجهزی است می تواند در هر زمان همکاری نزدیکی از طریق ارائه اطلاعات روز و جامع، با ماهنامه شما داشته باشد. در دیداری که برای بار اول با آقای نورائی و سایر همکارانشان داشتم پی بردم که ایشان بدون کمک وزارت صنایع و تشکل های صنفی و سازمان های مربوط با حداکثر تلاش اطلاعاتی را که حاوی علم امروز است به علاقه مندان و صاحبان صنایع و دانشگاهیان منتقل می کنند که این دورنمای بسیار جالبی را برای صنعت بسته بندی نوید می دهد.

چه راهکارهایی را برای ایجاد یک روند رو به رشد در بسته بندی ایران پیشنهاد می کنید؟ از آنجایی که بسته بندی مشتری را با سازنده ارتباط می دهد و اهمیت بسزایی در نگهداری و حمل و نقل کالا به عهده دارد، نیاز ضروری اکثر صنایع، بخصوص صنایع غذایی می باشد. امروزه تکنیک بسته بندی در مورد مواد و ماشین آلات،

آسیایی و شمال آفریقا و آمریکای لاتین و آسیای میانه فعالیت هایی را به طور مداوم انجام داده است.

به اتفاق چه کسانی و با چه هدفی به ایران سفر کرده اید؟

در این سفر یک هیئت آلمانی به سرپرستی خودم که از هیئت مدیران شرکت International Multi Treaty بودند برای انجام مذاکراتی در پروژه های صنعتی از جمله مهندسی شیمی و بخش کشتارگاه صنعتی، مرا همراهی کردند. ما سعی می کنیم این پروژه ها را با توجه به امکانات کارفرمایان ایران به صورت معاملات Usance (مهلت دار) ۳۶۰ روزه که به بخش خصوصی تعلق دارد، انجام دهیم. ما با خیلی از شرکت های ایرانی در بخش صنایع شیمیایی و معدنی در ایران در ارتباط هستیم و مطمئن هستیم که خیلی از مواد در ایران مطابق با استانداردهای اروپایی است و ورود صنایع شیمیایی و صنایع بسته بندی را به بازار اروپا ضروری می دانیم. شایان ذکر است که صنعت مهندسی شیمی و مهندسی پلیمر در ایران در دهه گذشته پیشرفت قابل ملاحظه ای کرده است و ما معتقدیم به جای مراجعه به بازارهای آسیایی و آمریکایی لاتین و بازارهای اروپایی از بازار ایران نیازهای خود را تامین کنیم.

صنعت بسته بندی در ایران را چگونه ارزیابی می کنید؟

تا آنجایی که من اطلاع دارم، نزدیک به ۸ میلیون تن مواد غذایی در ایران تولید می شود که نیاز به ماشین آلات بسته بندی و مواد اولیه مخصوص خود دارد، متأسفانه پیشرفت صنعت بسته بندی در ایران هماهنگ با صنایع دیگر نبوده



سیروس سلیمی نژاد متولد سال ۱۳۲۷ در شهر تبریز هستیم. تحصیلات ابتدایی و متوسطه را در تبریز و تهران و تحصیلات عالی را در رشته مهندسی شیمی تا درجه دکترای پلیمر در انگلستان به اتمام رسانده ام. نزدیک ۲۶ سال به طور مستقیم و غیر مستقیم در ارتباط با صنعت بوده و در فکر این بوده ام که چه نوع خدمتی می توانم به جامعه صنعتی کشورم بکنم. از آنجایی که هر ایرانی علاقه مند است به نحوی در پیشرفت کشورش موثر باشد من هم در چارچوب این تمایلات تاکنون در برپایی چندین واحد در صنعت شیمیایی در ایران توانسته ام به طور مستقیم (در مدیریت پروژه) و به طور غیر مستقیم (از طریق engineering) سهمی داشته باشم. حدود ۲۶ سال است که مدیریت چندین شرکت را در کشورهای انگلیس، آلمان، سوئیس و ترکیه و همچنین در ایران به عهده داشته ام و از سال ۲۰۰۰ به مدیریت عامل شرکت بین المللی Multi Treaty International انتخاب شده ام.

این شرکت از شرکای آلمانی و ایرانی تشکیل شده و از ادغام چهار نوع شرکت که در فعالیت های مهندسی شیمی، ماشین آلات، صنایع و مواد شیمیایی، مواد معدنی و مهندسی صنعت مواد غذایی هستند تشکیل شده است. این شرکت در این بخش ها در دو سال گذشته در کشورهای

## نقش وزارت صنایع و تامین قسمتی از سرمایه‌ها توسط بانک‌ها در تشکیل انجمن‌های بسته‌بندی بسیار موثر است.

طرحی و یا هر موضوعی را به اجرا رساندیم این کار خوبی است (هر چند که در اجرا ممکن است با مشکلات زیادی مواجه شویم) در یک زمان معین ممکن است آن موضوع یا طرح تکمیل شود (اگر متوقف نشود)، صنعت بسته‌بندی نیز در ایران شروع شده است ولی همراه با صنایع دیگر نیست و این موضوع باید توسط متخصصین و صاحبان صنایع و علاقه‌مندان در این بخش به صورت جدی کار شود و با ایجاد تشکلهای صنفی و ارتباط این تشکلهای به طور مداوم با صنعت بسته‌بندی دنیا و تشکیل سمینارها و تحقیقات و همکاری با دانشگاه‌ها و دانشکده‌های ذی‌ربط می‌توان در مدت معینی با پیشرفت‌های صنعتی دیگر هماهنگ شد. البته لازم به توضیح است که نقش وزارت صنایع و تامین قسمتی از سرمایه توسط بانک‌ها در تشکیل این انجمن‌ها بسیار موثر است.

در پایان باید بگویم چون سفر اخیر به ایران من در مورد موضوعات خاص بسته‌بندی نبود لذا مطالبی که همراه دارم کافی نیست. امیدوارم که در آینده اطلاعات موجود در آرشیو شرکت ما در آلمان و اطلاعات جامع بسته‌بندی در اروپا را برای شما ارسال کنم تا مورد استفاده خوانندگان محترم مجله شما قرار گیرند. به نوبه خود از شما و همکارانتان تشکر می‌کنم و برای شما و ماهنامه صنعت بسته‌بندی آرزوی توفیق دارم.

پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشته و پیوسته در حال پیشرفت است و صنایع ما هم از این مورد جدا نیست. حضور محصولات صنایع مختلف ما در بازار جهانی رعایت کامل آخرین تکنیک‌های بسته‌بندی را می‌طلبد. همانطور که عرض کردم صنعت بسته‌بندی ما نسبت به سایر صنایع پیشرفت کندی دارد و به نظر من عواملی نظیر عدم حضور مستمر و اطلاع‌رسانی صنایع بسته‌بندی ایرانی در نمایشگاه‌های جهانی و رسانه‌ها، عدم وجود یک تشکل و سازمان سرویس‌دهی به صنعت‌گران و سرمایه‌گذاران ایرانی در این صنعت، عدم توجه بعضی از سرمایه‌گذاران به بازار بین‌المللی و سایر عوامل مانع پیشرفت سریع این صنعت شده است. البته با ایجاد برنامه‌های اطلاع‌رسانی و تشکیل سمینارها و گردهمایی‌ها از طرف دست‌اندرکاران و تشکیل انجمن بسته‌بندی و ارتباط مستمر و دو جانبه با تشکلهای بسته‌بندی در دنیا می‌توان پیشرفت این صنعت را همگام با صنایع دیگر بهبود بخشید. البته به نظر می‌رسد حمایت بانک‌ها از سرمایه‌گذاران در این صنعت ضروری است.

**طراحی بسته‌بندی و نحوه فعالیت مراکز آموزشی و اتحادیه‌ها در آلمان به چه صورت می‌باشد؟**

در جمهوری فدرال آلمان مراکز مختلفی برای تامین نیازمندیهای این صنعت جهت آموزش بسته‌بندی در صنعت پلاستیک، فلزات، چوب، کاغذ، مقوا و شیشه وجود دارد که هنرجویان به طور دائمی در این مراکز (در سطح متوسطه و عالی) شرکت کرده و کار می‌کنند و دولت آلمان و اتحادیه‌ها تسهیلات ویژه‌ای را برای تامین نیازهای صنعت بسته‌بندی تدارک دیده‌اند. در آلمان روابط بین صنعت و اتحادیه‌ها زیاد است. و پیوسته این اتحادیه‌ها به اعضای خود که شامل صاحبان صنعت بسته‌بندی و سرمایه‌گذاران و طراحان می‌باشند، سرویس‌دهی می‌کنند و از این طریق می‌توانند در پیشرفت مؤثر باشند. امروزه می‌توان آلمان را در صدر تولیدکنندگان ماشین‌آلات بسته‌بندی و طراحی بسته‌بندی قرار داد.

با توجه به ارزیابی که از صنعت بسته‌بندی ایران داشته‌اید چقدر خوشبین هستید و دور نمای آن را چگونه می‌بینید؟  
هر عملی بستگی به شروع آن دارد، اگر هر



# ماشین آلات دست دوم

## Used Machinery

- خطوط تولید ورق
- خطوط لوله و پرویل
- خطوط آمیزه کاری
- خطوط شکل دهی
- انواع اکسترودر
- خطوط تولید فیلم (تخت)
- آسیاب
- خطوط تولید فیلم (ایستاده)
- خطوط کن (میکس)
- دستگاه لیزری
- دستگاه پلری ساز
- ماشین آلات چاپ

### Partow Samin Engineering Co

تخصصی ترین مرکز مشاوره در انتقال تکنولوژی و تهیه ماشین آلات و خطوط تولید دست دوم از اروپا و آمریکا

**شرکت مهندسی پرتو سمن**  
تهران - خ ولیعصر - نبش صدقات - پلاک ۱۰ - واحد ۲  
گهیش ۱۳۶۷

تلفن: ۲۰۱۶۷۳۱    فاکس: ۲۰۲۲۵۹۲

sales@partowsamin.com  
www.partowsamin.com

در دیدار وابسته بازرگانی سفارت اسپانیا با مدیر ماهنامه صنعت بسته‌بندی اعلام شد:

## تمایل اسپانیا به سرمایه‌گذاری در صنعت بسته‌بندی ایران



خوزه ردوندو وابسته بازرگانی سفارت اسپانیا با حضور در دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی درباره مشارکت و همکاری در خصوص صنعت بسته‌بندی به بحث و تبادل نظر پرداخت.

وی در ابتدا اشاره کرد که محرک اصلی وی و همکارانش مقاله‌ای است که در ویژه‌نامه انگلیسی ماهنامه صنعت بسته‌بندی به چاپ رسیده است.<sup>۱</sup> وی در این گفت و گو تاکید کرد که اسپانیا فکر می‌کند که می‌تواند در شش مورد که یکی از آنها بسته‌بندی است با ایران همکاری کند. به همین منظور این کشور نیازمند آشنایی با صنعت بسته‌بندی ایران است.

وابسته بازرگانی اسپانیا در این دیدار ابتدا موضوع وضعیت بسته‌بندی در ایران و همکاری دو کشور و عمده محصولات وارداتی و حجم آن به ایران مطرح کرد. نروائی سردبیر ماهنامه صنعت بسته‌بندی نیز با اشاره به این که تولیدکنندگان ایرانی تا چند سال پیش تنها به بازار داخلی اکتفا می‌کردند گفت: "در حالا حاضر در صنعت بسته‌بندی برخی از شرکتها با استفاده بهینه از امکانات موجود و همت و دانش خود به بازارهای جهانی نیز وارد شده‌اند و همکاری نزدیکی با کشورهای منطقه و آفریقا در خصوص صادرات ماشین‌آلات و مواد اولیه دارند."

وی افزود: "در چند سال گذشته در زمینه بسته‌بندی حرکت‌های خوبی در ایران آغاز شده است که نمونه آن حضور موفق دو شرکت ایرانی در نمایشگاه اینترپک و اعطای نمایندگی در اروپا می‌باشد."

نورایی همکاری ایران با سایر کشورها را مثبت ارزیابی کرد و به انحصارزدایی مردم ایران اشاره کرد و گفت در مسایل اقتصادی، شرایط بازار، قیمت، کیفیت، نحوه پرداخت و ... تعیین‌کننده می‌باشند. در حال حاضر شریک اول تجاری ایران کشور آلمان است. ولی اسپانیا نیز با ایجاد شرایط مالی مناسب می‌تواند بخشی از مبادلات تجاری ایران را به خود اختصاص دهد." وی بیشترین نیاز صنعتگران ایران را مواد اولیه

مناسب و فن‌آوری پیشرفته عنوان کرد و در ادامه افزود که هر چند سعی بر این است که مواد اولیه در ایران تولید شود اما عمده واردات در صنعت بسته‌بندی مواد اولیه می‌باشد. عربستان، کره و مالزی در زمینه صدور مواد اولیه پلاستیک به ایران پیشگام هستند هر چند که در برخی موارد از اروپا نیز واردات داشته‌ایم.

سردبیر ماهنامه صنعت بسته‌بندی در خصوص واردات صنعت بسته‌بندی گفت در زمینه واردات در بخش بسته‌بندی محدودیتی وجود ندارد. تنها تعرفه‌ها هستند که در بهای کالاهای وارداتی تاثیر مهمی دارند.

وابسته بازرگانی سفارت اسپانیا اهمیت فن‌آوری در توسعه صنعت را متذکر شده و استقبال و اهمیت فن‌آوری جدید را در نزد صنعتگران ایرانی جویا شد.

مدیر مسئول ماهنامه صنعت بسته‌بندی در این زمینه تاکید کرد: "از نظر فرهنگ و منش، ایرانیان گرایش به برتری‌ها دارند و در زمینه صنعت نیز به آخرین دست‌آوردها و فن‌آوری روز دنیا تمایل دارند تا توانایی‌های خود را در سطح جهانی مطرح سازند. به همین منظور همواره در نمایشگاه‌های مهم دنیا شرکت می‌کنند تا از فن‌آوری روز دنیا مطلع باشند.

همچنین در حد توان و استطاعت مالی خود به تهیه ماشین‌آلات نو یا دست دوم اقدام می‌کنند. من مطمئن هستم اگر نرخ ارز و امکانات و اعتبارات مالی و فن‌آوری جدید با شرایط ایرانیان سازگار باشد در دستیابی به فن‌آوری‌های سطح بالا و معتبر درنگ نخواهند کرد. متأسفانه در سالهای اخیر به خاطر مسائل مالی بسیاری از شرکت‌های ایرانی از خرید ماشین‌آلات نو از کشورهای صاحب تکنولوژی ناتوان هستند و همین امر موجب شده معادله واردات تکنولوژی به ایران به نفع کشورهای آسیایی مانند چین و تایوان باشد و صنعتگران ایرانی به خاطر قیمت و شرایط مساعد پرداخت به بازارهای آسیایی دور یا شرق آسیا رجوع کنند."

خوزه ردوندو به مراکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی صنعت بسته‌بندی در ایران و نحوه ارائه تسهیلات از سوی نهادهای ذی‌نفع اشاره کرد و گفت "ما علاقه داریم بدانیم مقامات دولتی ایران از صنعت بسته‌بندی چگونه حمایت می‌کنند و در صورت سرمایه‌گذاری یا همکاری چه تسهیلات ویژه‌ای ارائه می‌دهند."

وابسته بازرگانی اسپانیا تبدیل و بازیافت را یکی از مهمترین فعالیتهای کشور متبوعش عنوان کرد و گفت در اسپانیا تبدیل و بازیافت بسیار مهم است و فعالیتهای خوبی در جهت انجام آن صورت گرفته است. بطوری که جداسازی سطلهای زباله و حمایت از سرمایه‌گذاری در این بخش را می‌توان از عمده فعالیتهای نام برد.

نورایی ضمن تأیید اهمیت بازیافت گفت: "مسئله زباله در ایران هنوز تحت کنترل کامل نیست. حرکت‌های پراکنده‌ای توسط سازمانهای مربوطه انجام شده است. اما معتقدم اگر پیشنهادهای اقتصادی توجیه‌پذیر همراه با رعایت جوانب کار و با شناخت صحیح و دقیق از ویژگی‌های منطقه انجام شود مطمئناً بیش از پیش به این موضوع اهمیت داده می‌شود.

وابسته بازرگانی سفارت اسپانیا گفتگو خود با مدیر مسئول ماهنامه صنعت بسته‌بندی را مفید ارزیابی کرد و اظهار امیدواری کرد که این گفت و گو نتایج پر باری در آینده دو کشور داشته باشد. وی افزود: "ما می‌توانیم پیوند دهنده خوبی باشیم. این مذاکره گام اول در جهت همکاری‌های دو جانبه است. وی به تمایل سرمایه‌گذاری و ارتباط صنعتگران اسپانیا در صنعت بسته‌بندی ایران اشاره کرد و افزود ما هر نوع اطلاعات مورد نیازی که شرکت‌های اسپانیایی از ایران یا بالعکس بخواهند در اختیار آنها قرار می‌دهیم.

ردوندو در پایان خاطرنشان کرد: ممکن است این اطلاعات در دیدار رئیس‌جمهور ایران آقای خاتمی از اسپانیا منشاء برخی همکاری‌های بین دو کشور شود. ©



شرکت بین المللی نمایشگاه‌های فارس برگزار می کند  
**پنجمین نمایشگاه تخصصی صنایع غذایی، مواد بهداشتی،  
آرایشی، شوینده‌ها و ماشین آلات مرتبط**  
زمان: ۲۲ الی ۲۶ مهرماه ۱۳۸۱  
مکان: شیراز محل دائمی نمایشگاه‌ها (شهرک گلستان)

بدین وسیله از تولیدکنندگان و توزیع کنندگان صنایع غذایی، مواد بهداشتی و آرایشی، شوینده‌ها، سازندگان ماشین آلات صنایع غذایی و تبدیلی همچنین شوینده‌ها و مواد بهداشتی، آرایشی، متخصصین، مهندسیین و مشاورین جهت ثبت نام و تهیه غرفه دعوت به عمل می آید.

دفتر شیراز: میدان گاز ابتدای بلوار آزادی - شماره ۷۱

تلفن: ۲۲۹۹۴۲۰ - ۲۲۹۸۶۶۱ فاکس: ۲۲۹۹۴۲۴

وبسایت: <http://www.fie-co.com>

ایمیل: [request@fie-co.com](mailto:request@fie-co.com)

## شرکت صنایع قطعات لاستیک گستر سامه

دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۲ از شرکت Moody انگلستان

The advertisement features a background image of various black rubber components, including hoses, seals, and connectors. On the right side, the company name 'Lastic Gostar Sameh' is written vertically in a large, bold, white font. Below the name are three certification logos: a circular logo with a gear-like border, the 'MOODY INTERNATIONAL CERTIFICATION ISO 9002' logo, and the 'UKAS QUALITY MANAGEMENT' logo. At the bottom of the advertisement, contact information is provided in Persian: 'آدرس: تهران - کیلومتر ۲۰ پلده - تقاطع جرج نوش - پلاک ۲۳ - تهران ۱۳۷۴' and 'تلفن: ۰۲۱-۹۸۰۹۸۰۰۰ - ۰۲۱-۹۸۰۹۸۰۰۱ - ۰۲۱-۹۸۰۹۸۰۰۲ فاکس: ۰۲۱-۹۸۰۹۸۰۰۳'. Below this is the email 'e-mail: info@lastic-gostar.com' and the website 'www.lastic-gostar.com'.

