

در طلوع بهار

بار دیگر شد جهان محسوس دربار بهار
 شد زمستان طی به یمن حسن افکار بهار
 این لجوج پیر سرما با تحسر شد برون
 از بساط خاک، با ابرام و اصرار بهار
 روز چون آکنده شد از عطر گلهای بهار
 شب چراغان می شود از نور اقمار بهار
 همچو لشکر صف کشیده سزه و سنبل به باغ
 ای دل از سودای دنیا شو برون و چند روز
 از دل این خاک مرده سرزند صدها حیات
 خالق سبحان، ملک، دادار حی لایموت
 هر کتاب و لوحه را کرده مزین حرف عشق
 زیب دفتر گشته این الفاظ و اشعار بهار

سروده مهندس حمید رضا طاهری آشتیانی، استاد دانشگاه و کارشناس بسته بندی صنایع غذایی



سومین ویرایش راهنمای مشاغل صنعت
 و خدمات بسته بندی ایران منتشر شد
 بهترین هدیه برای تبریک سال نو
 به کارآفرینان ایران
 شرح در صفحه ۱۷

ماهنامه صنعت بسته بندی

(چاپ و بسته بندی سابق)

سال ۱۳۸۱ شماره ۴۹

صاحب امتیاز: مدیرمسئول و سردبیر

رضا نورائی

تهران، خیابان وصال شیرازی، خیابان ایتالیا،

نیش خیابان قدس، شماره ۱۲۸، طبقه دوم

صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۱۴۸۷

تلفن: ۸۹۵۱۹۱۱ و ۸۹۷۵۸۲۷-۸

فکس: ۸۹۵۱۹۱۴

www.iranpack.org

info@iranpack.org

روابط عمومی: شروین سلیمی

همکاران این شماره:

عباسی نجفی، مهندس حجت سلمانی، مهندس هاشم

حبیبی، سهیل چهره‌ای، مانلی نورائی، مهندس ارسطو

شهابی، سوسن خاکبیز، ح. ن

توزیع و امور مشترکین:

۸۸۱۰۳۰۸ - ۸۸۲۹۵۳۳

نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۰۳۱۱-۲۲۵۷۵۱۷

دفتر فروش رشت: تلفکس: ۰۱۳۱-۳۲۳۴۰۰۲

اسکن: ماهنامه صنعت بسته بندی

فیلم و زینک: چاپ رایان

چاپ: نقشینه پیمان

صحافی: نصر

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است.

- در طلوع بهار ۱
- گزارش نهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی تهران ۲
- کتاب سوم منتشر شد ۱۷
- درباره بسته بندی در کانادا ۱۸
- بسته بندی هنر جادویی، رقابت خاموش ۱۹
- کاغذ و مقوا (بخش پنجم) ۲۰
- کارکردهای بسته بندی (بخش پنجم) ۲۲
- پروژه بسته بندی (بخش سوم) ۲۶
- واژه شناسی بسته بندی ۲۸
- مبارزه با بخار گرفتگی که باعث عدم دید صحیح محصول می شود ۲۹
- بسته های چوبی (بخش دوم) ۳۰
- صنعت تولید لفافهای بسته بندی، مقابله به مثل می کند ۳۲
- تضمین کالا به صورت برنامه ریزی شده از تولید تا مصرف توسط بیمار ۳۶
- بسته بندی خلاقانه و هوشمندانه زندگی را برای مشتریان آسانتر می کند ۳۸
- این کارگاه ادامه دارد (گزارش کارگاه آموزشی کنترل کیفیت و بسته بندی) ۴۰
- با مصرف کننده روراست باشیم (نقد بسته بندی) ۴۲
- نوآوری و شجاعت ۴۳
- خبرهایی از بسته بندی در ایران ۴۴
- فرهنگ سازی برای عرضه و مصرف مرغ بسته بندی شده ۴۶
- نخستین دستگاه بسته بندی مولتی هد در ایران ساخته شد ۴۹
- تفکر ما در بسته بندی، تقلیدی و سنتی است ۵۰
- روسها از ضعف بسته بندی ایران سوده های کلان می برند ۵۱
- نمایشگاه iba و تجهیزات بسته بندی نان و شیرینی ۵۱
- بسته بندی و پتروشیمی ۵۲
- اطلاعاتیه همایش بسته بندی کتاب ۵۲
- بسته بندی در بورس تهران ۵۳
- سه طرح برای سبز شدن صنعت کشور ۵۴
- توجه به بسته بندی در دومین همایش رنگ و رزین ۵۴
- برای صادرات گل و گیاه به اروپا باید به بهداشت و بسته بندی آن توجه کنیم ۵۵



گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین المللی
ماشین آلات
چاپ و
بسته بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱

گزارش نهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی

عیسی نجفی

نهمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران با حضور بیش از ۲۵۰ شرکت داخلی و خارجی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی برگزار شد.

نمایشگاه‌های صنعتی اوج فن آوری و ارائه توانمندیها، بازارهای هدف و..... در یک صنعت می باشند که می توانند راهگشای بسیاری از مشکلات صنایع از جمله صنعت چاپ و بسته بندی باشد. از این رو تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات صنایع چاپ و بسته بندی در نمایشگاه دور هم جمع می شوند تا بتوانند با تبادل نظرات و گسترش مناسبات با توجه به اهداف از پیش تعیین شده به رونق صنعت کمک شایانی کنند تا از طریق بهترین نمایشگاه این صنف به قله رفیع توسعه و رشد و شکوفایی صنعت برسند.

به حق نمایشگاهها در تمام کشورهای صنعتی توانسته اند راهگشای بسیاری از امور از جمله: بازاریابی، ارائه توانمندی و فن آوری و گسترش مناسبات با داخل و خارج باشند.

کشور ما با بیش از ۲۵ سال تجربه نمایشگاهی و ۹ دوره برگزاری نمایشگاه چاپ و بسته بندی از جمله کشورهای با سابقه در امور نمایشگاهی حداقل در بین کشورهای در حال توسعه و خاورمیانه می باشد.

اما ایران نسبت به کشورهای منطقه پله های ترقی صنعت را از طریق نمایشگاه دیرتر پیموده است.

هر چند که در انجام نمایشگاهها تا حدودی موفق ظاهر

شده ایم اما این موفقیت مرهون ذات و فلسفه وجودی نمایشگاه و حضور فعال شرکت کنندگان که همواره در حال رایزه فن آوری جدید و خدمات و قیمت های مناسب می باشند بوده و هست.

بسیاری از کارشناسان نمایشگاهی معتقدند: از طریق نمایشگاهها با توجه به تجارب ارزنده نتوانسته ایم بهره وری داشته باشیم. زیرا دست اندرکاران نمایشگاهی ما همواره نتوانسته اند خود را مطابق با ساز و کارهای جدید نمایشگاهی کنند و حتی به خاطر مسائل کوچک و پیش پا افتاده که دیگر در دنیای امروز بر همگان جا افتاده است از جمله امکانات سرویس دهی و خدمات نمایشگاهی و... فرصتها را از دست می دهیم.

ایشان معتقدند برای مرتفع شدن این مشکلات باید تدابیر اساسی اندیشید و برنامه ریزی منسجمی داشته باشیم.

چه وقت این نابسامانی ها پایان خواهد یافت؟

نهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران از لحاظ کمیت و تعداد شرکت کننده نسبت به سالهای پیش گسترده تر بود و از لحاظ فن آوری و بازاریابی برای شرکتها نیز به طور نسبی فعال و موفق بود. اما همچنان مانند سالهای گذشته خالی از انتقاد و ایراد نبود و لبه تیز این انتقادات بیش از پیش متوجه برگزارکنندگان و دست اندرکاران این نمایشگاه بود. زیرا شرکت کنندگان و حتی بازدیدکنندگان متفق القول معتقد بودند مجریان و برگزارکنندگان نتوانسته اند انتظارات آنها را برآورده سازند. آنها اظهار می داشتند که مجریان در تاءمین خدمات و سرویس دهی کوتاهی نموده اند که این عوامل همواره اعتبار و اثربخشی نمایشگاه را تحت الشعاع قرار داده است.

به طوری که در طول ۴ روز نمایشگاه، وقتی برای تهیه گزارش به سالنهای ۵، ۶، ۷ و ۲۷ مراجعه کردیم. قریب به اکثریت غرفه داران از خدمات نمایشگاه ناراضی بودند.

آنها بر این عقیده بودند که شرکتها با توجه به هزینه های سرسام آوری که پرداخت کرده اند استحقاق این را داشتند که نمایشگاهی با کیفیت داشته باشند.

شرکت کنندگان بیش از پیش به ضعف مدیریت و ناهماهنگی و عدم خدمات اشاره کرده و می گفتند: «چه وقت این نابسامانیها پایان خواهد یافت؟»





نکو گفت لقمان که نازیستن به از سالها بر خطا زیستن

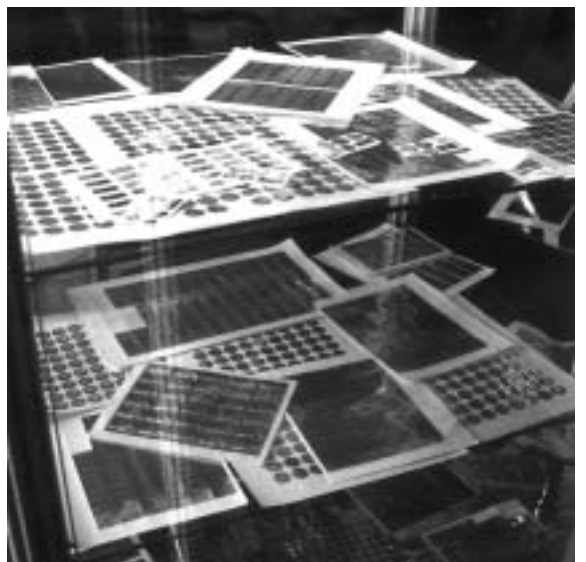
سالنها در شان نمایشگاه نبودند

محمدرضا مونسان مدیر عامل شرکت فرآورده های آلی فلوئوری ایران به وضعیت سالنهای اختصاصی یافته اعتراض کرده و می گوید: «سالنها در حد و شان برگزاری نمایشگاه نبود. وقتی سالنها با هم متفاوت بودند به عنوان مثال سالنهای ۵، ۶، ۷ و ۲۷ با هم قابل مقایسه نبودند و هر کدام به نوعی با یکدیگر تفاوت داشتند.»

مدیریت ضعیف بود

مدیر عامل ماشین سازی حرفه و فن، ضمن انتقاد از ضعف مدیریت نمایشگاه گفت: متولیان نمایشگاه در ارائه خدمات و سرویس دهی نتوانستند هماهنگی ایجاد کنند و به همین سبب نمایشگاه کیفیت مطلوب را نداشت.

مسعود عباسی زمینه فعالیت حرفه و فن را ماشین سازی در صنعت بسته بندی و محصول ارایه شده در نمایشگاه را سیستمهای جدید ماشینهای دایکات با فن آوری روز عنوان می کنند. وی ماشین دایکات فکی در ابعاد ۱۴۰×۱۰۰ را که بخصوص در بسته بندی و جعبه های تزئینی و صادراتی کارایی زیادی دارد محصول جدید معرفی می کند و می افزاید این ماشین نسبت به مشابه خارجی یک هفتم قیمت را دارد و از لحاظ کارایی با آنها



کی فکر می کرد کسی در ایران در گوشه ای بدون هیاهو و بدون وابستگی به سازمانی چون انرژی اتمی، هلوگرافی تولید کند. آن هم به صورت تجاری. امروز که امکانات و حمایت وجود ندارد چنین ادعای داریم. اگر ذره ای حمایت اصولی و رفع موانع بشود مسلماً تولیدات ایرانی ها چشم جهان را پر خواهد کرد. نمونه های فراوان از هلوگرافی های تولید شده توسط یک تولیدکننده ایرانی که تولیدش مورد استقبال شرکتها و سازمانهای زیادی قرار گرفته است.

برابری می کند. مدیر عامل حرفه و فن صنعت ایران را تشنه بسته بندی می داند و مسئولان را جهت گسترش و توسعه این صنعت ترغیب نموده و از آنها می خواهد که به یاری این صنعت نوپا و مهم بشتابند.

بر اساس نوع فعالیت تفکیک نشده بودیم

صنایع بسته بندی داروگر از جمله شرکت های پیشرو قدیمی در تولید تیوب و لیبیل می باشد و با هدف حضور مداوم در صنعت همواره در نمایشگاهها حضور می یابد و این بار نیز برای نهمین مرتبه با ۲۴ متر غرفه در نمایشگاه حضور داشت.

مدیر طرح و توسعه داروگر با انتقاد از کمیت برگزاری نمایشگاه گفت: «نمایشگاه نهم اصلاً در حد انتظار نبود. از سرویس دهی تا آب و برق، سیستم گرمادهی سالنها و حتی سالنهای اختصاص داده شده، هیچ کدام مطلوب نبود.»

مورعی افزود: داروگر یک شرکت تیوب ساز است اما در بین ماشین سازها قرار گرفته بود. وی عدم تفکیک غرفه ها بر اساس نوع تولید و فعالیت را از ضعفهای دیگر نمایشگاه دانست. وی به زمان نمایشگاه اشاره کرد و گفت: «بهترین زمان برای برگزاری چنین نمایشگاهی فصل بهار و پاییز است. پایان سال اثربخشی نمایشگاه را محدود می کند.»

مدیر طرح و توسعه داروگر ضمن انتقاد از عدم حضور وزرای صنایع، ارشاد، بازرگانی و حتی مدیران ارشد این وزارتخانه ها اظهار داشت: «حداقل حضور آقایان باعث دلگرمی تولیدکنندگان و اهمیت دادن به این صنعت بود. متأسفانه عدم حضور مسئولان تنها بی رغبتی شخص ایشان نسبت به این صنعت را نشان می دهد، و هیچ از ارزشهای شرکت کنندگان نمایشگاه که با همت متولیان و تولیدکنندگان برگزار شده کم نمی کند.»

وی در پایان سخنان خود از حضور در انجمنهای تخصصی و صنفی استقبال کرد و آنها را در پیشبرد و پیشرفت صنایع مؤثر دانست.

از لحاظ فن آوری پیشرفت قابل ملاحظه ای نداشتیم

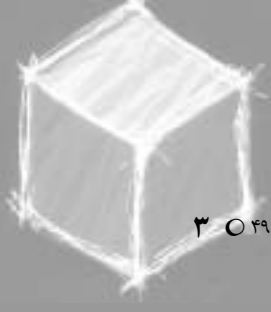
پرویز اسکویی مدیر فروش ایران چسب فن آوری و محصولات ارائه شده در نمایشگاه نهم را نسبت به سالهای گذشته قابل ملاحظه نمی داند و می گوید: «با توجه به این که تعداد زیادی از شرکتها در نمایشگاه حضور داشتند از لحاظ فن آوری پیشرفت زیادی نداشتیم.» وی کیفیت برگزاری را متوسط ارزیابی کرد و افزود: «ما امیدواریم برگزارکنندگان همواره به رشد سطح کیفی نمایشگاه بیاورند.»

صنایع کشور شایسته نمایشگاه با کیفیت است

«سالنهای اختصاص داده شده نسبت به سالهای گذشته از کیفیت پایینی برخوردار بودند.» این سخنان علی زهتابیان مدیر

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین المللی
ماشین آلات
چاپ و
بسته بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱





هر چند که بارها در محافل رسانه‌ای و به طرق مختلف مراتب اعتراض خود را نسبت به زمان نمایشگاه به گوش مسئولان و برگزارکنندگان رسانده و حتی دلایل مستدل نیز ارائه کرده‌ایم اما همچنان با برگزاری نمایشگاه در پایان سال مواجه هستیم و من مانند گذشته معتقدم که برگزاری نمایشگاه در پایان سال با بهره‌وری نمایشگاه منافات دارد.»

مدیر عامل شرکت شادمهر کیفیت برگزاری نمایشگاه را بسیار نامطلوب ارزیابی کرد و افزود: «سالهای اختصاص داده شده به نمایشگاه در حد و شان صنعت چاپ و بسته‌بندی نبود. موکتهایی که کف سالنها پهن کرده بودند یاد و دیوار رنگ و رو رفته سالنها و یا خدمات ضعیف و نبود نور کافی و... به اعتبار و ارزشهای این نمایشگاه لطمه وارد کرد. در حالی که هیچ کس پاسخگوی این مسائل نیست. تنها پرداخت هزینه‌های سرسام‌آور است که بر روی شانه شرکتها سنگینی می‌کند. بدون این که در قبال آن واقعا خدمتی دیده باشند.»

علی سبزی از عدم حضور مسئولان، حتی در رده‌های مدیرکل و... اظهار گله‌مندی کرد و گفت: «حضور مسئولان و تقدیر آنان از تولیدکنندگان و حتی گفتن یک خسته‌نباشید به صنعتگر باعث دلگرمی تولیدکننده می‌شود اما عدم حضور آنان نشان از بی‌علاقه بودن ایشان به مسائل صنعت می‌باشد.»

مدیر عامل شادمهر از عدم وجود انجمنهای صنفی در صنعت بسته‌بندی اظهار تأسف کرده و گفت: «شرکتها به خاطر مشغله زیاد و عدم فرصت کافی تاکنون نتوانسته‌اند تشکل و انجمن صنفی ایجاد کنند. اما در دنیای امروز ضرورت انجمنهای صنفی انکارناپذیر است و امید داریم که در آینده همکاران ما دست اتحاد به یکدیگر دهند تا این بار را به سرانجام برسانیم.»

علی سبزی درباره وضعیت شرکت شادمهر گفت: ما همواره به شعار کیفیت برتر معتقدیم و به فروش محصولات از طریق صادرات امیدواریم. شادمهر در حال حاضر از وضعیت مطلوبی برخوردار است و پیشرفت‌های خوبی داشته است. اما شرایط



بازگشت یکی از همکاران یوسفی و شرکت نوآور پگاه پوشش که مدتی در صحنه صنعت بسته‌بندی غایب بودند دوباره در نمایشگاه نهم با تولیدات جدید خود حاضر شدند. یوسفی مدیر عامل این شرکت که طی حادثه‌ای دچار برق‌گرفتگی شدید شده بود مدتها از صحنه صنعت دور بود تا امروز که تا حدی سلامت خود را باز یافته و دوباره دست به تولید و تلاش زده است.

عامل زهتابان صنعت است. وی که برای اولین بار به عنوان غرفه‌دار حضور خود را در نمایشگاه نجره می‌کرد گفت: «از کیفیت برگزاری نمایشگاه ناراضی هستم و معتقدم صنایع کشور شایسته نمایشگاه در خور توجه و با کیفیت است.»

نمایشگاه چهره بین‌المللی نداشت

از مردی در حدود چهل ساله که در حال بازدید سالن ۶ بود خواستیم در خصوص وضعیت نمایشگاه به پرسشهای ما پاسخ گوید. او بدون معرفی خود و بدون معطلی لب به انتقاد گشوده و گفت: «این نمایشگاهها بازدید نمی‌دارد و تنها هزینه و زمان را تلف می‌کند. زیرا در کشور ما نقش روابط پررنگ‌تر از ضوابط می‌باشد. همین امر موجب شده تا نخبگان و دست‌اندرکاران در به وجود آمدن چنین نمایشگاه حضور کم رنگی داشته باشند. از نمایشگاهی که بازدیدکننده خارجی ندارد، شرکت‌های خارجی در آن کمتر حضور دارند، زمان مناسبی برای بازدیدکننده نیست چه رسد برای غرفه‌داران، گرفتار غرفه‌چینی نامناسب، سردی سالنها و عدم اطلاع‌رسانی است و در مجموع چهره یک نمایشگاه بین‌المللی و فعال را ندارد چه انتظاری دارید؟»

وی افزود: «من این نمایشگاه را چند روز پیش توسط شرکت‌هایی که با آنها همکاری دارم مطلع شدم و مطمئن هستم که بسیاری از بازدیدکنندگان به این نحو از وجود چنین نمایشگاهی مطلع شده‌اند.»

نمایشگاه جذابیت لازم را نداشت

بازدیدکننده‌ای که خود را حسن عسگری معرفی کرد گفت: «برای اولین بار از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی دیدن می‌کند. وی معتقد بود نمایشگاه جذابیت لازم را برای او ندارد. وی نحوه مطلع شدن از نمایشگاه را از طریق شرکتهای همکار عنوان کرد و افزود اگر زودتر از برپایی نمایشگاه مطلع می‌شدم می‌توانستم با آمادگی بهتر در نمایشگاه حضور یابم.» عسگری از برخورد خوب غرفه‌داران تشکر کرد و گفت: «هم اطلاعات و هم برخورد مسئولان غرفه‌ها رضایت بخش بود.»

شادمهر به کیفیت برتر می‌اندیشد

شرکت شادمهر یکی از مهمترین تولیدکنندگان انواع دستگاه‌های بسته‌بندی می‌باشد که با دریافت دو نشان CE (کیفیت اروپا) و ایزو ۹۰۰۱ از شرکتهای فعال و پیشرفته در صنایع بسته‌بندی به شمار می‌آید این شرکت در تمام دوره‌های نمایشگاهی حضوری فعال و مداوم داشته است و امسال نیز با ۱۱۰ متر غرفه، دستگاه ۸ توزین و دو دستگاه دوخت پلی‌اتیلن تا سقف ۱۰ کیلو به صورت دسته‌دار در نمایشگاه شرکت کرده بود.

مدیر شرکت شادمهر ضمن انتقاد از عملکرد برگزارکنندگان نمایشگاه می‌گوید: «نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی هر سال نسبت به سالهای گذشته با افت کیفیت برگزاری مواجه می‌شود.»

علی سبزی مانند گذشته نسبت به زمان برگزاری نمایشگاه اعتراض کرده و گفت: «برگزارکنندگان هیچ توجهی به نظریات شرکت‌کنندگان نمی‌کنند.»

گزارش نهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی تهران

بهمن ۱۳۸۱





فعالیت آلومینیوم پارس را تولید ورق و فویل عنوان کرده و گفت: «در نمایشگاه امسال انواع فویل‌های لاکدار چاپی و فویل‌های پلی اتیلن با تنوع چاپ و رنگ را به معرض نمایش گذاشتیم.» وی زمان برگزاری نمایشگاه را مناسب دانست.

اقتصادی کشور روز به روز عرصه را برای صنایع تنگ تر می کند و شادمهر نیز از این قاعده مستثنی نیست. طی سالهای اخیر به خاطر افزایش قیمت مواد اولیه، آهن و استیل، قیمت تمام شده محصول نهایی نیز افزایش یافته است و این امر ادامه یابد، ما را از رقابت در مقابل کشورهای چون هند، چین، تایوان و امثال آنها باز خواهد داشت. این رقابت غیر منصفانه متأسفانه در شرایط فعلی به ما و دیگر صنایع تحمیل می شود. اما ما با افزایش کیفیت و دست یابی به فن آوری روز دنیا و با ارائه خدمات مناسب پس از فروش سعی داریم سهم بیشتری از بازار داخلی و خارجی را به خود اختصاص می دهیم.»

به اطلاع مورد نظر دست یافته ایم

مدیر عامل ماشین سازی تارا محصول جدید خود را دستگاه بسته بندی «شرینک بار دیف کن» معرفی کرده و می افزاید با هدف برقراری ارتباط با تولیدکنندگان مصالح و مواد اولیه در این نمایشگاه شرکت کرده است. وی حضور خود را در نمایشگاه موفق دانسته و اظهار داشت که به اهداف مورد نظر دست یافته است. علی فتوت احمدی در ادامه سخنان خود به ضعف مدیریت نمایشگاه اشاره کرد و گفت: «متأسفانه در ارائه محل و نوع غرفه ها تبعیض حکم فرماست و ارتباطات حرف اول را می زند و از سوی دیگر برگزارکنندگان نمایشگاه در امور نمایشگاهی حرفه ای نیستند و هیچ قانونی هم برای جلوگیری از کپی برداری دستگاهها در داخل نمایشگاه وجود ندارد.»

نمایشگاه رضایت بخش بود

مسئول غرفه آلومینیوم پارس نمایشگاه امسال را گسترده و رضایت بخش توصیف کرد و افزود: «اگر اطلاع رسانی و تبلیغات بیشتری بود مطمئناً نتایج بهتری عاید شرکتها می شد.» اعوانی زمینه

مدیر مرکز نمایشگاههای بین المللی را عوض کنید

رامین تنکابنی کوچی از وزیر بازرگانی می خواهد شخص مسئول در رابطه با نمایشگاه های بین المللی را عوض کند تا چنین مجریانی را برای برپایی نمایشگاهها انتخاب نکنند. مدیر عامل شرکت برین صنعت خراسان نمایشگاه امسال را از احاط کیفیت برگزاری نامطلوب دانست و گفت: «متأسفانه امور نمایشگاهی در کشور هر سال نسبت به گذشته دچار افول می شود.» وی محصول تولید شده جدید برین صنعت خراسان را دستگاه برش و دوخت پلی پروپیلن عنوان کرد.

استقبال خوبی از محصول جدیدمان به عمل آمد

شرکت پنساره با فضایی به مساحت ۶۰ متر و با محصولاتی از قبیل ماشین چاپ ۴ رنگ و ماشین دوخت و لمنیت روتاری در نمایشگاه امسال شرکت کرد.

کشاورز زاده قیمت مناسب، کیفیت برتر و مشتری مداری را از عوامل مهم موفقیت شرکتهای ایرانی بر شمرده و گفت: «شرکتهای ایران در حال حاضر در رقابت غیرمنصفانه ای قرار گرفته اند. هم باید با کالاهای نو و دسته اول خارجی رقابت کنند و هم دستگاههای دست دوم که خود این امر به تولید داخلی فشارهای مضاعفی را تحمیل می کند.»