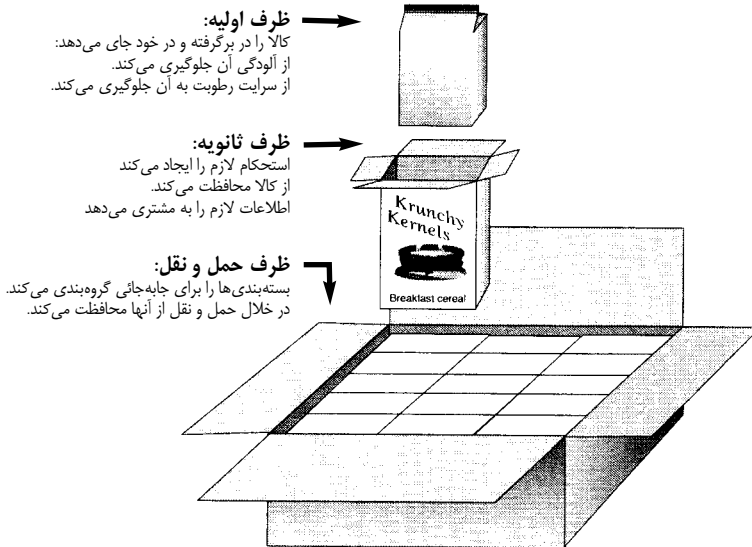
# Functions

# کارکردهای بسته‌بندی

نوشته والتر سورکا ترجمه مهندس هاشم حبیبی

بخش نخست

شکل ۱-۲: بسته‌بندی دارای سطوح متفاوتی است که همه آنها باید با یکدیگر عمل کنند



## هنگام بحث در مورد کارکردهای بسته‌بندی، باید توجه داشت که بسته‌بندی دارای سطوح متفاوتی است

### مقدمه

در فصل نگاهی به بسته‌بندی، کارکردهای بسته‌بندی به شرح زیر معرفی شد:

- در برگیری کالا
- محافظت / نگهداری
- انتقال
- اطلاع رسانی / فروش

هنگام بحث در مورد کارکردهای بسته‌بندی، باید توجه داشت که بسته‌بندی دارای سطوح متفاوتی است:

**بسته‌بندی اولیه:** اولین لایه برای پیچیدن و نگهداری کالا، این لایه کالا را بدون واسطه در بر می‌گیرد.

**بسته‌بندی ثانویه:** لایه‌ای برای پیچیدن و نگهداری بسته‌بندی اولیه.

**بسته‌بندی توزیع:** لایه‌ای برای پیچیدن و نگهداری که هدف اولیه از بکارگیری آن محافظت از محصول در خلال توزیع و فراهم آوردن تسهیلات لازم برای جابه‌جائی کالا می‌باشد.

**بار واحد:** تعدادی بسته‌بندی توزیع که به منظور جابه‌جائی مکانیکی، انبارداری و حمل و نقل چنان در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند که یک واحد مجزا را تشکیل می‌دهند.

شکل ۱-۲ بعضی از این سطوح را نشان می‌دهد.

علاوه بر این، بسته‌بندی را اغلب با مقصد در نظر گرفته شده برای آن تعریف نیز می‌کنند:

**بسته‌بندی مصرفی:** نوعی بسته‌بندی است که در نهایت به عنوان یک واحد کالای فروش از یک محل فروش به دست مشتری می‌رسد.

**بسته‌بندی صنعتی:** نوعی بسته‌بندی است که برای تحویل کالا از یک تولیدکننده به تولیدکننده دیگر به کار می‌رود. بسته‌بندی صنعتی معمولاً، ولی نه همیشه، حاوی محصولی است که باید تحت عملیات بعدی قرار گیرد.

کارکردهای اصلی بسته‌بندی، بسته به سطح

یک بسته‌بندی خاص و مقصد در نظر گرفته شده برای آن، دارای درجات اهمیت متفاوتی هستند. این امر نیز عادی است که چندین سطح بسته‌بندی در خدمت یک کارکرد خاص باشند. بسته‌بندی اولیه برای یک خوراک جو مخصوص صبحانه کیسه‌ای است داخلی که سطح آن دارای پوشش خاصی است. کارکرد اصلی آن در برگرفتن و نگهداری کالا و در حد کمتری، محافظت از آن می‌باشد.

**کارکرد در برگیری**  
اولین گام در تهیه یک طرح بسته‌بندی توجه به ماهیت محصول و نوع بسته‌بندی مورد نیاز برای در بر گرفتن آن است. این ملاحظات شامل موارد زیر می‌باشند:

### شکل فیزیکی محصول:

سیال روان - سیال غلیظ - مخلوط جامد / سیال - مخلوط گاز / سیال - ماده به شکل دانه دانه - خمیر - پودر دانه ریز - پودر دانه درشت - واحد جامد - اقلام مجزا - مجموعه چند جزئی

### ماهیت محصول:

خورنده - حساس به خوردگی - قابل اشتعال - فرار - از بین رونده - شکننده - اسپتیک - سمی - ساینده - دارای بو - انتقال دهنده بو - به سادگی نشان‌پذیر - چسبنده - هیگروسکوپیک - تحت فشار - دارای شکل نامنظم در طول این فصل، مشخصات مواد بسته‌بندی و چگونگی استفاده از کیفیت‌های آنها جهت طراحی یک بسته‌بندی کارآمد را بررسی خواهیم کرد.

بسته‌بندی ثانویه، که یک جعبه مقوایی است، نوعی محافظت فیزیکی ایجاد کرده و بسته‌بندی است که جهت اطلاع رسانی به مشتری و ایجاد انگیزه برای خرید به کار می‌رود. دوازده عدد از این جعبه‌ها درون یک محفظه مخصوص حمل و نقل بسته‌بندی می‌شود تا هم از کالا محافظت شود و هم عملیات توزیع را تسهیل کند. اطلاعات چاپ شده بر روی این بسته‌بندی توزیع، اغلب برای مشخص کردن کالا برای مقاصد توزیع است. دست آخر نیز، این بسته‌بندی‌ها به شکل یک بار واحد بسته‌بندی می‌شوند، که کارکرد اصلی آن تسهیل در حمل و نقل و توزیع است.

در برخی موارد، نوعی بسته‌بندی مورد نیاز است که بتواند همه کارکردها را ارائه دهد. بسته‌بندی اولیه برای یک ابزار سنگین باید به اندازه کافی قوی باشد تا از محصول محافظت کرده و قادر به نگهداری محصول هنگام جابه‌جائی نیز باشد. کلیه اطلاعات لازم جهت

## جدول ۲-۲ مشکلات و مسائل نوعی "نگهداری" در بسته بندی

عوامل	تعیین مقدار و یا نیازمندی های طراحی
اکسیژن	تعیین سطح بازدارندگی لازم
دی اکسید کربن	تعیین سطح بازدارندگی لازم
سایر گازها	تعیین خواص و سطح بازدارندگی لازم
نور	طراحی بسته بندی مات
فساد محصول	تعیین خواص / ملاحظات شیمیائی
عدم سازگاری	تعیین ناسازگاری های مواد
از بین رفتن استریلیته	تعیین مکانیزم
تغییر بیولوژیکی	تعیین ماهیت
تغییر و استحاله در طول زمان	تعیین طول عمر فروشگاهی لازم

## جدول ۱-۲: مثال هائی از مشکلات و مسائل حفاظتی بسته بندی

عوامل	تعیین مقدار و یا نیازمندی های طراحی
ارتعاشات	تعیین فرکانس های تشدید
شوک مکانیکی	تعیین فاکتور شکنندگی (ارتفاع سقوط)
سایش	حذف یا مجزا سازی حرکت های نسبی
تغییر شکل	تعیین بار فشاری مجاز
دما	تعیین مقادیر بحرانی
رطوبت نسبی	تعیین مقادیر بحرانی
آب	طراحی مانع در برابر نفوذ آب
دستکاری	طراحی سیستم های مناسب

### کارکرد حفاظتی / نگهداری .....

در متن این بحث، منظور از "حفاظت" پیشگیری از آسیب فیزیکی و منظور از "نگهداری" توقف یا جلوگیری از تغییرات شیمیائی و بیولوژیکی می باشد.

به منظور فراهم آوردن محافظت فیزیکی، ویژگی هائی از آن چه که می تواند خسارتی به ارزش محصول (آسیب) وارد آورد، باید در اختیار باشد. منظور از این "ویژگی ها" نه تنها شرایط عمومی بلکه معیارهائی عددی از دامنه و سطح شرایطی است که آسیب در آنها ظاهر می شود. (جدول ۱-۲ را ببینید).

جزئیات عملیات ایجاد یک محافظت مناسب برای محصول در جای دیگری در بخشهای شوک، ارتعاشات و فشار، "مقوهای شیاردار" و "بسته بندی توزیع" بطور مفصل بررسی خواهند شد.

کارکرد نگهداری، اغلب به گسترش طول عمر فروشگاهی مواد خوراکی فراتر از طول عمر طبیعی آن ها و یا نگهداری خاصیت استریل بودن (استریلیته) مواد خوراکی یا داروئی اطلاق می شود. کارکرد نگهداری، همانند کارکرد حفاظتی، باید تعریف شده و تعیین مقدار شود. (جدول ۲-۲ را ببینید).

### طراحی و مشاوره بسته بندی

Designing & Consulting

قادری ۰۹۱۳۲۷۶۹۰۲۶  
Gh.Ghaderi 09132769026

ghadergaderi@yahoo.com

# دیلر

ماشینهای صنعت بسته بندی

## مهر چرخان دستی

مدل : ۹۹



- عدم نیاز به استمپ جداگانه .
- قابلیت حرفچینی فارسی و لاتین .
- چاپ روی کارتن ، چوب و منسوجات .
- بکار گیری آسان و بدون نیاز به تخصص .

تهران - خیابان ستارخان - خیابان شادمهر - شماره ۳۵ | کد پستی: ۱۴۵۶۹۱  
تلفاکس: ۶۵۱۳۱۶۶ - ۶۵۱۳۱۷۷ - E-MAIL : WIDDERCO@APADANA.COM

# اولین نمایشگاه بسته بندی قطعات خودرو در ایران برگزار شد

عیسی نجفی ۰۹۱۱۲۹۳۲۲۶۴

دعوت‌نامه‌هایی به برخی از شرکت‌های بسته‌بندی جهت بازدید از نمایشگاه ارسال شده بود. استقبال خوبی از نمایشگاه به عمل نیامد. وی عدم استقبال را ناشناخته بودن نوع کار در ایران عنوان کرد و گفت: صنعت بسته‌بندی در قسمت خودرو بسیار ضعیف و منفعل می‌باشد.

مدیر پروژه K.D سایپا در ادامه به مشکلات و راهکارهای مناسب صنعت بسته‌بندی اشاره کرده و گفت: متأسفانه در ایران صنعت بسته‌بندی از کیفیت و پویایی کافی برخوردار نیست بطوری که گاهی قطعاتی را که برای ما در بسته‌بندی‌های مختلف ارسال می‌کنند می‌بینیم از داخل بسته‌بندی کاهو و... در می‌آید که این امر نشانگر عدم توجه به بسته‌بندی کالا می‌باشد.

وی از جمله دیگر مشکلات صنعت بسته‌بندی را عدم سرمایه‌گذاری کلان می‌داند و می‌گوید: اگر به بسته‌بندی بصورت اصولی و ریشه‌ای نظر بیفکنیم و آن را در زنجیره تولید خود قرار دهیم نیاز به سرمایه‌گذاری فراوان دارد که سرمایه‌گذاری در آن از عهده بسیاری بر نمی‌آید و خود به خود این بحث که هر کس در کنار مجموعه خود باید یک مرکز بسته‌بندی داشته باشد منتفی است.

او در ادامه به عدم استاندارد کارآمد در مجموعه صنعت بسته‌بندی اشاره می‌کند و می‌افزاید: تنها با چندین علامت نمی‌توان به استاندارد صنعت بسته‌بندی اکتفا کرده و امیدوار شویم که بسته‌بندی در مسیری اصولی و صحیح قرار دارد. مشکل تنها اضافه کردن دستگاه و تربیت عده‌ای کارگر ماهر نیست.

قائمی عدم تعیین الگوی مصرف از سوی صنایع بسته‌بندی را از دیگر مشکلات بسته‌بندی عنوان می‌کند و تأکید می‌کند باید الگوی مصرف از سوی صاحبان صنایع بسته‌بندی مشخص شود نه از سوی مصرف‌کنندگان. عدم تحقق این امر موجب ناکارآمدی و عدم پیشرفت صنعت بسته‌بندی در ایران شده است.

وی در ادامه سخنان خود می‌گوید: متأسفانه در ایران همه از جمله صنعت‌گر، کشاورز، باغدار و... می‌خواهند خودشان تمام مراحل کار حتی بسته‌بندی کالا را با هدف کاهش هزینه‌های تولید انجام دهند و خود را مقید نمی‌کنند که کار بسته‌بندی محصول را باید به کسی که متخصص و متعهد این کار است بسپارند. بنابراین نه تنها از کیفیت بسته‌بندی می‌کاهند بلکه بازاریابی و فروش آن را نیز با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌سازند و در نتیجه هم از رقابت در

مدیر پروژه K.D سایپا هدف از برگزاری نمایشگاه را نشان دادن توان مجموعه سایپا در بسته‌بندی قطعات مورد نظر و صادرات آن به بازارهای جهانی و همچنین ایجاد انگیزه و رغبت در شرکت‌های سازنده ماشین‌آلات و یا خدمات بسته‌بندی جهت رویکرد به بسته‌بندی در قطعات صنعت خودرو و پرداختن به مقوله صنعت بسته‌بندی به صورت واقعی و پویا عنوان کرد.

وی در ادامه به دیدگاه سایپا درباره اجرای این نوع بسته‌بندی می‌پردازد و می‌گوید: دو دیدگاه در اجرای این نوع بسته‌بندی مورد نظر است:

الف- بسته‌بندی قطعات را به یک شرکت پیمانکار واگذار نماییم و در کانتینر از او تحویل بگیریم.

ب- خدمات با امکانات وسیع‌تر بسته‌بندی قطعات را انجام دهیم.

او معتقد است نباید اعتبار و قیمت یک محصول یک میلیون تومان هزینه شده را با ۱۰ هزار تومان به مخاطره افکند آن هم در شرایطی که اهمیت صنعت بسته‌بندی در صادرات و بازاریابی محصولات بر هیچ کس پوشیده نیست. وی در ادامه می‌افزاید تا زمانی که خودمان به کار خویش ارزشی قائل نشویم نمی‌توانیم از دیگران توقع ارزش و خرید محصولاتمان را با این نوع بسته‌بندی داشته باشیم.

قائمی در خصوص استقبال از نمایشگاه گفت: با توجه به این که از طریق روزنامه‌های کثیرالانتشار اطلاعیه مربوط به برگزاری نمایشگاه اعلام شده بود و همچنین

نمایشگاه بسته‌بندی قطعات خودرو با همت مدیریت و دست‌اندرکاران شرکت سایپا در محل کارخانه طی روزهای ۱۲ و ۱۳ مرداد ماه سال جاری برگزار شد.

مدیر پروژه K.D سایپا سید کاظم قائمی در خصوص این نمایشگاه گفت: این نمایشگاه برای اولین بار در ایران برگزار شد و حدود ۲۵۰ قطعه که مشتمل بر ۱/۴ قطعات تشکیل‌دهنده خودرو می‌باشد در بسته‌بندی‌های مختلف در معرض دید عموم قرار گرفت.

وی اظهار داشت: سیستم بسته‌بندی این قطعات تلفیقی از بسته‌بندی‌های خوب و پیشرفته دنیا از جمله فرانسه، کره، ژاپن و چند کشور دیگر که با آنها ارتباط شبکه‌ای در مورد C.K.D (سی.کی.دی) داشتیم می‌باشند.

ما شیوه‌ای را طراحی کردیم که متناسب با قطعات خودرو است. بطوری که اگر کسانی اطلاعاتی از قطعه و کارتن در خودرو نداشته باشند سخت می‌توانند برای این نوع قطعات دست به طراحی بسته‌بندی بزنند. در این شیوه سعی بر استفاده از طراحی‌های روز دنیا با هدف صادرات قطعه و کیفیت برتر بسته‌بندی شده است. به طوری که می‌توانیم ادعا کنیم از بسته‌بندی پژو فرانسه یا کیاموتورز در کره نه تنها کمتر نیستیم بلکه از کیفیتی به مراتب بهتر نیز برخورداریم. و با توجه به امکانات موجود و تحت اختیار در برپایی نمایشگاه هزینه‌گزافی به مجموعه تحمیل نکرده‌ایم. تنها قطعات مورد نظر را به محل نمایشگاه انتقال دادیم.

**در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری‌های خوبی در صنعت خودرو به عمل آمده است و صنعتگران ایرانی قطعات خوبی را به بازار ارائه داده‌اند و حالا نوبت صنف بسته‌بندی است که با استفاده از شیوه‌های نوین بسته‌بندی این قطعات را به نحو احسن و اثر بخش به آن سوی مرزها برسانند تا نتیجه کار صنعتگران و این سرمایه‌گذاری بیش از پیش آشکار گردد.**





سیستم‌های بسته‌بندی، برچیدن نظام بروکراسی در صنعت بسته‌بندی، استفاده از نیروهای متخصص و دلسوز، تشکیل انجمن‌های صنفی پویا و فعال می‌داند و تحقق این راهکارها را همت اراده و پشتکار مسئولین و صاحبان صنایع می‌داند زیرا تحقق این امور را مساوی با بهتر کردن صنعت بسته‌بندی و گام برداشتن در صادرات و توسعه می‌داند.

بسته‌بندی این قطعات را به نحو احسن و اثر بخش به آن سوی مرزها برسانند تا نتیجه کار صنعتگران و این سرمایه‌گذاری بیش از پیش آشکار گردد.

قائمی انگیزه رویکرد صنایع بسته‌بندی در خودرو را انقلاب فرهنگی در ذهن صنعتگران می‌داند و عنوان می‌کند: باید به ماشین‌سازها بگوئیم شما که دستگاه بسته‌بندی می‌سازید بهترین کسی هستید که می‌توانید از دستگاه‌های موجود استفاده کنید.

مسئول نمایشگاه بسته‌بندی قطعات سی، کی، دی سایپا آینده صنعت بسته‌بندی را بسیار خوب توصیف می‌کند و با دعوت از شرکت‌های بسته‌بندی جهت حضور در صنعت خودرو سرمایه‌گذاری در این بخش، اشتغال‌زایی و ایجاد بازارهای جدید و تضمین سود و آینده را از دیگر فایده‌های حضور در صنعت خودرو می‌داند.

وی اظهار امیدواری کرد، این نمایشگاه موجب رویکرد صنعتگران صنف بسته‌بندی به صنعت خودرو باشد و موجب ایجاد بازار جدید برای صنعت بسته‌بندی ایران و خودکفایی بسته‌بندی محصولات در صنعت خودرو باشد.

قائمی ظرفیت فعالیت شرکت‌های بسته‌بندی در صنعت خودرو سازی را تا ۹۰ درصد پیش‌بینی می‌کند و می‌گوید در شرایط فعلی بیش از ۱۰ درصد صنعت بسته‌بندی در خدمت خودرو نیست ولی امیدوارم فضای خالی ۸۰ درصد را در آینده‌ای نه چندان دور بتوانیم با ارتباط و هماهنگی مداوم با صنعتگران پر کنیم.

وی در تأیید سخنان خود گفت: در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری‌های خوبی در صنعت خودرو به عمل آمده است و صنعتگران ایرانی قطعات خوبی را به بازار ارائه داده‌اند و حالا نوبت صنعت بسته‌بندی است که با استفاده از شیوه‌های نوین

## در ایران ۹۵ درصد صرف تولید و تنها ۵ درصد در صورت امکان صرف بسته‌بندی می‌شود و همین امر موجب ناتوانی در جذب مشتری و فروش محصول می‌شود.

بازارهای خارجی بازمی‌مانند و هم محصول خود را با قیمت‌های نازل به بازارها عرضه می‌کنند. وی در اثبات سخنانش به اهمیت بسته‌بندی و خدمات آن اشاره کرده و می‌گوید: در دنیای امروز از هر یک دلاری که از ابتدای تولید تا انتها یعنی مصرف و توزیع در بازار مصرف صرف می‌شود ۶۸ سنت در جهت بازاریابی، بسته‌بندی و خدمات بعد از فروش صرف می‌شود و ۳۲ سنت در پروسه تولید مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما در ایران ۹۵ درصد صرف تولید و تنها ۵ درصد در صورت امکان صرف بسته‌بندی می‌شود و همین امر موجب ناتوانی در جذب مشتری و فروش محصول می‌شود.

مدیر پروژه K.D سایپا راهکار مناسب را فعالیت‌های اساسی و زیربنایی در خصوص استانداردها، تجهیز منابع مالی، تجهیز مراکز پژوهشی و تحقیقاتی، متمرکز کردن فعالیت و

## FAÇON PROGRAMMABLE CONTROLLERS FATEK AUTOMATION

**PLC**

- PLC شناخته شده و کارآمد در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- دارای ماژول‌های ۲۰، ۲۸، ۴۰، ۱/۰ قابل گسترش تا ۵/۲ I/O
- دارای ورودی‌های آنالوگ و ترموکوپل و RTD
- قابلیت‌های کنترل NC و کنترل مکان تا چهار محور
- برنامه‌نویسی آسان تحت Windows
- دارای استانداردهای CE و UL
- دارای واسط اپراتور (Operator Panel) تمام گرافیک و معمولی
- قیمت بسیار مناسب

■ انجام طراحی، نصب و راه‌اندازی سیستم‌های کنترل ماشین‌آلات

■ طراحی و ساخت واسط اپراتور بر اساس سفارش با امکانات فارسی توسط مهندسین مجرب

تلفن ۸۹۶۸۴۰۲ - ۸۹۶۱۰۳۷ همراه: ۰۹۱۱۲۴۵۷۹۲۲ فاکس ۸۹۵۳۰۷۹

# و اما نمایشگاه چاپ و بسته بندی مشهد!

محبوبه موید



نبود تبلیغات مناسب در

رادیو و تلویزیون و مجلات و روزنامه‌ها، نبود امکانات، گرما در سالن و عدم تهویه مناسب، دور بودن نمایشگاه که می‌توان گفت خارج از شهر بودن نمایشگاه از جمله معایب این نمایشگاه بود.

## عبادی / خودکفایی صنعت چاپ

سازنده ماشین‌آلات و ملزومات صنعت چاپ

### گندم نمائی و جو فروشی کردند

پی‌گیری از نظر جذب برای شرکت در نمایشگاه خیلی خوب بود. به ما خیلی با منات پاسخ دادند. آن چیزی که به ما اعلام کردند و ما دیدیم با هم مغایرت داشت.

۲۴ متر فضا اجاره کردیم که هفتصد و بیست هزار تومان هزینه داشت. نوع کف نمایشگاه برای ماشین‌آلات سنگین مناسب نبود و طراحی برای ماشین‌آلات سنگین نداشتند.

گفته بودند نمایشگاه بین‌المللی است ولی من حتی یک تابلو به زبان خارجی ندیدم.

بازدید برنامه‌ریزی نشده بود. ما فقط دو بار مسئولان را دیدیم. روز اول که برای افتتاحیه بود و روز آخر موقع دادن قاب لوحه یادبود. هیچ گونه اطلاعاتی درباره سیر نمایشگاه ندادند. یعنی ساعت حضور در غرفه را نیز اعلام نکردند. ساعت نمایشگاه بسیار بد بود و ما در مشهد متوجه شدیم که ساعت نمایشگاه چه زمانی است.

ظاهرا مسئولین محترم، می‌خواستند که نمایشگاه بین‌المللی داشته باشند و شرط چنین نمایشگاهی برگزاری نمایشگاه داخلی بود که آنها به صورت فوری نمایشگاه داخلی تشکیل دادند.

این نمایشگاه از نظر قیمت بسیار گران بود. بنده هفتمین نمایشگاهی بود که شرکت داشتیم اما در این نمایشگاه با مسائلی برخورد کردم که در هیچ نمایشگاهی با آن مواجه نشده بودم.

نه سرویس‌دهی داشت و نه هیچ امکانات رفاهی مناسب. هوای گرم و تهویه نامناسب و نبود امکانات دیگر بخصوص برق که برای خود داستانی دارد.

هر چه بیشتر مصاحبه کردیم نظرات تندتر و انتقادی‌تر شد. شاید بهتر باشد به همین چند نفر بسنده کنیم و راجع به این واقعه بیشتر از این سخن نگوییم.

ضعف مدیریت نمایشگاهی را نشان می‌دهند. کسی که در این نمایشگاه شرکت می‌کند حداقل خدمات را می‌خواهد.

می‌توانست خوب باشد اگر تبلیغات می‌داشت. می‌توانست از کشورهای آسیای میانه مراجعه‌کننده داشته باشد. اصلا در تصور ما این نبود که به این نحو باشد. اصلا مراجعه‌کننده نداشتیم و حوصله‌مان سر رفته است. شاید در حد ۲۰ درصد از برآورد ذهنی ما بود.

### بهرروز رضازاده مدیر عامل

تبلیغات نداشتند. مراجعه‌کننده کم بود و تعداد شرکت‌کننده‌ها هم کم بودند. باید در مجامع عمومی که مصرف‌کننده دارد تبلیغات می‌کردند. دستگاه تهویه نداشتند. حتی پنکه هم برای

اجاره به مقدار لازم نبود. دستشویی و آب در محوطه کم بود و باید خارج از غرفه در مکانی نسبتا دور دستشویی و آب پیدا می‌کردیم.

کف سالن‌ها که باید برای مسیر کانال کشیدن کابل باشد وجود دارد اما برق نداشت. ما در تهران خیلی راحت بودیم. برق را در کنار سالن به ما تحویل می‌دادند ولی در اینجا ۵۵ متر کابل خریداری کردیم و برای کشیدن برق از کنار درب ورودی اقدام کردیم.

با این امکانات کم و نداشتن تبلیغات... نسبت به محیط و منطقه و مزایای خیلی گران است در حالی که ۴ ماه پیش در نمایشگاه کشاورزی قیمت پایین‌تر بود.

تنها از نظر غرفه‌آرایی در سالن ما نسبتا خوب بود. روشنایی غرفه ما به اندازه کافی بود.

### محمد رضا رضانی

#### مدیریت خدمات پارس ابهر

از نمایشگاه راضی نبودیم به خاطر این که بازدیدکننده‌ای نبود. دلیل این امر مشخص است. نداشتن تبلیغات در رسانه‌ها و مجلات تخصصی.

کار شرکت تعاونی صنعتی پارس ابهر که ساخت دستگاه‌های وکیوم فرمینگ و شرینگ پک است به بازدیدکننده‌های جویای کار و همچنین افراد سرمایه‌گذار نیاز دارد. متأسفانه

هیچ بازدیدکننده‌ای نداشتیم. با توجه به این که شرکت ما به صورت اقساط دستگاه‌های خود را در معرض فروش می‌گذارد، این نمایشگاه می‌توانست برای شرکت ما مفید باشد. این اصلی‌ترین ناراضی‌هایی ما از این نمایشگاه بود.

اکثر غرفه‌داران دلخور و پشیمان بودند! نمی‌شد خیلی با آنها گپ زد و گزارش مبسوطی راجع به نمایشگاه تهیه کرد. فرصتهای کوتاهی دست داد و با چند نفر صحبت کردیم:

### امیر طهماسبی شرکت تامپیران

#### ضعیف‌ترین مدیریت نمایشگاه در ایران

نوع ارائه خدمات و بقیه کارها بسیار ضعیف بود. سیستم در کار اینها ندیده‌ایم. از نظر خدمات برق بسیار ضعیف بودند. برق سه فاز در غرفه تحویل ما نمی‌دادند. از مرکز برق گرفتیم که ۷۰ تا ۸۰ هزار تومان هزینه برق ما بود. برای تحویل عادی ۲۲۰ ظرفیت تعیین کرده بودند. فقط روشنایی برای دستگاه باید پول پرداخت می‌کردیم. سیستم تهویه بسیار بد بود. برای تهویه هزینه پرداخت کردیم حتی پنکه اجاره کردیم.

غرفه‌بندی غیر استاندارد و موکت‌های سالن که دست چندم است. سرویس ندارند. آب آشامیدنی ندارند باید در محوطه پیدا کنیم.

هیچ تبلیغات و آگهی نداشتند نه در روزنامه استانی نه در تلویزیون. فقط چند پلاکارد کوچک در اطراف نمایشگاه داشتند. حتی در مجله‌های تخصصی بسته‌بندی و چاپ هم آگهی نداشتند. فقط می‌گویند در مجله اقتصادی که بیشتر صنعت‌گران آن را نمی‌خوانند آگهی داده‌اند.

۵۰ درصد صنعت چاپ خراسان اصلا اطلاع نداشتند که چنین نمایشگاهی برگزار می‌شود. آن هم بیشتر جزو دعوت‌شدگان بودند. ما گمان می‌کردیم که شاید از کشورهای آسیای میانه که در استان خراسان نزدیک‌تر است بیایند.

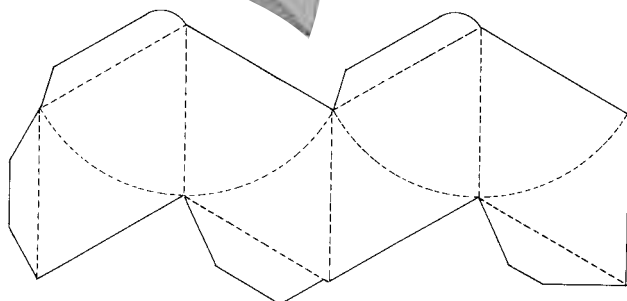
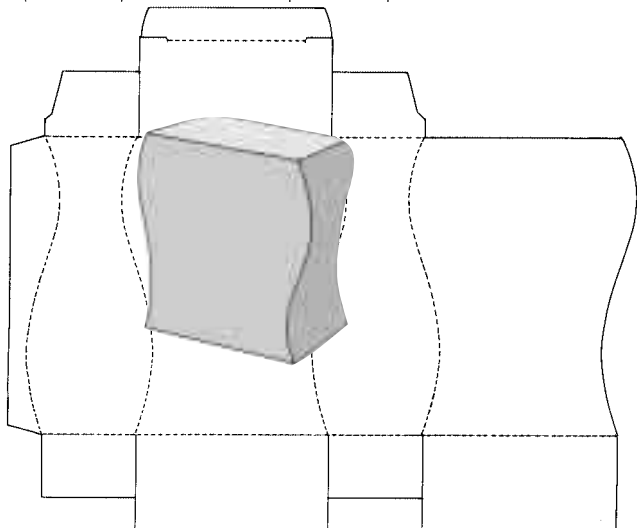
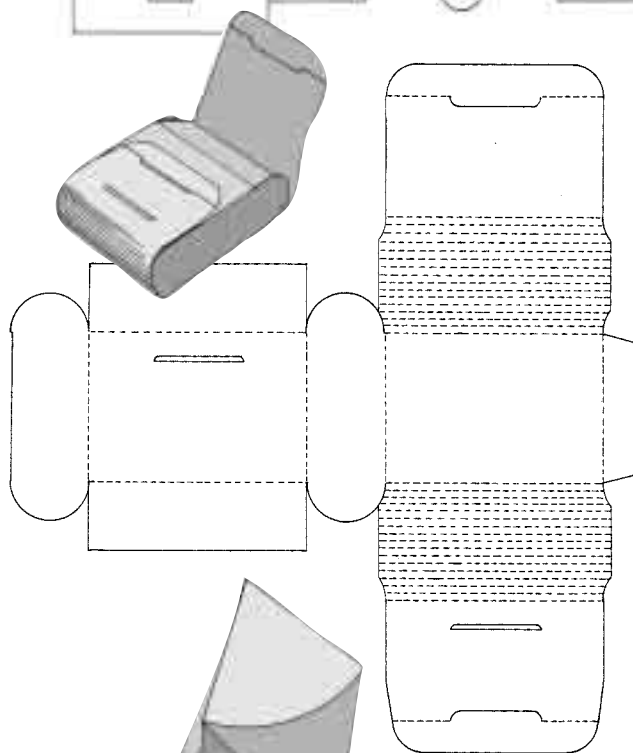
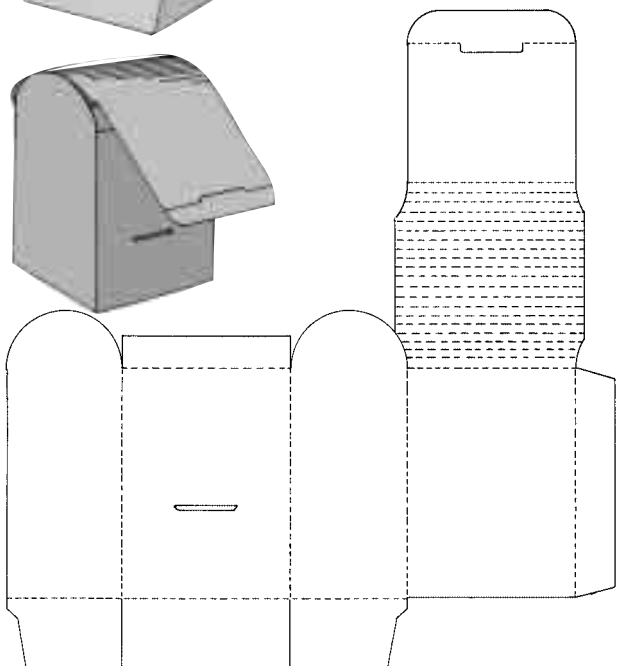
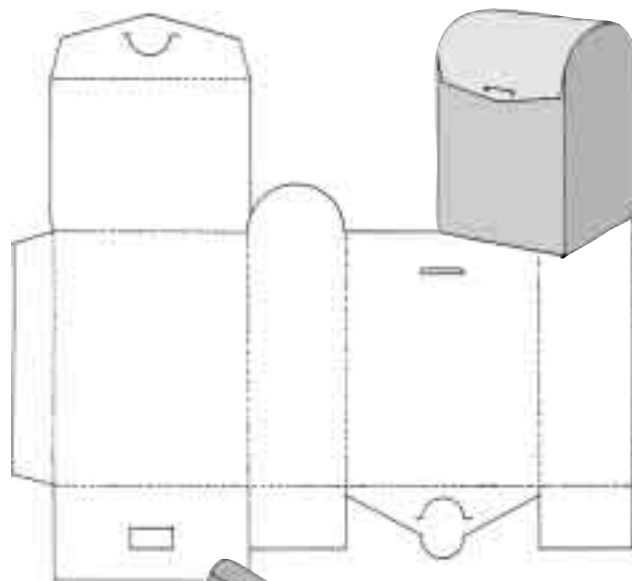
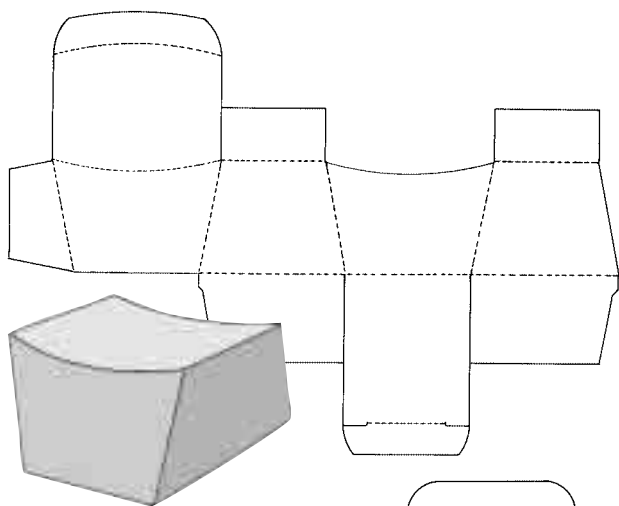
ما فکر می‌کنیم که اگر نمایشگاه با همین وضعیت باشد دیگر در نمایشگاه مشهد شرکت نخواهیم کرد. نه من بلکه بقیه شرکت‌هایی که صحبت کرده‌ام این گونه می‌گویند.

از لحاظ هزینه دو برابر اصفهان هزینه شده در صورتی که نیمی از خدمات آنها را نداشته‌اند. هزینه بالا خدمات پائین.

یکی از اشتباهات این نمایشگاه این بود که از نظر زمانی با نمایشگاه تبریز همانگ نبود. اشتباه ما این بود که چون این اولین نمایشگاه مشهد بود شرکت کردیم و در نمایشگاه آذربایجان شرکت نکردیم.

مدیریت اصلا هماهنگی نداشت. باید اقلا یک ماه بین دو نمایشگاه فاصله باشد. تمام این‌ها

# جعبه های مختلف

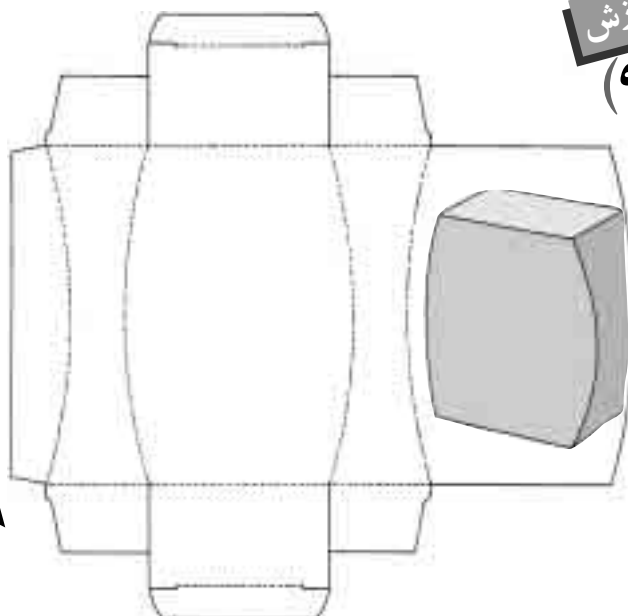
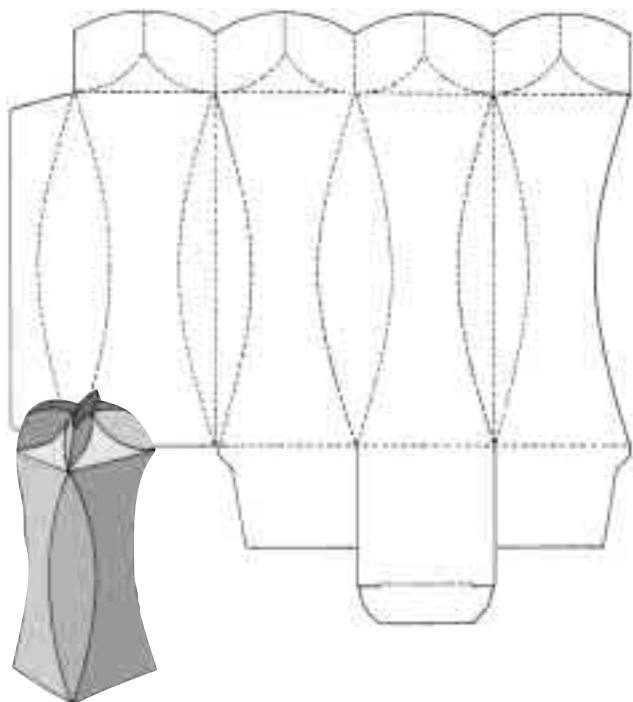


# جعبه های ایفواپی

لازم است در کپی برداری از نقشه های زیر، خطوط برش و تا مورد محاسبه مجدد قرار گیرند

آموزش

(۹)



این طرح ها را در این کتاب بیابید

مرکز فروش: دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی

## قالب سازی اطلس

### ATLAS

مجهز به سیستم کامپیوتر و پلاتر  
سازنده انواع قالبهای برش جعبه  
و کارتن - اتیکت - واشر - شبرنگ  
کارهای سراجی و غیره

نشانی: خیابان ۱۵ خرداد غربی، جنب پمپ  
بنزین، پاساژ فخریه، طبقه دوم، پلاک ۲/۶  
تلفن: ۵۶۱۶۷۳۷ - قدری



## صنایع بسته بندی عمرانی

تولیدکننده انواع کارتن سه لایه، پنج لایه، E فلوت  
با چاپ یک رنگ تا چهار رنگ مرکب

انواع کارتن های لامینت و دایکات

جاده قدیم کرج - اول شادآباد، انتهای خیابان شهید عزیزی (کارتن سازی)  
مجتمع صنعتی وحدت، پلاک ۲۵ تلفن: ۶۶۹۰۹۸۸ - ۶۶۹۷۵۵۰ فاکس: ۶۶۱۰۹۸۲

## صنایع بسته بندی و کارتن سازی علائی فر



مشاور و تولیدکننده انواع کارتن های سه لایه، پنج لایه، ایفلوت و جعبه های مقوایی  
با چاپ، بدون چاپ، دایکاتی و لامینیت در حد صادرات  
فروش چسب سیلکات و دسته پلاستیکی

نشانی: باقرآباد شهرری/ پشت بانک صادرات/ شهرک صنعتی تجریشی/ ۱۰ متری بید/ پلاک ۲۵  
تلفن: ۵۲۰۸۴۴۴ - ۵۲۰۸۴۴۵ تلفکس: ۵۲۰۲۷۷۰



## نخستین اطلس مصور تولیدات ایران منتشر خواهد شد

نخستین اطلس مصور تولیدات ایران منتشر خواهد شد. مجتبی قاسمپور طراح و مدیر این پروژه طی تماسی با دفتر ماهنامه ضمن اعلام این مطلب گفت: حدود ۲ سال است که فکر متمرکز جمع‌آوری کتابی بود که با توجه به تمامی شرایط و مشکلات موجود، در بازار ارتباطات، تبلیغات، تولیدات و عرضه کالا (انسجام عوامل در فرآیند تولید و نوع‌آوری) را داشته باشد و در این بین بتوانیم دیدها را در یک نقطه بهم رسانده تا آنها احساس ارتباط و رقابت هدف‌مند را پیدا کنند. بطور مختصر و با کمی فکر خواهیم دید این دانه‌های زنجیر چگونه به هم پیوسته‌اند و این حرکت خودش بستر رشد در کلیه زیر مجموعه طبقاتی اجتماع خواهد بود. در حال حاضر این مجموعه با نام کتاب (راهنمای مصور تولیدات) در حال جمع‌آوری می‌باشد. وی در خصوص ویژگی‌های فنی این کتاب افزود: می‌توان گفت این کتاب اولین کاتالوگ و ژورنال دو زبانه صنایع ایران است که تاکنون طراحی شده و در این جا خود به خود نقش صنایع چاپ بسته‌بندی و طراح را خواهیم دید که در عرضه یک تولید همراه با عوامل دیگر چگونه پیوند خورده‌اند. این کتاب در قطع ۲۳ در ۳۳ با کاغذ ۱۳۵ گرمی گلاسه مات همراه با CD و طراحی رایگان، چاپ تمام رنگی، اطلاعات ضمیمه صنایع مرتبط به صورت مشخصات و نشانی آنها در انتهای کتاب و همچنین صحافی مناسب پوسته‌های داخلی بزرگ و ویژگی‌های منحصر به فرد دیگر عرضه خواهد شد.