مدیر پنساره درباره محصول جدید این شرکت گفت: «این ماشین چاپ ۴ رنگ از لحاظ کارایی در مقابل ماشین آلات وارداتی برابری می کند. فول اتوماتیک است و با سیستم PLC کنترل می شود. از لحاظ قیمت نیز یک دهم مشابه خارجی است و با مارکهای معروف جهان نظیر بویست، میتسوبیشی و امثال آنها برابری می کند.» وی تأکید می کند که تمام مراحل از طراحی تا ساخت این دستگاه توسط شرکت پنساره انجام گرفته است. وی اظهار داشت که پنساره تنها واحد صنعتی است که دارای واحد تحقیقات و



به واقع باید اعتراف کرد چاپ افست خشک آن هم از نوع چاپ لیوان در ایران به کیفیت قابل قبولی رسیده است. در ماهنامه صنعت بسته بندی توسط مقالات منتشره و در دوره های آموزش چاپ توسط مدیر مجله همواره بر نقش مهم طراحان در بهره وری از امکانات موجود چاپ تأکید شده است. اگر کیفیت مرکب و کلیشه ها با همین شتاب مثبت که در چاپ افست خشک دیده می شود روند رشد را حفظ کند از این به بعد همه چیز به طراحان گرافیک بستگی دارد. طراحی گرافیک برای سیستمهای افست خشک، فوت و فن ها و روشهایی دارد که با استفاده از آنها بر اساس امکانات خاص روش افست خشک می توان طرحهای بسیار جذابی روانه بازار کرد.

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین المللی
ماشین آلات
چاپ و
بسته بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱





نیز درست مقابل در اصلی سالن ۵ می باشد و در این مدت هوای سرد واقعاً ما را دچار مشکل کرده. نمی دانم چرا سیستم گرمادهی سالنها را کار نمی اندازند و این سالنها را به سردخانه تبدیل کرده اند. وقتی هم به خاطر سردی سالنها به مراجع مربوطه و نگهبانها مراجعه کردیم با کمال جسارت به ما گفتند: لباس گرم بپوشید! وی یادآور شد: «چند هفته پیش در همین نمایشگاه ژاپنها سرما خوردند و به کشورشان بازگشتند. فکر می کنید آنها درباره ما چه فکر می کنند.»

وحید سجادی به وضعیت روشنایی نمایشگاه اشاره کرده و افزود: «از دادن یک لامپ به ما دریغ کردند و تمام این لامپها را خودمان تهیه کردیم و برای هر کار کوچکی باید مراجعه کنیم و ساعتها معطل شویم تا کی بیاید و مشکل را حل کند. البته برخی اوقات آن قدر رفتار برخی از کارکنان نمایشگاه ناشایست بود که از گفته و مراجعه خود پشیمان می شدیم.»

«این مطالب را بنویسید. این در و دیوار سالنها را توصیف کنید که چقدر رقت بار هستند و برای برگزاری نمایشگاه بین المللی مناسب نیستند. آقایان باید بدانند که ما میهمان خارجی داریم. با این رفتارها و این نوع میزبانی واقعاً در مقابل آنها شرمند می شویم. در حالی که در زمان دریافت پول و هزینه ها از هیچ چیز دریغ نمی کنند. ما مخالفت پرداخت هزینه نیستیم. بلکه در مقابل هزینه توقع ارایه خدمات داریم. واقعاً چه کسی یا کسانی پاسخگو هستند؟»

«این نوع برگزاری نمایشگاه و میزبانی با فرهنگ، ملیت و مذهب ما منافات دارد. اگر به نمایشگاههای خارج از کشور نظری بیافکنیم متوجه می شویم قابل قیاس با ما نیستند. برنامه های مدون و منظم از پیش تعیین شده دارند. از دو سال جلوتر می دانید محل غرفه شما در کدام سالن و شماره چند است. و کروکی غرفه را در اختیار شما قرار می دهند. در حالی که این جا دو هفته جلوتر هم نمی دانی در کدام سالن هستی.

باید فکر و چاره ای اساسی اندیشید. برگزارکنندگان و کارکنان

طراحی می باشد. وی در خصوص دستگاه تولید شده متذکر شده که ۲/۵ سال صرف تحقیقات و طراحی اولیه آن شده. یک سال نیز کار نهایی طول کشیده است.

مدیر عامل پسناره درباره استقبال از دستگاه جدید این شرکت در نمایشگاه گفت: «استقبال خوبی از دستگاه به عمل آمد. چندین قرارداد نیز منعقد شد.» وی برنامه های آتی پسناره را گسترش واحد تحقیقات و دستیابی به فن آوری جدید اعلام کرد. کشاورز زاده در پایان نسبت به زمان برگزاری نمایشگاه اعتراض کرده و افزود: «ما همواره نسبت به زمان برگزاری نمایشگاه معترض بودیم اما هیچ کس ترتیب اثر نمی دهد. امیدوارم در آینده به این موضوع که مقوله ای بسیار مهم است و رابطه مستقیم با مفید واقع شدن نمایشگاه دارد توجه کافی شود.»

سالنهای سرد، نمایشگاه یخی

سرما در سالنهای نمایشگاه موجب ازدحام بازدیدکنندگان در راهروهای میانی شده بود و بسیاری از بازدیدکنندگان به سرعت از کنار غرفه های نزدیک درهای اصلی سالنها دور می شدند و برخی از مسئولان غرفه ها بخصوص مسئولان غرفه های نزدیک به درب سالنها به خاطر هوای سرد، شال و کلاه کرده و جمع و جور در یک گوشه نشسته بودند و یا به غرفه های همجوارشان پناه برده بودند و از آن جا به مراجعین پاسخ می دادند. برخی از غرفه داران می گفتند وقتی به خاطر سردی هوای سالنها به مسئولان یا نگهبانها مراجعه می کردیم می گفتند لباس بیشتر یا گرم بپوشید! و اصلاً پاسخهای قانع کننده ای نمی دادند.

به خاطر سرما پرسنل ما بیمار شدند

اسماعیل فلاح پور یکی از غرفه داران به هوای سرد سالنها اشاره کرد و گفت: «سردی سالنها باعث بیمار شدن کارکنان ما شد و ما از چند روز نمایشگاه تنها سردی آن را احساس کردیم.»

از کجای این نمایشگاه بگویم که قابل انتقاد و اعتراض نباشد

چاپ سجادی که از چاپخانه های فعال چاپ فلکسو و روتوگراور می باشد. هفتمین حضور خود در نمایشگاه را تجربه می کرد و در نمایشگاه امسال با اختصاص ۲۷۶ متر فضا به خود و با ۴۰۰ متر غرفه سازی حضوری فعال در نمایشگاه داشت.

مدیر عامل چاپ سجادی درباره کیفیت برگزاری نمایشگاه گفت: «از کجای این نمایشگاه بگویم که قابل انتقاد و اعتراض نباشد. از وضعیت سالنهای اختصاص داده شده به غرفه ها می تواند به همه چیز پی برید. سقف، موکت، خدمات، روشنایی، سرمای سالنها. همه و همه مؤید نابسامانیهای نمایشگاه این دوره بود که همه ساله به شکلهای مختلف با آن روبرو هستیم.»

«موکتهایی که در سالنها پهن شده از موکتهای نامرغوب است که هم زیر پا جمع می شود و هم پرز می دهد و تماماً به لباسهایمان می چسبد. مگر ما در کشور موکت خوب نداریم که این موکتهار را در این سالنها پهن می کنند.

هوای سرد سالنها که از روز اول نمایشگاه بیداد می کند. غرفه ما

گزارش نهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی تهران

بهمن ۱۳۸۱



انگار نه انگار همین چند وقت پیش بود که قالب دایکات روتاری، ابزاری دست نیافتنی می نمود. صنعتگران صنعت بسته بندی کمر همت بسته اند که هر چه سریعتر غیرممکن های این صنعت را ممکن کنند و مشتریان خود را از حسرت لوازم پیشرفته در آورند. قالبسازی ابتکار و بهارستان از جمله ایشانند.



نمایشگاه ... در اختیار شرکتها و بازدیدکنندگان قرار می‌دادند.» صادق زاده به مسئله عدم تفکیک برخی از غرفه‌ها پرداخت و گفت: «باید برخی از غرفه‌ها که در زمینه‌های پلاستیک، نایلون و کارتن بودند از هم جدا می‌شوند.» وی به عدم اطلاع‌رسانی صحیح در داخل نمایشگاه اشاره کرد و افزود: «در داخل نمایشگاه از پیدا کردن غرفه مورد نظر عاجز هستیم چه رسد به اطلاع‌رسانی کل نمایشگاه.»

وی از حضور گسترده شرکتها ابراز خشنودی نمود و ادامه داد: «خوشبختانه استقبال خوبی از نمایشگاه به عمل آمده است. از لحاظ فن آوری نیز نمایشگاه از سطح خوبی برخوردار است.» مدیر عامل تکین کارتن مشهد گفت: «باید شرایط حضور در نمایشگاه را برای شرکتهای دیگر نیز فراهم ساخت. می‌توان با اختصاص غرفه‌های مشترک یا غرفه‌های با ابعاد کوچکتر و با فضای مناسب شرکت کنندگان آن بخش مانند بازار روز امکان حضور شرکتهای بیشتر را فراهم ساخت.»

پیدا کردن غرفه‌ها سخت بود

پیتر ریون نماینده فروش یک شرکت انگلیسی در زمینه تکنیک مرکب در خاور میانه به خاطر بازاریابی در نمایشگاه حضور داشت. وی گفت: «نقطه قوت این نمایشگاه تخصصی برگزار شدن آن است که خریدار و فروشنده به راحتی و رو در رو و بدون واسطه با یکدیگر ملاقات می‌کنند.»

وی نمایشگاه تهران را با ۴ سال پیش مصر مقایسه کرد و گفت: «نمایشگاه مصر کوچکتر اما مرتب و با نظم بود. در حالی که نمایشگاه تهران بسیار وسیع و گسترده و دارای بازاری مستعد می‌باشد. اما برای پیدا کردن شرکتها باید در سالنها دائم‌رفت و آمد کنید. در حالی که می‌توانستند جدولهای راهنمای سالن تهیه کنند و به هنگام ورود به سالن در اختیار بازدیدکننده قرار دهند تا بتوان به راحتی از وضعیت سالن مطلع شد و دیگر در سالنها سرگردان به این طرف و آن طرف مراجعه نکرد.»

اطلاعات برخی از مسئولان غرفه‌ها ضعیف، اطلاع‌رسانی نمایشگاه ضعیف‌تر

مدیر فروش شرکت مطسا در حال بازدید از سالن هفت بود که با وی درباره وضعیت نمایشگاه به گفتگو پرداختیم. اعتدال نمایشگاه امسال را از لحاظ گسترده‌گی و تنوع و همچنین تفکیک شرکتهای ایرانی از خارجی مثبت ارزیابی کرد و گفت: «این کار تکلیف بازدیدکننده را راحت کرده و از سوی دیگر بین شرکتهای ایرانی تبعیض را نیز از بین برده است.»

وی عدم اطلاع‌رسانی مناسب و ضعیف را مورد انتقاد قرار داد و افزود: «بسیاری از افراد که مشتاق بازدید از نمایشگاه هستند اطلاع ندارند. خود ما که غرفه دار هم هستیم فقط یکبار از تلویزیون آن هم شب قبل از بازگشایی خبر نمایشگاه را شنیدیم چنین اطلاع‌رسانی در حد معقول و معمول نیست.»

مدیر فروش مطسا عمده مشکلات را مرکز توسعه صادرات می‌داند و معتقد است که مرکز یک مجری انتخاب می‌کند و دیگر هیچ نظارتی به این امر ندارد و در حالی که مجری همه کاره

نمایشگاه باید آموزش‌های لازم را در امور نمایشگاهی فرا گیرند و در برخوردهای خود و ارایه امکانات به شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان تجدید نظر کنند.»

جایگاه اطلاع‌رسانی در نمایشگاه کجا بود؟

از دیگر انتقادات به نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی سال جاری عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات بود. به طوری که از دویست و پنجاه (۲۵۰) پرسشنامه‌ای که توسط ماهنامه صنعت بسته‌بندی به غرفه‌گذاران ارایه شده بود بیش از دویست (۲۰۰) مورد به این موضوع اشاره کرده و اطلاع‌رسانی نمایشگاه را بسیار ضعیف ارزیابی نمودند و نسبت به این امر اعتراض داشتند.

ایشان معتقد بودند اکثر بازدیدکنندگان از سوی خود شرکتها از وجود نمایشگاه مطلع شده بودند... و یادآور شدند در هنگام پرداخت هزینه‌ها مقداری جهت اطلاع‌رسانی دریافت شده در حالی که نه قبل از نمایشگاه و نه در حین برگزاری خبری از تبلیغات نبود حتی دریغ از یک نشان تبلیغی در شهر و رسانه‌های خبری. اطلاع‌رسانی در این زمینه تنها منحصر به یک آگهی در ماهنامه صنعت بسته‌بندی و اعلام یک خبر کوتاه در روز قبل از نمایشگاه توسط صدا و سیما بود.

نمایشگاه نیاز به اطلاع‌رسانی مستمر دارد

علی صادق زاده مدیر عامل شرکت تکین کارتن مشهد که به عنوان بازدیدکننده در نمایشگاه حضور داشت گفت: «از وجود این نمایشگاه در روزهای نزدیک به نمایشگاه آن هم توسط دعوت‌نامه یک شرکت همکار مطلع شدم. در روزهای نزدیک به نمایشگاه هر چند که تاریخ نمایشگاه توسط جدول برنامه نمایشگاه ارائه می‌شود اما چنین نمایشگاههایی نیاز به تبلیغات مداوم و مستمر دارد. در صورت امکان باید در شهرستانها در ایام نزدیک به نمایشگاه اطلاع‌رسانی انجام می‌گرفت و بطور مرتب اخبار و اطلاعاتی درباره تعداد شرکت کنندگان، فضای اختصاص داده شده به

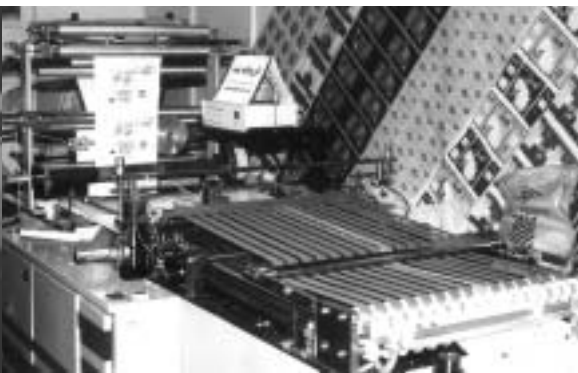


در بازار امروز، بسته‌بندی یعنی طلا. نام شرکت طلاچاپ نیز به همین اشاره دارد. یعنی چاپ بسته‌بندی! البته این را ما از خودمان در آورده‌ایم. جعبه‌های چاپی طلاچاپ به همراه مدیریت جدید آن در غرفه کوچک خود حرفهای بزرگی داشتند. روش تزئین غرفه طلاچاپ با توجه به مساحت کم آن به طرز جالبی به بیننده القاء می‌کرد که ایشان در صدد بهره‌وری کامل و بهینه از امکانات موجود خود هستند.

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین‌المللی
ماشین‌آلات
چاپ و
بسته‌بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱





گزارش نهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی تهران

بهمن ۱۳۸۱

نمایشگاه است و باید افراد و شرکتهای کارآمد انتخاب شود و یا به کار آنان نظارت جدی صورت گیرد و به نظرات شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان که مشتریان اصلی نمایشگاه هستند توجه اساسی کنند. وی به عدم اطلاعات برخی از مسئولان غرفه‌ها اشاره کرده و می‌گوید: «اطلاعات برخی از مسئولان غرفه‌ها بسیار پایین است. ایشان یا بازدیدکننده را برای اطلاعات بیشتر به دفاتر شرکتها راهنمایی می‌کنند و یا بدون پاسخ درست و قانع‌کننده آنها راهی می‌کنند.»

بهرین زمان برگزاری نمایشگاه خرداد است

مدیر عامل پایاپلاست: «فعالیت ما در خصوص تکنولوژی بسته‌بندی است و هدف از حضور ما را ارایه تکنولوژی بسته‌بندی‌های جدید بود.»

علی هدایتی بهترین زمان برگزاری نمایشگاه را خرداد عنوان کرد و تاکید کرد: «بهترین زمان خرداد است. هم بودجه کافی برای خرید ماشین‌آلات وجود دارد و هم وضعیت و روند کار در آن سال مشخص است. در حالی که در شرایط فعلی وضعیت سال آینده مشخص نیست. بودجه معلوم نیست، حجم کار و استرس فراوان مشغله فکری با توجه به شرایط زمانی بسیار است و عملاً از کارایی نمایشگاه کاسته می‌شود.»

آقای وزیر، دست شما درد نکند!؟

یکی از پرسشهای ما برای این گزارش از شرکت کنندگان این بود که: اگر وزیر صنایع از غرفه شما بازدید می‌کند به او چه

عدم رضایت شرکت کنندگان از اطلاع‌رسانی نمایشگاه به طور واضح و کامل در اکثر گفتگوها مشهود است و آنان به این مسئله به عنوان امر ضروری اشاره کرده‌اند.

زمان نمایشگاه با منافع شرکت کنندگان منافات دارد.

بسیاری از شرکتهای فعال و پیشرو از زمان برگزاری نمایشگاه در اواخر سال همواره ناراضی هستند. آنان معتقدند به خاطر افزایش حجم کار در پایان سال و فقدان بودجه کافی نزد شرکتها جهت انعقاد قرارداد عملاً اثربخشی نمایشگاه و کیفیت آن را محدود می‌شود.

آنان متذکر می‌شوند که هزینه‌های سرسام‌آوری را جهت حضور در نمایشگاه پرداخت می‌کنند. تا از فرصتهای به دست آمده به نحو احسن سود ببرند. در حالی که برگزاری نمایشگاه در چنین زمانی موجب عدم استفاده بهینه از بودجه می‌شود.

زمان مهمترین نقش را ایفا می‌کند

قاصر رئیس هیئت مدیره شرکت G.S.S می‌گوید: «برگزاری نمایشگاه اصلاً مناسب نیست. باید به مقوله زمان که مهمترین نقش را در چنین نمایشگاهی ایفا می‌کند. توجه ویژه‌ای داشته باشیم. زیرا می‌توان بسیاری از قراردادها که به خاطر عدم بودجه کافی و حجم کار در اواخر سال انجام نمی‌پذیرد را با تغییر زمان نمایشگاه آنها را به سرانجام رساند.»

نمایشگاه امسال گسترده و منظم، اما زمان نامناسب

مدیر فروش کدایران نمایشگاه امسال را نسبت به گذشته منظم‌تر توصیف کرد و گفت: «نمایشگاه از لحاظ گستردگی و کیفیت رضایت‌بخش بود. تنها اطلاع‌رسانی ضعیف بود و زمان نمایشگاه هم نامناسب. بهتر است زمان برگزاری با پایان سال تقارن نداشته باشد. در صورت امکان قبل از دی ماه برگزار شود. که تاثیر آن محسوس و مشهودتر باشد.»

بارها به زمان برگزاری نمایشگاه اعتراض کرده‌ایم

نادر حبیبیان مدیر فروش بردارشیب محصول ارائه شده جدید خودشان را کاغذهای پشت چسب‌دار شیت و رول معرفی کرد و نظر وی درباره نمایشگاه اعتراض به عدم تغییرات جدی در



کمبود امکانات و شرایط نامساعد برگزاری نمایشگاه‌ها نمی‌تواند جلوی شکوفایی نبوغ و استعداد طراحان ایرانی را بگیرد. شرکتهای ایرانی نیز کم‌کم به سمت روشهایی پیچیده و ظریف جلب مشتری می‌روند. غرفه شرکت پرسیکا با ابتکاری جدید (البته در ایران) نظر تمام بازدیدکنندگان را به خود جلب کرده و بیشتر اوقات مقابل غرفه شلوغ بود. می‌توان گفت بازدیدکنندگان به این زودی‌ها این غرفه را فراموش نخواهند کرد.





در غرفه باقی خواهد ماند و به فراموشی سپرده خواهد شد. پس اگر سخنی نگوییم سنگین تر هستیم.»
قابل ذکر است که رام صنعت سازنده خط تولید دستگاههای پاک کننده و درجه بندی حبوبات و غلات است که هفتمین حضور خود را در نمایشگاه با فضای ۴۵ متر غرفه تجربه می کند.
حمیدرضا قاسمی: «به کارنامهٔ تشکلهای صنفی اشاره کرد و افزود انجمنهای صنفی به خاطر باندبازی و دسته بندی همواره در انجام رسالت و اهداف... ناموفق هستند و با این وضعیت هیچ گاه اوضاع و شرایط از طریق این انجمنها بهبود نخواهد یافت.»

می گفتید؟ در این مورد اکثر غرفه داران پاسخ هایی داده بودند که برخی از پاسخها مشابه و نزدیک به هم بودند آنها را جهت صرفه جویی در وقت و طولانی نشدن گزارش و سهولت خواندن در یک طبقه گنجانیدیم. عبارات زیر پاسخهای کوتاهی است که برخی شرکت کنندگان به این پرسش دادند:
سلام علیکم، دست شما درد نکند، خیلی صحبتها، فقط خسته نباشید، خوش آمدید، حرفی ندارم، حمایت حمایت، خود شما مشکلات را می دانید، تولید را از بن بست نجات دهید. جلوی واردات بی رویه را بگیرید، تاکی باید صبر کنیم و...

رابطه دولت و صنعت مشخص نیست

محمد علی میرزایی مدیر فروش شرکت مهر ماشین بهترین زمان برگزاری نمایشگاه را خرداد یا مهر می داند و معتقد است پایان سال زمان مناسبی برای برگزاری نمایشگاه نیست. وی درباره گفتگو با وزیر صنایع گفت: «از آن جا که رابطه دولت با صنعت مشخص نیست. لذا نمی دانم چه باید بگویم.»
میرزایی برای بسط و توسعه صنعت تقویت تشکلهای صنفی را

صحبت با وزیر بی فایده است!

مدیر عامل رام صنعت، استقبال از نمایشگاه را به خاطر عدم اطلاع رسانی مناسب ضعیف ارزیابی کرد و گفت: «به رغم وعده های سال گذشته نمایشگاه امسال نیز با کیفیتی به مراتب پایین تر برگزار شد.» وی در پاسخ به این سؤال که اگر وزیر از غرفه شما بازدید کند به وی چه می گوید گفت: «به او هیچ نخواهم گفت زیرا بی فایده است. چون بعد از رفتن ایشان تمام صحبتها و گفته ها

طراحی و ساخته شده را به معرض نمایش در آوردیم.»
کامیار حسین پور وضعیت نمایشگاه امسال را نامطلوب ارزیابی کرد و اظهار داشت: «متأسفانه نمایشگاه چاپ بسته بندی هر سال نسبت به سالهای گذشته هم به لحاظ کیفی و همه به لحاظ کمی بافت مواجه می شود و هیچ کس هم نیست که به این موضوع توجه و رسیدگی کند.»
وی زمان نمایشگاه چاپ و بسته بندی را نامناسب ارزیابی کرد و تأکید کرد که زمان در نظر گرفته شده با اهداف نمایشگاه منافات دارد و از طرفی دیگر انبوهی و ترافیک کار در پایان سال موجب حضور کم رنگ شرکت کنندگان و افت کیفیت نمایشگاه شده است. مدیر فروش داخلی تحول کالا کیفیت برگزاری نمایشگاه را نامطلوب دانست و گفت: «همواره از نمایشگاه بین المللی انتظار بیشتری می رود. اما همچنان مانند گذشته سرویس دهی، ارائه امکانات لازم، برق، در و دیوار سالنها، موکتها، سرما و... از عمده ترین مشکلات نمایشگاهی کشور است.»



برای اولین بار دستگاه نیمه اتوماتیک شریک ال سیلر با تونل حرارتی مجزا با توان ۸۰۰ بسته در ساعت

تحول کالای نوین از شرکتهای فعال در نمایشگاه می باشد. نمونه بارز آن حضور در بزرگترین نمایشگاه بسته بندی جهان اینترپک (۲۰۰۲) در دوسلدورف آلمان است. این شرکت با هدف افزایش کیفیت ماشین آلات خود و صادرات، در آذر سال ۸۱ موفق به دریافت CE نشان کیفیت اتحادیه اروپا شد. تحول کالای نوین برای نهمین بار و با فضایی به مساحت ۱۶۰ متر غرفه در نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت کرده بود.

مدیر فروش داخلی تحول کالا هدف از حضور در نمایشگاه را ارائه توانمندی ها و ارتباط مؤثر با صاحبان صنایع و گسترش بازار فروش عنوان کرد و افزود: «در نمایشگاه نهم برای اولین بار دستگاه نیمه اتوماتیک شریک ال سیلر با تونل حرارتی مجزا و با حداکثر توان ۸۰۰ بسته در ساعت که

حسین پور خواستار حمایت وزیر صنایع از صنعت به ویژه صنعت بسته بندی شد و گفت: «با حمایت های جدی و اصولی از صنعت بسته بندی می توان آن را به حد مطلوب رساند. تحول کالا از معدود سازندگان ماشین آلات صنعت بسته بندی می باشد که دارای توان صادرات هم به لحاظ کیفیت و هم کمیت است. اما تاکنون هیچ حمایتی مادی و معنوی از طرف وزارت صنایع انجام نگرفته است. این گونه بی مهری ها موجب دل سرد شدن تولیدکنندگان شده است و از طرفی دیگر هر روز شرایط نابرابر و غیرمنصفانه رقابت با شرکتهای خارجی بر ما تحمیل می شود.»

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین المللی
ماشین آلات
چاپ و
بسته بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱





نمایش درآورد و چندین نمونه از کارهای چاپی خود را در معرض دید قرار داده بود.

سرپرست چاپخانه جغرافیای سحاب اظهار امیدواری کرد بتواند پله‌های ترقی را بیش از گذشته با سرعت طی کند. وی معتقد بود که در نمایشگاه امسال به اهداف مورد نظر دست یافته‌اند. وی انجمنهای صنفی را در پیشرفت همگانی صنعت مؤثر و مفید دانسته و تأکید می‌کند. پیشرفت صنعت چاپ و بسته‌بندی مرهون انجمنهای صنفی می‌باشد. سرپرست چاپخانه جغرافیای سحاب استقبال از نمایشگاه را خوب ارزیابی نمود و متذکر شد برای جلوگیری از ازدحام و شلوغی باید برای ورود به نمایشگاه ورودیه دریافت شود تا واقعاً کسانی که علاقه و نیاز به بازدید دارند در نمایشگاه حضور یابند.