## قالب‌سازی سپهر



سازنده قالب تیغ برش  
برای جعبه، اتیکت و کارتن  
خیابان لاله‌زارنو، چهارراه کنت، ساختمان  
درفشان، همکف حیاط، پلاک ۱۶  
تلفن: ۳۹۱۳۴۷۱ درویش

دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی  
بها: ۴۵۰۰ تومان



## قالب‌سازی افتخاری

سازنده قالب‌های جعبه،  
کارتن و برچسب  
قالب‌های دوار (روتاتیو - دایکات)  
خیابان چهارباغ پایین اول کوچه  
کنسولگری ساختمان شکری  
تلفن: ۲۲۰۲۱۴۴ ۰۳۱۱

## خدمات کامل در چاپ کاپو

تولید انواع اتیکتهای پشت چسب دار و ساده - بروشور  
کاتالوگ - جهت کارخانجات دارویی، آرایشی  
بهداشتی، غذایی، صنعتی و صنایع پلاستیک و ...  
طراحی - لیتوگرافی - چاپ افست و مسطح  
بر روی انواع کاغذ و مقوا به همراه امکانات  
UV و طلا کوب  
تهران - کیلومتر اول جاده مخصوص کرج - خیابان بیمه ۴  
(تورج فلسفی) - کوچه نهم شرقی - پلاک ۱۲۹  
تلفن: ۴۶۵۶۱۹۳ - ۴۶۵۶۱۹۷ - ۴۶۵۳۴۹ - ۴۶۶۴۱۷۸  
نمابر: ۴۶۶۹۹۴۱

## فروشی فروشی یک دستگاه

دایکات فکی حرفه و فن  
به ابعاد ۱۰۵ x ۷۵  
در حد نوبه فروش می‌رسد  
تلفن: ۲۲۵۳۷۶۳

## انواع ماشین‌آلات صنایع کارتن‌سازی - جعبه‌سازی - چاپ و بسته‌بندی

مینگ‌وی تایوان: تولیدکننده انواع خط تولید ورق‌سازی کارتن - چاپ فلکسو و ماشین‌آلات تبدیلی کارتن  
دایکات - لب‌چسبانی - منگنه دوخت - لمینیت اتوماتیک  
مینگ‌شان لایت - چین: تولیدکننده انواع خط تولید ورق‌سازی کارتن - چاپ فلکسو - دایکات - لیوان مقوایی - لمینیت اتوماتیک  
وک‌ایل - کره جنوبی: تولیدکننده انواع دایکات تخت اتوماتیک و نیمه‌اتوماتیک مجهز به سیستم آخال‌گیر -  
چاپ / خط‌زنی فلکسو اتوماتیک  
میل‌پی‌پرمستر - کره جنوبی: سازنده انواع دایکات اتوماتیک (مقوا و کارتن)  
دای‌تیج - کره جنوبی: سازنده انواع دایکات اتوماتیک و نیمه‌اتوماتیک تخت (مقوا - کارتن)  
کریاتکسل کره - کره جنوبی: سازنده انواع جعبه چسبانی مستقیم، چهار گوشه، - شش گوشه، لاک باتم، لمینیت اتوماتیک

MING WEI  
INDUSTRIAL COMPANY



فروش، نصب و راه‌اندازی، خدمات و پشتیبانی

کروه ماشین‌آلات صنایع چاپ و بسته‌بندی نگاه سپهر آروین  
تلفن: ۰۴۱۳۱۲۹۰۴ - ۰۴۱۳۱۲۹۰۷ - ۰۴۱۳۱۲۱۱۵

# آیا شما ماضرید فیلم های فوراکی را بفورید؟!

بعضی به این سوال جواب منفی دادند

برگرفته از مجله pffc نوشته David j.bentley jr ترجمه سهیل چهره ای

## شاید فروشگاهها مجهز به فرستنده هایی شوند که هر گونه جسم خارجی که بر روی بسته بندی هایی از جنس edible film وجود دارد را خنثی کنند.

جدیدی برای پاسخ به خواسته ها و نیازهای مشتریان باشند. اعتراض خاص مکاتبه کننده بالا نسبت به فیلمهای خوراکی مثال بسیاری خوبی برای تصدیق این ادعای من است. ممکن است ورق های خوراکی منحصر به مواد شیمیایی شوند که نتوانند در مقابل میکروب و سایر آلودگی هایی که بر روی آن می نشیند مقاومت کند. شاید فروشگاهها مجهز به فرستنده هایی شوند که هر گونه جسم خارجی که بر روی بسته بندی هایی از جنس edible film وجود دارد را خنثی کنند. خریداران به سادگی نتوانند بسته بندی ها را به هنگام خروج از فروشگاه درون ظروف خاصی بگذارند. شاید تمامی اینها پیش بینی هایی باشد که عملی شدن آنها کمی مشکل به نظر می رسند. ولی موضوع بسیار ساده است. خیلی از چیزهایی که امروزه غیر ممکن به نظر می رسند ممکن است در آینده به حقیقت بپیوندند. با این طرز فکر فعالان صنعت بسته بندی باید به چیزهایی فراتر از قالب های امروزه بیندیشند. چه بسا بسته بندی اختاپوس در فیلم های خوراکی تغییراتی در مزه آن ایجاد کند که بتوان آن را وارد رژیم غذایی مردمی کرد که در غیر اینصورت به هیچ وجه حاضر به خوردن آن نباشند. اما متأسفانه Package edible نخواهد توانست تغییری در ظاهر غذا ایجاد کند.

مغازه بگذارید؟ یا هنگامی که صندوق دار برای دیدن برچسب قیمت مجبور به گرفتن فیلم در دست خود می باشد. اینها دلایل بسیار خوبی است برای این که این بسته بندی های خوراکی چندان اشتها آور نباشد. از نظر مکاتبه کننده پیدا کردن راهی بهتر برای از بین بردن بسته بندی های دور ریخته شده قابل ستایش است. او نیز مانند بسیاری دیگر اظهار نظر صادقانه خود را بیان می کند. احساسی مبنی بر دلزدگی اش از در دهان گذاشتن چیزی که رویه تولید چندان مطمئنی ندارد و احتمالاً آلودگی هایی نیز به همراه دارد. آنان دلایل بسیار مستدلی مبنی بر عدم استفاده مستقیم edible film دارند. بررسی این فیلمها از نظر تجاری موضوع بحث ما نیست. بلکه پیام این است که بسته بندی در حال پیشرفت است. امروزه مشتریان با بسته بندی های رایج احساس راحتی بیشتری می کنند و کاملاً مایل به امتحان فرمهای جدید بسته بندی هستند. آنها می فهمند که تکنولوژی مدرن ممکن است گاهی عجیب و جالب هم باشد ولی در بهبود کیفیت و طعم غذا، ظاهر غذا و نگهداری طولانی تر آن بسیار موثر است. به خاطر اشتیاق زیاد خریداران در رابطه با این مقوله، طراحان همیشه باید در پی یافتن راه های

برخی از مردم عادت های غذایی دارند که باعث می شود بعضی از غذاها را نخورند و علاقه ای به خوردن آنها نیز نداشته باشند. حلزون و اختاپوس از جمله چیزهایی هستند که معمولاً از خوردن آنها پرهیز می شود. در حالی که بعضی مردم این غذاها را بسیار دوست دارند، برای بعضی دیگر حتی تصور خوردن آنها نیز مشکل می باشد. آخرین مورد از این قبیل خوراکیها لفاف های خوراکی هستند. فیلم های خوراکی جدیدی که توسط بخش پژوهشی کشاورزی آمریکا واقع در تهیه و تولید شده است. فیلم های مورد بحث پوره میوه و سبزیجات هستند که پس از سرخ شدن به شکل ورقه های نازکی از فیلم های کدر در می آیند. بر پایه نامه هایی که دریافت داشته ام این تغییر و نوآوری به مذاق بسیاری از مردم خوش نیامده است. این یک عکس العمل بسیار گویا بود. نویسنده نامه پرسیده بود چه کسی حاضر خواهد جای شد که به جای رفتن به فروشگاه و خرید پاکتی چیپس یا تکه ای شکلات، از این فیلمها خریداری کند.

همچنین او پرسیده بود آیا هیچ نظر سنجی در مورد این نوع بسته بندی قبل از این که در فروشگاه در معرض فروش گذاشته شود شده بود؟ آیا واقعا قفسه ها خالی از کالا شده بود؟ مشتریان از نزدیکی قفسه هایی که فیلمها قرار دارند عطسه یا سرفه نکرده اند؟ چه احساسی دارید هنگامی که در حال پرداخت بهای این کالا هستید و مجبورید آن را به روی پیشخوان نه چندان تمیز

نقش چنین کارخانه ای در صنعت بسته بندی، صادرات و اشتغال انکارناپذیر خواهد بود.

تا کی می توان منتظر بود که افرادی که تا به حال ریالی از جیب شخصی خود را در این صنعت سرمایه گذاری نکرده اند سلسله جنبان و مدیر این صنعت باشند؟ تا کی می توان تحت تاثیر تصمیمات مخرب برخی مدیران انتصابی صنایع کارتونی بود؟ نزدیک به پنج هزار واحد تبدیل کننده و دهها واحد ورق ساز کوچک، سرمایه های خود را زیر سایه مدیریت برخی مدیرانی قرار داده اند که هیچ دلمشغولی و تخصص خاص یا اعتبار شخصی اکتسابی در رابطه با صنایع بسته بندی به طور عام و کارتونی و کاغذ به طور خاص نداشته و ندارند. اما تعاونی بحث دیگری دارد. سرمایه های شخصی به همراه تخصص و دغدغه های واقعی در زیر چتر حمایت وزارت تعاون می تواند صنعت کارتونی کشور را متحول کند. از همین امروز به دنبال تعاونی کارتونی سازان کشور باشیم و بدانیم که خداوند احوال هیچ قومی را تغییر نخواهد داد مگر خود آن قوم بخواهد.<sup>۱</sup>

۲- سوره رعد آیه ۱۱

۱- سوره مائده آیه ۲

ادامه از صفحه ۱  
گله می کردند که چرا از خارج کاغذ می خرید و از صنایع کاغذ داخلی حمایت کنید امروز بدون در نظر گرفتن صنایع کارتونی با قیمتها بازی می کنند. اگر از روز اول به جای مدیران بالفطره، کاغذسازان و کارتونی سازان بالفطره کاغذ و کارتونی را هدایت می کردند به یقین صنعت کارتونی در ایران این قدر بی در و پیکر نبود. در این میانه به نظر می آید بعضی نیز علاقه مند به خرید سهام شرکتهای کارتونی سازی و کاغذسازی شده اند! البته همیشه عده ای هستند که اگر بخواهند حرفی بزنند و یا حمایتی انجام دهند ابتدا باید بطور رسمی احساس قیومیت کنند. اما راه نجات چندان دور از دسترس نیست. "تعاونوا علی البر و التقوی"<sup>۲</sup>. قدرت تعاونی، به ویژه اگر اعضای آن را سرمایه گذاران واقعی و درگیر صنعت کارتونی تشکیل داده باشند، بیش از هر نهاد و یا سازمان دولتی و حکومتی است که بخواهد در این بخش سرمایه گذاری کند. با تشکیل تعاونی کارتونی سازان کشور بزرگترین کارخانه صنعت کارتونی در منطقه را می توان راه اندازی کرد و

# اطلاعیه مهم

لطفاً توجه کنید

## سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران ۸۳-۱۳۸۲

گزارش:

نخستین راهنمای صنعت و خدمات بسته بندی ایران علی رغم زمان کوتاهی که برای تهیه آن صرف شد (۳۰ روز در سال ۱۳۷۷) و علی رغم کاستی هایی که در آن بود، بسیار به موقع و کارآمد واقع شد. این کتاب در تمام نمایشگاه های تخصصی مربوطه در زمان انتشار خود پرفروش ترین راهنمای این صنعت بوده است. دومین راهنمای صنعت و خدمات بسته بندی در اواخر سال ۷۹ با کیفیت و اطلاعاتی به مراتب بهتر و کاراتر منتشر شد و کارگشای بسیاری در داخل و خارج ایران شد.

و اینک سومین راهنمای صنعت و خدمات بسته بندی آماده معرفی شما دست اندرکاران بسته بندی به جویندگان است.

این کتاب تنها مرجع اطلاعاتی بسته بندی است که در سفارتخانه های ایران در خارج از کشور مورد استفاده قرار گرفته است. این کتاب تنها مرجع اطلاعاتی شناخته شده برای بسته بندی است که در وزارت صنایع مورد بهره برداری قرار گرفته و نیز توسط آن به فروش می رسد.

از تمامی دست اندرکاران صنعت و خدمات بسته بندی دعوت می شود که پس از رویت این اطلاعیه مشخصات فارسی و انگلیسی خود را (بر اساس طبقه بندی زیر) به دفتر ماهنامه چاپ وبسته بندی اعلام نمایند.

## ! درج مشخصات زیر رایگان است!

اطلاعات فارسی و انگلیسی لازم برای درج در سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران:

⊙ نام: ⊙ Name:

(منظور از «نام»، عنوان شناخته شده شرکت، موسسه و... است و در صورتی که نام شناخته شده بانام کامل ثبتی تفاوت دارد، نام ثبتی پس از نام مصطلح در پراتنژ قید شود. مانند: دیدگستر (شرکت خدمات بازرگانی دیدگسترباختر) خواهشمند است نامی که در پراتنژ می آید بی کم و کاست، همان نام ثبت شده در اوراق ثبتی شرکت باشد.)

⊙ نوع:

(منظور از «نوع»، وضعیت شرکت از لحاظ ثبتی است. یعنی «سهامی خاص»، «سهامی عام»، «بامسئولیت محدود»، «تضامنی» و... خواهشمند است شرکتهای «سهامی خاص تحت پوشش یا وابسته» و شرکتهای «سهامی عام»، سه سهام دار اول خود را از نظرمیزان سهم با قید نام و درصد سهم معرفی نمایند.)

⊙ وابسته به:

⊙ زمینه فعالیت:

⊙ مدیر عامل:

⊙ تماس با:

(منظور از «تماس با»، معرفی فرد یا افرادی است که در مورد خدمات سازمان مذکور پاسخگو بوده و اطلاعات کافی را در اختیار دارند. این قسمت با ذکر سمت اعلام شود.)

⊙ دفتر مرکزی +(ساعات کار):

⊙ سایر دفاتر +(ساعات کار):

## ① کارخانه + (ساعات کار):

## ① امکانات:

«امکانات» در مورد موسسات و شرکتهای خدماتی، معرف ماشین آلات یا ابزاری است که خدمات سازمان مذکور را تعیین می کنند.  
«امکانات» در مورد شرکتهای تولیدی، معرف تولیدات است.

## ① عضو اتحادیه / انجمن / سندیکا / تشکل / تعاونی:

(منظور از «عضو اتحادیه / ...» نام اتحادیه ها، سندیکاها و تعاونی هایی است که واحد مذکور در آن عضویت دارد. در صورت عضویت در مراکز فوق، این قسمت حتما پر شود.)

## ① Email:

## ① پست الکترونیک:

## ① Web:

## ① نشانی اینترنت:

(لطفا پست الکترونیک و نشانی اینترنت خود را (در صورت داشتن) بسیار واضح، درشت و خوانا بنویسید.)

## توجه:

درج نوع نمایندگی اعم از «نماینده فروش»، «دفتر فروش»، «نماینده انحصاری» و ... با ذکر نام شرکت اصلی در مورد واحدهای بازرگانی به درک صحیح مخاطب و جلوگیری از اتلاف وقت در تماسها کمک شایانی می کند.

## نکات بسیار مهم:

### - درج مشخصات فوق رایگان است ->

- به دلیل طبقه بندی اطلاعات و صفحه بندی بر اساس حروف الفبا علی رغم میل باطنی از پذیرش اطلاعاتی که پس از مهلت مقرر دریافت شود معذوریم.

- راهنمای صنعت و خدمات بسته بندی یک کتاب دوساله است لذا خواهشمندیم اطلاعات ارسالی با توجه به این مدت زمان تنظیم شود.

- فضای رایگان برای درج اطلاعات شرکتهای محدود است، لذا خواهشمند است اطلاعات خود را کامل، کوتاه و مفید ارسال فرمایند.

## درج آگهی

در سومین راهنمای صنعت و خدمات بسته بندی امکاناتی نیز برای درج آگهی های رنگی و سیاه سفید شما تدارک دیده شده است.

## ماهنامه صنعت بسته بندی:

نشانی پستی: تهران / صندوق پستی ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵ / تلفن: ۸۹۵۱۹۱۱ / فکس: ۸۹۵۱۹۱۴  
ملاقات حضوری: تهران / خیابان وصال شیرازی / خیابان ایتالیا / نبش خیابان قدس / شماره ۱۲۸ / واحد ۴

## فرم درج اطلاعات رایگان

فرم مخصوص درج اطلاعات رایگان در کتاب به زودی برای مشتریان ماهنامه صنعت بسته بندی و کسانی که مشخصات ایشان در کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ۸۱-۸۰ درج شده ارسال خواهد شد.

کسانی که اطلاعات درج شده از آنها در کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ۸۱-۸۰ تغییر کرده برای جلوگیری از هرگونه اشتباهی با دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی تماس حاصل کنند.

علاقتمندان به درج اطلاعات در سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران به صورت تلفنی یا به وسیله فکس نیز می توانند اطلاعات خود را طبق طبقه بندی درج شده در بالا اعلام کنند.



# فرم درج اطلاعات رایگان در سومین کتاب صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

توجه داشته باشید که این کتاب هر دو سال منتشر می‌شود. لطفا اطلاعات خود را مطابق با دو سال آینده تنظیم کنید.

نام سازمان: .....

لطفا نام را با حروف درشت و خوانا با حروف جدا از هم در مستطیلهای زیر بنویسید

سال تاسیس:

نوع ثبت:  سهامی عام  سهامی خاص  با مسئولیت محدود  موسسه  هیچ کدام

در صورت سهامی عام لطفا نام و درصد سهم سه سهامدار عمده را بنویسید

لطفا با حروف بزرگ بنویسید

مدیر عامل/مدیر مسئول/مدیر: .....

لطفا با حروف بزرگ بنویسید

تماس با: .....

زمینه فعالیت:

دفتر مرکزی + ساعات کار

دفاتر نمایندگی:

کارخانه:

امکانات:

عضو اتحادیه/انجمن/سندیکا/تعاونی/.....

Name: .....

## ◆ درج اطلاعات رایگان به زبان انگلیسی

لطفا نام را با حروف درشت و خوانا با حروف جدا از هم در مستطیلهای زیر بنویسید

Field: (زمینه فعالیت) .....

لطفا مختصر و مفید و خوانا بنویسید

Contact to: (نام فرد مطلع و پاسخگو) .....

Address: (بهترین و کوتاه‌ترین نشانی پستی) .....

لطفا مختصر و مفید و خوانا بنویسید

Email: .....

لطفا خوانا بنویسید

Web: .....