آقای وزیر، چاره‌ای بیاندیشید

مدیر عامل شرکت ظروف زعفران و خشکبار عباری: «وزیر محترم، حمایت از صنایع را جدی تلقی کنید و برای مرتفع ساختن مشکلات صادرات تهیه مواد اولیه، نوسان قیمتها، قوانین دست و پا گیر تامین اجتماعی، اداره دارایی، بانکها و... چاره‌ای بیاندیشید.»

چاپ ۹ رنگ را شروع خواهیم کرد

شرکت تبریزیک که بیش از چند ماه از تاسیس آن نمی‌گذرد اولین تجربه نمایشگاهی را با غرفه‌ای به مساحت ۱۰۰ متر تجربه کرد.

فعالیت تبریزیک در خصوص انواع چاپ روتوگراور با ماشین چروتی ۹ رنگ ایتالیایی می‌باشد و به گفته مدیر عامل شرکت در آینده نزدیک، چاپ ۹ رنگ را شروع خواهد کرد. سلیمان زاده هدف تبریزیک از حضور در نمایشگاه را ارایه توانمندیها و خلاقیتها دانست و گفت: «در این باره به صورت نسبی



پای ظروف دو لتری هم به چاپ افست خشک باز شد. این خبر بسیار خوبی است و نشانه شتاب مناسبی در رشد بسته‌بندی ایران است. بسته‌بندی، هر روز بهتر از دیروز.

مؤثر می‌داند و از فقدان چنین تشکلهایی اظهار تأسف می‌کند. وی امیدوار است پویایی صنعت به کمک خود صنعتگران انجام پذیرد.

آقای وزیر، شما هم از خانواده صنعت هستید

مدیر فنی بسته‌بندی صداقت: «از وزیر می‌خواهم به صنعت کمک کرده، مالیاتها و عوارض را حذف کند. از کارگران و تولیدکنندگان بلامنزاع حمایت کند. چون خود او از خانواده صنعت است.»

تولید شرینگ عمودی برای اولین بار در ایران

شرکت زرین خاتم به مدیریت محسن داعی توانسته برای اولین بار در ایران شرینگ عمودی (رینگی) را تولید کند و در نمایشگاه امسال به معرض نمایش بگذارد. مزیت این دستگاه نسبت به شرینگهای تونلی حجم و مصرف کم و فعالیت با سیستم برق تک فاز می‌باشد و از لحاظ قیمت یک‌دهم محصولات مشابه خارجی (اروپایی) است.

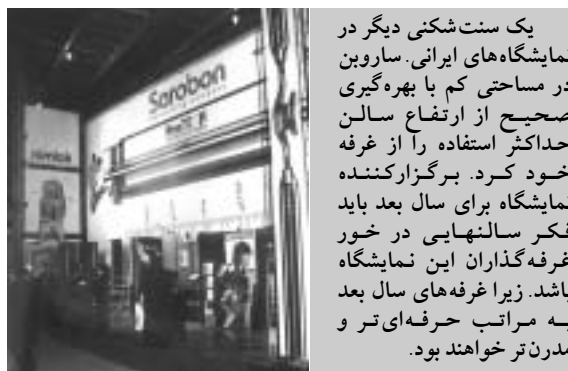
سازنده دستگاه معتقد است که این دستگاه با مشابه خارجی برابری می‌کند و می‌تواند نیاز کشور را پاسخگو باشد. برای ساخت این دستگاه ۵۰ میلیون ریال هزینه صرف شده است.

مدیر عامل زرین خاتم با احساس رضایت از بازدیدکنندگان دستگاه شرینگ عمودی گفت: «بسیاری از شرکتهای یخچال‌سازی و لوازم خانگی استقبال خوبی از دستگاه به عمل آوردند. ما امیدواریم که بتوانیم در آینده بیش از پیش به نوآوری، ارایه طراحی و ساخت دستگاه روی آوریم.»

داعی از کیفیت نمایشگاه بخصوص در مورد اطلاع‌رسانی انتقاد کرد و افزود: «تبلیغات نمایشگاه نهم بسیار ضعیف و ناکارآمد بود.»

به اهداف مورد نظر دست یافتیم

چاپخانه جغرافیایی سحاب با فعالیت در زمینه چاپ افست که همه ساله در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی حضور می‌یابد امسال نیز با دوازده متر غرفه با هدف آشنایی با فن‌آوری و پیشرفت صنایع چاپ بسته‌بندی و دسترسی به بازارهای هدف، حاصل کار بزرگترین ماشین چاپ افست حال حاضر کشور را در نمایشگاه به



یک سنت شکنی دیگر در نمایشگاه‌های ایرانی. ساروین در مساحتی کم با بهره‌گیری صحیح از ارتفاع سالن حداکثر استفاده را از غرفه خود کرد. برگزارکننده نمایشگاه برای سال بعد باید فکر سالنهایی در خور غرفه‌گذاران این نمایشگاه باشد. زیرا غرفه‌های سال بعد به مراتب حرفه‌ای‌تر و مدرن‌تر خواهند بود.

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین‌المللی
ماشین‌آلات
چاپ و
بسته‌بندی
تهران
بهمن ۱۳۸۱





گروه بازرگانی کدیور کلیه ملزومات چاپ را در مجموعه‌ای کامل ارائه می‌کند

شرکت بازرگانی کدیور از سال ۱۳۶۹ با هدف و زمینه فعالیت در دو گروه غذایی و واردات ماشین آلات چاپ و بسته‌بندی آغاز کرد. این شرکت در گروه مواد غذایی واردکننده کاکائو و انواع روغنهای گیاهی و خط تولید ماشین آلات کیک و شکلات و بیسکویت می‌باشد. این شرکت در گروه چاپ و بسته‌بندی نیز واردکننده دستگاههای چاپ و بسته‌بندی مربوط به مواد غذایی، مرکبهای چاپ شیمیایی و سیلندرهای چاپ برای ماشینهای چاپ و فویل‌های آلومینیومی می‌باشد.

حبیبی مدیر عامل کدیور متذکر شد که تنها شرکتی هستند که می‌توانند کلیه ملزومات چاپ را در یک مجموعه کامل ارائه کنند. وی ارتباط شرکت کدیور را با شرکتهای چاپ بسیار نزدیک و خانوادگی توصیف کرد و افزود: «ما همواره سعی کردیم با شرکتهای چاپ ارتباط خوب و صمیمی داشته باشیم و برای حفظ این ارتباط و حمایت از این شرکتهای خدمات پس از فروش، آموزش و گسترش خدمات را ارائه می‌کنیم.»

وی ضعف مدیریت نمایشگاه را مورد انتقاد قرار داد و اظهار داشت: «تا ۱۵ روز قبل از نمایشگاه ما جای غرفه خود را نمی‌دانستیم. متأسفانه باید بگویم کیفیت برگزاری نمایشگاه سال به سال ضعیف‌تر می‌شود. در حالی که کشور مستعدی برای رشد و گسترش صنعت و رونق اقتصادی داریم و با کسب این ابزار مهم (نمایشگاه) به اهداف مورد نظر زودتر دست یابیم. در امور نمایشگاه بسیار ضعیف و منفعل عمل می‌کنیم. نمایشگاه بین‌المللی یعنی بازاریابی در سطح داخلی و خارجی. در حالی که ما در کشور خودمان از وجود و نحوه برگزاری و غرفه خود درست در دقایق پایانی مطلع می‌شویم. فکر می‌کنید این نمایشگاه چگونه می‌تواند ما را به بازارهای هدف در خارج از کشور متصل کند و یا بالعکس.»

حبیبی هدف از حضور شرکت کدیور در نمایشگاه را شناخت همکاران جدید و دور هم جمع شدن عنوان کرد و گفت: «ما همه ساله در نمایشگاه غرفه داشتیم و امسال نیز با غرفه‌ای به مساحت ۱۰۰ متر حضور داریم.»

او به رشد مثبت صنعت چاپ اشاره کرد و افزود: «صنعت چاپ در ایران طی پنج سال گذشته به نقاط خوبی رسیده و باید قدر این پیشرفت و موفقیت را دانست و برای رشد و توسعه بیش از پیش آن از هیچ کوششی دریغ نکرد. در این راستا باید به تشکلهای انجمنهای صنفی بها داد و خود انجمنها نیز باید به خودباوری برسند و باور داشته باشند که می‌توانند در رشد صنعت مؤثر باشند. اما متأسفانه نقش آنها در صنعت کشور محسوس نیست.»

مرد را کی در ریاید تندباد

سید محمود یوسفی مدیر عامل شرکت نوآور پگاه پوشش که در حادثه برق‌گرفتگی ۲ سال از دنیای صنعت و کار و تلاش دور بود. طی سال گذشته پس از بهبودی کامل دوباره پا به عرصه گذاشته است. او از جمله صنعتگران توانا است و پس از ۲ سال باز ماندن از دنیای صنعت و میدان رقابت دوباره توانست خود را به قافله صنعت برساند و به تمامی سخنان ابهام‌آمیزی که در زمان غیبت

به اهداف خود رسیده‌ایم وی ضمن اظهار رضایت از استقبال بازدیدکنندگان، نمایشگاه را محل گسترش مناسبات و همکاریهای شرکت عنوان کرد و افزود: «متأسفانه نمایشگاه از کیفیت مطلوب برخوردار نبود و همین امر موجب کاهش کارآمدی نمایشگاه می‌شود.»

مدیر عامل تبریزیک آینده صنعت چاپ را بسیار روشن و رضایت‌بخش توصیف نمود و معتقد بود که در سایه رقابت، کیفیت چاپ رو به رشد و توسعه خواهد بود.

نارضایتی از سروصدای غرفه همجوار

مسئول روابط عمومی شرکت پلاستیک فرآورده‌های شیری پگاه فعالیت این شرکت را چاپ بر روی فیلمهای پنج‌لایه جهت بسته‌بندی شیر و مواد لبنی عنوان کرد و افزود به تازگی دستگاه ورق و لیوان‌ساز جدیدی جهت افزایش تولید از آلمان خریداری شده و در مدار تولید قرار گرفته است.

مجید متقی هدف از حضور شرکت پلاستیک پگاه در نمایشگاه را اعلام حضور در صنعت بسته‌بندی اعلام کرد و اظهار داشت. از آن جا که شرکت دولتی است و تنها برای سرویس و خدمات‌دهی به کارخانجات پگاه در سراسر ایران فعالیت می‌کند در نمایشگاه مانند شرکتهای دیگر با هدف جذب مشتری و بازار حضور نیافته است. وی از عدم توجه مسئولان برگزاری به مشکلات مطرح شده انتقاد کرد و گفت: «از سالن ۲۷ در راهروی مجاور ما غرفه‌ای با بلند کردن صدای موزیک و ایجاد آلودگی صوتی نظم و آرامش این سالن را بر هم زد و به تذکرات دیگران هیچ توجهی نکرد. وقتی به مسئولان مراجعه کردیم پاسخهای قانع‌کننده‌ای نشنیدیم و در نهایت هیچ کس تا روز آخر نمایشگاه به این موضوع رسیدگی نکرد.»



خیلی‌ها با دیدن غرفه پسناره احساس کردند که مساحت غرفه با تجهیزات ارائه شده در آن تناسب ندارد. البته خلاف آن چه که ممکن بود به نظر هر کس برسد. یعنی جای خالی فراوان و تجهیزات اندک. تنها کسانی که با مسئولان غرفه شرکت پسناره صحبت کردند فهمیدند که چرا این غرفه خالی به نظر می‌آید. متأسفانه دستگاه پیشرفته چاپ و دایکات جدید پسناره که به گفته کشاورز زاده مدیر عامل این شرکت حاصل تلاش چند ساله کارکنان پسناره بود در حین نقل و انتقال دچار صدمه شدید شد و خستگی به تن همه بر و بچه‌های پسناره باقی ماند. در آینده راجع به این دستگاه پیشرفته در ماهنامه صنعت بسته‌بندی خواهیم نوشت.

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین‌المللی
ماشین‌آلات
چاپ و
بسته‌بندی
تهران
بهمن ۱۳۸۱





گزارش نهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی تهران بهمن ۱۳۸۱

وی عنوان می شد پایان دهد.

شرکت پگاه پوشش با ۸ سال سابقه فعالیت در زمینه ساخت دستگاههای بسته بندی با نشان «سالی پک» با ۱۸ متر غرفه در سالن ۲۷ نهمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران تجدید حیات صنعتی خود را بیش از پیش محسوس تر ساخت.

مدیر عامل پگاه پوشش درباره محصولات ارائه شده این شرکت در نمایشگاه گفت: «ماشین آلات ما در این نمایشگاه شامل شرینگ، وکیوم، فرمینگ، پرس حرارتی، شرینگ عمودی و... است.» وی افزود: «در حال حاضر در حال ساخت دستگاه شرینگ فول اتوماتیک با برنامه ریزی PLC و کنترل از اتاق کامپیوتر هستیم که به سفارش چاپخانه بانک ملی و جهت بسته بندی چکها، چک پولها و اوراق بهادار ساخته می شود.» وی اظهار داشت: «دستگاههای ساخته شده ما از لحاظ کیفیت مشابه خارجی است ولی از نظر قیمت یک سوم قیمت مشابه (آلمانی) می باشد.» وی رقابت شرکتهای ایرانی با خارجی را رقابت غیرعادلانه ارزیابی کرد و افزود: «با توجه به فشارهایی که شرکتهای ایرانی تحمل می کنند باید دولت به آنها امتیاز داده و یا از آنها حمایت جدی کند. بطور مثال دریافت چندین نوع عوارض و مالیات که تنها قیمت تمام شده را افزایش می دهند چیز دیگری عاید شرکتهای ایرانی نمی کند.»

یوسفی به حادثه ناگوار برق گرفتگی اشاره می کند و می گوید: «صنعتگران مراقب باشند و بدانند که هیچ کس آنها را حمایت نخواهد کرد و به آینده خود بیشتر بیاندیشید.» یوسفی می افزاید: «طی دو سالی که من در بستر بیماری افتادم هیچ حمایتی از من

نشد. منظوم حمایت مادی نیست. بلکه ما نیاز به حمایتهای معنوی داشتیم. جای این سؤال محفوظ است که چرا مسئولان، نهادها، انجمنها و... از خود نپرسیدند چرا کسی که سیصد دستگاه صنعتی تحویل جامعه داده است دیگر فعالیتی نمی کند و او الان در کجا بسر می برد. اگر ما تشکل یا انجمنی فعال و پویا داشتیم حتماً می توانست پرس و جو کند و در پریشان حالی یار و یاورمان باشد.»

رقابت نامتعارف، حذف تولیدکنندگان واقعی

مدیر فروش و سفارشات چاپ ایران زمین هدف از حضور چاپ ایران زمین در نمایشگاه امسال را ارائه توانمندیها و بازاریابی فعال می داند و می گوید: «در این امر تا حدود ۵۰ درصد موفق بودیم.» سپهرآرا با اشاره به مشکلات صنایع چاپ گفت: «رقابت نامتعارف باعث ورشکستگی بسیاری از چاپخانه ها شده است و همین موجب شده تا در پی تولید و نوآوری و ارائه سیستمهای جدید باشیم و در صدد آن هستیم که به سوی کارهای چندلایه از جمله هفت و هشت لایه جهت مصرف در آب میوه، صنایع لبنی و گوشتی و... برویم و برای بقای خود به تنوع تولید بیاندیشیم.» وی وضعیت چاپ در ایران را نامناسب ارزیابی کرد و دلایل آن را عدم نظارت از سوی وزارت ارشاد، نداشتن انجمن تخصصی پویا و مستقل و کارآمد، عدم تناسب تولید و مصرف و... دانسته و معتقد است که این مسائل موجب نابسامانی این صنعت شده است و در آینده بسیاری از تولیدکنندگان حذف خواهند شد. مدیر فروش ایران زمین استقبال از نمایشگاه را رضایت بخش

در ایران، رابطه بین غرفه گذار و مجری نمایشگاه رابطه موجر و مستاجر است

مرتضی کریمیان مدیر مسئول و سردبیر ماهنامه صنعت چاپ نظرات خود را جع به نمایشگاه نهم و موضوعات پیرامون آن را چنین بیان کرد: نمایشگاه در بحث ارتباطات تعریف می شود. اما در ایران نمایشگاه تنها به اجاره غرفه منحصر شده است. در واقع رابطه بین غرفه گذار و برگزارکننده رابطه موجر و مستأجر است. در این راستا برگزارکننده هیچ تعهد و مسئولیت دیگری ندارد. اما در دنیا این طور نیست. مجری نمایشگاه مکانیزمهایی را اجرا می کند که از امکانات موجود نهایت بهره وری انجام شود. یعنی سه راس مثلث نمایشگاه که مجری نمایشگاه، غرفه گذار و بازدیدکننده باشند نسبت به وقت و سرمایه خود بهره کامل ببرند. متأسفانه نمایشگاه چاپ و بسته بندی این گونه نیست. بازدهی آن به تناسب هزینه های انجام شده کم است. البته ما (نشریات) مشکل کمتری داریم زیرا در بطن اطلاع رسانی هستیم و کار ما همین است. اما غرفه گذاران دیگر، از نمایشگاه توقع اطلاع رسانی قوی و شایسته دارند. نمایشگاه های خارجی که در این زمینه

برگزار می شوند تبلیغات و اطلاع رسانی بسیار وسیعی دارند. اما سری به سایت نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران بزنید. امروز (زمان مصاحبه) که نزدیک به یک ماه از برگزاری نمایشگاه نهم می گذارد، سایت نمایشگاه چاپ و بسته بندی هنوز برای شرکت در نمایشگاه هشتم (یک سال پیش) دعوت می کند. یعنی از بهمن سال ۸۰ تا کنون ترکیب این سایت دست نخورده است!

نمایشگاه فرصتی مناسب است که شخصیتهای تاثیر گذار و کلیدی کشور با صنعتگران و دست اندرکاران رشته های تخصصی از نزدیک ملاقات و گفت و گو داشته باشند. مجموعه تمام اینها بازدهی اقتصادی را بالا می برد. در کشورهای خارجی نیز چنین است. اما در ایران همه چیز نمایشگاه در چارچوب انحصار است.

به طور کلی نمایشگاه گرایش به سمت بسته بندی دارد. البته در زمینه چاپ نیز گرایش نمایشگاه به سمت چاپ دیجیتال است که به نظر می آید دلیل آن نبودن نمایشگاه اختصاصی برای چاپهای دیجیتال باشد. سایر چاپها چاپ بسته بندی هستند.





او چه می‌گویید، گفت: «نه تنها وزیر صنایع بلکه وزراء نقش و کارایی خاصی ندارند. وزیر صنایع، وزیر سلیقه‌ها و عقاید خودش است نه صنایع کشور.»

غرفه داران در نمایشگاه‌ها به نتایج خوبی می‌رسند

داریوش نثاری گزارشگر و تحلیلگر ماهنامه صنعت چاپ درباره نمایشگاه نهم چنین می‌گوید:

در خصوص حضور صنعت چاپ در نمایشگاه نهم و میزان آن می‌توان گفت نسبت به خود نمایشگاه خوب بود. وقتی تمام دست‌اندرکاران چاپ اعم از مواد مانند مرکب و کاغذ، خدمات مانند چاپخانه‌ها و ماشین‌آلات مختلف چاپ را در نظر بگیریم می‌بینیم که بخش وسیعی از نمایشگاه نهم مربوط به چاپ بود. در واقع تنها حضور ماشین‌آلات چاپ افسست و یا خدمات چاپ افسست است که در نمایشگاه کم‌رنگ شده است. شاید به دلیل آن که ایشان خود را جزء بازار کتاب و نشر می‌بینند و البته با توجه به گرانی غرفه و مشخص بودن خریداران ماشین‌آلات افسست ایشان تدابیر دیگری برای ارتباط با بازار خود دارند.

اما در باره کیفیت آثار چاپی در حوزه چاپ لفاف بسته‌بندی می‌توان گفت که اوضاع روبه بهبود است. با توجه به سرمایه‌گذاری‌های خوبی که در این بخش انجام شده و می‌شود چاپ لفاف‌های بسته‌بندی از حالت به اصطلاح انحصاری خارج شده و عواملی مانند رقابت و بالا رفتن توقع مشتری موجب رشد کیفی در این بخش گردیده است. البته باید دید افزایش کیفیت به چه بهایی به دست می‌آید. یعنی باید کیفیت را در کل پروسه بررسی کرد.

از ابتدا یعنی طراحی تا انتها که چاپ باشد و مراحل میانی آن نظیر تامین مواد اولیه، همه در کیفیت نقش دارند. امروز مسئله عمده ما ضعف دانش فنی و آموزش از طرفی و فقدان تشکلی منسجم از



این ماتیز بیچاره داشت از اون کنار رد می‌شد که گرفتار اهالی صنف چاپ شد. اهالی صنف چاپ نیز آن را مورد لطف قرار داده و با آخرین پدیده‌های چاپ جهان چاپیدند. یعنی به زور آثار چاپی آراستند! با اخلاق خاص ایرانی‌ها و شتاب رو به رشد غرفه‌آرایی در ایران اگر در نمایشگاه بعدی در برخی غرفه‌ها هلی‌کوپتر و هواپیما دیدید تعجب نکنید!

توصیف کرد و معتقد بود بازدیدکنندگان نمایشگاه از آگاهی بالایی برخوردار بوده و اکثر آنها متخصص بودند و افراد متفرقه در بین آنها نسبت به سالهای گذشته کمتر بود. او از عدم حضور مسئولان از جمله وزرای ارشاد، صنایع و بازرگانی در نمایشگاه انتقاد نمود و گفت: «حضور مسئولان باعث دلگرمی و اهمیت دادن به تولیدکنندگان و صنعتگران است. در صورت حضور ایشان ما احساس می‌کردیم که مسئولان به ما بسیار نزدیک هستند و می‌توانستیم مشکلات را بازگو کرده و حداقل با هم درد دل کنیم. اما متأسفانه این عدم حضور و بی‌تفاوتی باعث دلسردی صنعتگران می‌شود.»

وی به ضعف برگزاری نمایشگاه اشاره کرد و گفت: «متأسفانه از تجربیات سالهای گذشته درس عبرت نمی‌گیریم و در صدر رفع نقائص بر نمی‌آئیم. بطور مثال غرفه چینی نامتوازن که موجب تحت الشعاع قرار گرفتن غرفه برخی از شرکتها شده و هیچ قانون و برنامه مشخصی نداشت و مباحثی دیگر چون امکانات سرویس دهی، عدم اطلاع‌رسانی، برخورد نامناسب برخی از پرسنل نمایشگاه و... که همه ساله تکرار می‌شود و از کیفیت نمایشگاه می‌کاهد.»

۹۰ درصد عقب ماندگی، فقدان و ناکارآمدی تشکلهای

صنفا است

صنایع بسته‌بندی جعفری که انواع ماشینهای بسته‌بندی از جمله تسمه کش و تیوب پرکن تمام اتوماتیک تولید می‌کند. برای هشتمین بار در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی حضور یافته است.

جعفری به ضعف صنعت چاپ و بسته‌بندی اشاره می‌کند و می‌گوید: «به طور کلی صنایع ما دچار عقب‌ماندگی هستند و ۹۰ درصد این عقب‌ماندگی به خاطر فقدان و ناکارآمدی تشکلهای صنفی است که نمی‌توانند به عنوان نماینده حقوقی صنف از صنعت و صنف خویش دفاع کنند و حمایت‌های لازم را جهت توسعه صنف فراهم کنند.»

وی در پاسخ به این سوال که اگر وزیر از غرفه شما دیدن کند به



غرفه ماهنامه بسته‌بندی در تمام پنج روز نمایشگاه با ازدحام مبارک و میمون بازدیدکنندگان روبرو بود. به حدی که در این غرفه دوازده متری به طور متوسط شش نفر دائم در حال پاسخگویی به مراجعان بودند. تنها شور و فعالیت و ازدحام بازدیدکنندگان بود که به بر و بچه‌های غرفه فرصت نمی‌داد از سرمای غرفه فرار کنند. غرفه ماهنامه صنعت بسته‌بندی کنار درب ورودی سالن شش بود. سرما و مراجعان با هم غرفه را پر کرده بودند و غرفه‌داران مانیز هر دو را با جان و دل پذیرا بودند.

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین‌المللی
ماشین‌آلات
چاپ و
بسته‌بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱





گزارش نهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی تهران

بهمن ۱۳۸۱



طراحی کرده و ساخته ایم.»
مهندس اسماعیلی مدعی شد که دستگاه‌ها ارایه شده این شرکت در بازار با مشابه خارجی (تایوانی) تنها از لحاظ قیمت تفاوت دارد و می‌افزاید: «قیمت دستگاه‌های تایوانی در بازار کمتر از پنجاه هزار دلار نیست در حالی که دستگاه‌های ما با کمتر از ۲۰ هزار دلار به فروش می‌رسد.»

مدیر عامل ارسان چاپ دیگر فعالیتهای این شرکت را تولید انواع فیلمهای پلی اتیلن و نوارهای بهداشتی، تولید فیلم نایلون و نایلکس، چاپ بر روی انواع فیلمها، و واحد پاکت‌سازی عنوان کرد. وی درباره نمایشگاه گفت: «در مجموع نمایشگاه خوب بود و ما به اهداف مورد نظر تقریباً دست یافتیم. در طی ۹ دوره گذشته که همواره در نمایشگاه حضور داشتیم، برخی انتقادات به نمایشگاه وارد بوده که امیدواریم دست اندرکاران در رفع آنها بکوشند.»

مهندس اسماعیلی یادآور شد که ارسان چاپ عضو انجمن مخترعین و مبتکرین می‌باشد و به خاطر تولید ماشین‌آلات تاکنون سه دیپلم افتخار از این انجمن دریافت کرده است.

مدیر عامل ارسان چاپ خواستار حمایت از صنعت شد و گفت: «اگر از صنعت حمایت کنند سهم بیشتری از بازارهای جهانی را کسب خواهیم کرد. این امر موجب رونق صنعتی و اقتصادی خواهد شد.»

سلیندر مرکزی هیلوگراور را به بازار عرضه می‌کنیم

فوزان ارغوان با یازده سال تجربه در زمینه ساخت ماشین‌آلات چاپ اسکرین و فلکسو از یک تا شش رنگ، برای هفتمین بار با غرفه‌ای به مساحت ۵۰ متر مربع در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی حضور فعال و گسترده داشت.

مهندس وحدت ماشین‌آلات ساخته شده خود را قابل رقابت با مشابه خارجی دانست و افزود: «دستگاه‌های تولیدی ما از نظر کیفیت و توانایی نسبت به مشابه خارجی کمبودی نداشته و تنها از لحاظ قیمت تفاوت دارند.»

وی گفت: «شرکت ما دائماً در حال نوآوری محصول و افزایش توان فنی می‌باشد و قصد داریم در آینده نزدیک دستگاه سلیندر مرکزی هیلوگراور که در زمره تکنولوژی روز دنیا است را به بازار



بردارشیب به تازگی کاغذ پشت چسبدار تولید می‌کند. نمونه آثار چاپ شده نیز در ویتترینهای غرفه این شرکت به نمایش گذاشته شده است. اما این را تا مسئول غرفه نگوید کسی متوجه نمی‌شود. چنین افتخاری را باید با صدایی بلندتر گفت. شاید ایشان به تولید خود شک دارند! ولی ما که وقتی شنیدیم خیلی خوشحال شدیم.

سوی دیگر است. به نظر می‌آید واحدهای این بخش (چاپ لفاف بسته‌بندی) هنوز از نظر فکری و فرهنگی آمادگی این کار را ندارند. ایشان با هم تفاهم نداشته و تحمل یکدیگر را ندارند. دیدگاه‌هایشان نیز نسبت به یکدیگر منفی است. متأسفانه گاهی گامهایی نیز که برداشته می‌شود نایجا است. منظور تلاشی است که برای ایجاد تشکل در اداره کل چاپ و نشر وزارت ارشاد انجام شد. در واقع ارشاد بستر مناسبی برای این کار نبود و من در این خصوص نظر مخالف دارم. ایجاد تشکل برای این صنف به این صورت به دلایل مختلف ناکام می‌شود. اصولاً وزارت ارشاد نسبت به این امر که شاخه‌ای از صنعت است احاطه ندارد. زیرا یک ارگان فرهنگی است. یکی از بسترهای مناسب برای این کار ماده ۱۳۱ قانون کار و مثال آن انجمن شیرینی و شکلات است که خود ایشان (چاپ لفافهای بسته‌بندی) با اعضای این انجمن آشنایی کامل دارند.

به نمایشگاه نهم برگردیم به طور کلی نمایشگاه خوب بود. غرفه‌داران در نمایشگاه به نتایج خوبی می‌رسند. زیرا فرهنگ غالب و رایج در ایران فرهنگ شفاهی است. بنابر این نمایشگاه می‌تواند وسیله خوبی برای بازاریابی باشد. نمایشگاه به دلیل حضور دست‌اندرکاران و مخاطبان آنها یک گردهم‌آبی صنعتی است و به نظر می‌رسد مدیریت نمایشگاه ظرفیت آن را ندارد. حتی کاتالوگ نمایشگاه (صرفه نظر از بهای بالای آن) فهرست کاملی از غرفه‌گذاران ندارد. ایشان برای گذاردن نام غرفه‌دار در کتاب نیز پول جداگانه‌ای می‌گیرند که در خصوص این کتاب در واقع نقض آداب مدیریت و برگزاری نمایشگاه و نقض در اطلاع‌رسانی آن است.

تنها تفاوت محصولات ما با خارجیها، قیمت است.

ارسان چاپ با دستگاه جدید بغل دوخت تمام اتوماتیک چشم‌دار با قابلیت تولید هشت مدل پاکت و ظرفیت پاکت کردن ۱۰۰ فیلم چاپی در هر دقیقه در نمایشگاه نهم شرکت کرده بود.

مدیر عامل ارسان چاپ درباره تولیدات این شرکت گفت: «قریب به ۱۵ مدل دستگاه دوخت تولید می‌کنیم و همچنین سازنده دستگاه جرقه‌زنی هستیم که باعث می‌شود رنگ مرکب بر روی انواع فیلمهای پلی اتیلن ثابت شود. در ساخت ماشین‌آلات خود برخی از قطعات را از آلمان و ایتالیا وارد کردیم و بقیه را در ایران



کشور کانادا بورس بسته‌بندی است. در توضیح آن همین بس که انجمن بسته‌بندی کانادا پنجاه سال قدمت دارد. شرکتهای کانادایی در صنایع بسته‌بندی تمام کشورهای جهان شناخته شده‌اند و در تمام بازارها حضور دارند. حتی بازار ایران.



وی به نقش تشکلهای و انجمنها جهت توسعه و بسط صنعت پرداخت و گفت: «متأسفانه انجمنها در ایران فعال و پویا نیستند و برای صنعت و اعضای خویش فعالیت نمیکنند و همین امر موجب کم رنگ شدن نقش آنها شده است.»

وی یادآور شد که عضو انجمن انفورماتیک و انجمن UPS سازان هستند اما هیچ کمک و یا فعالیت مثبتی از طرف انجمن شاهد نبوده اند.

ابتکار عمل مرکز توسعه صادرات در جهت رونق نمایشگاه!
از آن جا که همه چیز مان باید به همه چیز مان بیاید و در راستای رضایت بی حد و حصر غرفه گذاران از اطلاع رسانی نمایشگاه و خدمات ارزنده مرکز توسعه صادرات و شرکتهای تابعه! این دستگاه دست به ابتکار جدیدتری زده و توزیع هر گونه ویژه نامه ای را منوط به تأیید شخص یا واحدی در داخل خود کرد. ما نمی دانیم که این تصمیم به واقع چه نفعی برای رونق تولید و صنایع کشور دارد. اما به نظر مان آمد که به هر حال نفعی هر چند کوتاه مدت برای خود دستگاه برگزار کننده نمایشگاه دارد.

بازدید کنندگان خارجی کجا بودند

فقدان حضور بازدید کنندگان خارجی در نمایشگاه نهم کاملاً مشهود بود. هر چند برخی از عوامل به عدم اطلاع رسانی صحیح در خارج از کشور از سوی مجری نمایشگاه و اتاقهای بازرگانی و وابسته های بازرگانی ایران در خارج از کشور باز می گردند. اما

آن چه گفتیم عمل کردیم و هر که با ما معامله کرد سود برد. ویژه نامه نمایشگاه که از سوی ماهنامه صنعت بسته بندی منتشر شد بزرگ و رنگین در چهل و هشت صفحه همراه با مطالب خواندنی و آگهی های کارآفرینان بسته بندی در تیراژی بیش از پنج هزار جلد چاپ شد و به راستی به رایگان در میان بازدید کنندگان نمایشگاه توزیع شد. هیچ کدام از ویژه نامه هایی که بنا بود به این صورت منتشر و توزیع شوند نه در این وسعت و نه در این کیفیت نبودند و ما خدا را شکر می کنیم که

هیچ گاه از صداقت کم نمی آوریم و همواره عملکردمان در راستای خدمت به کشور و کارآفرینان آن است. بگذریم که هنوز برخی این را دریافته اند.

سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی که تنها یک دهم آن آگهی و بقیه به رایگان گردآوری و چاپ شده بود سر موقع منتشر شد و مشتاقان اطلاعات بسته بندی روزانه بیش از یکصد و پنجاه جلد از آن را خریدند. پانزده هزار ریال ارزانتر از کتاب نمایشگاه و با

اطلاعاتی ده برابر بیشتر که به طور رایگان گردآوری شده بود و تنها در غرفه ای به فروش می رفت که مانند بقیه غرفه گذاران با پرداخت پول تهیه شده بود. این کتاب تا دو سال هر جا که ماهنامه صنعت بسته بندی حضور داشته باشد به علاقمندان عرضه خواهد شد و نه تنها در پنج روز نمایشگاه. آنها که خدمتگزاران واقعی این صنعت را شناختند براستی سود آن را برده و خواهند برد. زیرا ما در صداقت رقابت می کنیم.

عرضه کنیم.» وحدت ضمن اظهار ناراضی از زمان نمایشگاه گفت: «بهترین زمان برگزاری نمایشگاه خردادماه است و برگزاری نمایشگاه در پایان سال کاری بس سخت و دشوار و کم بازده می باشد.» وی استقبال از نمایشگاه را خوب ارزیابی کرد.

نوبن ماشین به صادرات می اندیشد

مدیر عامل شرکت تعاونی نوبن ماشین پویا زمینه فعالیت این شرکت را ساخت دستگاههای بسته بندی توزین دار عنوان می کند و می افزاید: «دستگاه دو توزین را جهت بسته بندی های حساس مانند لیمو، کشمش، مغز بادام و... تولید می کنیم. ظرفیت و توان دستگاهها از بیست تا هزار گرم می باشد.» شمسایی دستگاه نمونه ای را در نمایشگاه ارائه شده بود جزء دستگاههای دوتوزینه معرفی کرده و گفت: «این دستگاه به تاجیکستان فروخته شد.»

وی یادآور شد که نوبن ماشین به صادرات می اندیشد و در این راه قدمهای مثبتی را هم برداشته و تاکنون به کشورهای لهستان، عربستان، انگلستان و اوگاندا صادرات داشته است.

مدیر عامل نوبن ماشین تفاوت شرکتهای ایرانی با رقبای خارجی خود را در ارابه قیمتها مناسب، خدمات پس از فروش، نصب رایگان و... دانست.

انجمنها در ایران فعال و پویا نیستند

شرکت ترادیس برای دومین بار با ۱۲ متر غرفه در نهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت کرده بود خدمات ترادیس چاپ Out door و حکاکای روی فلزات می باشد. اقلیمی مدیر فروش ترادیس ضمن اظهار رضایت از نمایشگاه نهم افزود: «تقریباً به اهداف مورد نظر دست یافته ایم و نمایشگاه نهم انتظارات ما را برآورده ساخت.»



این هم لیتوگرافی رایان مهر نخستین تولیدکننده کلیشه لیزری فلکسو در ایران که در همین نمایشگاه از تنهایی در آمد و صاحب دو همکار دیگر شد. در عرض چند ماه کلیشه لیزری فلکسو هم چند تا سازنده پیدا کرد و عادی شد! ساموئل بکاریان (صاحب رایان مهر) باید به فکر یک چیز جدیدتر باشد. البته به نظر نمی آید حالا حالاها کلیشه سازی پیدا شود که مانند لیتوگرافی رایان مهر با دست و دلبازی دهها مترمربع کلیشه لیزری را مانند لواشک آلو، (به عنوان نمونه کار) مفت و مجانی به بازدید کنندگان بدهد!

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین المللی
ماشین آلات
چاپ و
بسته بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱





به نداشتن میز و صندلی و پانل و نداشتن انبار برای وسایل اضافی اعتراض می کردند. برخی دیگر از عدم روشنایی کافی، نداشتن نام و عنوان شرکت بر سر در غرفه یا نداشتن شماره غرفه و یا صدای ناهنجار غرفه مجاور شکایت داشتند و عده‌ای دیگر که غرفه دار بودند و دسته جمعی در حال ترک سالن ۶ بود می گفتند: «در طول زمستان سرما را به اندازه این ۴ روز نچشیدیم.» و بالاخره هر کس به نوعی لب به اعتراض می گشود. اما عده‌ای دیگر بر خلاف معترضین از نمایشگاه بسیار راضی و خشنود بودند و به روزهای آتی و قراردادهای منعقد شده و مناسبات به دست آمده می‌اندیشیدند و با فکر و اندیشه برای روزهای آینده نمایشگاه را ترک می کردند.

جان کلام

نهمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران با تمام خوبیها و بدیها گذشت و در نهایت بسیاری پرونده آن را مختومه اعلام کردند. اما ما دوست داریم برگزارکنندگان عزیز و پرتلاشی که زحمت زیادی برای برگزاری آبرومندانه آن کشیده بودند پرونده این نمایشگاه را مختومه نپندارند. بلکه بالعکس با توجه به نظرات و عقاید شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان واقعاً به کیفیت مطلوب و برتر بیاندیشند و در جهت رفع نواقص برآیند. ما نیز خود را در این امر موظف می‌دانیم و از هیچ تلاش و کوششی فروگذار نیستیم.

نگو گفت لقمان که تا زیستن
به از سالها بر خطا زیستن

تمام مطالب نگاشته شده این گزارش بدون کوچکترین دخل و تصرف در متن اصلی که شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان در تهیه آن مرا یاری کرده بودند تدوین و تنظیم شده است و ماهنامه صنعت بسته‌بندی از سر دلسوزی و با هدف توسعه پایدار صنعت و برحسب وظیفه و رسالت مطبوعاتی که زبان گویای افکار عمومی و انعکاس‌دهنده نظرات افکار عمومی باشد این گزارش را تهیه و منتشر کرده تا با طرح مشکلات و دیدگاهها و راه‌حلهای رشد و شکوفایی صنعت و اقتصاد کشور کمکی شده باشد.



از جمله نکات ویژه نمایشگاه نهم ارائه بسته‌بندی‌های دست‌ساز در یکی از غرفه‌ها بود. خوشبختانه بسته‌بندی در ایران به آن بالندگی رسیده است که با وجود شرایط نامساعد نمایشگاه و هزینه‌های نامعقول آن، یک طراح راضی شود در این نمایشگاه غرفه گرفته و آثار خود را به نمایش گذارد. آن چنان که شرکت بسته‌نگار روز بسته‌بندی‌های دست‌ساز و کادوئی خود را ارائه کرده بود.

قسمت دیگر آن به ساختارهای صنعتی و نوع روابط گسترش مناسبات ما با دیگر کشورها مربوط است. مسئولان کشور باید جهت حضور بازدیدکنندگان خارجی و گسترش مناسبات با کشورهای صاحب نام صنعتی که ما می‌توانیم از تجربه آنها استفاده کنیم و یا کشورهایی که می‌توانند مصرف‌کننده تولیدات ما باشند تسهیلاتی ایجاد کنند تا ارتباطات نسبت به گذشته محکم و پویاتر شود. همچنین نقش اتاقهای بازرگانی و رایزنهای اقتصادی و صنعتی در خارج از کشور جهت معرفی صنایع، نمایشگاهها، محصولات تولیدی، تبادل فن‌آوری و بازاریابی و... بسیار مهم و اساسی است و می‌تواند به رونق صنعتی و اقتصادی منجر شود. اگر بدون برنامه‌ریزی مدون و منظم پیش برویم مطمئناً از نمایشگاه که به عنوان ابزار کارآمد و مؤثر در توسعه صنعتی می‌باشد همواره بی‌بهره خواهیم ماند.

نمایشگاه کم نور بود

روشنایی نمایشگاه از دیگر حکایت‌هایی بود که شرکت‌کنندگان نسبت به آن اعتراض داشتند. در حالی که نور کافی برای نمایشگاهی با این وسعت که لقب بین‌المللی را هم یدک می‌کشد باید بیش از این باشد. از آن جا که روشنایی هم به زیبایی سالنها کمک می‌کند و هم به روشنایی غرفه‌ها، شرکت‌کنندگانی که هزینه‌های هنگفتی را جهت دریافت غرفه پرداخت می‌کنند انتظار دارند که از روشنایی مطلوب و با کیفیت هم برخوردار باشند برخی غرفه‌ها روز اول نور کافی نداشتند اما از روز دوم به بعد با نصب لامپهای که خودشان تهیه کرده بودند به غرفه خود جلایی دادند. مسئولان چند غرفه در سالن ۲۷ اظهار می‌داشتند که برگزارکنندگان نمایشگاه از ارایه لامپ طفره می‌رفتند و برای گرفتن یک لامپ چقدر ما را معطل می‌کردند و دست آخر هم در اختیارمان قرار نمی‌دادند. برخی دیگر به دریافت برق سه‌فاز اشاره کردند و گفتند در روز اول برخی از دستگاهها به خاطر نداشتن برق کار نمی‌کردند. بالاخره با رفت و آمدهای مکرر و پی‌گیری موفق به دریافت برق، لامپ، کابل و... می‌شدیم. شایان ذکر است کمبود نور سالنهای نمایشگاه از تصاویر منتشره در این گزارش نیز پیداست و باعث افت کیفیت عکسها شده است.

روز پایانی

۱۹ بهمن روز پایانی نمایشگاه فرا رسید. ما تا آخرین لحظه مشغول فعالیت جهت اتمام گزارش بودیم. شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان در حالی نمایشگاه را ترک می‌کردند که هنوز بسیاری دست از انتقاد و ایراد گرفتن برنداشته بوده و برخی هنوز



همان طور که در تصویر پیداست این غرفه با این ستونهای محکم اصلاً شما را به بازدید و ورود به غرفه دعوت نمی‌کند. به نظر می‌آید یک شرکت تولیدی باید نمونه تولیدات خود را پیش روی بازدیدکنندگان قرار دهد و یا غرفه‌اش را طوری طراحی کند که بازدیدکنندگان بدون اجازه گرفتن یا هر گونه توضیحی به نمونه آثار ارائه شده دسترسی داشته باشند و بتوانند آنها را بررسی کنند. این موضوع به زیبایی غرفه هیچ ربطی ندارد.

گزارش
نهمین
نمایشگاه
بین‌المللی
ماشین‌آلات
چاپ و
بسته‌بندی
تهران

بهمن ۱۳۸۱



2003-4/1382-3
IranPack
 سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران
 Shadmehr Packing Industries Company

شادمهر پستاز در طراحی و ساخت ماشین آلات مدرن بسته بندی

کتاب سوم منتشر شد

درباره این کتاب

آن چه پیش روی شماست سومین تلاش ماهنامه صنعت بسته بندی برای جمع آوری و تدوین اطلاعات صنعت بسته بندی ایران است. مانند گذشته در این کتاب نیز سعی شده اطلاعات دقیق و کارآمدی از دست اندرکاران صنعت بسته بندی ایران جمع آوری و در دسترس علاقه مندان قرار گیرد. اطلاعات موجود در فهرستهای کتاب همگی به طور رایگان منتشر شده است. برای جمع آوری و طبقه بندی این اطلاعات هزاران «نفرساعت» فعالیت انجام شده است. اطلاعات موجود در سومین کتاب صنعت بسته بندی ایران بر اساس اعلام خود شرکتها و یا پی گیری تیم گردآوری کننده اطلاعات در ماهنامه صنعت بسته بندی تهیه و منتشر شده است. در سومین کتاب صنعت بسته بندی ایران سعی شده با بهره گیری از تجربیات دو کتاب پیشین تقسیمات جامعی انجام گیرد که بر اساس آن بتوان دست اندرکاران بسته بندی ایران را در بخشهای مربوط به خود یافت. این تقسیم بندی با هدف دستیابی سریع جستجوگران به واحد مورد نظر انجام شده است.

نباید از نظر دور داشت که به دلیل فقدان تشکلهای تخصصی در حوزه بسته بندی در کشور و در نتیجه تمرین نداشتن اهالی این صنعت در خصوص حرکتها و جمعیت، انرژی زیادی برای جمع آوری اطلاعات واحدهای مربوطه صرف شد که بخش مهم آن، فشارهای روحی و روانی وارد بر تیم جمع آوری اطلاعات بوده است. زیرا بسیاری از واحدها با وجود درج رایگان مشخصات، از دادن اطلاعات طفره رفته و یا نسبت به چنین حرکتهایی توجیه نبودند.

جست و جوی سریع و آسان

علاوه بر بخش بندی فنی کتاب که می تواند راهنمای جستجوگران برای پیدا کردن سریع واحد مورد نظر باشد مهمترین شاخص فعالیت هر واحد با خطی درشت و خوانا در مقابل نام آن نوشته شده تا جستجوگرانی که از روی نوع فعالیت، واحدهای مورد نظر خود را جستجو می کنند به سرعت به نام و نشانی آنها دست پیدا کنند. (این روش برای نخستین بار در کتابهای راهنمای منتشره در ایران توسط ماهنامه صنعت بسته بندی در دومین کتاب صنعت بسته بندی ایران انجام شد.)

اطلاعات منتشره در سومین کتاب صنعت بسته بندی ایران مربوط به واحدهایی است که به طور مستقیم یا غیر مستقیم به بسته بندی مربوط می باشند. البته این کتاب معرف تمام دست اندرکاران صنعت بسته بندی در ایران نیست. اما می توان گفت تمام واحدهای فعال و حاضر در صحنه مربوط به بسته بندی در این کتاب معرفی شده اند. واحدهایی که در نمایشگاه های تخصصی مربوطه حضور داشته اند، یا اطلاعات آنها در یکی از کتابها و یا مجلات صنعتی دیگر منتشر شده یا خود اطلاعاتشان را در اختیار ماهنامه صنعت بسته بندی قرار داده و یا توسط دیگران به این ماهنامه معرفی شده اند.

میهمان این کتاب

به دلیل اهمیت توزین در بسته بندی و لزوم رشد و استاندارد این بخش از عملیات بسته بندی در سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی فهرست برخی از سازندگان تجهیزات توزین به عنوان صنعت همکار آورده شده است.

فهرست طبقه بندی مشاغل در کتاب سوم

بخش ۱ ساخت تجهیزات صنعتی

ساخت ماشین آلات صنعتی در داخل کشور

تعمیرات و قطعات تجهیزات صنعتی

قالب سازان پلاستیک و غیره

قالب سازان دایکات (تیغ و تا)

صنعت همکار (تجهیزات توزین)

بخش ۲ تولید مواد اولیه و لوازم بسته بندی

تولید و تبدیل فیلم های بسته بندی

پلاستیک های بسته بندی (به جز فیلم)

تولید کاغذ و مقوا

کارتن سازی

بسته بندی کاغذی و مقوایی (غیر کارتن)

تولید پاکت، کیسه، ساک

بسته بندی فلزی (لوازم فلزی بسته بندی)

بسته بندی شیشه ای (لوازم شیشه ای بسته بندی)

بسته بندی چوبی

لوازم بسته بندی (عمومی)

چسب

رزین، مرکب، ورنی

مواد شیمیایی جانبی

بخش ۳ خدمات چاپ و بسته بندی

خدمات چاپ فلکسوگرافی و گراور

خدمات چاپ آفست لیتوگرافی و لترپرس

خدمات چاپهای ویژه (تامپو، اسکرین، افست)

خشک، هلوگرافی، ورنی، طلاکوب

خدمات چاپ برچسب (حرفه ای)

خدمات بسته بندی (بسته بندی کالاها)

بخش ۴ مشاوره و بازرگانی

مشاوره و بازرگانی مواد و ماشین آلات

بخش ۵ مراکز غیرانتفاعی

تشکلها

رسانه ها و مراکز تحقیقاتی



در باره بسته بندی در کانادا

به بهانه برگزاری پنجاهمین نمایشگاه بسته بندی Pac-Ex در اردیبهشت ۱۳۸۲



امروزه می‌توانیم همپای کیفیت محصولی که تولید می‌شود به بسته‌بندی آن اهمیت بدهیم و خیلی سخت است که بگوییم کالایی با کیفیت خوب در صورتی که بسته‌بندی نامناسبی داشته باشد قابل ورود به بازارهای دنیاست و مورد توجه مردم قرار می‌گیرد.

نکته‌ای که می‌خواهیم راجع به آن صحبت کنیم صنعت بسته بندی در آمریکا شمالی است. بخصوص کشور کانادا، البته کشور کانادا را از این جهت عرض می‌کنم که روی موضوع بسته بندی بسیار با حساسیت برخورد می‌کند.

بطور مثال انجمن صنایع بسته بندی کانادا حدود ۵۰ سال پیش تاسیس شده و این نشان می‌دهد که چقدر توجه آنها به این موضوع زیاد بوده که از ۵۰ سال پیش به این طرف در صدد هماهنگ کردن رابطه بین دست‌اندرکاران صنایع بسته بندی بوده‌اند. در کانادا نکته‌ای جالبی برای صنعت بسته بندی وجود دارد. آنها می‌گویند ماسه حرف آر انگلیسی (RRR) را باید مورد توجه قرار دهیم. این حروف RRR مخفف Reduce, Reuse, Resycle هستند. آنها می‌گویند برای ما خیلی مهم است در بسته بندی توجه کنیم که مواد اولیه مصرفی در حد امکان کاهش پیدا کند (آن قسمت که بازیافت نمی‌شود). باید سعی کنیم بسته بندی‌ها چندبار مصرف باشند. باید Resycleable یعنی قابل بازگشت به چرخه طبیعت باشند.

در سال ۱۹۹۰ انجمن صنایع بسته بندی کانادا که اختصاراً «پک» نامیده می‌شود با همکاری صنایع، شهرها، ایالت‌های بخش‌های مختلف کانادا، مصرف‌کنندگان و طرفداران محیط زیست تصمیم گرفتند که ضایعات حاصل از صنایع بسته بندی کالاهای مختلف را تا سال ۲۰۰۰ یعنی در مدت ۱۰ سال به ۵۰ درصد میزان سال ۱۹۹۰ تقلیل دهند. اتفاق جالبی که افتاد این است که آنها در سال ۱۹۹۶ به آن ۵۰ درصدی که می‌خواستند دست پیدا کردند. ۴ سال نسبت به برنامه‌ای که تنظیم کرده بودند زمان اضافه آوردند و از آن سال تا به حال هنوز روی این موضوع به شدت کار می‌کنند. بیش از پنج سال است که کانادا به خاطر توجه به محیط زیست و زندگی از سوی سازمان ملل جزء سه کشور اول دنیا به عنوان بهترین مکان برای زندگی مردم انتخاب می‌شود. همان طور که می‌دانید مصرف کشورهای صنعتی که کانادا هم یکی از آنها

است بسیار زیاد است. اصلاً اساس اقتصاد این کشورها بر مصرف گذاشته شده است. در کانادا با هر چیزی که به نوعی با سلامت مردم سروکار داشته باشد با حساسیت فراوان برخورد می‌شود. برچسب‌زنی روی کالاها در کانادا دارای قوانین بسیار سخت‌گیرانه‌ای است. برای مثال باید به دو زبان فرانسه و انگلیسی باشد. امکان ندارد که شما کالایی را که باید در معرض دسترس عموم قرار گیرد به کانادا فرستید اما با یک زبان. قانونی دارند که وقتی می‌خواهید کالایی وارد کنید لیبلینگ آن باید مورد تأیید قرار گیرد. کانادا یکی از بزرگترین تولیدکنندگان مواد غذایی در دنیاست. این مواد غذایی به سراسر دنیا از جمله به بازار ایالات متحده و ژاپن ارسال می‌شود. آشنایی هر چه بیشتر با صنعت بسته بندی کانادا به ما کمک می‌کند با استانداردهای آمریکای شمالی آشنا شویم.