لطفا خوانا بنویسید

با توجه به توضیحات مندرج در بند «ب» بروشور پیوستی، بخش یا بخشهای مورد نظر را که علاقه‌مند به درج مشخصات خود در آن هستید علامت بزنید

ماشین‌سازی	کاغذ و مقوا	پاکت، کیسه و ساک	بسته‌بندی چوبی	خدمات چاپهای ویژه (تامپو، اسکرین، هلوگراف، آفست خشک)	بسته‌بندی پلاستیکی
تعمیرات و قطعات	چسب	رنگ و رزین (مرکب)	سایر لوازم بسته‌بندی	خدمات چاپ (فلکسو و گراور)	بسته‌بندی فلزی
قالب‌سازی دایکات	مواد شیمیایی جانبی	مواد شیمیایی جانبی	خدمات چاپ (آفست لیتوگرافی)	چاپ لیبل	بسته‌بندی شیشه‌ای
قالب‌سازی صنعتی	کارتن	کارتن	سایر خدمات چاپ	سایر خدمات چاپ	بسته‌بندی کاغذی و مقوایی
فیلمهای پلاستیک					

رسانه‌ها  
تشکلهای اتحادیه‌ها، تعاونی‌ها، انجمنها، ...  
مشاوره و بازرگانی مواد و ماشین‌آلات

لمینیت  
برش رول  
رول بازکنی  
خدمات بسته‌بندی  
مراکز تحقیقاتی

خدمات چاپهای ویژه (تامپو، اسکرین، هلوگراف، آفست خشک)  
چاپ لیبل  
سایر خدمات چاپ

بسته‌بندی چوبی  
سایر لوازم بسته‌بندی  
خدمات چاپ (فلکسو و گراور)  
خدمات چاپ (آفست لیتوگرافی)

پاکت، کیسه و ساک  
بسته‌بندی پلاستیکی  
بسته‌بندی فلزی  
بسته‌بندی شیشه‌ای  
بسته‌بندی کاغذی و مقوایی

کاغذ و مقوا  
چسب  
رنگ و رزین (مرکب)  
مواد شیمیایی جانبی  
کارتن

# نمونه هایی از طراحی بسته بندی شکلات

برگرفته از مجله Packaging ترجمه سهیل پهره‌ای



از Gubor and Kraft Jacobs suchard, Lindt جمله شرکت‌هایی هستند که از FormPack پیروی می‌کنند.

طراحی و تولید خوب، تضمین‌کننده زندگی طولانی شکلات‌های قلبی Milka در محیطی به رنگ بنفش شده است. نوار قرمز رنگ ایمنی چسبانی که بر روی بسته وجود دارد نقش حفاظت از جعبه را در برابر دستکاری یا تقلب بر عهده دارد. این نوار به سادگی و به طور کامل در هنگام باز کردن جعبه از روی آن برداشته می‌شود. حتی پس از اتمام شکلات‌ها، جعبه قابل استفاده برای مصارف دیگر می‌باشد در حالی که همچنان زیبایی خود را حفظ کرده است.

گوشه‌های تیز و زاویه‌دار در این بسته‌بندی به چشم نمی‌خورد. با استفاده از چند تاخوردگی و چند مرحله چسب‌کاری لبه‌های این جعبه تا حد قابل قبولی محکم است که البته این استحکام به وسیله نوارهای انعطاف‌پذیر بیشتر شده است. این نوارها در حالت دادن جعبه به شکل قلب کمک فراوانی کرده است.

شیرینی‌های قلبی کوچک MILKA به نام mini me استراتژی خاص خود را برای بازاریابی دارد. در زمانی که بسته‌بندی بزرگ این شیرینی پیروزی



لزوم بتوان آن را هدیه داد. خصوصا هنگامی که تعطیلات یا جشنی نزدیک باشد.

FormPack، فن‌آوری بسته‌بندی که تاکنون جوایز متعددی را به خود اختصاص داده است، سعی در شناختن بیشتر نیازهای بازار و طراحی بسته‌بندی‌هایی با جاذبه بیشتر دارد. sprungli

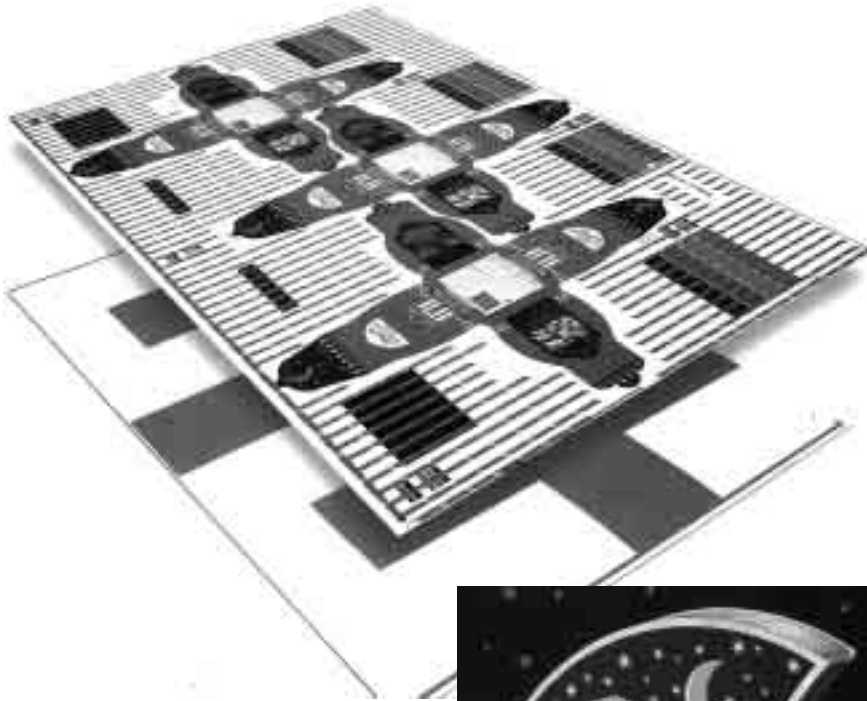


ستاره Gubor به آرامی در جعبه نقاشی شده با آبرنگ سوسو می‌زند. جعبه شکلات‌های بالایی همانند اکثر بسته‌ها از چهار قسمت تشکیل شده است: درپوش، کف جعبه و دو دریچه. همچنین لایه درونی دولایه که موجب استحکام جعبه می‌شود. ستاره که طراحی از آقای Hans Gundlach می‌باشد در پنج رنگ چاپ شده و ترکیبی است از فویل طلایی رنگ برجسته‌کاری شده و لایه‌ای به رنگ فرابنفش.



انحنای ملایم در جعبه جانشین لبه‌های تیز شده است. طراحی ابتکاری که شکلات‌های مغزبادام‌دار را به صورت جعبه کادویی بسیار زیبا بسته‌بندی کرده است ثابت کرد که این نوع جعبه‌ها حتما نباید گوشه‌دار باشند. امروزه گرایش مردم به گونه‌هایی از بسته‌بندی است که دارای طراحی احساسی‌تری باشند تا در صورت





روش‌هایی که فنادی‌ها به کار می‌برند تهیه می‌شوند. آنها را با روش شکل دادن با استفاده از حرارت (thermoform) تولید می‌کنند. در پایان قلب‌ها با عبور از دستگاهی تمام اتوماتیک به نوار حفاظتی که در ابتدا از آن سخن گفته شد مجهز می‌شود.



## پیشرفته‌ترین ماشین آلات

وکیوم فور مینگ، وکیوم  
ترموپک و اسکین پک

مدرنترین ماشین آلات

شرینک پک تونلی، محفظه‌ای،  
شرینک پالت، استرچ پالت

و ماشین آلات مدرن بسته‌بندی

شرکت صنعت گزین ۵۲۵۳۱۹۹-۵۲۵۶۴۴۶

در سید خرید خود بیاندازند، که این راهکار بسیار پرفایده واقع شده است.

قلب‌های کوچک از نظر تولید بسیار به صرفه هستند. در رنگ آمیزی جعبه‌های آنها از شش رنگ استفاده شده است و درون جعبه‌ها نیز روکش شده است. این شکلات‌ها مشابه

بزرگی در بازار به دست آورده بود، این شرکت همان محصول را در اندازه کوچک تولید و در معرض دید مشتاق خریداران گذاشت.

از آن جایی که وزن این شکلات‌ها تنها ۷۵ انس می‌باشد، (هر ounce معادل ۲۸/۳۵ گرم است) در اکثر سوپرمارکت‌ها آنها را در قفسه‌هایی که در کنار گیشه پرداخت قرار دارند می‌گذارند تا خریداران وسوسه شوند و در آخرین لحظه آنها را

## گرافیک طلاها



طراح و سازنده ماشین آلات مهر سازی، کلیشه سازی و لیتوگرافی  
طراحی و ساخت انواع کلیشه‌های لاستیکی، ژلاتینی  
و ناپایون پرینت (تا ابعاد ۱۰۲ × ۷۶) جهت چاپ کارتن  
چاپ فلکسو و ظروف یکبار مصرف (مجهز به Post Exposure)

افتخار ما، خدمت بیش از یک دهه در صنعت مهر و کلیشه سازی

دفتر مرکزی: خیابان انقلاب، مقابل خیابان خارک، شماره ۸۴۹، طبقه دوم، شماره ۴ تلفن: ۶۴۶۵۴۱۵-۶۴۹۹۰۵۶  
کارگاه: تهران، خیابان شهید نامجو (گرگان)، مقابل کوچه زیبا، شماره ۱۰۵ تلفن: ۷۵۲۹۷۳۸ فاکس: ۶۴۶۵۴۱۵

# راهکارهایی برای جلوگیری از جعل علامت

برگرفته از مجله PFFC ترجمه سهیل چهره‌ای

**به عنوان اولین گام باید اقسام این معضل و زمینه‌های آن را بررسی کرد. باید بدانید که با جعل محصول مواجه هستید یا جعل بسته بندی.**

برنامه‌ای برای حفاظت از علائم و محصولات که باید تلفیقی از برنامه‌های سنتی و مدرن باشد و با استفاده از ایده‌های نو بتواند صاحبان صنایع و علائم را همواره یک گام جلوتر از جاعلان نگاه دارد.

در پایان برنامه‌های حفاظتی باید توجه خاصی به ارتباطات داشته باشد. تمامی صاحبان صنایع باید مشخص کنند که چه اطلاعاتی را می‌توان در اختیار دیگران گذاشت و پخش شدن چه اطلاعاتی محدودیت دارد.

توجه به این نکته ضروری است که فقط تعداد افراد معدودی مجاز به دسترسی به جزئیات برنامه‌های یک موسسه می‌باشند.

پانوشت .....  
Westvaco Brand Secrity Inc - ۱



شما به این کتاب

نیاز دارید

فقط

۲۵۰۰ تومان!

با دفتر مجله

تماس بگیرید

کرده‌اید باید تیمی منسجم، متشکل از طراحان علامت، وکلای مجرب و کسانی که قادر به تصمیم‌گیری‌های مهم باشند را جمع‌آوری کنید و قادر به طراحی سیستمی باشید که از درز کردن اطلاعات مهم و کلیدی موسسه به بیرون جلوگیری کند. موسسات همچنین باید نیم‌نگاهی به دیگر صنایع داشته باشد چرا که ممکن است آنان نیز با مشکلات مشابهی در حال دست و پنجه نرم‌کردن باشند. اتحاد و سرمایه‌گذاری مشترک در این مورد می‌تواند سبب وضع قوانین جدیدتر و بهتری از طرف قانون‌گذاران باشد و باعث جلب نظر ارگان‌های نظارتی برای توجه بیشتر بر این قضیه شود.

## ارزیابی موقعیت

به عنوان اولین گام باید اقسام این معضل و زمینه‌های آن را بررسی کرد. باید بدانید که با جعل محصول مواجه هستید یا جعل بسته بندی. آیا محصول کاملاً جایگزین شده یا کیفیت آن پایین آورده شده است؟ چه قسمتی از بازار به اجناس تقلبی آلوده شده و به چه میزان؟ چه مقدار از این اجناس از راه‌های قانونی وارد چرخه توزیع شده است؟

هنگامی که بررسی‌های اولیه به پایان رسید، باید راه‌کارهای نهایی جلوگیری از جعل عنوان، بررسی و به مورد اجرا گذاشته شود. میزان تاثیر این پدیده بر موسسه شما نیز باید دقیقاً اندازه‌گذاری شود.

## بررسی واقعیات

کنترل کردن، جلوگیری کردن، تحت تعقیب قراردادن یا دستگیری؟

یکی از نکات اساسی در برنامه حفاظت علائم شناخت اولویت‌هاست. کنترل و پیشگیری موثر است یا در تله انداختن، تحت تعقیب قراردادن، دستگیری مجرمین و یا تلفیق تمامی این اعمال. انتخاب هر کدام از عوامل بالا بستگی به شدت خسارات، میزان دانسته‌های شما از مشکل و اصول کلی و روش‌های کاری هر موسسه دارد که البته تمامی اینها با توجه به تفاوت‌های محلی و فرهنگی قابل تغییر هستند.

## پیدا کردن راه‌حل مناسب

پس از بررسی علل و عوامل، زمان آغاز برنامه‌های مشخص و فراگیر فرا می‌رسد.

طبق بررسی‌هایی که توسط موسسه حفاظت علامتها وست‌واکو<sup>(۱)</sup> WBS (از شرکت‌های پیشرو در تهیه و اجرای برنامه‌های حفاظتی مواد فاسدشدنی و دستگاه‌های وابسته به آن) صورت گرفت جعل علامت به یکی از بزرگ‌ترین و رو به رشدترین مشکلات صاحبان آن تبدیل شده است. مشکلاتی که خسارت‌های ناشی از آن سالانه ۱۵ درصد رشد دارد و بالغ بر ۱/۵ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. بر اساس آمار سازمان تجارت جهانی ۵ تا ۷ درصد از کل معاملات در جهان بر پایه اسامی و علامت‌های تقلبی صورت می‌گیرد.

اما چیزی که برای مبارزه با این روند فزاینده مورد نیاز است همانا تحقیق و داشتن دیدی پویش‌گرانه و توجه بیشتر نسبت به پیامدهایی است که جعل علامت می‌تواند برای صاحبان آن داشته باشد. اینها سخنان دکتر J.E.Parker، معاون بخش فن‌آوری موسسه WBS می‌باشد که در ادامه نیز سعی در بررسی جزء به جزء راه‌کارهای مبارزه با جعل علامت دارد.

## مالکیت

اقسام مختلف جعل که شامل تولید یک محصول به همان نام و بسته بندی ولی با کیفیت پایین‌تر، نسخه‌برداری بدون اجازه، بسته بندی محصولات در بسته بندی‌های نامناسب، جانشین‌سازی، دستکاری کردن برچسب‌ها و خرید و فروش اجناس دزدیده شده می‌شود، روز به روز ابعاد گسترده‌تری می‌یابند.

جعل علامت در نگاه نخست باعث از بین رفتن درآمد و کاهش سوددهی می‌شود. در گام بعدی موجب خسارت و بدنامی موسسات می‌شود و نهایتاً این که بی‌اعتنایی به این پدیده باعث افت کیفیت محصولات و در نوسان شدید بودن قیمت‌ها خواهد شد.

موفقیت در برنامه‌های مبارزه با جعل علامت مستلزم این است که این آگاهی به مدیران بزرگ داده شود که جعل تا چه اندازه برای علامت اختصاری آنان و به تبع آن، اعتبار موسسه خطرناک می‌باشد. از این طریق است که می‌توان برای همکاری مدیران با این موضوع حساب ویژه‌ای باز کرد.

## تشکیل گروه کاری

اکنون که توجه مدیران بزرگ را جلب



# یک روز از زندگی بسته‌بندی هوشمند

نوشته David J. Bentley Jr. برگرفته از مجله PFFC ترجمه سهیل چهره‌ای

**بسته شیرینی‌های شکلاتی را می‌توان موفق‌ترین نوع بسته‌بندی از این نوع به حساب آورد. این بسته‌بندی‌ها به قدری هوشمند هستند که می‌توانند با استفاده از اثر انگشت، افرادی که قند خون بالا دارند را شناسایی کنند.**

موفق‌ترین نوع بسته‌بندی از این نوع به حساب آورد. این بسته‌بندی‌ها به قدری هوشمند هستند که می‌توانند با استفاده از اثر انگشت، افرادی که قند خون بالا دارند را شناسایی کنند. به محض تماس انگشت فرد با بسته، به وسیله یک Chip که مجهز به پخش‌کننده صدا می‌باشد هشدار می‌دهد به شخص داده می‌شود مبنی بر این که این بسته محتوی مقدار زیادی قند است و مصرف آن می‌تواند برای سلامت شما مضر باشد.

آیا این فقط یک داستان تخیلی است؟ این بستگی به سالی که در آن اتفاق می‌افتد دارد. ممکن است برای یک یا دو سال آینده کمی دور از انتظار به نظر آید. ولی پنج یا ده سال آینده، بدون شک اتفاق خواهد افتاد.

بسته‌بندی‌های هوشمند تمامی اعمالی را که در این داستان تخیلی اتفاق افتاد به مرحله اجرا خواهند گذاشت. هدف نهایی در آینده این خواهد بود که این نوع بسته‌بندی‌ها باهوشتر از کسانی باشند که آنها را می‌خرند و استفاده می‌کنند.

## همایش فرزندان موفق

موسسه مشاهیر موفق طی نامه‌ای به دفتر ماهنامه اعلام کرد همایش فرزندان موفق و همایش معجزه یادگیری از سوی این موسسه برگزار می‌شود. این موسسه زیر نظر وزارت ارشاد بوده و تلفن آن ۶۴۰۲۲۸۴ است.

کسی که قصد رفتن به فروشگاه دارد بگذارد. تعدادی از بسته‌ها با هم گفتگویی راجع به لیست برنامه غذایی منزل برای چند روز آینده ترتیب داده‌اند. برنامه‌ای که نشانگر نیازهای جدید غذایی می‌باشد. بسته‌بندی نان و پاکت کره بادام‌زمینی همیشه در طی روند فهرست‌برداری جنب و جوش خاصی دارند. چه انتظاری از خانواده‌ای که دو پسر نوجوان دارد می‌توان داشت؟

بسته‌بندی گوشت سینه مرغ بسیار افسرده به نظر می‌رسد. در طول شب گذشته برق به مدت ۹۰ دقیقه قطع شده بود و این باعث شد که درجه حرارت یخچال چند درجه‌ای افزایش پیدا کند. بسته مرغ مشغول محاسبه بود که آیا هنوز محتویات درونش برای مصرف انسان مناسب است یا خیر. اگر مناسب نیست بسته‌بندی سینه مرغ باید این تغییر را نشان دهد. همه بسته‌بندی‌های هوشمند در این روز هیجان خاصی دارند. اول آپریل تاریخی است که ANSEM بسته‌بندی برگزیده سال را انتخاب می‌کند. ANSEM انجمنی است برای انتخاب بسته‌بندی‌های هوشمند که در واقع هوشمندتر از بقیه می‌باشد. پذیرفته شدن در این انجمن افتخاری است که تولیدکنندگان بسته‌بندی‌های هوشمند همه ساله در انتظار آن هستند.

بسته شیرینی‌های شکلاتی را می‌توان

تاریخ: اول آپریل، مکان: هر منزلی می‌تواند باشد، ساعت: ۴/۳۰ صبح. خیلی زودتر از آن که اعضای خانواده از خواب بیدار شوند.

اما برای بسته‌بندی‌های هوشمندی که در یخچال، کمد یا قفسه‌های آشپزخانه قرار دارند خیلی زود نیست. بعضی از آنها در نیمه‌های شب برای انجام وظایفشان از خواب بیدار شده‌اند.

پاکت شیر تازه درون یخچال لحظات سختی را تجربه می‌کند. در اواسط نیمه شب طرح‌های رنگی و نوشته‌های روی پاکت به خطوط مشکی و قرمزی تبدیل شده‌اند که این جمله را نمایش می‌دهند: «غیر قابل استفاده» نیمه شب پایان زندگی بود که ده روز قبل کارخانه شیرفروشی آن را با ثبت تاریخ تولید آغاز شده اعلام کرده بود.

شیر گریبان با خود می‌گوید: «این پایان کار من است. اولین کسی که در یخچال را باز کند و جمله هشداردهنده نوشته بر روی پاکت را بخواند، جای من در سطل زباله خواهد بود.» اما بسته باز شده گوشت در انتهای یخچال هیچ ابراز همدردی با پاکت شیر نمی‌کند و می‌گوید: «بالاخره روزی این اتفاق می‌افتاد. من روزهاست که در گوشه‌ای از یخچال بلااستفاده افتاده‌ام. هیچ کس از اعضای خانه اشتیاقی برای خوردن تکه‌های باقیمانده درون بسته را ندارد. آیا می‌توان آنها را متهم کرد؟ اگر بخواهیم در این ماجرا به دنبال مقصر بگردیم همانا کسی جز نوشته‌های روی بسته‌بندی نمی‌باشد.