انجمن بسته بندی کانادا ۲۰۰۰ نفر عضو به نمایندگی از ۷۰۰ شرکت دارد. از جمله کارهای این انجمن این است که در بمباران اطلاعات که در دنیا وجود دارد، اخبار لازم را می‌گیرد، به آنها شکل داده و آنالیزشان می‌کند. سپس آن اخبار را در اختیار اعضا قرار می‌دهد. آن اطلاعات بیشترین تأثیر را روی صنعت بسته بندی کانادا می‌گذارد. حال این اخبار ممکن است سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی باشد.

امید است بازدید از نمایشگاه Pac-Ex کانادا و آشنایی با انجمن بسته بندی کانادا بتوانیم افکار و ایده‌های جدیدی را جذب کرده و بتوانیم آنها را در ایران اجرا کنیم.

اگر آنها در مدت پنجاه سال به این جا رسیده‌اند شاید ما بتوانیم با استفاده از تجربیات آنها این دوره را در زمان کوتاه‌تری طی کنیم. اصولاً نمایشگاه‌های تجاری در نقاط مختلف دنیا فرصت خوبی است برای این که بتوانیم از تجربیات سایرین استفاده کنیم.

نمایشگاه Pac-Ex بزرگترین نمایشگاه صنعت بسته بندی در کانادا است و یکی از بزرگترین‌های این صنعت در آمریکای شمالی. شاید حضور در این نمایشگاه به منزله دیدن یک ویتترین از صنعت بسته بندی در آمریکای شمالی باشد. چه از ایالات متحده، چه از خود کشور کانادا. در این نمایشگاه علاوه بر این دو کشور، از کشورهای دیگر دنیا هم حضور خواهند داشت. بیش از ۷۰۰ شرکت مختلف در این نمایشگاه حضور دارند از ۵۰ کشور. این نمایشگاه به مدت سه روز برگزار می‌شود.

سعی شده ترتیبی داده شود تا با همکاری انجمن بسته بندی کانادا دیدارها و ملاقات‌های بسیار مفیدی برای بازدیدکنندگان از این نمایشگاه برگزار شود. امیدواریم که با حضور عده‌ای از دست‌اندرکاران برتر و شایسته صنعت بسته بندی ایران در این نمایشگاه باب ارتباط بین صنعت بسته بندی ایران و آمریکای شمالی بخصوص کانادا باز شود.

کانادا در زمینه‌های طراحی، فروش، تولید ماشین آلات و مواد مصرفی صنعت بسته بندی از کشورهای سرآمد دنیاست. آنها با این که بسیاری از مواد اولیه خود را خود تولید می‌کنند سعی دارند مصرف مواد اولیه را پایین آورند. این موضوع می‌تواند الگوی مفیدی باشد برای ما که بیشتر مواد اولیه خود را وارد می‌کنیم. امیدوارم بتوانیم با حضور در این نمایشگاه با این فن‌آوری‌ها آشنا شویم. نکته دیگر این است که نمایشگاه Pac-Ex از امسال یعنی سال ۲۰۰۳ با همکاری دو ستاد نمایشگاهی بزرگ دنیا در اروپا

یعنی IPA و Emballage (بسته بندی) برگزار می‌شود. این دو نمایشگاه Pac-Ex را پشتیبانی می‌کنند.

بخش‌هایی که در Pac-Ex امسال ارائه می‌شود علاوه بر صنعت بسته بندی به فن‌آوری صنایع غذایی و صنایع تبدیلی کشاورزی هم پرداخته است. ما یکی از بهترین تولیدکننده‌های محصولات باغی و محصولات کشاورزی هستیم. عدم حضور ما در بازارهای جهانی برای این محصولات بیشتر به خاطر مشکلاتی است که در صنعت بسته بندی داریم. من امیدوارم که در این نمایشگاه علاوه بر دست‌اندرکاران صنعت بسته بندی از صنایع غذایی و صنایع تبدیلی کشاورزی هم حضور پیدا کنند تا با روش‌های جدید بسته بندی محصولات خود آشنا شوند. به نحوی که بتوانند این کار را در ایران انجام دهند. شاید فرصتهایی پیش بیاید که با همکاری شرکت‌های کانادایی یا هر جای دیگر دنیا که در آن نمایشگاه حضور دارند بتوان محصولاتشان را در ایران بسته بندی کرده و برای صادرات مجدد به سایر کشورها (منطقه) فعالیتهای جدیدی کرد. آمریکای شمالی بازار کوچکی نیست. در چارچوب پیمان نفتابین کشورهای ایالت متحده، کانادا و مکزیک هیچ مرز مشخص گمرکی وجود ندارد. تعرفه‌ها همه ترجیحی است. اگر به یکی از این بازارها وارد شوید به یک بازار ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون نفری وارد شده‌اید.



بسته بندی هنر بادویی، رقابت فاموش

به مناسبت نهمین نمایشگاه بین المللی بسته بندی

سوسن خاکبیز

صنعت بسته بندی از جمله صنایعی است که به شدت قابل تحول بوده و تغییر می کند و این تغییرات به حدی است که می تواند قابلیت فروش یک کالا را از نقطه پایین به بالا برساند. و عکس این حالت هم وجود دارد چرا که با انتخاب طرح نامناسب، کالا نمی تواند مورد جذابیت خاص مشتری قرار گیرد.

صنایع بسته بندی در ایران به میزان کافی ماشین آلات دارد ولی هماهنگی بین بخشهای مختلف و تأثیر گذار بسته بندی وجود ندارد و افراد ذینفع نیز از امکانات بخشهای مختلف اطلاعی ندارند. لازم است ابتدا مرکزی در یک وزارتخانه ای که دارای تبادل کاری بیشتر با امورات بسته بندی می باشد با توانمندی بالا، مشخص و فعال گردد تا با توجه به مدیریت صحیح بخشهای دولتی و خصوصی که در امر بسته بندی کالا مشغول هستند آنان را به مبادی عرضه کنندگان ماشین آلات بسته بندی، مواد اولیه و مصرفی مرتبط دارد.

امروزه بیشتر ماشین آلات موجود در صنایع بسته بندی از کشورهای آلمان، سوئیس و ایتالیا وارد می شوند و بعضی از شرکتهای ایرانی نیز به مشابه سازی این قبیل از ماشین آلات می پردازند که البته دارای عیوبی از نظر کیفیت می باشند و اگر ماشین آلات داخلی با کیفیت مطلوب تهیه شوند تقریباً ۵۰ درصد مشکلات بسته بندی حل می شود. همین طور سرعت عمل ماشین آلات بسته بندی ساخت ایران کم است و باید تولیدکنندگان به این مسأله توجه نمایند. و در ضمن مهندس طراحی بسته بندی روی کالاهای مختلف نیز باید انجام شود. با وجود سرمایه گذاریهای زیاد در بخشهای مختلف تولید کالا هنوز در صنعت بسته بندی و لوازم آن سرمایه گذاری زیادی نشده است و دلیل آن را می توان نداشتن تبلیغات مناسب و بازاریابی برای کالاهای تولیدی در کشور دانست که در صورت ایجاد یک بانک قوی کالا با زیر ساختارهای تعریف شده، نه تنها می توان این نقص را بر طرف کرد بلکه یک اتحاد مستحکم بین زنجیره های تعریف شده به وجود آورد.

همچنین مطرح شدن تولیدکنندگان ایرانی در بازارهای بین المللی، با رقابت فشرده شرکتی که سالها در این بازارها حضور داشته اند، چندان آسان نیست زیرا شرکتهای خارجی از آخرین فن آوریهای تکنولوژی روز برای تولید و بسته بندی کالاهای خودشان بهره می گیرند. مثلاً در داخل کشور با توجه به باغات

مرکبات هنوز نمی توانیم پاکتهای چند لایه لمینیت شده برای نگهداری آبمیوه در شرایطهای مختلف درست کنیم و این در حالی است که کشور ما تولید بالایی از پلیمرهای مناسب این کار را با توجه به شرکتهای مهم پتروشیمی دارا می باشد ولی هنوز پاکتهای آبمیوه را از خارج وارد می شود همچنین برای بسته بندی شیرینی و شکلات، سالانه مقادیر قابل توجهی فیلم opp و کاغذ درجه یک لمینیت شده با قیمت های گزاف از خارج وارد می شود. در زمینه چاپ و لاک روی مواد بسته بندی، کمبود مطالعاتی و فقر دانش چاپ از عوامل مهم دیگر می باشد که برای دفع این مشکل هر شرکتی که بتواند به بهترین تکنولوژی روز تولید این محصول برسد باید سرمایه گذاری های بیشتری را انجام دهد.

بسته بندی لباس یک کالا و آبروی یک کالا است. بسته بندی زیبا و شکل موجب علاقه و محرک نیاز و بسته بندی زشت و نامناسب سرکوب کننده تقاضاست. بسته بندی در ارتباط مستقیم با اخلاق و روحیات یک ملت است. بسته بندی کالاهای صادراتی باید به گونه ای طراحی شود که در کشور مقصد با آداب و فرهنگ رایج آن کشور هماهنگی داشته باشد و در عین حال با قوانین و مقررات آن کشور نیز منطبق باشد. به عنوان مثال یکی از بزرگترین مشکلات صادرات کالاهای مصرفی، میوه ها، تنقلات و کالاهای بهداشتی، مشکل بسته بندی مناسب و همخوان با سلیقه و نیاز مصرف کنندگان در بازار مورد نظر است.

تقریباً بعد از جنگ جهانی دوم و بازسازی آلمان و سر بلند شدن کشور ژاپن در بین صاحبان صاحبان صنعت اقتصاد جدیدی بر دانش بازاریابی امروز به نام «بسته بندی» حضور یافته است. بازاریابی دیگر یک دایره یا یک شعبه محدود و حقیر در ساختار سازمانی شرکتهای نسبت بلکه در سطح معاونت مدیر عامل و از حوزه های استراتژیک و تأثیر گذار مثبت بالای واحدهای بازرگانی و عرضه کالا به شمار می رود. زیرا این عامل دارای نفوذ مهم به مصرف کننده است که ضمن ایفای نقش حفاظتی کالا، وظیفه اطلاع رسانی، معرفی کالا، ارسال پیام و ترغیب مصرف کننده به خرید کالا نیز می باشد به حدی که می تواند مصرف کننده را در مغاره به انتخاب اجباری کالای درون خودش تاءکید نماید.

اما در ایران، اگر به خرما می توجه شود

متوجه می شویم که به لحاظ کیفی در رده نخست خرما می جهان است اما متأسفانه به صورت فله صادر می شود و این نشان از بسته بندی نامطلوب در داخل کشور است و این در شرایطی است که متقاضیان این محصول در سراسر جهان، خرما را نه تنها در بسته بندی یک کیلویی دریافت می کنند بلکه در بسته بندی های ۱۰ عددی نیز خریداری می نمایند. محصولات باغی کشور نیز به رغم مرغوبیت بسیار بالا، روی دست تولید کننده ها می ماند و همچنین بسیاری از محصولات ایران به صورت فله به کشورهای همسایه نظیر ترکیه و... می رود و پس از بسته بندی مناسب به نام محصول همان کشور به فروش می رسد.

به هر صورت اهمیت نگهداری و بسته بندی کالاها، کمتر از تولید آنها نیست و در تولید هر کالایی، بسته بندی، عامل تعیین کننده حفظ و نگهداری آن تا رسیدن به دست مصرف کننده می باشد.

امروزه آن دسته از کشورهای فقیر دنیا که اقتصادی وابسته به کشاورزی دارند به دلیل نداشتن صنایع مدرن و نگهداری اصولی، مقادیر کلانی از محصولات کشاورزی آنها یا نابود می شوند و یا در بازارهای غیر قابل اطمینان به قیمت نازل به فروش می رسد. آمار و ارقام، گویای این مطلب است که در کشورهای پیشرفته و صنعتی، چند برابر درآمد کشور مارا در خصوص بسته بندی کالاهای مختلف صرف می کنند و از تکنولوژی مدرنی در بسته بندی استفاده می کنند که این موضوع خود نشانگر اهمیت بسته بندی در حفظ و نگهداری اقلام است. نبودن تکنولوژی، علم بسته بندی، مواد اولیه مناسب، ماشین آلات جدید در ایران و در نهایت یک مدیریت متمرکز قوی، سبب شده که وضعیت بسته بندی در سطح پایین قرار گیرد. در شرایطی که در کشورهای پیشرفته، رشته های تحصیلی متنوع بسیاری در رابطه با بسته بندی دارند.

نتیجه

در پایان می توان گفت که: بسته بندی سهم بسزایی در فروش دارد زیرا نیمی از مشتریان با مشاهده کالا در بسته بندی مناسب و جذاب تصمیم به خرید می گیرند و توسعه صنعت بسته بندی سبب افزایش ارزش برای اقتصاد ملی و بالا بردن میزان اشتغال می شود و با بهبود روشهای بسته بندی، درآمد ارزی بیشتری از صدور کالا به دست می آید.

کاغذ و مقوا در بسته‌بندی مقوا

نوشته والتر سورکا ترجمه مهندس هاشم حبیبی

بخش پنجم

درجه بندی مقوا

Newsboard, Cardboard, Chipboard

مقوای chip از ۱۰۰٪ الیاف بازیافت شده ساخته می‌شود و ارزانترین نوع مقواست. رنگ آن از خاکستری روشن تا قهوه‌ای متغیر است. مقوای chip برای چاپ نامناسب بوده و قابلیت تاخوردگی ضعیفی دارد که به دلیل طول کم الیاف آن می‌باشد. مقوای chip اغلب دارای لکه و ناخالصی‌هایی هستند که از کاغذ اولیه مورد استفاده در فرآیند بازیافت ناشی می‌شود. از این مقواها برای ساخت جعبه، پارتیشن، تکیه‌گاه و سایر کاربردهایی که در آنها ظاهر و قابلیت تاخوردگی چندان مهم نیست، استفاده می‌شود.

عبارت مقوای کارتی (Cardboard) در بین حرفه‌ای‌های کاغذسازی چندان متداول نیست. با وجود این، گاهی برای توصیف محصولات از نوع مقوای chip به کار می‌رود. مقوای روزنامه‌ای (Newsboard) نوعی مقوای با کیفیت پائین است که از کاغذ روزنامه بازیافتی ساخته می‌شود.

مقوای chip تاخور

درجه کیفیت این نوع مقوا تنها کمی بهتر از مقوای chip است، این مقوا نیز از الیاف بازیافتی ساخته می‌شود ولی الیاف آن به اندازه‌ای کیفیت دارد که تاخوردگی مقوا را امکان‌پذیر سازد. این نوع مقوا، که معمولاً به رنگ خاکستری و یا روشن است، ارزانترین نوع مقوای کارتی تاخور است.

مقوای chip روکش دار

این نوع مقوا دارای یک روکش سفید رنگ برای بهبود ظاهر مقوا و همچنین کیفیت چاپ‌پذیری است. مشخصات تاخوری و رنگ مواد پرکننده و لایه روکش سطح پشتی بسته به ترکیب لایه‌های آنها متفاوت است. این مقوا هم به صورت پوشش رُسی و هم بدون آن تولید می‌شود. مقوای با یک لایه سفید، با دو لایه سفید، و لایه پشتی از کاغذ روزنامه همراه با پوشش رُسی انواع مختلف مقوای chip روکش دار را تشکیل می‌دهند. (موارد زیر را ببینید)

مقوا با پوشش سفید در یک طرف (SWL)

لایه‌روئی مقوای SWL، ۱۰۰٪ از خمیر کاغذ و یا خمیر بازیافتی با کیفیت مرغوب ساخته می‌شود. لایه پشتی معمولاً خاکستری یا قهوه‌ای روشن است. این مقوا سطحی صاف داشته و درخشندگی آن بین ۶۰ تا ۷۰ است. SWL برای جعبه‌هایی به کار می‌رود که ظاهر لایه پشتی آن چندان مهم نیست. این نوع مقوا ممکن است دارای پوشش رُسی و یا بدون آن باشد.

مقوا با لایه پشتی کاغذ روزنامه‌ای و

پوشش رُسی (CCNB)

این مقوا از نوع SWL بوده که در آن لایه پشتی و گاهی نیز لایه‌های میانی از کاغذ روزنامه بازیافتی ساخته شده‌اند. لایه پشتی به رنگ خاکستری روشن است که از نظر زیبایی‌شناسی برای برخی از کاربردها مقبولتر از رنگهای قهوه‌ای سایر مقوای SWL می‌باشد.

مقوا با دو لایه روکش سفید (DWL)

این مقوا همانند SWL است با این تفاوت که هر دو لایه روئی و پشتی آن با خمیر کاغذ سفید روکش دهی شده‌اند. معمولاً، روکش لایه پشتی تا حدودی کمتر از لایه روئی پرداخت شده است. DWL در مواردی به کار می‌رود که ظاهر داخلی جعبه مهم است و یا در مواردی که در هر دو طرف مقوا عمل چاپ انجام می‌شود. سطح مهمتر دارای پوشش رُسی است.

مقوای سولفات سفید شده سخت (SBS)

SBS محکمترین نوع مقواست که از ۱۰۰٪ خمیر کاغذ سولفات سفید شده تشکیل شده است. مقوای SBS تماماً سفید است. این نوع مقوای در کاربردهایی استفاده می‌کنند که در آن ظاهر کل مقوا از اهمیت زیادی برخوردار است و همچنین در مواقعی که نسبت به وزن مقوا بهترین خواص فیزیکی مورد نظر است. از آن جایی که مقوای SBS از خمیر غیر

بازیافتی ساخته می‌شود، خواص آن در خلال یکبار عبور از ماشین نسبت به مقوای chip روکش دار کمتر تغییر می‌کند. در بسیاری از عملیات بسته‌بندی در سرعت بالا ترجیح داده می‌شود که، به علت عملکرد پیوسته در خط، از مقوای SBS استفاده شود. حتی اگر به دلیل ملاحظات دیگری مقوای chip روکش دار نیز مناسب به نظر برسد.

مقوای بسته‌بندی خوراکی

مقوای SBS با آهارزنی زیاد را اغلب به نام مقوای بسته‌بندی خوراکی می‌شناسند. از این مقوا برای خوراکیهای مرطوب، جعبه‌های فریزری و سایر کاربردهایی که در آن عملکرد قابل قبول در شرایط مرطوب، مورد نظر است، استفاده می‌شود.

مقوای سولفات سخت سفید شده (SUS)

SUS مقوای کرافت سفید نشده با حداکثر استحکام است. در مواردی که ظاهر سطحی مهم باشد، مقوا را به میزان زیاد با رُسی پوشش دهی می‌کنند، گاهی نیز این پوشش دو لایه است تا ماتی مورد نیاز برای پوشاندن سطح قهوه‌ای مقوای کرافت به دست آید. سبدهای نوشابه (بسته‌های ۶ تایی) کاربرد اصلی مقوای سولفات سخت سفید نشده و با پوشش رُسی است.

روشهای گزیده

برای مشخص سازی کاغذ

اکثریت روشهای مشخص سازی کاغذ تحت نظارت انجمن آمریکائی آزمون و مواد (ASTM) یا جامعه فنی صنعت کاغذ و خمیر کاغذ (TAPPI) می‌باشد. چندین مورد از متداولترین روشهای استاندارد آزمون کاغذ و مقوا در ادامه آمده است:

ایجاد شرایط برای آزمون کاغذ و

فرآورده‌های کاغذی

(ASTM D6۸۵ / TAPPI T۴۰۲)

کلیه فرآورده‌های کاغذی باید تحت شرایط دمائی و رطوبتی کنترل شده مورد

تست قرار گیرند. شرایط بین المللی برای تست کاغذ ۲۳ درجه سانتی گراد و ۵۰٪ رطوبت نسبی می باشد.

وزن کاغذ و مقوا

(ASTM D6646 / TAPPI T410)

روش تعیین وزن (جرم) بر سطح واحد، که به آن وزن پایه نیز می گویند. ASTM D6646 حاوی جداول ضریب تبدیل وزن/بند کاغذ می باشد.

ضخامت کاغذ، مقوا و مقوای ترکیبی

(TAPPI T411)

از آن جایی که کاغذ قابلیت فشردگی دارد، فشار فکهای میکرومتر باید به دقت کنترل شود. برای تعیین ضخامت کاغذ باید چندین نوبت اندازه گیری کرده و سپس متوسط گیری کرد.

میزان رطوبت از طریق خشک سازی کوره ای (ASTM D6644)

میزان رطوبت براساس مقیاس کوره خشک بیان می شود.

درخشندگی (TAPPI T452)

در آزمون درخشندگی بازتابش طیفی کل اندازه گیری می شود. (Brightness)

گلاسه ای بودن در ۷۵ درجه (TAPPI T450)

میزان گلاسه ای بودن مقدار درخشش سطحی کاغذ (Surface shine) تعیین می کند.

ماتی (TAPPI T425 / TAPPI T514)

میزان ماتی برای کاغذهای نازک بسیار مهم است، تا چاپ بر روی یک سطح کاغذ، از طرف دیگر مشخص نباشد.

موم مشتق از نفت در کاغذ

(ASTM D590 / TAPPI T414)

این معیار برای تعیین میزان پارافین در کاغذهای مومی به کار می رود.

مقاومت پارگی داخلی کاغذ (TAPPI T414)

برای تعیین میزان نیروی مورد نیاز برای پاره کردن کاغذ در جهات CD و MD به کار می رود. به این آزمون اغلب، آزمون پارگی المن دورف (Elmendorf) می گویند.

جذب آب (TAPPI T441)

این پارامتر میزان آب جذب شده توسط سطح معین کاغذ در یک مدت زمان معین را به دست می دهد. آزمون Cobb برای کاغذها و مقوای آهارخورده در نظر گرفته می شود.

استحکام شکست کششی کاغذ و مقوا

(ASTM D428 / TAPPI T404)

میزان استحکام کاغذ تحت نیروی کششی.

مقاومت تاخوردگی

(ASTM D2176 / TAPPI 423 TAPPI T511)

روش ASTM، آزمون M.I.T. است. ۴۲۳ TAPPI نیز تست MIT است. ۵۱۱ TAPPI آزمون مقاومت تاخوردگی شوپر (schopper) می باشد.

مقاومت کاغذ بدون روزنه در مقابل عبور

هوا (ASTM D526 / TAPPI T460)

مقدار عبور هوا با میزان تخلخل کاغذ تعیین می شود. این عامل به قابلیت جذب کاغذ مربوط بوده و برای نشان دادن جذب مرکب روتوگراور (rotogravure) و همچنین اندازه گیری قابلیت فیلتراسیون کاغذ به کار

می رود. به این تست، تست تخلخل Gurley می گویند.

شکل پذیری (TAPPI T512)

میزان چین پذیری و برگشت کاغذ را اندازه گیری می کند.

آزمون نفوذپذیری موم برای استحکام سطحی کاغذ

(ASTM D2482 / TAPPI T459)

اندازه گیری تصادفی استحکام سطحی کاغذ؛ در این آزمون یک سری موم با میزان چسبندگی متفاوت مورد استفاده قرار می گیرد. پیوند ضعیف الیاف سطحی یا پوشش می تواند مشکلاتی در چاپ یا چسبندگی ایجاد کند. به این آزمون، آزمون نفوذ موم دینسون (Dennison) نیز می گویند.

مقاومت گریس (چربی) (TAPPI T454)

برای فرآورده های کاغذی گریسی مهم است.

انتقال بخار آب (ASTM E96 / TAPPI T464)

معمولاً بر کاغذهای دارای پوشش بازدارنده یا از نوع گلاسه ای به کار می رود.

صافی سطح (TAPPI T479)

صافی سطح به مشخصات چاپ پذیری و سایر مشخصات مرتبط با سطح کاغذ مثل ضریب اصطکاک مربوط می شود.

سفتی (Stiffness)

(ASTM D451 / TAPPL T489)

سفتی کاغذ در واحد تاب (Taber) اندازه گیری می شود. میزان سفتی مقوا در ایجاد و حفظ یک سطح هموار بر روی صفحه اصلی خارجی کارتن مهم است.



تولید کننده انواع تسمه های تخت مغز نایلونی

(با لایه پلی آمید)

از چرم و مصنوعات چرمی و کائوچو جهت انتقال نیرو قابل مصرف در صنایع نساجی

بسته بندی، چاپ، کارتن سازی، کاغذ و چوب، آرد و سایر صنایع مشابه

دفتر مرکزی: تهران، بلوار کشاورز، خیابان شهید نادری، پلاک ۵۳، طبقه چهارم تلفن: ۸۹۶۵۶۵۴ - ۸۹۶۰۴۱۹ - فاکس: ۸۹۶۲۶۷۷

بسته بندی در محیط بهبود یافته کارکردهای بسته بندی Functions

نوشته والتر سورکا ترجمه مهندس هاشم حبیبی

بخش پنجم

بسته بندی در محیط بهبود یافته (MAP) ریشه در این واقعیت دارد که بیشتر فرآورده های کاهش کیفیت خوراکی رابطه ای با محیط اطراف خوراکی دارد. اگر یک محصول حساس به اکسیداسیون در محیطی عاری از اکسیژن بسته بندی شود، یکی از عوامل فساد خوراکی حذف شده است. در MAP مخلوطی از گازها متفاوت با مخلوط هوا به درون بسته بندی اعمال می شود، که بسته به ویژگیهای سیستم با خوراکی به حالت تعادل می رسد. یک فرآیند مرتبط دیگر یعنی روش بسته بندی در محیط کنترل شده (CAP) در موارد یک پارامترهای محیط قابل نظارت و تنظیم می باشند مورد استفاده قرار می گیرد.

بسته بندی در خلا یکی از روشهای MAP است. این روش دارای این ویژگی است که همه یا مقداری از اکسیژن موجود حذف می شود که بدین ترتیب یکی از عوامل کاهش کیفیت خوراکی حذف می شود. با وجود این، این روش در همه موارد به یک اندازه سودمند نیست، زیرا خوراکیهایی مثل میوه جات، سبزیجات دارای فعالیت تنفسی هستند که باید امکان آن در بسته بندی نیز موجود باشد.

مشکل دیگر این است که گوشت قرمز در نبود اکسیژن قهوه ای یا تیره رنگ می شود. فشار هوای خارج از بسته بندی می تواند به راحتی یک بسته بندی به روش خلاء گیری را از نظر فیزیکی متلاشی سازد و یا این که رطوبت محصول را از آن خارج سازد. برخی دیگر از انواع MAP این مشکل را حل می کند. هوای جو در حالت عادی شامل ۲۰٪

اکسیژن و ۸۰٪ نیتروژن با میزان بسیار کمی دی اکسید کربن است. ایجاد تغییر در این نسبتها باعث تغییر واکنش خوراکی می شود. این حقیقت مبنای روش افزایش طول عمر فروشگاهی MAP می باشد. جدول ۲-۵، ترکیبات هوای محیط برای تعدادی از محصولات خوراکی متداول را فهرست می کند با استثناءهای معدودی، در MAP با

گازهای هوای محیطی به قرار زیر برخورد می شود: اکسیژن از نظر بیولوژیکی فعال بوده و برای بیشتر محصولات در چرخه تنفس و اکسیداسیون دخالت دارد. معمولاً برای کاهش نرخ تنفس محصول و کاهش فعالیت اکسیداسیونی مقدار اکسیژن را کاهش می دهند. گوشت قرمز تنها استثناء در این مورد است، که در آن، به منظور حفظ رنگ قرمز درخشان که نشان از تازگی گوشت است، اکسیژن را به مقدار زیاد در بسته بندی به کار می برند.

برای کاهش امکان گسترش باکتریهای آناروبیک، در مواردی لازم است که مقداری اکسیژن در محیط وجود داشته باشد. در مورد بیشتر گوشتهای دیگر، محصولات پخته شده، خمیرهای شیرینی پزی و محصولات لبنی، اکسیژن تا پائینترین حد ممکن که رشد باکتریهای آناروبیک را نیز افزایش ندهد، کاهش می یابد. البته محصول به یک حداقل مقدار اکسیژن جهت تنفس طبیعی خود نیازمند است.

دی اکسید کربن در غلظتهای بالا، یک باکتریوستات طبیعی است. سطح ۲۰٪ و بیشتر آن برای ایجاد شرایطی که برای بیشتر میکروارگانیسمها نامطلوب است مورد استفاده قرار می گیرد. دی اکسید کربن قابلیت حل بالائی در آب دارد، که در نتیجه آن یک اسید ملایم به وجود می آید، و محصولات مرطوب به اندازه ای دی اکسید کربن را در خود حل می کنند که یک خلاء جزئی ایجاد شود. در برخی موارد، فشار خارجی برآیند نامطلوب است.

نیتروژن، بر خلاف دو گاز دیگر، از نظر بیولوژیکی خنثی است. قابلیت حل آن در آب بسیار ناچیز است و بی طعم می باشد. نیتروژن را به عنوان یک گاز پرکننده، و یا برای جایگزینی اکسیژن به کار می برند. بیشتر مواد بسته بندی که در MAP مورد استفاده قرار می گیرند باید، برای همه محصولات غیر از محصولات لبنی، خواص بازدارندگی خوبی در برابر سه گاز دیگر دارا باشند.

این موضوع، حتی اگر بسته بندی شامل آن گاز نشود نیز صادق است. یک بسته بندی که تنها حاوی دی اکسید کربن و نیتروژن است سیستمی است که اکسیژن جو تلاش می کند به درون آن نفوذ کرده و یک فشار تعادلی جزئی را ایجاد نماید. یکپارچگی درزها و آب بندیها اهمیت فوق العاده ای دارد. در تنفس طبیعی یک میوه یا سبزی اکسیژن مصرف شده و دی اکسید کربن و رطوبت تولید می شود.

برای حصول اطمینان از تامین اکسیژن مورد نیاز و همچنین دفع رطوبت مازاد از بسته بندی باید از بسته بندی های دارای منافذ عبور هوا یا بسته بندی هائی که بازدارندگی پائینی دارند، استفاده شود.

روش MAP طول عمر فروشگاهی را به اندازه ۲ تا ۱۰ برابر افزایش می دهد. رشته های پخته شده، بطور مثال، در محیطی با ۵۰٪ دی اکسید کربن و ۵۰٪ نیتروژن تا مدت ۲۱ روز قابل نگهداری است. محیط استفاده شده باید به طور خاص برای نوع خوراکی مورد نظر و نوع بسته بندی به کار رفته، تنظیم شود.

جدول ۲-۵ محیط جوی اصلاح شده برای برخی محصولات خوراکی

محصول	اکسیژن	دی اکسید کربن	نیتروژن
گوشت قرمز	۴۰٪	۲۰٪	۴۰٪
گوشت سفید/خمیرهای شیرینی پزی	-	۵۰٪	۵۰٪
ماهی	۲۰٪	۸۰٪	-
لبنیات	۵٪	-	۹۵٪
محصولات پخته شده مثل کیک	۱٪	۶۰٪	۳۹٪



شکل ۲-۴:

نشان بین المللی پرتوزدائی خوراکیها

کانادا مجوز استفاده از روش پرتوزدائی برای سیب زمینی، پیاز، آرد برنج و ادویه جات را صادر کرده است. ایالات متحده کاربرد پرتوزدائی را برای سیب زمینی، آرد برنج، ادویه جات و سبزیجات تازه، گوشت خوک، مرغ و سبزیجات دی هیدراته شده را مجاز دانسته است. اسرائیل و هلند گسترده ترین حدود مجاز کاربری روش پرتوزدائی را دارا هستند.

کارکرد حمل و نقل

کارکرد حمل و نقل شامل جابجائی موثر کالا از نقطه تولید به نقطه مصرف نهائی است این مقوله روشهای مختلف جابجائی و شرایط نگهداری و انبار کردن کالا را در بر می گیرد. علاوه بر ملاحظات عمومی مربوط به استحکام فیزیکی، برخی قوانین خاص در رابطه با جابجائی نیز وجود دارند که بر طراحی بسته بندی تاثیر می گذارند. مثالهایی از برخی اطلاعات مورد نیاز برای طراحی یک بسته بندی توزیع موفق در جدول ۲-۶ آمده است.

حمل و نقل و توزیع را عموماً فعالیتی قلمداد می کنند که برای کالای مورد حمل خطرناک است. در بسیاری از موارد، تنشهایی که یک کالا متحمل می شود بزرگتر از قابلیت تحمل کالای محافظت نشده می باشد. در چنین مواردی، لازم است یک بسته بندی اضافی برای جداسازی یا نشیمن کالا و حفظ آن در مقابل نیروهای خارجی طراحی شود. آماده سازی کالا برای حمل و نقل موثر و انبارداری را مفصلاً در بخش "بسته بندی توزیع" مورد بحث قرار خواهیم داد.

بر خوراکیها از پرتوهای گام می توان برای استریل کردن مواد بسته بندی نیز استفاده کرد. بخش قابل توجهی از لوازم و تجهیزات بیمارستانی با روش پرتوزدائی گاما استریل می شوند. در کاربرد دیگری، پرتوزدائی باعث کاهش پیوند متقابل در برخی از پلیمرها شده و در نتیجه لایه های پلیمرهای مستحکمتری را بدست می دهد که برخی از آنها خواص جالبی در فرآیند شرینگ حرارتی (shrink-heat) از خود نشان می دهند. پرتوزدائی خوراکیهای مصرفی مطلبی است که هنوز به طور کامل حل نشده و این فرآیند در بیشتر کشورها شدیداً تحت کنترل می باشد. منتقدان این روش عنوان می کنند که پرتوزدائی باعث ایجاد تغییرات شیمیائی می شود و همچنین از اثرات درازمدت خوراکیهای مصرفی پرتوزدائی شده نیز اطمینان خاطر وجود ندارد. طرفداران این روش، در پاسخ، ابراز می کنند که فرآوری حرارتی عادی نیز باعث ایجاد تغییرات شیمیائی قابل ملاحظه ای در خوراکیها می شود که از جزئیات آن نیز بی خبریم. ولی این موضوع هیچ گاه به عنوان یک مشکل تلقی نشده است. بر این اساس، پرتوزدائی خوراکیها در برخی از کشورها با ممنوعیت روبروست و در بیشتر کشورها نیز با محدودیتهائی اجرا می شود. یک خوراکی قابل عرضه که حاوی ۱۰٪ یا بیشتر ماده پرتوزدائی شده باشد را باید با علامت پرتوزدائی شده، مشخص نمود. با وجود این، استفاده از روش پرتوزدائی برای استریل کردن تجهیزات پزشکی، مواد بسته بندی و کالاهای بهداشتی شخصی بدون مشکل بوده و یک فن آوری سودمند تلقی می شود. برچسب زنی نیز مقوله بحث برانگیز دیگری است. نشان پرتوزدائی (شکل ۲-۴) باید با عبارتی نظیر "فرآوری شده با پرتوزدائی" یا "پرتوزدائی شده" همراه باشد. عبارت "انرژی یونیزه کننده" برای جایگزینی عبارت "پرتوزدائی" که ظاهراً بار مفهومی خطرناکتری دارد پیشنهاد شده است. گروهی ادعا دارند که طراحی نشان پرتوزدائی باعث ایجاد سوء تفاهم در مصرف کننده می شود.

پرتوزدائی

پرتودهی، انرژی است که با طول موج شناخته می شود و امواج رادیوئی، میکروویو، پرتوهای مادون قرمز، نور مرئی و ماوراء بنفش و اشعه ایکس را شامل می شود. انرژی این نوع پرتوها، به ترتیب از امواج رادیوئی به پرتوهای X افزایش می یابد. هر چه طول موج کوتاهتر باشد، انرژی بزرگتر خواهد بود. امواج، با مقدار انرژی معین و کافی، قابلیت نفوذ به مواد را دارا بوده و هر چه مقدار انرژی بیشتر باشد، با مولکولهای ماده تحت نفوذ برهم کنش می کنند.

پرتوهای با طول موج کوتاه به اندازه کافی انرژی دارند که باعث یونیزاسیون مولکولها به ویژه مولکولهای آب می شوند. یونیزاسیون باعث شکستن مولکولهای پیچیده شده و به مرگ ارگانسیمهای زنده منجر می شود. آنزیمها، ویتامینها و سایر مولکولهای مشابه پیچیده نیز از بین می روند. پرتودهی بیش از حد می تواند تا حدی تغییرات شیمیائی ایجاد نماید که طعم غذا یا ترکیب شیمیائی ظرف نگهدارنده آن تغییر یابد.

پرتوزدائی برای افزایش کیفیت نگهداری خوراکیهای مختلفی مورد استفاده قرار می گیرد. کبالت Co، یک ایزوتوپ رادیواکتیو است و منبع اصلی پرتوهای یونیزه کننده می باشد (پرتو گاما). از آن جایی که منبع کبالت رادیواکتیو است، باید آن را با یک دیواره نسبی به ضخامت حدوداً ۷۸ متر ایزوله کرد و هنگامی که تحت بهره برداری نیست آن رادرون یک حوضچه آب فرو برد. کلیه ملاحظات ایمنی مربوط به خطرات ناشی از مواد رادیواکتیو را باید رعایت نمود. باید توجه کرد که هنگامی که منبع انرژی رادیواکتیو است، پرتوهای گاما نمی توانند باعث این شوند که مواد دیگر تحت تابش رادیواکتیو قرار گیرند. پرتوزدائی تنها فرآیندی است که در دمای محیط انجام شده و از درون مواد بسته بندی و محصول قابلیت نفوذ دارد.

پرتوزدائی به میزان کم جهت کاهش جمعیت حشرات یا میکروبیالها مورد استفاده بوده است. علاوه بر این مشاهده شد که پرتوزدائی از جوانه زدن پیاز و سیب زمینی در مرحله نگهداری جلوگیری به عمل آورده و شکافت سر قارچ را نیز به تاخیر می اندازد. یک کاربرد متداول کاهش تجمع میکروبیالها بر خوراکیهای حساس به حرارت مثل گیاهان بوته ای و ادویه جات می باشد. علاوه

جدول ۲-۶: اطلاعات نمونه ای برای حمل و نقل و انبارداری کالا

کامیون	راه آهن	هوایما
کشتی باری	مدت زمان انبارداری	شرایط انبارداری
روشهای جابجائی	روشهای واحدی	واحد خاص حمل با کشتی
ملاحظات مربوط به وزن	انتخاب موجودی	محدودیتهای ابعادی
قوانین حمل	انبارداری کنترل شده تحت ضوابط زیست محیطی	

بسته‌بندی انبارداری ایمن، اقتصادی و کارآمد محصول را تسهیل می‌کند. در طراحی خوب یک بسته‌بندی ملاحظات مربوط به حمل و نقل و انبارداری نه تنها برای بسته‌بندی توزیع و بارگیری واحدی، بلکه برای تمام سطوح بسته‌بندی، در نظر گرفته شده است.

کارکرد اطلاع‌رسانی/فروش

نقشی که یک بسته‌بندی در ایجاد ارتباط با مصرف‌کننده بازی می‌کند، شاید پیچیده‌ترین کارکرد بسته‌بندی از نقطه نظر درک، ارزش‌گذاری و اجرا باشد. زیرا این ارتباط در سطوح بسیار متفاوتی باید عمل کند. پیامهای معینی از طریق قوانین و یا عرف به یک بسته‌بندی خاص تحمیل می‌شوند، و در این زمینه آزادی عمل محدودی از نظر چگونگی عرضه این پیامها وجود دارد. نمونه‌هایی از این نوع پیامها عبارتند از:

○ نام خاص کالا (کالا چیست؟)

○ کمیت کالا در بسته‌بندی

○ آدرس مقام مسئول

با وجود این، برای این که بسته‌بندی بتواند در ارتقاء کالای خود موثر باشد، باید بتواند مشتریهای بالقوه را از تمام سطوح بر خود جلب کند. گفته می‌شود که یک بسته‌بندی خوب باید دارای شخصیت باشد به این معنی که بتوان آن را مثل یک شخص توصیف کرد. اگر طراح بسته‌بندی موثری

خلق کرده باشد، این شخصیت مخاطبان مورد نظر خود را جلب خواهد کرد. مخاطبان نیز باید شناسائی شده و مورد مطالعه قرار گیرند. این موضوع در حوزه علم مردم‌شناسی و روانشناسی اجتماعی است. بسته‌بندی به راههای مختلفی با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. مثالهایی از این راهها عبارتند از:

○ از طریق ماده انتخاب شده برای بسته‌بندی

○ از طریق شکل و اندازه

○ از طریق رنگ

○ از طریق مشخصات اصلی چاپی

○ از طریق نشانه‌ها و علائم قابل شناسائی

○ از طریق شکلها و تصاویر

نوعی کره بادام زمینی که برای مصرف خانوادگی در نظر گرفته شده ممکن است در یک ظرف پلاستیکی با یک درپوش لولائی عرضه شود. عبارت روی آن ممکن است به سادگی اطلاعاتی در خصوص اقتصادی بودن این نوع کره ارائه کند. ممکن است هیچ شکلی روی ظرف نباشد و یا در کمترین حد خود شکلی روی آن باشد. از طرف دیگر، یک کره بادام زمینی اشتهابرانگیز ممکن است در یک ظرف شیشه‌ای با دربندی پیچی با ظاهری قدیمی، عرضه شود، برچسب روی آن شامل اسم و نوع کالا را به صورت پر زرق و برق و با نوع نگارشی قدیمی که به دقت انتخاب شده باشد. مشخصاتی مثل چاپ طلائی یا برجسته

شخصیت مشتری‌پسند کالا را افزایش می‌دهد. کل ظرف ممکن است در یک جعبه چوبی و یا یک سبوی حصیری عرضه شود.

این دو مثال، محصولات مشابهی هستند که عملیات بسته‌بندی آنها کاملاً متفاوت بوده و در نتیجه شخصیت آنها کاملاً متفاوت است.

کلیه کانالهای ارتباطی باید نسبت به یکدیگر چنان متناسب بوده و همخوانی داشته باشند که یک شخصیت مورد نظر ایجاد کرده که در اولین نگاه تاثیرگذار و قابل شناسائی باشد. کلیه لوازم پشتیبانی‌کننده از کالا، مثل تبلیغات، باید با تصویری که بسته‌بندی در ذهن مخاطب ایجاد می‌کند هماهنگی داشته باشد. خلق چنین اطلاعاتی و تلفیق آن در طراحی سطح یک بسته‌بندی موضوعی است که در بخش "طراحی گرافیکی" مورد بحث قرار می‌گیرد.

ایجاد یک شخصیت متوازن برای یک بسته‌بندی نه تنها نیازمند آشنائی کامل با کمیت‌های ساختاری مواد بسته‌بندی بلکه شناخت کمیت‌های حسی ملهم از آنها می‌باشد.

فهم کاملی از فرآیندهای متفاوت چاپ و روشهای تخصصی تزئین که برای خلق تاثیرات مشخص یا تزئین سطوح غیرمعمول به کار می‌روند، حیاتی است. این موضوع در بخش مربوط به "چاپ و تزئین بسته‌بندی" مورد بحث قرار خواهد گرفت.

شما به این کتاب نیاز دارید

سومین کتاب صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

پروژه بسته‌بندی

ادامه از صفحه ۲۶

وجود داشته باشد یا به پاره‌ای از ماشینها نیاز باشد، این مرحله، باید به برنامه زمان‌بندی ارائه محصول ارائه شود و همچنین باید بودجه برای پوشش هزینه‌های آزمایش تنظیم شود و یکی از الزامات نمونه و اثر پایداری بلندمدت محصول در شرایط مورد انتظار مقصد (کشور) فروش است. ممکن است امکانات آزمایشگاهی ویژه‌ای نیاز باشد تا از عملکرد رضایت‌بخش بسته‌بندی طی دوره مصرف در مقابل رطوبت و بخار آب و مواد دیگر اطمینان حاصل شود. بعضی محصولات ممکن است تاثیری نامناسب بر استحکام بسته‌بندی بگذارند نظیر بطری‌های پلی‌اتیلن حاوی روغن یا محصولات پایه حلالی، در اثر نفوذ و مهاجرت روغن از دیواره بسته، تغییر شکل تدریجی پیدا

می‌کنند. تمام بسته‌ها از لحظه پر شدن تا از بین رفتن در معرض آسیبهای جا به جایی قرار دارند.

هر شکل بسته بهبود یافته یا جدید، نیاز به ارزیابی و سازگاری آن در سیستم توزیع دارد. این ارزیابی با استفاده از بسته‌هایی که به طور نمونه تولید شده در جریان توزیع معمولی قرار می‌گیرند و یا با آزمایشهایی شبیه به حمل و نقل واقعی آزموده می‌شوند. طراح بسته نیز باید از قضاوت دقیق خود برای ایجاد یک بسته مناسب که بعداً به وسیله آزمایش نهایی تایید می‌شود استفاده کند.

مقتضیات خرید

در بررسی شکل‌های جدید یا تجدیدنظر شده، انتخاب بسته از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اطلاعات مربوط به هزینه بسته‌بندی‌های جاری نیز باید در چک لیست

طراحی ذکر شود تا هزینه بسته‌های موجود و جدید مورد مقایسه قرار گیرند. اگر از بسته‌بندی‌کننده‌های موقت مورد قرارداد استفاده شود و یا برای تولید بسته‌های جدید، در نظر گرفته شود، چک‌لیست طراحی باید آنها را نیز به طور مشروح مدنظر قرار دهد. برخی شرکتها ممکن است از عرضه‌کنندگان مورد علاقه و وابسته به خود و یا حتی از آنهایی که اهمیت بیشتری دارند، استفاده کنند. و عرضه‌کنندگانی نیز ممکن است وجود داشته باشند که بنا بر تجارت تلخ گذشته یا به دلیل روابط شناخته شده با تولیدکنندگان محصول رقیب، اصلاً نباید با آنها قرارداد بست و این ممکن است به دلیل سابقه بد آنها یا به خاطر وابستگی‌شان با سازنده رقیب باشد که بهتر است جزئیات بیشتر را به عهده طرح‌ریزی خرید بگذارند، اما طرح ریز خرید نیز باید از موقعیت موجود در چک لیست کلی طرح آگاه شود.

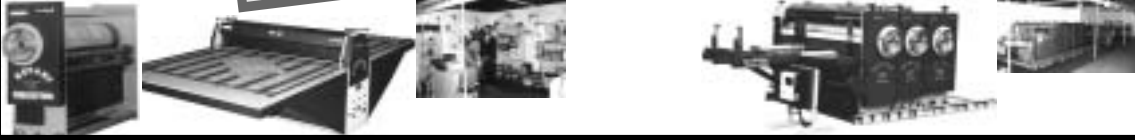
ماشین سازی اندیشه قوی ترین سازنده ماشین آلات تبدیل کارتن



اصفهان، خیابان امام خمینی،
ایستگاه فتوت،
ماشین سازی اندیشه، راستی
تلفن: ۰۲۱۱-۳۸۶۷۸۸۴
همراه: ۰۹۱۱۳۱۱۳۵۶۷
فکس: ۰۲۱۱-۳۸۶۷۹۶۳
info@andisheh-machinery.com
www.andisheh-machinery.com

و به زودی نسل جدید ماشین های چاپ
انوماتیک مجهز به پنجه ورق گیر و
نوردهای سر امیکی و دایکات تخت
اتوماتیک با سرعت ۳۰۰۰ عدد در ساعت
(طرح BOBST)

- ◆ دایکات پینگ پنگی و روتاری
- ◆ چاپگر فلکسو
- ◆ چاپگر با کاربر زنجیری
- ◆ لامینیت
- ◆ خطکش و برش
- ◆ مشاوره، آموزش و نصب
- ◆ خطوط تبدیل کارتن



قبول سفارش خدمات روکش پلی اتیلن (بدون چسب) بر روی
انواع کاغذ و مقوا بصورت رول تا عرض ۱۲۰ سانتیمتر

شرکت ابداع کران پدیده

تهران - خیابان شریعتی - خیابان ملک - نیش خیابان ترکمنستان - پلاک ۲
طبقه چهارم - واحد ۴۰۲ - تلفن: ۸۴۰۶۰۹۹ - فاکس: ۸۴۲۲۵۶۴

BASTA POOSH
بستا پوش
اولین و بزرگترین تولید کننده
فیلم شرینگ PVC
در ایران
ضخامت: ۱۹ تا ۵۰ میکرون
شفافیت: فوق العاده
جمع شونده: تا ۲۰٪
تلفکس: ۰۲۱-۳۳۱۷۳۷۲-۳۳۳۳۰۰۰-۳۳۳۷۳۷۲
E-mail: bastapooosh@systemgroup.net



موسسه تبلیغاتی بابایی

تک طرح و سازنده انواع کلیشه های ژلاتینی و لاستیکی
در نظامهای (۱۱۳-۷۰۰-۷ میلیمتر)
۱۵ اینچ (۱۲۰×۹۰ سانتیمتر)

دفتر مرکزی: تهران، بازار، خیابان پامنار، بالاتر از کوچه مروی
تر سیده به بانک ملت، س ۷۰، ط ۳
تلفکس: ۳۹۰۴۱۲۶، همراه: ۰۹۱۱۲۱۳۸۶۸۸

تک خرید و فروش کلیه لوازمات و ماشین آلات مهر و کلیشه سازی و لیتوگرافی

تک خرید و فروش انواع ژلاتینهای آلمانی و ژاپنی

تک خرید و فروش انواع فیلمهای لیتوگرافی



Designer and Meker Photopolymer plates
and Litho plates
1.14-7.00 mm

از تمامی نقاط ایران نمایندگی فعال پذیریم
تماس با دفتر تهران



www.m-babaei.com
Email: info@m-babaei.com
Email: babaei@com110.net

نمایندگیهای شهرستان
۱- بابل، خیابان نیوا، خیابان شهرداری پوری، پاساژ نوین طبقه فوقانی، لینوگرها
تماس با آقای فرهاد نلامی تلفن: ۰۱۱۳۳۹۰۵۵۷، همراه: ۰۹۱۱۱۳۸۵۶۲
۲- قزوین، چهارراه نادری به طرف نخل و قار، روبروی انجمن رنگارنگ طبقه پایین، مهرسازی بوعلی
تماس با آقای محمود اویسی تلفن: ۰۲۸۱۲۲۰۹۲

پروژه بسته بندی

تهیه کننده: سوسن خاکبیز

«بخش سوم»

مقتضیات مشتری

ذکر کردن موضوعاتی مرتبط با مشتری در بررسی طراحی باید مدنظر قرار گیرد. برای هر بسته‌ای که هدف آن بازار خرده فروشی است، تمایز و برتری یکی از این موضوعات است. برای تعیین و تحلیل این که بدانیم کدام ملاک از اهمیت برخوردار می‌باشد، بهتر است خود را در جایگاه مشتری قرار دهیم. در این باره چک لیست، طراحی موضوع‌هایی برای بررسی مشخص می‌کند، هر چند ممکن است تمام این موارد قابلیت کاربرد در مطالعه را نداشته باشند، اما باید مورد مطالعه قرار گیرند و هر چند مورد قبول واقع شوند و یا این که رد شوند، باز باید مورد توجه واقع شده و از موارد مهم تعریف و تشریح گردند.