نوشته‌های بر روی بسته‌بندی اطلاعاتی را راجع به محتویات درون بسته در اختیار کسانی که قصد استفاده از آن را دارند می‌گذارد: «توجه! این محصول حاوی میزان زیادی چربی و کلسترول می‌باشد که ممکن است با خوردن آن میزان این مواد در بدن شما از حد مجاز فراتر رود.» بسته‌های مختلفی که در آشپزخانه وجود دارند مشغول فهرست‌برداری از خود هستند تا مشخص کنند که کدامیک از آنها به مرحله‌ای رسیده‌اند که باید مجدداً سفارش داده شوند. ساعت ۶ صبح هر روز تمام بسته‌هایی که در منزل وجود دارند باید اطلاعات کاملی از وضعیت خود را در اختیار کامپیوتر مرکزی منزل بگذارند. این کامپیوتر توسط افراد منزل کنترل می‌شود. کامپیوتر به این اطلاعات نیاز دارد تا لیست جدیدی را در اختیار

مقواپست پستی  
در اندازه و گراماژ مختلف  
فروش به قیمت تجارتي با تسهیلات ویژه توسط واردکننده  
شرکت کاغذ بخراد  
تلفن: ۶۴۱-۵۳۱ - ۶۴۱-۶۷۰ - ۶۴۶۲۵۵۹ فاکس: ۶۴۱-۵۷۲

# آینده فویل های آلومینیومی

نوشته Gene Leo مدیر برنامه ریزی مؤسسه تحقیقاتی امگا به نقل از نشریه PFFC ترجمه سهیل چهره ای

در طول دهه گذشته صنعت جهانی آلومینیوم شاهد تحول بزرگی بود که اوج آن در آگوست سال ۱۹۹۹ به وقوع پیوست. خبری که حکایت از ادغام پنج شرکت مادر این صنعت (Reynolds, Alcoa, Pechiney Algroup, Alcan, به دو شرکت داشت. اگر چه در نهایت این عمل منجر به این شد که شرکت Pechiney به عنوان یک موسسه مستقل کماکان به فعالیت خود ادامه دهد، اما این یکپارچگی بزرگ باعث به وجود آمدن دو زوج بزرگ در سطح جهان شد. Alcoa/Reynolds و Alcan/Algroup تولیدکنندگان بزرگی شدند که کار آنها به تولید شمش های آلومینیوم محدود نمی شد. بلکه آنها تبدیل به عظیم ترین تولیدکنندگان لفافه های بسته بندی شدند و تامین قسمت عمده بسته بندی های چند لایه را در سطح بین المللی بر عهده گرفتند.

در سال ۲۰۰۱، Alcan, Alcoa کلمه آلومینیوم را از مقابل نام تجاری مؤسسه خود حذف کردند تا بر این نکته تاکید کنند که حوزه فعالیت آنها فقط در ارتباط با آلومینیوم نمی باشد. این تغییر گرایش به سمت بسته بندی های قابل انعطاف، شرکت های تولید آلومینیوم را قادر ساخت تا اولاً وابستگی خود را به آلومینیوم خام کمتر کنند. ثانیاً محصولی تولید کنند که در مقابل تغییرات اقتصادی و کساد بازار کمترین تاثیر را بپذیرد. ثالثاً ارزش افزوده در صنعت آلومینیوم ایجاد شود.

این روند یکپارچگی در مقیاس کوچک تر در میان شرکت های آلومینیومی محلی در بیرون از آمریکا و اروپای غربی نیز رخ داد. به عنوان مثال می توان از یک شرکت روسی به نام Aluminium Russian و یک شرکت هندی به نام Hindalco and Sterlite یاد کرد. اما در سوی دیگر تولیدکنندگان ورقه های آلومینیومی چینی هنوز به شکل ۹۴ تولیدکننده مجزا مشغول به کار هستند. همه روزه در چین شرکت های بسیاری به خاطر حجم بالای تقاضا در بسته بندی تاسیس می شوند. همچنان که نیاز به مصرف بسته بندی در کشور چین افزایش پیدا می کند، چندین تولیدکننده عمده مواد اولیه در این کشور در حال ظهور هستند.

## بسته بندی های آلومینیومی در تکاپوی تغییرات برای ایجاد رقابت و بازگشتی نو به بازار هستند.

### ساخترهای اولیه و مهم بسته بندی های فویلی

بر طبق نظر انجمن بین المللی آلومینیوم، ورقه های آلومینیومی به سه بخش عمده تقسیم می شوند:

۱ = فویل های خانگی / شرکتی

۲ = ظروف نیمه سخت

۳ = بسته بندی های قابل انعطاف

فویل های خانگی / شرکتی بیش از ۴۰ درصد از مصرف کل این محصول را به خود اختصاص می دهند. این فویل ها در بیش از ۹۰ درصد خانه ها دیده می شوند اما رشد آنها در آینده منوط به میزان رشد جمعیت می باشد.

محفظه های نیمه سخت (ظروف آلومینیومی) برای استفاده در بسته بندی غذاهای پخته، غذاهای آماده و حمل و نقل غذای رستوران های به کار برده می شوند.

همه ساله حدود ۷ میلیارد عدد ظرف آلومینیومی در اندازه و شکل های مختلف در شمال آمریکا استفاده می شود. آنها ارزان قیمت، کم وزن و چند منظوره هستند.

در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ تقاضا برای خرید ظروف آلومینیومی به یکباره کاهش یافت ولی در اواخر دهه ۹۰ با توجه به نیاز مردم به خاطر به همراه بردن غذا به بیرون از منزل، این روند رو به افزایش نهاد.

مؤسسه Omega معتقد است که کل تقاضا در این بخش تا سال ۲۰۰۵ سالانه کمتر از ۲

درصد رشد خواهد داشت که این مهم به دلیل اقتصاد ناپویا و کاهش درآمدهای موجود خواهد بود.

بخش سوم یعنی بسته بندی های انعطاف پذیر شامل کیفها، کیسه های کوچک، لفافه های پوشاننده، تیوبهای چندلایه، اسپتیک ها، قوطی های آلیاژی و بسته بندی وسایل پزشکی می باشد.

مصرف بسته بندی های قابل انعطاف در دهه ۱۹۹۰ سالانه ۳ درصد رشد داشته است. مؤسسه Omega بر این باور است که این نوع بسته بندی در زمره پرطرفدارترین بسته بندی فویلی تا سال ۲۰۰۵ باقی خواهد ماند. این رشد به دلیل تبدیل مستمر از سیستم های سخت به نیمه سخت می باشد.

با بالا رفتن قیمت بسته بندی ها، شرکتهای تولیدکننده کالاهای بسته بندی شده به این جمع بندی رسیدند که بسته بندی های انعطاف پذیر:

الف = مواد اولیه کمتری نسبت به بسته بندی های دیگر مصرف می کنند.

ب = از نظر قیمت تمام شده مقرون به صرفه هستند.

پ = امکان چاپ همه نوع نوشته و علامت گرافیکی بر روی برچسب های بسته بندی های سخت وجود ندارد

د = قابلیت بسته بندی مجدد در بسته بندی های زپ دار و چسباندن بیش از پیش باعث جلب نظر مشتریان شده است.

### رقابت در به دست آوردن بهترین و ارزان ترین ماده اولیه برای بسته بندی

بسته بندی های آلومینیومی بطور پیوسته با دیگر انواع آن از قبیل پلیمرهای روکش شده و

#### میزان مصرف بسته بندی های فویلی

میزان مصرف در سال ۲۰۰۵ (mmlb)	میزان کل درخواست بر حسب درصد کل	متوسط رشد سالیانه بین ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۵	
۳۴۰	%۴۳	%۰/۹	فویل های خانگی
۱۸۵	%۲۳/۴	%۱/۵	ظروف نیمه سخت
۲۶۵	%۳۳/۶	%۲/۶	بسته بندی های انعطاف پذیر
۷۹۰	%۱۰۰	%۱/۷	کل

5L DIE CLEVERE GROSSE

Mehrwegflasche  
1,5 L

Pfand zurück



لایه‌های آنتی‌اکسیدان در رقابت هستند. چندین سال قبل از ورقه‌های روکش‌دار به جای برچسب‌های آلومینیومی بر روی بطری‌ها استفاده می‌شد و در بسته‌بندی غذاهای سبک و پاکت‌های قهوه نیز ورقه‌های نازک اندود شده کاربرد بسیاری داشتند.

در اواسط دهه ۱۹۸۰، جعبه‌های دوجداره عایق گرما که برای محافظت از غذا بخصوص غذاهای منجمد استفاده می‌شود بازار را در اختیار گرفت. از آن زمان به بعد بود که فویل به خاطر راضی کردن اکثر خریداران و تلفیق زیبایی و قیمت مناسب با یکدیگر، نقش عمده‌تری را در بازار ایفا کرد.

اتیلن‌وینیل‌الکل (EVOH) پلاستیک روکش شده‌ای که دو دهه قبل به بازار معرفی شد، به علت قیمت بالای آن کم‌کم فروش خود را از دست داد. همچنین قیمت بالای ورقه‌های آنتی‌اکسیدان (مثل اکسید آلومینیوم و سیلیکن بر روی پلی‌استر) استفاده از آن را در امریکا محدود کرد.

### چشم‌انداز و فرصت‌های تجاری

با وجود پیش‌بینی‌های مؤسسه Omega برای رشد سالانه ۱/۷ درصد در صنعت بسته‌بندی فویلی تا سال ۲۰۰۵، تقاضای بازار چیزی بیش از متوسط رشد را نشان می‌دهد. تیوب‌های چندلایه، اسپتیک‌ها و لایه‌های آلومینیومی داخل پاکت‌های سیگار نوید روزهای پرکارتری را به کارگران این صنعت خواهد داد ولی این رشد محدود خواهد بود.

بسته‌بندی‌های سخت، نظر مثبت اکثر مصرف‌کنندگان و سرعت بالای تولید آنها گزینه‌های خوبی برای انتخاب هستند. بر طبق بررسی Omega سالانه حدود ۱۳ میلیارد عدد قوطی فلزی برای بسته‌بندی چهار نوع غذاهای تاریخ مصرف‌دار (غذای حیوانات، ماهی تن، قهوه، سوپ) استفاده می‌شود که از این پس می‌توان از بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر به عنوان جانشینی برای این قوطی‌های فلزی نام برد. سه مورد اول از این طریق هم در اروپا و هم در امریکا قابل بسته‌بندی می‌باشد. ولی سوپ‌های آماده بسته‌بندی شده در پاکت‌هایی که با فویل پوشیده شده‌اند فقط در اروپا قابل استفاده هستند.

بدیهی است که تمامی ۱۳ میلیارد قوطی، قابلیت جایگزینی با بسته‌بندی‌های قابل انعطاف آلومینیومی را ندارند. اما فویل می‌تواند این بازار را بطور مشترک با بسته‌بندی‌های تمام پلاستیکی پوشش دهد. با این وجود رشد ۲/۶ درصدی تقاضا را برای آلومینیوم مصرفی در بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر پیش‌بینی می‌کنیم.

## برانگیختن احساس تشنگی در مردم

برگرفته از مجله The World Of Labels ترجمه سهیل چهره‌ای

شناخته شده‌ای است که نه تنها با ویژگی‌هایی چون قندهای طبیعی و مصنوعی (رژیمی) قابل تهیه است بلکه در بسته‌بندی‌های متفاوت در بازارهای گوناگون فروخته و به طرق مختلف توزیع می‌شود. رنگ‌های آن شبیه چراغ چشمک‌زنی است که تشنگان را وسوسه می‌کند تا بی‌درنگ این نوشیدنی را انتخاب کنند.

با طعم پرتغالی می‌خواهید یا رژیمی؟ نظرتان راجع به نوشابه خانواده با طعم لیمویی چطور؟ برچسب‌های رنگارنگ به مشتریان کمک می‌کند تا انواع مختلف یک محصول را از هم تشخیص دهند. البته Fanta به خودی خود قابل تشخیص است و این برای یک علامت موضوع بسیار مهمی است.

موضوع دیگری که در این زمینه قابل تامل است یا بهتر بگوییم باید باشد، این است که رنگ‌هایی که بطری‌های Fanta را به یادماندنی کرده است، رنگ‌های شاد و تند با سایه روشن‌های زیبا می‌باشد.

پانوشت -----

۱ - Be different or be dawred!

**ایران پلاستیک**  
**جواد عبادی**  
**تولید نایلون و شرینگ**  
**چاپ و بسته‌بندی**  
**تلفن: ۵۶۲۴۱۷۳**  
**فاکس: ۵۶۲۷۵۲۹**  
**موبایل: ۰۹۱۱۲۱۶۰۱۵۵**

در آینده از هر دو نفر در جهان که برای رفع تشنگی خود از نوشیدنی‌های بدون الکل استفاده می‌کنند بدون شک یک نفر مشغول نوشیدن Coca-Cola خواهد بود. آماری دقیق و تا حدی شگفت‌انگیز. این نفوذ فوق‌العاده در بازار نشانگر اوج ثبات (و به تبع آن موفقیت) در بازار رقابتی آخرین روزهای قرن بیستم می‌باشد. این حرکت از زمانی آغاز شد که این شرکت تصمیم گرفت محصولات خود را در بطری تولید و به بازارهای بیرون از آمریکا صادر کند. «بدون بسته‌بندی مدرن، تسخیر دنیا غیرممکن خواهد بود.»  
ادعای فوق دست‌آورد آقای Wieszorek Heinz مدیر ارشد کوکاکولا در آلمان می‌باشد. وی همچنین توجه به این نکته که «متفاوت باش وگرنه محکوم به فنا هستی»<sup>(۱)</sup> را کلید موفقیت خود در بازاریابی می‌داند.

از سوی دیگر محصول و نام تجاری آن باید در میان سایر محصولات مشابه برجسته و شاخص باشد تا بتواند توجه مصرف‌کنندگان را برای انتخاب و خرید آن جلب کند. مسلماً هر چه کالایی شناخته شده‌تر باشد میزان فروش آن نیز بیشتر خواهد بود. برای کمک به تصمیم‌گیری مشتریان در انتخاب از میان سایر نوشیدنی‌ها، این شرکت راه‌کارهای زیر را که بازدهی آنها به اثبات رسیده است پیشنهاد می‌کند:

#### قانون شماره ۱:

اشباع کردن دید مصرف‌کنندگان در همه جا از نماد و علامت کالا.

#### قانون شماره ۲:

تولیدات در طعم‌ها و بسته‌بندی‌های مختلفی تهیه شود تا برای عامه مردم قابل استفاده باشد و تا جایی که ممکن است بتواند سلاقی بیشتری را ارضاء کند.

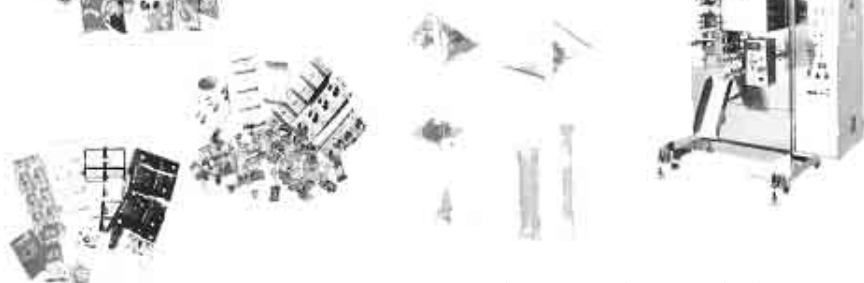
به عنوان مثال Fanta نوشابه غیرالکلی

## شرکت CMEC چین

ارائه‌کننده ماشین آلات بسته‌بندی ساخت چین و تحت لیسانس کمپانی‌های معتبر اروپایی

### ماشین آلات صنایع بسته‌بندی شامل

پرکن و دربند ظروف فنجان‌ی شکل، پرکن و دربند ظروف پلاستیکی، پرکن قوطی با درب Easy Open، پرکن و دربند قوطی کنسرو، پرکن وزنی، پرکن حجمی، پرکن آب میوه و شیر پاکتی، پرکن و دربند روغن مایع، پرکن و دربند مواد روغنی و چسبناک، پرکن مایعات، پرکن پودر و گرانول، دستگاه بسته‌بندی چندکاره، ماشین پرکن ساشه سه گوش، سیستم بسته‌بندی اسپتیک، دستگاه بسته‌بندی و کیوم، ماشین پرکن چای کیسه‌ای



تهران، خیابان میرزای شیرازی، خیابان شهدا، پلاک ۶، طبقه چهارم، واحد ۸، تلفن: ۸۷۱۴۹۶۲ - ۸۷۲۹۳۱۱ - ۸۷۲۹۳۲۵

پست الکترونیکی: usgcmecir@neda.net



## صنایع ماشین‌سازی حرفه‌وفن

نخستین سازنده  
ماشین‌های کات فکی  
در سایزهای مختلف  
و جلدکن شومیز در ایران

تلفن دفتر: ۳۹۲۲۲۶۱ - تلفن فاکس: ۳۹۲۲۲۶۰  
کارخانه: ۰۲۹۲۳۳۲۳۶۵



با هر کاری می‌توان کرد

ماشین‌سازی اندیشه

### چاپ فلکسو (چاپ دورنگ و چاکزن)

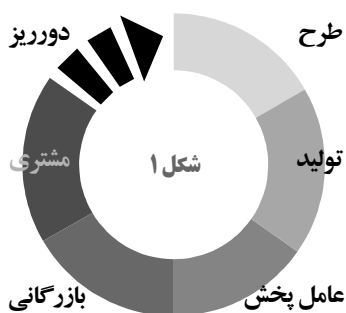
ابعاد سیلندر چاپ ۱۹۸ x ۱۳۰ سانتیمتر  
حداقل و حداکثر چاپ ۲۵ x ۱۲۵ سانتیمتر  
قابلیت کار با کلیشه لاستیکی و ژلاتینی ۳ تا ۷ میلیمتر  
سهولت تنظیم سیلندرها و رنگ  
تغذیه کارتن با کاربر اتوماتیک و کیوم انجام می‌شود  
سرعت چاپ متغیر می‌باشد

مجهز به کاربر زنجیری برای چاپ مقوا و کارتن بی‌فلوت (در صورت سفارش)

تنظیم دقیق محل چاپ در چهار جهت  
نوع رنگ مورد مصرف آبشور می‌باشد  
ظرفیت تولید تا ۵۰۰۰ عدد در ساعت

اصفهان، خیابان امام خمینی، ایستگاه فتوت،  
ماشین‌سازی اندیشه، راستی  
تلفن: ۰۳۱۱ - ۳۸۶۷۸۸۴ - همراه: ۰۹۱۱۳۱۱۳۵۶۷  
فکس: ۰۳۱۱ - ۳۸۶۷۹۶۳  
www.andisheh-machinery.com

# بسته‌بندی و توسعه پایدار



جمعیت در حال دو برابر شدن و استانداردهای زندگی در حال رشد است، از بعد صنعتی به ۷۵٪ کاهش در مصرف منابع به ازای هر واحد نیاز داریم که مسائل جانبی همچون قوانین مالیاتی و فرهنگ مصرف این امر را سرعت می‌بخشد. اگر بخواهیم مطالعات ضایعات بسته‌بندی در کشورمان را با آن چه در بیرون از مرزها در جریان است مقایسه کنیم باید اقرار کنیم که نه از بعد تحقیقات کاربردی دانشگاهی و صنعتی و نه از بعد قوانین موجود برای بازرسی عملکرد واحدهای تولیدی، هنوز مراجع مفید و قابل استفاده‌ای برای مهندسی و مدیریت ضایعات بسته‌بندی معرفی نشده‌اند. در یادداشتهای بعدی از این مبحث بیشتر و تخصصی‌تر خواهیم نوشت...

۱ - از جنبه مهندسی بازیافت، زاویه دید کمی متفاوت است به این صورت که کاهش وزن بسته‌بندی (چه پلاستیکی و چه غیر پلاستیکی) بازوی اقتصادی کارآیی است. چرا که طراحی بسته‌بندی سبک‌تر، هزینه‌های حمل و نقل را کمتر، وزن ضایعات و به دنبال آن حجم لازم به بازیافت را کاهش می‌دهد.

۲ - Packaging and Packaging Waste Directive

۳ - Development of plastics Packaging For the Consumer Market, CRC Press. (۲۰۰۰)

امر اجرا داشت ولی قانون قشر مصرف‌کننده را تنها نگذاشت.