نیاز به آزمایش و دانستن صحت و سلامت بعضی کالاها برای مشتری دارای اهمیت است. به عنوان مثال لامپ قبل از خرید توسط مشتری، باید آزمایش شود. پس گروه طراحی، باید این مطلب را داشته باشد که در طراحی بسته، این خواسته مشتری را در بسته لحاظ نماید که ابتدا آزمون صورت

گیرد و سپس خرید انجام شود و در عین حال سایر وظایف مورد نیاز بسته را نیز در برگیرد. هر چیزی که استفاده از محصول را ساده‌تر کند یا نگهداری و حمل آن را آسانتر سازد، انگیزه بیشتری را برای خرید ایجاد می‌کند و چه بهتر که این مشخصه پیش از خرید، آشکار شود. مشخصه‌های ظریفی که پس از خرید، آشکار می‌گردند، باز هم، از نظر مشتری، مزیتی برای محصول یا بسته محسوب می‌شوند و احتمالاً به خرید منجر محصول منجر می‌گردند. از نقطه نظر حفظ محیط زیست نیز برای درک مشتری باید نکاتی در نظر گرفته شود.

اگر مخارج سرمایه‌ای موجود نباشد، هر گونه طراحی بسته جدید باید در محدودیتهای موجود در تنظیم ماشین‌آلات یا حداقل تغییر صورت پذیرد. چک لیست طراحی (قبل از اقدام) باید دقیقاً حوزه عمل کارخانه‌های جدید را قید کند، زیرا در غیر این صورت طراحان ممکن است وقت خود را تلف کنند و بودجه را در راه شکل‌هایی از بسته صرف کنند که تولید آنها غیرممکن است وقت خود را تلف کنند و بودجه را در راه شکل‌هایی از بسته صرف کنند که تولید آنها غیرممکن است. در مقابل، اگر تفکر جدیدی در بخشی از چک لیست طراحی جای گیرد و در دستگاہها محدودیتی وجود نداشته باشد، باید در چک لیست طراحی (قبل از طراحی) ذکر شوند و طراحان بسته بندی باید برای طراحی‌های جدید پرکردن و بسته بندی برآوردهایی را در کارخانه جدید انجام دهند.

مقتضیات محصول

وقتی بسته بندی جدیدی برای یک محصول در نظر گرفته می‌شود، شاید به تغییرات اساسی در مواد نیاز داشته باشد، لذا دانستن وضعیت‌هایی که بسته در طی روند زندگی محصول (از تولید تا مصرف) با آن مواجه خواهد شد و اطمینان از وظایفی که انجام خواهد داد، ضروری است. وقتی بازارهای جدیدی جستجو می‌شود، برای مثال کشورهایی با فاصله دورتر، مرطوب‌تر، گرم‌تر یا سردتر، برای انتخاب مواد اولیه بسته بندی، باید شرایط جوی رعایت شود.

برای مثال: در منطقه معتدل یک دهانه پلی اتیلن قابل انعطاف روی یک طرح جدید بطری روغن، بسیار خوب عمل کرده اما در وضعیت خیلی سردتر نظیر زمستان کشورهای اسکاندیناوی خرد شده و جواب نمی‌دهد.

نیاز برای تطبیق بسته و محصول ممکن است یک ضرورت روشن به نظر برسد و در عین حال، اطمینان از آن یک مساله حیاتی می‌باشد. عرضه‌کنندگان می‌توانند اطلاعاتی در مورد تطبیق خصوصیات شیمیایی اکثر مواد، مهیا نمایند، اما این امکان برای محصولات مرکب و پیچیده ممکن نیست و اگر تردیدهایی

نباید مشتری را فریب داد که چیزی را که خرید می‌کند نسبت به کالای دیگر ارجح است (ولی محیط زیست را آلوده سازد). به هر حال اگر تولید کننده محصول، بتواند واقعاً مقولات زیست محیطی را مورد توجه قرار دهد، از طرف مشتری نیز واکنش مثبت دریافت می‌نماید.

مقتضیات فنی

متأسفانه در طراحی بسته بندی، بعضی مواقع متوجه می‌شویم که در تهیه بسته، جنسهای فنی محصولات را مشخص نمی‌کنند دقت و گذاشتن وقت برای دسترسی به چگونگی ساخت و بسته بندی محصولات قابل توجه و روشن کننده ماهیت محصولات است. مدنظر قرار دادن به این بخش نیز مانند سایر بخشهای تاثیرگذار، در طراحی بسته بندی، ضروری می‌باشد.

مقتضیات تولید

مقتضیات استفاده از تسهیلات موجود کارخانه و ماشین‌آلات جدید باید در چک لیست طراحی مورد بررسی قرار گیرد.

وقتی بازارهای جدیدی جستجو می‌شود، برای مثال کشورهایی با فاصله دورتر، مرطوب‌تر، گرم‌تر یا سردتر، برای انتخاب مواد اولیه بسته بندی، باید شرایط جوی رعایت شود.



2003-4/1382-3
IranPack
 یومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران

شما به این کتاب
 نیاز دارید
 فقط
 ۳۵۰۰ تومان!
 با دفتر مجله
 تماس بگیرید

صنایع بسته بندی به بند یزد

- تولید کننده تسمه بسته بندی پلاستیکی (PP)
- از سایز ۶ تا ۱۹ میلی متر، ماشینی و دستی
- مبتکر تولید تسمه دورنگ در ایران
- نماینده انحصاری شرکت PANTECH INTERNATIONAL برای
- دستگاه های تسمه کشی پرتابل ZAPAK با منبع تغذیه برق و باتری
- نماینده رسمی شرکت JOINPACK
- طراحی و اجرای اتوماسیون تسمه کشی، گارانتی و خدمات پس از فروش

یزد: شهرک صنعتی، صندوق پستی ۸۹۱۹۵/۱۸۵
 تلفن: ۰۳۵۱-۵۲۲۲۲۰۸ فکس: ۰۳۵۱-۵۲۳۰۱۵۴
www.behband.com
info@behband.com

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

website: www.kavehkar.com

تولید کننده کارتن و جعبه



کارتن کاوه کار

تهران: جاده قدیم کرج، شهرک صنعتی، خیابان انقلاب، ایران صنعت پورام
 تلفن: ۰۲۱-۹۴۲۲۰۰۰



صنایع بسته بندی عمرانی

تولید کننده انواع کارتن سه ل، پنج ل، E فلوٹ
 با چاپ یک رنگ تا چهار رنگ مرکب

انواع کارتن های لمینت و دایکات

جاده قدیم کرج - اول شاد آباد، انتهای خیابان شهید عزیزی (کارتن سازی)
 مجتمع صنعتی وحدت، پلاک ۲۵ تلفن: ۰۶۶۹۰۹۸۸ - ۰۶۶۹۷۵۵۰ فاکس: ۰۶۶۱۰۹۸۲
<http://WWW.OMRANIPACKAGE.COM> Email: info@omranipackage.com

آگهی فروش ماشین آلات

دستگاه تسمه کشی
 تمام اتوماتیک
 دروازه ای، ژاپنی

دایکات فکی ایران ۱۰۵×۷۵ و دایکات غلتکی (پینگپنگی) عرض ۱۶۵ سانت
 قید کپی ۶/۵ ورقه انگلیسی و پروسسور ظهور زینک ۶/۵ ورقه انگلیسی
 لیفتراک لینده ۲ تن (کاملاً بازسازی شده)
 سلفون کشی عرض ۱۱۰ سانت (ادستگاه)
 چسب زن لامینیت کارتن عرض ۱۲۰ سانت
 پتو و اتوی خشک کن لامینیت کارتن عرض ۱۲۰ سانت
 تلفن: ۲۲۵۳۷۶۳

مواد اولیه پس از عمل

مواد اولیه غیرقابل استفاده بسته‌بندی، بسته‌های پذیرفته نشده یا قسمتهایی از آنها که در طول مراحل تولید به وجود آمده‌اند و در کارخانه بازگردانی نشده‌اند بلکه مستقیماً به همان منظور در جایی دیگر انباشته شده‌اند.

مواد زاید پس از مصرف

مواد مستعمل بسته‌بندی که از مصرف کننده به جای می‌ماند. این فضولات غالباً فاسد، کثیف، بسیار ناهمگن و بسیار پراکنده می‌باشند.

بازیافت یا بازگردانی مواد اولیه بسته‌بندی (Recycling of packaging Materials)

اعمالی که هدف از آنها ورود مجدد مواد اولیه بسته‌بندی به مرحله تولید برای ساخت محصولات یا ظروف بسته‌بندی جدید می‌باشد در این مورد، مرحله تولید دوباره به طور کامل از سر گرفته می‌شود به هنگام بازیافت بسته‌بندی‌های شیشه‌ای، شیشه‌های شکسته (Cullet) که معمولاً براساس رنگشان جدا شده‌اند دوباره به کوره ذوب ریخته می‌شوند. فلزات را می‌توان بدون مشکلی جدی بازیافت نمود. به طور کلی، بازگردانی باعث صرفه‌جویی در مواد اولیه و انرژی می‌شود بازیافت پلاستیکها (ترموپلاستها) از نظر تئوری امکان‌پذیر است اما در عمل با مشکلاتی مواجه می‌شوند؛ مشکلاتی از قبیل ایجاد دگرگونیهای ساختاری (ساختار پلاستیکهای جمع‌آوری شده به خاطر دگرشوی گرمایی (Thermodegradation) و وضعیت آب و هوایی با پلاستیکهای اصلی تفاوت دارند)، گوناگونی وسیع مواد اولیه (مشکل جداسازی)، وجود ناخالصی‌ها (به طور کلی مواد زاید فاسد شده را به سختی می‌توان خالص کرد) ضایعات پلاستیکی ناشی از مرحله شکل‌دهی گرمایی، به طور کلی به میزان ۲۰ درصد بازگردانی می‌شوند. ممکن است مواد زیاد پلاستیکی پس از مصرف را نتوان برای استفاده در بسته‌بندی مواد غذایی بازگردانی کرد. مقوا را می‌توان تا حدی بازیافت نمود. معمولاً کاغذ بسته‌بندی بازیافت نمی‌شود.

کاغذ کرافت (Kraft paper)

کاغذ سبک به رنگ قهوه‌ای که دارای مقاومتی زیاد در برابر کشش است و از خمیر

سولفات سفید نشده به دست می‌آید. گرماژ آن بین ۵۰ تا ۲۵۰ گرم بر مترمربع می‌باشد. مقوای فلوت دار یا موج دار (Corrugated Fiberboard)

شامل یک یا چند ورقه کاغذ چین دار (موج دار) است که با یک ماده چسبیده به یک یا چند آستری (لایتر) چسبانده شده است. در این نوع مقوامعمولاً ترکیبات زیر به دست می‌آیند:

- مقوای فلوت دار یک رو (Single face): یک ورق کاغذی چین دار که به یک آستری چسبیده است.

. مقوای فلوت دار یک دیواره (دورو): یک ورق کاغذ چین دار چسبیده بین دو آستری. . مقوای فلوت دار دو دیواره: دو ورق کاغذ چین دار که به طور جداگانه به دو طرف یک ورقه مسطح چسبانده شده و هر طرف با یک آستری روکش می‌شوند.

. مقوای فلوت دار سه دیواره: سه ورق کاغذ چین دار که هر کدام به طور جداگانه به دو ورقه مسطح چسبانده شده و از هر طرف با یک آستری روکش می‌شوند.

کاغذ کرومو (Chromo paper)

ماده معدنی کاغذی که یک طرف آن با عاملی چسبیده پوشیده شده و سطحی براق را به وجود آورده است. کاغذ کرومو دارای خواص چاپی فوق‌العاده می‌باشد. برای مثال از این کاغذ در بسته‌بندی شکلات استفاده می‌شود.

مقوای کارتن (Carton Board)

مقوایی با گرماژ بین ۲۵۰ تا ۹۰۰ گرم بر متر مربع که در ساختن جعبه‌های مقوایی به کار می‌رود.

جعبه (چوبی) (BOX (Wooden)

ظروف کم وزن ساخته شده از ورقه‌های چوبی، و مسدود که معمولاً فاقد چفت و بست است

بلیستر (Blister)

بسته‌بندی است ساخته شده از پلاستیک که به طور کلی شامل دو قسمت می‌شود اول، فرم اصلی بلیستر که بر روی یک ورق مقوایی که روی آن اطلاعات چاپ شده است، سیل می‌شود. دوم، بسته‌بندی بلیستر برای اقلام کوچک که ورقه مقوایی زیر آن بزرگ بوده و برای جلوگیری از دزدی (برای اقلام کوچک) تهیه می‌شود.

کیسه در - جعبه (Bag - in - Box)

ترکیب غیر قابل تفکیک از یک جعبه که اغلب از مقوا ساخته شده و یک کیسه قابل انعطاف که درون آن قرار می‌گیرد. کیسه

داخلی از حداقل مقدار مواد اولیه مختلف به منظور حفاظت و تامین مدت زمانی که هر محصول باید در قفسه فروشگاه بماند، تشکیل شده است. سیستمهای کیسه در - جعبه متراکم بوده و معمولاً دارای یک دسته می‌باشند، با کاهش وزن، حمل آن به منازل آسانتر شده است. اکثر این سیستمها برای بسته‌بندی اسپتیک نیز به کار می‌روند.

سلولز (Cellulose)

فرآورده‌ای است طبیعی، پر مولکول، بی‌رنگ و بی‌مزه با فرمول کلی $(C_6H_{10}O_5)_n$. سلولز از نظر شیمیایی یک Poly condensate محسوب می‌شود که از تعداد کثیری مولکول گلوکز $C_6H_{12}O_6$ ، MM به طور متوسط برابر است با ۱۰۶ حاصل می‌شود. هر گلوکز پیوندی دارای سه گروه آزاد OH که قابل استفاده برای واکنشهای شیمیایی بیشتر است، می‌باشد. سلولز یک ماده گیاهی (جزء اصلی دیواره‌های سلولی) می‌باشد. چوب تقریباً دارای ۴۰٪ و کتان دارای ۹۵٪ سلولز می‌باشد. الیاف سلولزی اجزای اصلی کاغذ می‌باشند.

بسته‌بندی اسپتیک (Aseptic packaging)

عملیاتی که حاصل آن مواد (مثلاً مواد غذایی) بسته‌بندی شده و اسپتیک می‌باشد. بسته‌های اسپتیک از بسته‌بندی کردن کالا، تحت شرایط اسپتیک، در حالی که هر کدام جداگانه استریل می‌شوند، (کالا و لوازم بسته‌بندی) به دست می‌آیند، بسته‌بندی اسپتیک شده نیازی به نگهداری خاص برای اطمینان از دوام غذای بسته‌بندی شده ندارد.

بشکه (Cask)

نام عمومی برای همه ظروف گرد شکم دار و چلیک‌های چوبی که از تخته خمیده، حلقه و درب ساخته می‌شود. خمره (Barrel) بشکه‌ای است چوبی که دارای ظرفیتی ویژه باشد.

بسته مصرف کننده (Consumer package)

بسته‌ای است که حاوی میزان نسبتاً محدودی کالا (بر حسب واحدهای کیلوگرم و لیتر) بوده و به مصرف کننده نهایی داده می‌شود. طراحی این بسته بر حسب نیازهای سیستم توزیع و الگوی عادی مصرف که به وسیله، آن کیفیت فرآورده را می‌توان تضمین نمود، تعیین می‌شود (مترادفها: بسته خرده فروشی، بسته اصلی).

ضربه‌گیری (Cushioning)

استفاده از وسیله یا ماده‌ای به منظور تخفیف آثار تکانهای شدید حاصل از حمل و نقل و جابجایی.

مبارزه با بخار گرفتگی که باعث عدم دید صحیح محصول می‌شود

برگرفته از مجله **Plastics in Packaging** ترجمه سهیل چه‌ده‌ای

هنگامی که هوای محصور بین فیلم‌های پلاستیکی تا پایین‌تر از دمای تشکیل شبنم سرد می‌شود، بخار آب به صورت قطرات ریز و بسیار کوچک رطوبت بر روی سطح درونی بسته‌بندی نمودار می‌شود. این که این رطوبت و حالت شبیه مه گرفتگی تا چه حد شدید باشد بسته به درجه حرارت و رطوبت نسبی هوای محصور در لایه‌های پلاستیک می‌باشد.

پیامد این تیرگی (fogging) می‌تواند بسیار زیان‌آور باشد. غذا غیر بهداشتی و از نظر ظاهری نامطبوع به نظر می‌رسد. مشتریان اغلب نمی‌توانند چیزی را که می‌خرند به چشم ببینند. در موارد حادثه، این تیرگی می‌تواند در میزان کیفیت تاثیر بسیار نامطلوبی داشته باشد.

تفاوتی بین کشش سطحی فیلم پلاستیک و آب وجود دارد که این موضوع باعث شکل‌گیری قطرات آب می‌شود. بسیاری از پلاستیک‌های پلی‌الین دارای نیروی سطحی 30 dynes/cm می‌باشند در حالی که نیروی سطحی آب 72 dynes/cm است. بنابراین پلاستیک به عنوان ضد آب (hydrophobic) عمل می‌کند و به علت ناهماهنگی با خصوصیات سطح باعث تیرگی می‌شود.

عامل‌های ضد تیرگی وظیفه افزایش نیروی سطحی را به عهده دارند و اختلاف و کشش سطحی آب را کاهش می‌دهند. قطرات آب طوری منتشر و پخش می‌شوند که به لایه بسیار نازک و یکسره‌ای در درون بسته‌بندی تبدیل می‌شوند که هیچ شباهتی به تیرگی و مه گرفتگی ندارد.

ماده افزودنی نیاز به این دارد که هم در آب به صورت حل شده وجود داشته باشد و هم بر روی سطح پلیمر وجود داشته باشد تا بتواند نقش موثری ایفا کند. چندین فاکتور بر اثربخشی ماده افزودنی تاثیر دارند، که مهمترین آنها میزان مهاجرت و حرکت از قسمت اصلی فیلم به روی سطح می‌باشد. برای انتخاب عامل و واسطه مناسب، سایر موارد نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد از جمله

عکس‌العمل آن عامل با سایر افزودنی‌ها در فیلم، تاثیر آن بر روی بو یا phytotoxicity و سازگاری آن با پلیمری که مورد استفاده قرار گرفته است.

تاثیر دیگری که عامل بر روی ظاهر بسته‌بندی نهایی دارد بسیار مهم است. از جمله شفافیت و خلوص رنگ آن، ثبات و مقاومت گرمایی در طول فرآیند تولید نیز از موارد قابل بررسی به حساب می‌آید.

دست‌اندرکاران تولید و تبدیل لفاف‌های بسته‌بندی مشکل دیگری نیز دارند و آن بسته‌بندی‌هایی است که برای غذاها مورد استفاده می‌باشند و در مجاورت با آن قرار می‌گیرند. چرا که قوانین بین‌المللی وضع شده در این خصوص در کشورهای مختلف متفاوت است.

تقریباً تمامی افزودنی‌های ضد بخارگرفتگی (anti-fogging) به نوعی از زیر مجموعه‌های پلی‌مری هستند، چه به عنوان یک ماده عامل بسیار خالص و چه به عنوان عصاره (concentrates) یا خمیر مایه اصلی.

بسته به پلیمری که استفاده شده است و طول عمر بسته‌بندی کامل شده، میزان و درجه غلظت (تراکم) متفاوت خواهد بود که بسته به نوع، بین ۱ تا ۳ درصد متغیر است. سایر موارد که بر میزان تراکم تاثیر دارند ضخامت فیلم و ترکیب ساخت سایر افزودنی‌ها در درون محصول می‌باشند.

در آزمایشاتی که بر روی افزودنی‌های پلیمری در آزمایشگاه Uniqema در بازل سوئیس به عمل آمد، بررسی‌هایی بر روی تاثیر طولانی مدت افزودنی‌های anti-fogging که ساخت کارخانه‌های متفاوتی بود به عمل

آمد. فیلم‌های تحت آزمایش بر روی قاب نصب شدند، قاب‌هایی که بعد درون قفسه‌ها قرار گرفتند. سپس مشاهداتی بر روی فیلم‌های نصب شده در فواصل زمانی معین صورت گرفت.

تکنسین‌ها و دانشمندانی که تحقیق در مورد شفافیت فیلم‌های نصب شده را بر عهده داشتند، تصمیم داشتند که فیلمی با درجه شفافیت A را (درجه‌ای که نشان می‌دهد فیلم کاملاً تیره است و وضوح آن در حد صفر می‌باشد و عبور نور از آن بسیار ضعیف می‌باشد) به درجه E ارتقاء دهند، آنها فیلمی را عرضه کرده‌اند که هیچ‌گونه قطره آب قابل مشاهده‌ای در آن به چشم نمی‌خورد.

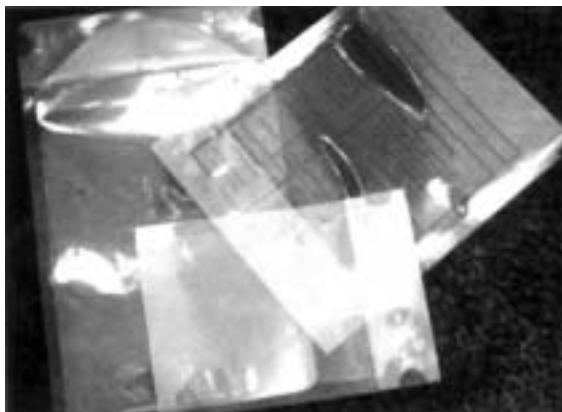
در طول آزمایشات تمامی تلاش‌ها برای ثابت نگه داشتن شرایط بیرونی انجام شد. اتمسفر قفسه‌ها طوری طراحی شد که با محیط و شرایط طبیعی که فیلم‌ها در انبار یا فروشگاه خواهند داشت، مطابق باشد.

از آن جایی که آزمایشات Uniqema محدود به مواد افزودنی تولید شده انحصاری هر کارخانه شد، نتایج نمی‌تواند برای همه محصولات موجود قطعی و نهایی باشد.

با توجه به این موضوع یافته‌ها بیانگر تاثیر عامل anti-fogging Atmer ۴۰۰ در حفظ و تامین شفافیت ثابت فیلم بدون هیچ‌گونه لکه قابل رویت آب بوده است.

در مجموع، بهترین ترکیب در طی آزمایش هنگامی به دست می‌آمد که ۴۰۰ Atmer با chemical's Light Ciba Specialty و ماده افزودنی تثبیت‌کننده حرارتی ۳۷۱ Nor Tinuvin مخلوط شد. این ترکیب دارای طول عمر بیشتر از ترکیب با سایر تثبیت‌کننده‌های UV داشت.

امروزه برای موفقیت در انجام کارها احتیاج به آزمایشات و مطالعات بر روی ترکیبات و ساختارهای مواد مختلف دارد. این آزمایشات در نقاط مختلف جهان به علت متفاوت بودن شرایط آب و هوا و نیازهای مشتریان به طور چشمگیری با ضوابط و معیارهای اروپا متفاوت است.



بسته های چوبی



- اما طبقه بندی دیگری که به کار ما می آید به صورت زیر می باشد.
- ۱- صندوقها
 - ۲- پالت ها
 - ۳- چلیک ها و بشکه ها
 - ۴- کانتینرها
 - ۵- قرقه
 - ۶- متفرقه



صندوقها از لحاظ کالای درون آن به صنایع سنگین، متوسط و سبک و از لحاظ وجود درب به با درب و بدون درب و از لحاظ قابلیت مسطح شدن به ثابت و تاشو و از نظر مواد اولیه به جعبه های چوبی تهیه شده از محصولات جنبی و تهیه نشده از تخته های چندلایه و از نظر ابعاد به بزرگ و متوسط و کوچک تقسیم می شوند.

پالتها: به دلیل ماهیت آن در بسته های اولیه کاربرد ندارد.

چلیکها، سطل ها و بشکه های چوبی: از آنها به ندرت استفاده می شود و جنبه سنتی دارند.

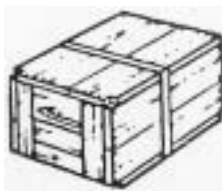
کانتینرها: از واحدهای باری بزرگ می باشند و از جمله بسته های تکمیلی و مخصوص حمل و نقل به حساب می آیند.

قرقه ها: برای نقل و انتقال و بسته بندی سیم، کابل و اجسام طویل استفاده می شود در ابعاد بزرگ چوب به صرفه تر است ولی در ابعاد کوچک بیشتر از نوع فلزی یا پلاستیکی استفاده می شود.

تسمه کشی جعبه های چوبی

۱- تسمه کشی جعبه های چوبی با اتصال میخ

(۱-۱) جعبه های چوبی با وزن ۱۶ کیلوگرم (۳۵ پوند) و کمتر



به پوشش کامل دارند و فاقد وزن زیاد می باشند به کار می رود. در این نوع تخته ها معمولاً از اتصالها نمی توان استفاده کرد و اغلب اسکلت این نوع بسته ها به وسیله چوب ماسیو می باشد و از آنها به منظور پوشش استفاده می نمایند. این نوع محصول تقریباً دارای قابلیت های تخته خرده چوب می باشد، منتها ضخامت آن از تخته خرده چوب کمتر و استحکام کمتری دارد؛ ولی قابلیت انعطاف بالایی را دارا می باشند. این محصولات را می توان تا حدی مقاوم به رطوبت و آتش تولید نمود.

معرفی مواد مصرفی در انواع بسته های چوبی

۱- مواد فلزی: رایج ترین مواد مصرفی است که بیشتر از آهن و آلیاژهای مشابه و گاهی از آلیاژهای دیگر مانند آلومینیوم استفاده می شود. مصارف عمده آن جهت منگنه ها، میخها، پیچها و... است.

۲- مواد شیمیایی: انواع چسبها که قابل تهیه از مواد زائد حیوانی و همچنین مشتقات نفتی و گازهای طبیعی و فضولات می باشد.

معرفی ظروف و بسته های چوبی

از نظر کاربرد به دو نوع بسته های بزرگ (برای صدور کالا به خارج از کشور که در صورت امکان مضرب صحیحی از کانتینرها و... هستند) و بسته های کوچک جهت حمل و نقل کالا در مسافت کم تقسیم می شوند که براساس سیستم بسته بندی به سه نوع زیر تقسیم شده اند:

- ۱- **مصرفی:** برای مصرف کننده شخصی
- ۲- **صنعتی:** در کارخانجات و معمولاً در واحدهای بزرگ و سنگین استفاده می شوند.
- ۳- **نظامی:** از خواص این بسته ها این است که نیروهای نظامی نمی دانند چه موقع این بسته ها را مورد استفاده قرار خواهند داد، بنابر این باید از بهترین نوع بسته بندی استفاده کرد به طوری که تحت شرایط آب و هوایی مختلف برای مدت طولانی قابل نگهداری باشد.