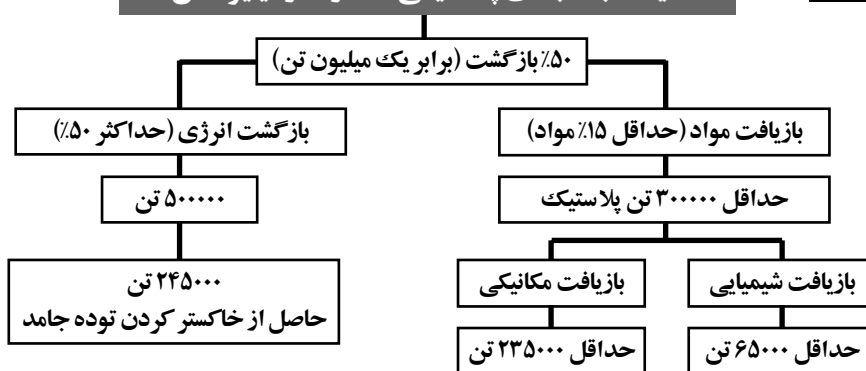
شکل (۲) نشان‌دهنده نموداری است که در سال ۲۰۰۱ برای انگلستان طرح و پیش‌بینی شده است<sup>(۳)</sup>. هر چند ممکن است این آمار خیلی دقیق نباشد ولی نشان‌دهنده رشد فرهنگ درک بازگشت پلاستیکها و تثبیت این فرآیند و تحول مربوط به آن است. قوانین (PPWD) به عنوان پشتوانه اصلی بازیافت بسته‌بندی در اروپا باعث افزایش مسئولیت تولیدکنندگان و حمایت از مصرف‌کنندگان شد. توسعه پایدار که بر سه اصل عدالت اجتماعی، محیط زیست و رشد اقتصادی استوار است، محرکی است که جامعه را به سمت استفاده مجدد از مواد بسته‌بندی سوق می‌دهد. در سال ۱۹۸۷ تعریفی کلی از توسعه پایدار ارائه شد که توجه به نیازهای کنونی، بدون به خطر انداختن نیازهای آینده را مد نظر داشت. اصول این تعریف در سال ۱۹۹۰ در اجلاس ریو با طرح اقداماتی عملی به صورت جدی پیگیری شد و پس از آن بود که کاهش در مصرف منابع برای هر واحد تولیدی به عنوان بخشی از مدیریت منابع ضایعات مورد توجه قرار گرفت. بر اساس تحقیقات موسسه Wuppertal آلمان، برای دستیابی به پایداری اقتصادی در شتابی که

در ابتدا خالی از فایده نیست که این نکته را یادآوری کنم که از دیدگاه یک کارشناس محیط زیست، مسئله طرح، ساخت و بازاریابی بسته‌بندی از یک سو و ملاحظات زیست‌محیطی از سوی دیگر، هر چند ممکن است نسبتی در ذهن داشته باشند، ولی دو مقوله کاملاً مجزا هستند<sup>(۱)</sup>

شاید زباله به عنوان «ماده اولیه خط تولید» تا آغاز دهه هشتاد میلادی به طور جدی مورد توجه نبود، ولی امروزه رقابت بر سر استفاده جهت‌دار به منظور تولید زباله‌هایی با قابلیت‌های ویژه در فرآیند بازیافت، باعث شده تا فرهنگی شکل گیرد که در آن مصرف‌کننده حلقه آخر زنجیره مصرف نباشد. از دید یک طرفدار محیط زیست، مسئولیت جمع‌آوری و بازیافت مواد بسته‌بندی در قدم نخست بر عهده تولیدکننده‌هاست.

در سال ۱۹۹۳ وزارت محیط زیست آلمان چرخه صنعت بسته‌بندی را مطابق آن چه در شکل ۱ نشان داده شده، تعریف کرد که اکنون نیز معتبر است. در اروپا در اوایل دهه نود قانون عمومی ظروف آشامیدنی و سپس قانون بسته‌بندی و ضایعات بسته‌بندی (PPWD) به تصویب رسید<sup>(۲)</sup> (دسامبر ۱۹۹۳). هر چند همه این قوانین بر بخشی متمرکز بود که به مصرف‌کننده مربوط می‌شد و نارسایی‌هایی در

شکل ۲ ضایعات بسته‌بندی پلاستیکی (حدود دو میلیون تن)



## توضیح و تصحیح درباره شرکت برتر

- در شماره ۴۱ در صفحه ۲۱ از ماهنامه صنعت بسته‌بندی مطالبی در خصوص شرکت برتر عنوان شد که بخشهایی از آن بدین وسیله تصحیح می‌گردد.
- ۱- در پاراگراف دوم متن راجع به صادرات به اروپا و نصب دستگاه در کشور فرانسه بدین وسیله اعلام می‌شود منظور بحث فقط بحث صادرات بوده است و پاراگراف آخر متن اصلاح می‌شود.
  - ۲- در بحث بیان آلودگی، نظارت بهداشتی از سوی مراکز بهداشتی مد نظر است و منظور آن کلام، نداشتن اطلاعات از سوی مردم نبوده است.
  - ۳- میزان تولید ۶۰۰ تا ۲۲۰۰ کیلوگرم در قسمت توضیح دستگاهها مربوط به ماشین قند کله می‌باشد.

روابط عمومی شرکت برتر

# چگونه کیفیت چاپ را با کنترل روکش Coating بالا ببریم

نوشته دکتر Paul E. Gloor به نقل از مجله PFFC ترجمه مهندس حجت سلمانی

حدی بالا باشد که کارتن‌ها روی هم نلغزند و از طرفی دیگر آنقدر زیاد نباشد که در شرایط مختلف دمایی، رطوبتی به همدیگر بچسبند. روکش جعبه‌ها را در مقابل خراش برداشتن و صدمه دیدن ضمن عملیات پرکردن و حمل و نقل حفظ می‌کند و در بسته‌بندی مواد غذایی رعایت قوانین بهداشتی وضع شده نیز از خواص مدنظر می‌باشد. لذا در مواردی که مرکب نباید با ماده غذایی تماس حاصل کند روکش موجب جلوگیری از نفوذ مرکب و تماس آن با ماده غذایی می‌شود. این روکش‌ها را می‌توان به نحوی انتخاب کرد که برای کاغذهای متنوع و در شرایط استفاده مختلف ماده غذایی برای مدت لازم در تماس با آن باشد البته به جز مواردی که محصول پخته شده برای مدت زمان خیلی زیاد در انبار نگه‌داری شود.

نکته حائز اهمیت که این جا باید به آن اشاره کنیم این است که فقط روکش خواص سطحی نمونه را کنترل نمی‌کند. بلکه خود نفوذ و مرکب نیز مؤثرند.

**جدول (۱) زاویه لغزش و درجه صیقل سه صفحه مختلف را که با یک روکش پوشانده شده‌اند نشان می‌دهد همانطور که مشخص است نوع صفحه تاثیر زیادی روی این خواص می‌گذارد.**

## دلایل اهمیت روکش دهی با ضخامت یکنواخت

Substrate	60 deg Gloss	Slide Angle (deg)
CCNB-Clay-coated news back	66	44
SBS-Solid bleached sulfate	58	28
SBS-Solid unbleached sulfate	73	34

ضخامت یکنواخت روکش در دو مورد اهمیت ویژه‌ای دارد. اول خواص بحرانی سطحی که بحث شد و دیگری انجام عملیات یکنواخت که منظور همان تکرارپذیری یک طرح به طور کامل می‌باشد.

خواص فیزیکی روکش، مانند ویسکوزیته ممکن است با زمان تغییر کند که این امر موجب بروز مشکلاتی در چاپ می‌شود. لذا متصدی دستگاه چاپ ملزم خواهد بود عملیات چاپ را متوقف کند و دستگاه چاپ یا ویسکوزیته روکش را تنظیم کند تا سرعت چاپ بهینه شود و از بروز مشکلاتی همچون

همانطور که می‌دانیم کارتن‌ها به صورت روکش داده شده coated استفاده گسترده‌ای دارند که این روکش‌ها می‌تواند بر پایه آب based-Water یا روکش‌های پخت شده با uv-cured (uv) باشد. گرچه روکش‌های uv معمولاً به علت صیقلی بودن و مقاومت شیمیایی آنها، مناسب‌تر به نظر می‌رسند اما در مقایسه با روکش‌های بر پایه آب گرانتر می‌باشند و استفاده از آنها مشکلتر است. به طوری که روکش‌های بر پایه آب درصد بسیار کمی از هزینه چاپ یعنی چیزی حدود ۳٪ هزینه کل بسته را شامل می‌شود. اما با این وجود انتخاب نادرست روکش یا کاربرد نادرست آن تاثیر منفی زیادی بر کیفیت جعبه محصول می‌گذارد. گرچه روکش‌ها اغلب خیلی گران نیستند اما می‌توانند قسمت پرهزینه تولید را تحت تاثیر قرار دهند. مثلاً می‌توانند زمان خوابیدن دستگاه‌های چاپ downtime را افزایش دهند. در این مقاله به بررسی و مرور مسائلی همچون چرا جعبه‌ها روکش داده می‌شوند، اهمیت وزن روکش و کنترل ویسکوزیته روکش می‌پردازیم.

## چرا جعبه‌ها را روکش می‌دهیم؟

علت اصلی روکش دادن جعبه‌ها، رضایت و جلب توجه مشتریان می‌باشد و همواره بسته با سطح صاف و صیقلی بیشتر نظر مشتری را جلب می‌کند از طرفی با روکش دادن جعبه‌ها و کارتن‌ها عملیات چاپ سریعتر و آسانتر انجام می‌پذیرد. از آنجائی که مرکب افست زمان زیادی برای پخت لازم دارد روکش‌های بر پایه آب بکار می‌رود تا خشک شدن سطح سریعتر انجام گیرد و با این عمل جعبه‌ها بدون صدمه دیدن صفحه چاپی قابل جابجایی خواهند بود که با این عمل زمان فرآیند چاپ بسیار کمتر می‌شود و در نتیجه سرعت تولید افزایش و هزینه آن به میزان قابل توجهی کاهش می‌یابد.

روکش نیاز به پودر افست را کاهش می‌دهد که با این عمل سطح صاف‌تری حاصل می‌شود. روکش‌ها در چاپ کارتن‌ها به روش‌های فلکسوگرافی و گراور نیز جهت ایجاد خواص سطحی بحرانی کاربرد دارند.

## خواص سطح بحرانی و مانع Barrier

روکش آخرین لایه جعبه می‌باشد. شکل (۱) نمونه بزرگ شده یک مقوای SBS را که با روکش بر پایه آب روکش داده شده است نشان می‌دهد.

سطح زبر Clay نفوذ به وسیله یک لایه نسبتاً یکنواخت روکش بر پایه آب پوشانده شده است. بنابر این لایه خواص سطحی جعبه را به میزان زیادی تحت تاثیر قرار می‌دهد. این روکش‌ها را می‌توان به نحوی انتخاب کرد که خواص سطحی مطلوب (صیقلی بودن، مقاومت سایشی، ضریب اصطکاک، مقاومت شیمیایی، مقاومت مانع barrier) داشته باشد. صیقلی بودن یکی از خواصی است که به کمک روکش به شدت تغییر می‌یابد و همانطور که می‌دانیم در بسته بندی زیبا و جذاب نقش مهمی دارد. البته در مواردی نیز ممکن است طراح بسته‌بندی به دنبال صیقل کمتری باشد تا محصول نهایی بهتری بدست آورد. ضریب اصطکاک (COF) یا زاویه لغزش، در موارد کار با صفحات یکنواخت، در فرآیندهای پایین دستی -tream-downs مانند دایکات، چسب‌زنی، خطوط پر کن با سرعت بالا نقش مهمی پیدا می‌کند. کارتن‌های با ضریب اصطکاک نامناسب در مراحل پرکردن یا تا کردن و حمل و نقل ایجاد شکل می‌کنند. مخصوصاً در حمل و نقل کارتن‌ها اهمیت موضوع بیشتر می‌شود. زیرا از یک طرف ضریب اصطکاک باید به

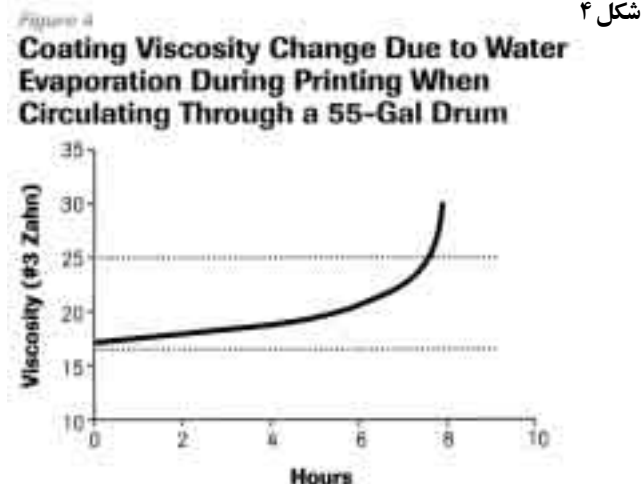
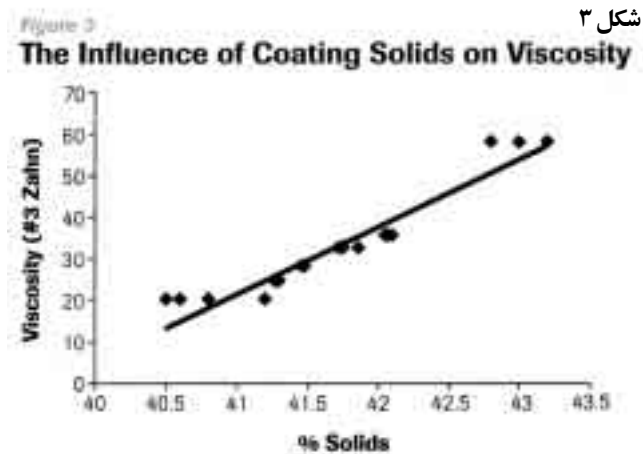
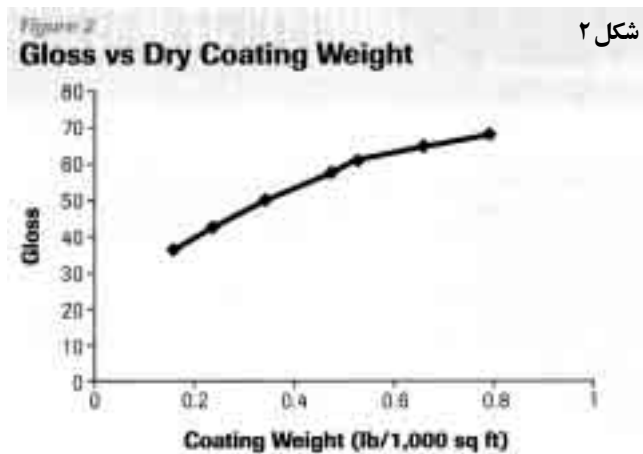


گل پوشش داده شده روی مقوا

زیادی بر محصول نهایی می‌گذارد. به طوری که روکشی با ویسکوزیته بالا می‌تواند بسیار بیشتر از میزان لازم به سطح مورد نظر منتقل شود که این امر منجر به بالا رفتن وزن روکش می‌شود.

سرعت چاپ نیز بر وزن روکش تاثیر می‌گذارد بطوری که سرعت بالاتر باعث افزایش وزن روکش می‌شود. غلتک‌های آنیلوکس نیز با سل‌های cells روی سطح خود میزان روکش را تنظیم می‌کنند به طوری که با تغییر حجم این سل‌ها، وزن روکش نیز تغییر می‌کند. حجم سل‌ها بر حسب سانتی‌متر مربع یا یک میلیارد میکرون مکعب بر اینچ مربع (BCM) گزارش می‌شود. به طور تقریبی ۱۹ تا ۲۵ درصد حجم سل به سطح مورد نظر منتقل می‌شود.

در سیستم روکش‌دهی غلتکی عامل تعیین‌کننده وزن روکش تنظیمات چاپ مانند سرعت و ویسکوزیته روکش می‌باشد. در حالی که در سیستم



blocking slinging جلوگیری شود. برای این مهم چندین موقعیت مختلف باید مورد توجه قرار گیرد:

**ضمن فرآیند چاپ:** آیا روکش حین چاپ تغییر می‌کند از یک شیفت کاری تا شیفت بعد: آیا اپراتورهای مختلف روکش با شرایط کاربری مختلف استفاده می‌کنند.

**از یک نمونه چایی تا نمونه بعد:** آیا چاپگر در شروع چاپ روکش با خواص مشابه استفاده می‌کند.

**از یک فصل تا فصل دیگر:** آیا کارایی روکش در فصول مشابه است؟ آیا تولیدکننده روکش، انواع مختلفی برای فصول مختلف به شما می‌فروشد تا تغییر جوی جبران شود؟

**از یک چاپ تا چاپ بعدی:** آیا چاپ‌های مختلف، روکش‌های مختلف با فرم‌های مختلف نیاز دارند تا کیفیت‌های مشابه بدست آید. آیا ظاهر چاپ به نوع صفحه چاپی بستگی دارد؟ آیا خریدار می‌تواند مطمئن باشد بسته‌های چاپ شده، در قفسه کاملاً با هم مشابه خواهند بود؟ آیا بسته‌هایی که در کارخانه‌های مختلف تولید می‌شود کاملاً مشابهند؟

### کنترل وزن روکش

روکش‌ها به نحوی ساخته می‌شوند تا تعادل خاصی بین خواص برقرار شود. لذا برای اینکه روکشی خواص طراحی شده خود را نشان دهد سرعت به کار بردن آن باید صحیح باشد.

وزن روکش به وزن روکش در واحد سطح، اطلاق می‌شود و معمولاً بر حسب گرم بر متر مربع یا پوند بر هزار فوت مربع بیان می‌شود. اگر وزن روکش یکنواخت نباشد، سایر خواص روکش هم یکنواخت نخواهند بود.

**شکل (۲)** تاثیر وزن روکش بر صیقلی بودن را نشان می‌دهد. از طرفی شرایط کاربرد نیز غیر یکنواخت خواهد شد.

وزن روکش سرعت خشک شدن روکش روی سطح را هم تحت تاثیر قرار می‌دهد. اگر وزن روکش خیلی زیاد باشد دیرتر از زمان لازم خشک خواهد شد که موجب blocking خواهد شد. از طرف دیگر اگر وزن آن کم باشد جوهر کافی را جذب نخواهد کرد و کیفیت چاپ پایین خواهد آمد.

### روکش‌ها چگونه استفاده می‌شوند؟

روکش‌ها بر پایه آب به صورت In-Line روی صفحه چاپی به کار می‌روند. به طوری که افست، فلکسو و گراور، روکش را همانند مرکبی که استفاده می‌کنند، به کار می‌برند اما در افست روکش‌دهی به یکی از دو روش روکش‌دهی غلتکی یا آنیلوکس انجام می‌شود.

غلتک‌های روکش‌دهنده به ترتیب مختلفی به کار می‌روند که البته در همه موارد روکش توسط یک غلتک از ظرف روکش Coating Pan برداشته می‌شود و سپس توسط غلتکی دیگر یکنواخت می‌شود. آن گاه به یک استوانه blanket یا Plate منتقل می‌شود و سپس روی نمونه کشیده می‌شود. با تنظیمات چاپ، مانند، تنظیم سرعت نسبی غلتک‌ها و فشار ما بین آنها می‌توان وزن روکش را تنظیم کرد. ویسکوزیته روکش تاثیر بسیار

**تمام روکش‌ها وقتی در چاپ استفاده می‌شوند مقداری آب را به صورت تبخیر از دست می‌دهند و لذا درصد مرکب جامد افزایش می‌یابد. در نتیجه ویسکوزیته افزایش می‌یابد. بسیاری از سیستم‌های چاپ، روکش را بین چاپ و ظروف روکش drum به گردش در می‌آورند که با این عمل سرعت تبخیر آب افزایش می‌یابد.**

به صورت فیلم نازکی روی آن قرار می‌گیرد و به طور مداوم در مجاورت هوا قرار می‌گیرد کاربران دستگاه چاپ وجود رسوب sludge را در کف ظرف روکش گزارش کرده‌اند که همان روکش با ویسکوزیته بالا است که پس از ۸ ساعت تبخیر آب به دست آمده است. دما نیز ویسکوزیته روکش را تحت تاثیر قرار می‌دهد یعنی با افزایش دما ویسکوزیته کاهش می‌یابد.

### آن چه ویسکوزیته می‌تواند موجب آن شود:

میزان انتقال روکش به غلتک روکش‌دهنده به شدت تحت تاثیر ویسکوزیته می‌باشد و همان طور که اشاره شد ویسکوزیته پایین معادل است با وزن روکش پایین و ویسکوزیته بالا منجر به Sliding, drying, blocking می‌شود. رقیق کردن بدون کنترل و دقت منجر به غیر قابل کنترل شدن خواص سطحی جعبه می‌شود که این عمل ممکن است در موارد مختلف اتفاق افتد.

**در ضمن چاپ یک سطح:** به علت تبخیر آب ویسکوزیته روکش با مرور زمان افزایش می‌یابد. و لذا لازم است با افزودن آب آن را به حالت اولیه برگردانیم و اگر این کار با دقت لازم انجام نشود کنترل وزن روکش غیر ممکن خواهد بود.

**از یک شیفت کاری تا شیفت بعد و از یک سطح چاپی تا سطح بعد:** از آنجائی که ممکن است ویسکوزیته روکش بالاتر از میزان لازم برای چاپ باشد لذا هر اپراتور باید مقداری آب برای کم کردن ویسکوزیته به آن اضافه کند و از آنجائی که اپراتورهای مختلف ممکن است ویسکوزیته‌های مختلف را ترجیح دهند یا در افزودن آب کم دقت باشند لذا وزن روکش نهایی ممکن است در شیفت‌های مختلف متفاوت باشد.

**از یک فصل تا فصل دیگر:** از آنجائی که ویسکوزیته روکش با تغییر دما تغییر می‌کند، لذا اپراتورهای دستگاه چاپ می‌توانند با تغییر قسمت جامد این تغییرات را جبران کنند.

از یک چاپ تا چاپ بعدی ممکن است هر نمونه چاپی نیاز به ویسکوزیته روکش متفاوت داشته باشد که بر اساس آن روکش‌دهنده طراحی می‌شود و لذا برای هر نمونه باید مقدار مشخصی آب اضافه شود تا به اندازه لازم رقیق شود که این بدان معنی است که قسمت جامد روکش متفاوت خواهد بود. پس حتی اگر تمام اپراتورها وزن روکش مرطوب کاملاً مشابهی بکار ببرند وزن روکش جامد متفاوت خواهد بود.

به طور خلاصه هرگاه یک اپراتور یا مسئول دستگاه چاپ به یکنواختی ویسکوزیته روکش‌ها توجهی نداشته باشد باید منتظر عدم یکنواختی در چاپ، ظاهر بسته‌ها و کارآیی باشد.

حاوی غلتک آنیلوکس، این عامل حجم سل‌ها می‌باشد و با انتخاب درست غلتک آنیلوکس وزن صحیح روکش حاصل می‌شود.  
وزن روکش خشک را می‌توان با معادله زیر تخمین زد.

$$CW = TE / (100 - S) \leq CU \leq P \leq S / 100$$

وزن روکش  $92/m^2 = 4/8823 \times 92/m^2$  (ب/1000ft<sup>2</sup>)  
 TE: کارایی انتقال (برحسب درصد)  
 CV: حجم سل آنیلوکس  $cm^3/m^2 = 1/55 \times 100 \times cm^3/m^2$   
 P: چگالی یا وزن مخصوص روکش  $92/cm^3$   
 S: درصد روکش (حدود ۱/۰۵ تا ۱ می‌باشد که با تقریب خوبی می‌تواند ۱ فرض شود)

اغلب راحت‌تر است که این محاسبات در سستم متریک انجام شود و در مواقع لازم تبدیل واحد انجام گیرد به عنوان مثال اگر حجم سل آنیلوکس ۲۲ سانتی متر مکعب بر متر مربع باشد (۱۴ BCM) کارایی انتقال ۲۵ درصد جامد روکش ۴۰ درصد باشد. وزن روکش خشک به صورت تقریبی برابر خواهد بود با:

$$0.75 \times 22 \times cm^3/m^2 \times 92/cm^3 \times 0.40 = 7.292/m^2$$

حجم سل آنیلوکس وزن روکش سیال را کنترل می‌کند لذا برای کنترل وزن روکش، کنترل میزان روکش جامد نقش مهمی ایفا می‌کند به طوری که هر چه این میزان بالاتر باشد وزن روکش خشک بالاتر خواهد بود. در عمل روکش‌دهی گراور همین محاسبات را می‌توان انجام داد. البته در این مورد کارایی انتقال حدود ۲ برابر روکش دهی فلکسو یعنی حدود ۵۰ تا ۴۰ درصد می‌باشد. کارایی انتقال تا حدی تحت تاثیر شکل هندسی سل و ویسکوزیته روکش می‌باشد اما مهمترین عامل تعیین‌کننده وزن روکش، حجم سل‌ها می‌باشد.

### اهمیت ویسکوزیته روکش:

ویسکوزیته مناسب روکش برای چاپ‌های خاص متفاوت است. لذا در هر مورد باید ویسکوزیته مناسب استفاده شود. اگر ویسکوزیته خیلی بالا باشد غلتک‌ها مقدار ماده خیلی بیشتر را جذب خواهند کرد و Sliding اتفاق خواهد افتاد. مخصوصاً زمانی که سرعت چاپ بالا باشد از طرف دیگر روکش بیشتری به سطح نمونه منتقل می‌شود و مشکلات blocking و خشک کردن ایجاد می‌شود. در چنین مواردی که ویسکوزیته بالا است معمولاً اپراتور چاپ برای این که آن را کاهش دهد به آب می‌افزاید. در صورتی که ویسکوزیته روکش خیلی کمتر از مقدار صحیح باشد به اندازه کافی ماده به سطح نمونه منتقل نمی‌شود و وزن روکش مورد نظر به دست نمی‌آید و همان طور که در شکل ۳ مشخص است با کاهش قسمت جامد solids ویسکوزیته کاهش می‌یابد. علت این که با افزایش آب ویسکوزیته کاهش می‌یابد نیز همین است یعنی آب باعث می‌شود درصد مرکب جامد کاهش یابد.

اگر روکش‌ها به طور صحیح تنظیم نشوند در وزن روکش و خواص سطحی بحرانی با مشکل مواجه خواهیم شد. تمام روکش‌ها وقتی در چاپ استفاده می‌شوند مقداری آب را به صورت تبخیر از دست می‌دهند و لذا درصد مرکب جامد افزایش می‌یابد. در نتیجه ویسکوزیته افزایش می‌یابد. بسیاری از سیستم‌های چاپ، روکش را بین چاپ و ظروف روکش drum به گردش در می‌آورند که با این عمل سرعت تبخیر آب افزایش می‌یابد. (شکل ۴). البته قسمت اعظم آب در غلتک روکش‌دهنده تبخیر می‌شود. زمانی که روکش

### پاورقی:

blocking: تجمع ذرات روکش در یک نقطه  
 slinging: چسبیدن و جدا شدن روکش از سطح چاپ به علت غلتک بالا

# موسسه سلفون کشی روشک

## تولید ساک‌های تبلیغاتی در اندازه‌های مختلف

**با نازل‌ترین قیمت، لاهینیت سلفون بر روی انواع کاغذ و مقوا گلاسه و مقوا فرنگی پذیرفته می‌شود**

☎ ۰۹۱۳۲۲۰۲۸۲۶ - ۳۶۹۹۳۱ - ۳۵۲۸۰۲



## استرچ فیلم - فویل آلومینیوم

واردات و فروش انواع استرچ فیلم مخصوص بسته‌بندی پاکت و مواد غذایی  
فروش انواع فویل آلومینیوم از ۱۲ میکرون تا ۱۰۰ میکرون

مخصوص مصارف خانگی و صنعتی

تلفن: ۰۹۱۱۲۱۹۵۲۳۴ - ۸۳۱۴۱۲۹ - ۸۳۱۲۷۲۹

## صنایع تولیدی مقدم (واحد شبنم)

۱ - چاپ بر روی انواع فیلمهایی پلیمری با دستگاههای پیشرفته خارجی

۲ - کتینگ و لمینیت انواع پلیمرها، کاغذ، آلومینیوم، پارچه، PET، PVC، OPP با روش اکستروژن و چسبی (تر و خشک)  
مورد مصرف در بسته‌بندی مواد غذایی (لبنیات، آبمیوه، شیرینی جات، چای)، دارویی، محصولات پودری و کاور رولهای فلزی

۳ - فیلمهای چندلایه پلیمری (پلی آمید، پلی پروپیلن، پلی اتیلن)

مورد مصرف در بسته‌بندی مواد بهداشتی، شیمیایی، دارویی و غذایی (شیر، کالباس، آب معدنی، پودر، گرانول و پوشک)

همراه: ۰۹۱۱۳۱۸۳۳۳۰ - ۳۲

دفتر تهران: ۸۷۵۳۱۰۵ (۰۲۱)

تلفن کارخانه: ۵۳۷۳۲۹۵ (۰۳۳۵)

پست الکترونیکی: moghadamco@gptmail.com



## فقط مقوای سفارشی خود را استفاده کنید

### تولید کننده انواع مقوای دو بکس (روکشی)

در ابعاد تولیدی استاندارد در عرضهای ۸۰ - ۹۰ و ۱۰۰ سانتی متر

در طول ۲۴ تا ۲۰۰ سانتی متر و در وزنهای ۲۵۰ تا ۹۰۰ گرم

تولید کننده انواع کارتن های ۳ لایه و ۵ لایه

تولید کننده انواع جعبه های مقوایی

صنایع بسته بندی سیما - تلفن دفتر: ۸۶۹۳۲۰ - ۸۶۱۵۰۲

# آشنائی با انجمن ها و موسسات فعال در بسته بندی

برگرفته از جمله Packaging Bottling ترجمه سهیل چهره ای

همچنین ترویج استفاده از بسته بندی های فلزی به وسیله سازماندهی کردن رقابت ها، برپایی نمایشگاه های بازرگانی و اطلاع رسانی بسیار گسترده از دیگر فعالیت های این سازمان است.

MPMA علاوه بر این با دیگر موسسات تجاری و سازمان هایی که در این زمینه و حیطه کاری فعالیت می کنند همکاری تنگاتنگی دارد. ۱- Manufacturers Association Metal Packaging

فلزی سبک، اجزا و بخش های فعال و تولیدات این صنعت در انگلستان و جمهوری ایرلند می باشد. این سازمان عضوی از اتحادیه تولیدکنندگان بسته بندی های سبک فلزی اروپایی SEFEL می باشد.

از دیگر کارهای MPMA بالا بردن سطح استانداردها در صنعت، تعیین خط مشی و نظام نامه برای آن و انعکاس دیدگاه های اعضا به دولت و سایر مراکز نظارتی چه در کشور مبدا و چه در سایر کشورهای اروپایی می باشد.

## MPMA

### انجمن تولیدکنندگان بسته های فلزی

این سازمان در سال ۱۹۷۷ فعالیت خود را آغاز کرد. هدف از تشکیل انجمن تولیدکنندگان بسته بندی های فلزی (MPMA) بالا بردن رشد اقتصادی و ایجاد رقابت در فعالان صنعت بسته بندی فلزی انگلستان و همچنین حفاظت از حقوق قانونی اعضای آن است. این انجمن معرفی کننده تولیدکنندگان جعبه

موفقیت در بازار، که آرزوی هر کسی است، باید تمامی دست اندرکاران و صاحب نظران را گرد هم آورد.

این کار کاملاً عملی است. با ذکر مثالی موضوع روشن تر خواهد شد.

Paul Hartmann AG که یک موسسه عامل اروپایی است اجرای پروژه کوچکی را به موسسه طراحی Meyer واگذار کرد. هدف از این پروژه طراحی بسته بندی جدیدی برای چسب های زخم بندی بود. (شکل ۵ و ۶)

موارد مورد تقاضا بدین صورت بود: یک بسته بندی چند تایی زیبا و کارآمد که از لحاظ طراحی در بین سایر بسته بندی های هم نوع (پزشکی) متمایز باشد.

ایده اولی که شرکت Meyer مطرح کرد نشانگر جعبه ای یک تکه بود. ایده بعدی تلفیق دو جعبه در کنار یکدیگر بود. طرح بعدی، جعبه همراه با ورقه ای حلی و آخرین طرح ارائه شده نوع دیگری از جعبه بود. در نهایت پیشنهاد دوم پذیرفته و تولید شد که در واقع همان کالایی است که اکنون در بازار وجود دارد. یک بسته بندی که غیر قابل رقابت، زیبا، کارآمد و از نظر اقتصادی به صرفه تر از خرید دانه ای چسب ها بود.

۱- Packaging Designers Association

در صنعت بسته بندی

= جایگزینی و پشتیبانی استانداردهای بالا در اصول و مقررات حرفه ای و اخلاقی

= ایجاد زمینه ای برای آزادی عمل بیشتر طراحان و پاسخگویی بیشتر در قبال مشتریان

= راهنمایی کسانی که علاقه مند به تحصیل در رشته طراحی هستند به کالج ها و دانشگاه هایی که به تدریس این رشته می پردازند.

= کمک های جداگانه به این افراد برای شروع به کار در این حیطه

۹ آژانس طراحی ایتالیایی که عضو PDA هستند این گروه را پس از فرانسه و آلمان به سومین قطب طراحی تبدیل کرده است.

مواقعی وجود دارد که طراح نظر خاصی راجع به چند و چون ماده اولیه ندارد.

گاهی لازم است برای داشتن راه کارهایی سازنده تمامی صاحب نظران در کوتاه ترین زمان ممکن گرد هم آیند تا بطور مشترک درباره نحوه انجام کار به تبادل نظر بپردازند. در آینده تمامی طراحان باید بر همکاری با یکدیگر تأکید بیشتری داشته باشند تا به مشتریان این نکته را القا کنند که برای داشتن بسته بندی دلخواه و تضمین

## PDA

### انجمن طراحان بسته بندی

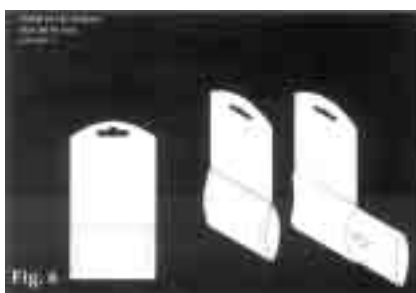
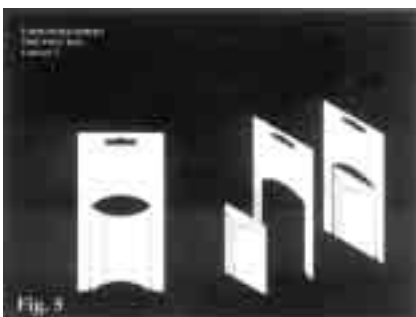
این مرکز در سال ۱۹۹۱ در بروکسل توسط ۸ موسسه طراحی در اروپا تشکیل شد. PDA تنها موسسه بین المللی اروپایی است که هسته فعالیت آن بر روی طراحان و شرکت های طراحی متمرکز شده است. در حال حاضر PDA، ۹۰ عضو دارد که در ۱۸ کشور مشغول فعالیت هستند و بالغ بر ۱۵۰۰ نفر را در استخدام دارند.

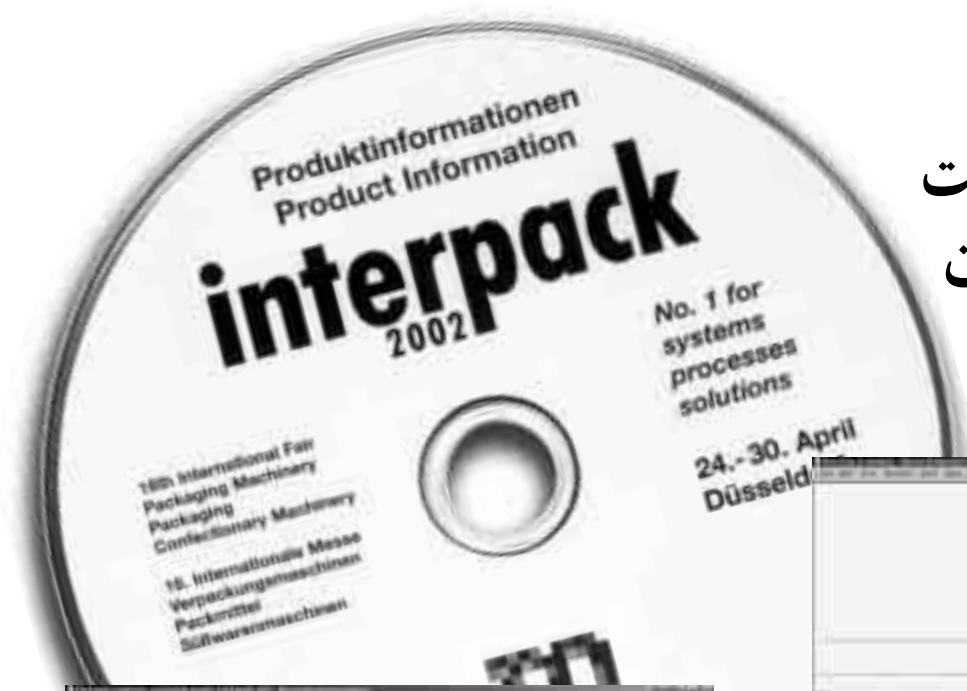
مقصود اصلی گردآوری بهترین طراحان اروپایی در کنار یکدیگر و دستیابی به اهداف زیر می باشد:

= بالا بردن آگاهی مشتریان نسبت به اهمیت حرفه طراحی

= تسهیل ارتباط بین طراحان اروپایی و دیگر طراحان از سایر نقاط جهان و فراهم آوردن امکانات تا از نزدیک با یکدیگر آشنا شده و یکدیگر را از آخرین دستاوردهای این رشته مطلع کنند.

= ترویج بیشتر تبادل افکار، ایده ها، اصول کاری و اخلاقی و اطلاعات فنی بین طراحان و موسسات





# نام و نشانی و شرح فعالیت ۲۵۰۰ واحد از فعالترین شرکتهای بسته بندی در جهان



اطلاعات کامل شرکت ها و سازمانها

طبقه بندی  
بر اساس نوع فعالیت



فهرستهای الفبایی  
انگلیسی و آلمانی

اطلاعات ارزان و اوریزینال (۵۰۰ تومان)

تلفن تماس: ۸۹۲۵۸۲۸





**تیرومات**  
**دیکسی یونیون**

پیشگام در صنعت بسته بندی در دنیا  
شرکت پیشرام

دستگاههای تمام اتوماتیک خطوط بسته بندی تر مو فر مینگ  
برای تجهیزات پزشکی . مواد غذایی . مواد لبنی

تلفن: ۰۲-۸۰۵۲۷۰۲-۵ فکس: ۸۰۴۶۲۸۵



In the name of God  
the Beneficent the merciful



Cover: **PARNIAN CHAP Co.**  
Rotogravure & Flexography  
Converting & printing house  
Flexible Packaging films and papers  
Tel: +98 21 450 4868 (6 Line)  
Fax: + 98 21 450 4857  
www.parnian-chap.com  
info@parnian-chap.com

**SANAT BASTEBANDI**  
(Packaging monthly magazine)

5th year, No.43, 2002  
Editor: **Reza Nooraei**  
P.O.Box: 13145-1487 Tehran,Iran  
Tel:+98 21 8951911  
Fax:+98 21 8951914  
Email: info@iranpack.org  
Web: www.iranpack.org  
Public relations: **Shervin Salimi**  
Writers:

**Hojjat Salmani - Maneli Nooraei**  
**Hashem habibi - Sohayl Chehrei**  
**Mahboobeh Noayyad - Arastoo**  
**Shahabi - Ghader Ghaderi**  
**Isa Najafi - Reza Nooraei**

**SANAT BASTEBANDI**  
Special issue in  
Packaging in Iran  
English



**The first Iranain Rotary dicutter has  
produced in ESFEHAN**



For the first time in Iran Andisheh Machinery company has produced rotary diecutter machine in ESFEHAN Darush Rasti the manger of this company said to our reporter that Andisheh Machinery has been starting his activities since 1990 in The field of Design and Produce of carton machine such as platen Dicutter, printer, Flexo printer, Sliter, Scorer and Lamine.

He also said packing Industry Expand very quickly in Iran and most of packing company need to more faster and qualified machine such as rotary diecutter and fully Automatic diecutter. M.R Rasti also siad that similar foreign machine is very expensive and Iranain packing company cannot use this kind of machine so we decide to design and produce of this machine in Iran.

M.R Rasti to reply the reporter said the capacity of rotary diecutter is about 5000 sheet per an hour and can set up with flxo printer and can simultaneously print, slite and diecut sheets carton.

For more Information refer to [www.andisheh-machinery.com](http://www.andisheh-machinery.com)



**IRAN PACK**  
**2001-2**

**Iranian packaging  
Industry Guide book**

In Both  
*English and Persian*  
With hundreds names  
and addresses of Iran

>>> **4.99 USD** <<<<

قابل توجه کارخانجات کارتن سازی، چاپ و بسته بندی

شرکت بازرگانی سان کالر اولین و تنها  
عرضه کننده مرکب فلکسو اروپایی در ایران

با قیمت های کاملا رقابتی

تلفن: ۲۲۵۰۲۱۱ - ۲۲۵۸۸۸۶ - ۲۲۵۸۸۸۷  
موبایل: ۰۹۱۱۲۲۰۰۱۴۱ فکس: ۲۲۵۷۳۷۱

[www.suncolor2000.com](http://www.suncolor2000.com)

[suncolor2000@yahoo.com](mailto:suncolor2000@yahoo.com)



**SUN COLOUR**