کاربرد مواد اولیه جهت ساخت بسته های چوبی

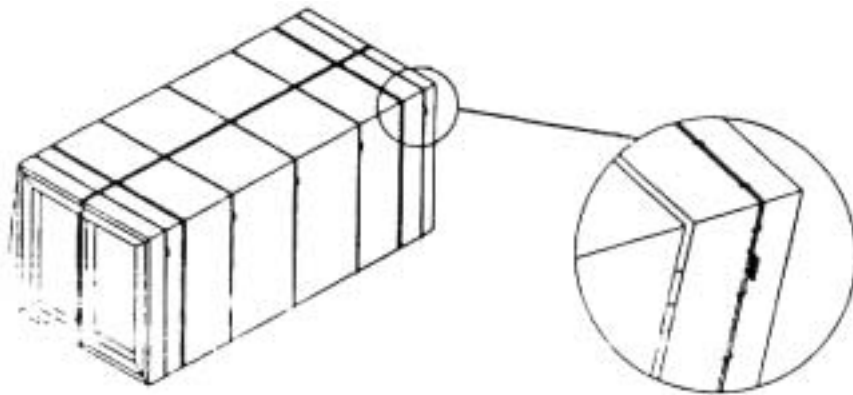
چوب ماسیو: از چوب ماسیو و با توجه به نوع محصول و مشخصات آن استفاده می شود. این چوب بیشتر در بسته بندی های ثانویه و تکمیلی و بسته بندی هایی که برای حمل و نقل نیاز به استحکام دارند، به کار می رود. چوب ماسیو معمولاً در کالاهایی که نیاز به پوشش کامل ندارند استفاده می شود و یا به عنوان چهار چوب برای بسته بندی ها استفاده می گردد، چوب ماسیو از قابلیت انعطاف خوبی برای تغییر شکل و استفاده از یراق آلات و اتصالها دارا می باشد.



تخته خرده چوب: مصرف آن با توجه به خصوصیات و قابلیت های مختلف و قابلیت های دیگر که در روند ساخت به آن می توان داد متداول می باشد. ولی استحکام چوبهای ماسیو را دارا نیست. این محصولات را می توان مقاوم به رطوبت و آتش تولید نمود و بیشتر برای محصولاتی که نیاز به پوشش کامل در یکی از جناحین یا تمام جوانب دارند، استفاده می شوند.

تخته چند لایه: شاید که یکی از بهترین مواد اولیه به منظور ساختار بسته های چوبی باشند. با توجه به این که معایب چوب ماسیو را می توان در روند تولید تصحیح نمود و قابلیت های بسیار زیادی با افزودن مواد ترکیبی و مصرفی به آن داد، کاربرد آنها بیشتر در مورد کالاهایی که نیاز به پوشش کامل دارند، نظیر جعبه های قطعات می باشد. این محصولات را می توان به صورت مقاوم بر رطوبت و آتش تولید نمود.

تخته فایبر: بیشتر برای کالاهایی که نیاز



تغییر رنگ و تغییر ابعاد از جمله این معایب هستند.

در نوع سوم می‌توان عوامل مهم چون باد، باران، تغییر رطوبت، حرارت، حمله قارچها و حشرات، اسید، باز و غیره را نام برد که از مقاومت چوب می‌کاهد.

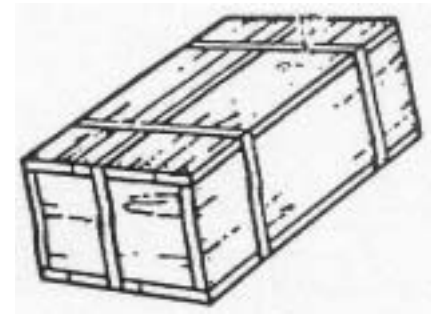
محاسن

با وجود معایبی که ذکر شد به دلیل محاسنی که چوب دارد هنوز عرصه وسیعی از بسته بندی را شامل می‌شود. که عبارتند از:

- ۱- قابلیت تهویه
- ۲- قابلیت آب بندی
- ۳- حمل و نقل آسان
- ۴- قابلیت استفاده مجدد
- ۵- ارزانی
- ۶- سادگی ساخت
- ۷- عایق حرارتی
- ۸- عایق جریان برق
- ۹- گرمای ویژه زیاد
- ۱۰- تغییر ابعاد ناچیز در اثر حرارت
- ۱۱- مقاومت مکانیکی
- ۱۲- دفع ضربه
- ۱۳- نقوش زیبا
- ۱۴- تصحیح خواص در محصولات جنبی
- ۱۵- عاری بودن از عیوبی چون زنگ زدگی
- ۱۶- بازگشت سریع به چرخه
- ۱۷- سهولت تغییر شکل



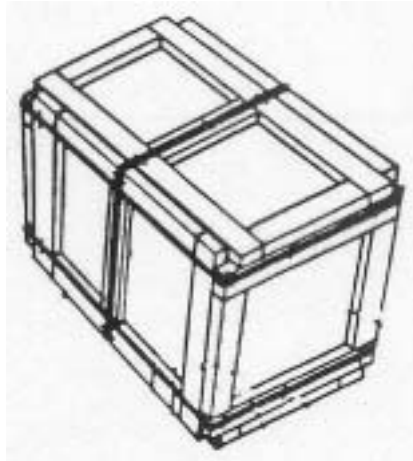
یا با طول ۳۰ سانتیمتر (۱۲ اینچ) و کمتر، یک عدد تسمه در وسط، مطابق شکل شماره ۱-۱ (۱-۲) جعبه های چوبی با وزن ۱۶ کیلوگرم (۳۵ پوند) تا ۸۱ کیلوگرم (۴۰۰ پوند)، دو عدد تسمه، فاصله تسمه ها از هم نباید بیشتر از ۶۱ سانتیمتر (۲۴ اینچ) باشد همچنین فاصله هر یک از آنها از دو انتهای بسته باید برابر باشد. شکل شماره (۲)



(۱-۳) جعبه های چوبی با وزن متجاوز از ۱۸۱ کیلوگرم (۴۰۰ پوند) تعداد سه عدد تسمه، فاصله هر یک از دو تسمه کناری با انتهای جعبه باید حدود ۱۶ طول جعبه باشد، این فاصله نباید از ۲۳ سانتیمتر (۹ اینچ) تجاوز نماید، همچنین فاصله بین تسمه ها نباید از ۶۱ سانتیمتر (۲۴ اینچ) بیشتر باشد.

۲- تسمه کشی جعبه های چوبی سیمی (با اتصال سیم و مفتول)

(۲-۱) در جعبه های با وزن بیش از ۱۱۴ کیلوگرم (۲۵۰ پوند) لازم است یک تسمه به طور طولی از وسط جعبه کشیده شود. (۲-۲) در جعبه های با وزن بیش از ۱۱۴ کیلوگرم از تسمه های عرضی به موازات اتصال جعبه (مطابق شکل شماره ۳) بهره گرفته می‌شود. تعداد تسمه ها دو عدد و محل تسمه ها در قسمت دو انتهای جعبه می‌باشد. فاصله تسمه ها از دو انتهای جعبه باید کمتر از ۷/۵ سانتیمتر (حدود ۳ اینچ) باشد. (۲-۳) در جعبه های زیر ۱۱۴ کیلوگرم که طول قید آنها با وزن جعبه ها مناسب ندارد (طبق جدول زیر) کاربرد تسمه الزامی است. به این ترتیب با اضافه شدن وزن باید طول قید کوچکتر شود تا جعبه از استحکام مناسبی برخوردار باشد.



شکل جعبه با قیود چوبی که با صفحات چوبی پوشیده شده است، عمل تسمه کشی روی قیدها صورت می‌گیرد.

معایب و محاسن بسته ها و ظروف چوبی

به طور کلی معایب چوب به سه نوع زیر تقسیم می‌شود:

- ۱- معایب طبیعی چوب
- ۲- معایب ناشی از خشک کردن چوب
- ۳- معایب ناشی از عوامل خارجی و محیطی در مجموع گره ها، شکستهای فشاری، تردی، گسیختگی ها و یخ زدگی ها، میان پوستی، عدم همگنی که از عوامل طبیعی معایب چوب می‌باشند و می‌توان با انتخاب مناسب چوب تا حدود زیادی از معایب آن کاست.

اما معایبی در اثر خشک کردن چوب به وجود می‌آیند. ترکها، شکاف، گسیختگی ها، چین خوردگیها، برون سختی، شل یا لق شدن، گره ها، معوج شدن، پوسیدگی، کپک و

جدول شماره ۱- نسبت طول قید و وزن کالا در جعبه های با اتصال سیم یا مفتول (کمتر از ۱۱۴ کیلوگرم)

طول قید به سانتیمتر (اینچ)	وزن کالا به کیلوگرم (پوند)
۴۰	۰ تا ۵۷
۲۵	۵۷ تا ۹۱
۲۰	۹۱ تا ۱۱۴
۱۰۲	۰ تا ۱۲۵
۶۳/۵	۱۲۵ تا ۲۰۰
۵۱	۲۰۰ تا ۲۵۰

صنعت تولید و تبدیل لفاف‌های بسته‌بندی، مقابله به مثل می‌کند

برگرفته از مجله PFFC

نوشته Nsenga Byfd Thompson ترجمه سهیل چهره‌ای

امنیت تولید و سرقت و جعل علامت تجاری مشکلاتی جدی هستند و دست‌اندرکاران تولید و تبدیل لفافها می‌توانند نقش بسیار موثری در مبارزه بر علیه آنها داشته باشند. از فن‌آوری holographic تا سیستم‌های "and-trace track" راه‌حل‌های بسیاری وجود دارد که دست‌اندرکاران تولید و تبدیل لفافها می‌توانند آنها را در روش‌های کاری خود به مورد اجرا بگذارند. در ادامه نگاه اجمالی به چند مورد از روش‌های موسوم امنیتی و چگونگی اجرای آن توسط دست‌اندرکاران تولید و تبدیل لفافها اشاره خواهد شد.

هشدار و مراقبت در برابر دزدان فروشگاه

یکی از روش‌های مرسوم و رو به گسترش برای محافظت از کالاها در مقابل خطر نماندگان دزدان فروشگاه استفاده از برچسب‌های موردی بر روی کلیه محصولات می‌باشد. در این روش در طول فرآیند تولید و تبدیل لفافهای بسته‌بندی اتیکت‌هایی (Tags) که طول موج‌های کوتاه (radio frequency) RF یا (Acoustic Magnetic) AM از خود متصاعد می‌کنند به جعبه‌ها، لیبلها و سایر اقلام بسته‌بندی اضافه می‌شود. یکی از فن‌آوری‌هایی که به تازگی در این زمینه به کار گرفته می‌شود و به سرعت نیز فراگیر شده است Packaging Mebane است که توسط شرکت بسته‌بندی در Mead Westraco که از صاحب‌نظران بسته‌بندی در زمینه‌های دارویی، زیبایی و لوازم بهداشتی می‌باشد ارائه شده است. Mebane قابلیت نصب اتیکت‌های توکار (in-line) و روکار (off-line) را همانند اتیکت‌های (Electronic Article Surveillance) EAS بر روی جعبه یا درون آن دارد. این اتیکت‌ها در زیر برچسب‌ها (Labels) یا به عنوان بخش اصلی در بسته‌بندی جاسازی می‌شوند.

Tim Freeze مدیر تولید و سیستم‌ها در Mebane می‌گوید: "با استفاده از اتیکت‌های توکار از هزینه‌های سنگین اتیکت‌های روکار کاسته می‌شود و از آن جایی که این اتیکت‌ها به عنوان بخش اصلی و یکپارچه بسته‌بندی به حساب می‌آیند، بر اثر جابه‌جایی و یا بی‌دقتی دچار آسیب نمی‌شوند بر خلاف اتیکت‌های روکار که به صورت دستی به بسته‌بندی اضافه می‌شوند. علاوه بر این اتیکت‌های توکار به هیچ وجه مانع از دیده



شدن علامت تجاری، نوشته‌های آموزشی یا هر گونه اطلاعات مربوط دیگر بر روی بسته نمی‌شوند.

علی‌رغم این پیشرفت و تحول، بسیاری از تولیدکنندگان هنوز به استفاده از اتیکت‌های دستی مبادرت می‌کنند. این روش نه تنها کاربر است، بلکه محصولات باید در انبارها منتظر بمانند تا به نوبت بر روی آنها اتیکت نصب شود که این تاخیر ممکن است باعث تأثیرات بد بر روی فروش و ارزش سود آنها داشته باشد.

Freeze در ادامه می‌گوید: "تأثیرات سریع بر روی تولید را می‌توان به سه قسمت تقسیم کرد. اولین و مهمترین تأثیر بر روی قسمت‌ها می‌باشد چرا که زمان تولید را کاهش خواهد داد. ما هنوز از این روش برای تولید بسته‌بندی استفاده می‌کنیم؛ بدین صورت که در هنگام شکل دادن و چسب کاری جعبه‌ها، ما اتیکت‌های EAS را در درون بسته‌بندی جا سازی می‌کنیم. پس هنگامی که تولیدکننده محصول بسته‌بندی شده را دریافت می‌کند. اتیکت‌های EAS قبلاً در درون آن جاسازی شده است. البته هنگامی که آنها درون بسته‌بندی را از محصول پر می‌کنند، EAS از دید مشتریان مخفی خواهد ماند."

جعبه‌های ضد سرقت

ایفای نقشی مهم در حفاظت محصولات از دستبرد دزدان بالقوه فروشگاه، از دیگر ابتکارات یکی از مراکز موسسه westraco Mead می‌باشد که AGI/Klearfold نام دارد. این مرکز واقع در نیویورک، که از متخصصان بسته‌بندی است، یکی از پیشروان تولید و فروش بسته‌بندی‌های فرآیند نوآورانه و تجسمی است که در تولید جعبه‌های مقوایی از مقوای با کیفیت، جعبه‌های مونتاژ شده از مقوای سخت، و کارتن - lamiated Litho نیز از خبرگان می‌باشد.

AGI/Klearfold در راستای تامین امنیت محصولات، نوعی بسته‌بندی ایمنی به نام IM Durafold را به بازار معرفی کرده است که به صورت ضد سرقت طراحی شده است تا به شرکت‌های تولیدکننده کالاهای مصرفی در جهت کاهش دزدی‌های کوچک در فروشگاه‌ها کمک کند.

Durafold آخرین نوع از کارتن‌های تاخورد و عایق‌بندی شده است که در ساخت آن از مقوای ترکیبی پلی پروپیلن استفاده شده و به خوبی در برابر پارگی مقاوم است و نسبت به جعبه‌های و شکل‌دهی

شده مرسوم از عایق‌بندی و دربندی بسیار بهتری برخوردار است.

بر طبق ادعای AGI/Klearfold افزایش دوام و پایداری کارتن‌های Durafold جابه‌جایی محصولات از بسته‌بندی‌ها را در فروشگاه غیر ممکن می‌سازد، و کار را برای دزدانی که قصد از بین بردن اتیکت‌های EAS یا مخفی کردن کالاهای دزدی شده را داشته باشند مشکل‌تر می‌سازد.

Steve Onufrey قائم‌مقام فروش و بازاریابی AGI/Klearfold می‌گوید: "از آن جایی که تقاضای فروشندگان برای خرید تولیدات ضد سرقت روند روزافزونی را نشان می‌دهد، می‌توان متصور بود که بسته‌بندی نیز نقش بسیار مهمی را در این زمینه ایفا خواهد کرد. وی ادامه می‌دهد: "Durafold نه تنها یک عامل بازدارنده در برابر سرقت است، بلکه کمکی است به فروشندگان برای فروش بیشتر کالاهایشان به خاطر گرافیک بسیار تأثیرگذار آن

و داشتن نقش موثر در پیشبرد تجارت آزاد." این شرکت همچنین اظهار می‌دارد که علی‌رغم افزایش قدرت، کارتن‌های Durafold از نظر ظاهر و وزن همانند کارتن‌های مقوایی هستند و باز کردن آنها در



منزل برای خریداران در مقایسه با پلاستیک‌های سخت Clamshells و سایر اقسام بسته‌بندی ایمنی ساده‌تر می‌باشد.

نظارت و بازرسی مطلوب

جدای از این که محصولات ایمنی به چه میزان جدید و مبتکرانه هستند، شما باید از درستی آن اطمینان حاصل کنید. هر یک از دست‌اندرکاران تولید و تبدیل لفاف بسته‌بندی که عملیات چاپ یا روکش‌دهی را انجام می‌دهد باید اطمینان داشته باشد که جوهر یا روکش به خوبی اضافه شده‌اند. هنگامی که جوهر یا روکش به عنوان بخشی از سیستم امنیتی باشد، این موضوع حیاتی‌تر به نظر می‌رسد. Co., Neenah, WI Promo Edge متخصصین تولید اسباب‌بازی، نمونه‌های آزمایشی و Label، به تازگی در کیت‌های نوری UV تولید Unilux سرمایه‌گذاری کرده

است. این کیت، قابل استفاده در سری O-Light-Litho، تولید Unilux می‌باشد و متصدی ماشین چاپ را قادر می‌سازد تا نحوه روکش‌دهی را در تمامی سرعت‌های ماشین و به طور کامل

Diersion، انحراف و تغییر مسیر

خرید محصولات مجاز در یک ناحیه به قیمت پایین و فروش آن در مقایسه با محصولات مجاز در ناحیه دیگر با قیمت بالاتر.

Duplication، تکثیر

تکثیر (کپی) محصولات، برچسب‌ها، بسته‌بندی و اطلاعات ساختاری یا کاربردی آن.

Substitution، جانشین‌سازی

قراردادن محصولات با کیفیت پایین‌تر در بسته‌بندی اصلی یا استفاده دوباره از بسته‌بندی

Tampering، دستکاری و خراب کاری

جابه‌جایی بسته‌بندی و برچسب‌ها و استفاده از محصولات ضعیف شده یا رقیق و یا دزدیده شده به جای محصولات اصلی.

Returns and warranty Frund

تقلب در ضمانت‌نامه و بازگشت محصول دستکاری و جعل مدارک گارانتی یا سرقت جنس برای بازپرداخت.

شرح سرقت علامت

بر پایه آخرین آمار، ۷ درصد از کل کالاهای مصرفی قربانی جعل و سرقت علامت هستند. جالب‌تر از آن این است که بر پایه جدیدترین یافته‌های دولتی، سرقت علامت به خصوص Counter feiting (جعل و تقلب) بیشترین سوءظن را در ارتباط با تامین مالی حملات تروریستی در سراسر جهان بر می‌انگیزد.

سرقت علامت در واقع به هر نوع عملی گفته می‌شود که باعث افت کیفیت یا استحکام محصول و پایین آمدن شناخت و درک مشتری از محصول شود یا موجب کاهش یا از دست رفتن سود و درآمد یک شرکت شود. در ادامه شش نوع از این دست سرقت و جعل عنوان می‌شود.

Counter feiting، جعل و تقلب

تولید یک محصول یا بسته‌بندی آن دقیقاً مشابه نمونه اصلی و سپس فروش به عنوان نمونه اصلی.

(تمامی عرض ورق) زیر نظر داشته باشد.

David Sturm از متخصصین فنی در Ddge Promo می گوید: "ما قطعات اسباب بازی (نمونه های آزمایشی یا لیبیل) را تولید می کنیم و سپس نور مشکی (black light) را بر آنها می تابانیم. ما این را استفاده می کنیم تا مطمئن شویم که پوشش بیرونی تولیدات کاملاً جلادار است و آیا هیچ گونه شکستی در آن وجود دارد یا خیر.

Promo Edge در ابتدا به صورت سرمایه از کیت نوری Unilux استفاده کرده است ولی نتایج آن بسیار موفقیت آمیز بوده است. Strum در این باره می گوید: "این وسیله کار را بسیار آسان می کند. این وسیله زمان انجام کار را نیز کوتاهتر می کند چرا که هم اکنون با استفاده از نورهای سیاه Unilux، دیگر احتیاجی به توقف دستگاه چاپ نیست. ما می توانیم مراحل را در بالاترین سرعت دستگاه بازرسی کنیم.

قبل از استفاده از کیت نوری Unilux، Promo Edge از سیستم نور مشکی دیگری استفاده می کرد که سرعت تولید را کم می کرد چرا که اپراتورها در حالی که ماشین چاپ در حال کار کردن بود، قادر به استفاده از آن نبودند.

کیت Unilux بر میزان دو برابر اشعه ماوراء بنفش متصاعد می کند. اشعه ای که برای بازرسی و معاینه مورد استفاده قرار می گیرد و از دستگاه Stroboscopic استاندارد تولید می شود. به طوری که گزارش شده این دستگاه اپراتور دستگاه چاپ را قادر می سازد

که جزییات و تصاویر بیشتری را که در حالت معمولی در زیر نور چشمک زن (Strobe) غیر قابل دیدن است، مشاهده کند.

معجزه هولوگرافیک

یکی از پرطرفدارترین و مبتکرانه ترین روش هایی که برای ایمنی محصول به کار برده می شود به خصوص برای حفاظت از علامت های تجاری، فن آوری هولوگرافیک است. یکی از پیشروان تجهیزات ایمنی هولوگرام Kurz Group است که در طول چند سال به عنوان یکی از بزرگترین تولیدکنندگان فویل های داغی (hot stamping foil) مطرح بوده است. علاوه بر این شرکت Kinogram که مدارک و اسناد دولتی و امنیتی همچون اسکناس و سفته های بانکی، اسناد مسافرتی، IDs و کارت های اعتباری را چاپ می کند و همچنین Trustseal که از موسسات فعال در زمینه حفاظت از علامت می باشد را تحت پوشش و پشتیبانی خود دارد.

Trustseal توسط یک تکنولوژی اختصاصی و بسیار پیشرفته که بر پایه پراشده های نوری می باشد به دنیا معرفی شد. درخشش بسیار زیاد و نیز جلوه های نوری روشن و مشخص آن، حتی بینندگان غیرحرفه ای را نیز قادر به تشخیص، نمونه اصل از نمونه جعلی می سازد.

Trustseal دارای سه مورد از اصلی ترین نیازهای دستگاه نوری متغیر (OVD) می باشد:

- ارتباط برقرار کردن و کار با آن ساده می باشد

- اثبات جعل را آسان می کند

- تکثیر از آن مشکل می باشد

تولیداتی که از Trustseal استفاده می کنند می توانند آن را به صورت برچسب های ایمنی به صورت دستی یا توسط ماشین به کار برند. برای اسناد و اوراق در تعداد زیاد، بسته بندی ها می توانند توسط سیستم داغی (hot stamping) محافظت شوند.

Oliver Moesgen، مدیر فروش و بازاریابی امریکای شمالی محصولات ایمنی Kurz، معتقد است یکی از بزرگترین مشکلات برای دست اندرکاران تولید و تبدیل لفاف بسته بندی این است که فن آوری هولوگرافیک را به عنوان روشی راحت و آسان برای محافظت از علامت و محصول قبول ندارند.

او می افزاید: "آندیشه استفاده از فن آوری هولوگرام یا هولوگرافیک به عنوان یکی از روش های ایمنی در بسیاری از موارد مصرف آن از جمله در زمینه بسته بندی تزئینی پذیرفته شده است. در Kurz ما بسیار تلاش می کنیم تا از اختلاط دو عملکرد "حفاظت از علامت" و "ترویج و تبلیغ علامت" جلوگیری کنیم و بنابر این ما فعالیت Trustseal و Kinogram را صرفاً به رویکردهای امنیتی و حفاظتی معطوف کرده ایم."

Moesgen می گوید: Kurz بین خود و دیگر تولیدکنندگان هولوگرام فرق می گذارد. چرا که ما دو فن آوری اختصاصی امنیتی خود را Trustseal و Kinogram برای مصارف صرفاً تبلیغاتی همانند بسته بندی آدامس یا سایر زمینه های تزئینی به کار نمی بندیم."

حقیقت دیگری را که دست اندرکاران تولید و تبدیل لفاف بسته بندی باید مورد توجه قرار دهند این است که امنیت کالا کار هزینه داری است اما سرمایه گذاری در این زمینه بسیار ارزشمند است. Moesgen این طور بیان می کند که: "هنگامی که راجع به ارزش افزوده محصولمان صحبت می کنیم همواره به یک موضوع توجه داریم، آن هم این است که حجم عظیم تلاش و فعالیتی را که در این زمینه انجام می دهیم به اطلاع مشتریان برسانیم و به آنها نشان دهیم که برای جلوگیری از سرقت کالا اقدامات زیادی را انجام می دهیم و در بخش بازاریابی تجارت، این موضوع باعث بالا رفتن ارزش طراحی در تمامی بسته بندی ها می شود."

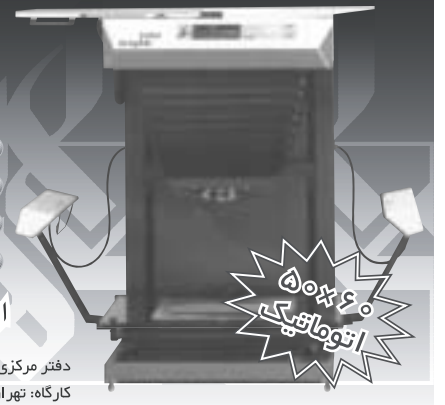
آینده درخشان

تاکنون تنها به چند مورد بسیار جزیی از

ادامه در صفحه ۳۷



گراهیک طلاها



طراح و سازنده ماشین آلات مهر سازی ، کلیشه سازی و لیتوگرافی
طراحی و ساخت انواع کلیشه های لاستیکی ، زلاتینی
و نایلون پرینت (تا ابعاد ۷۶ × ۱۰۲) جهت چاپ کارتن
چاپ فلکسو و ظروف پیکار 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 (کرگان) ، مقابل کوچه زیبا ، شماره ۱۰۵ تلفن : ۷۵۲۹۷۳۸ فاکس : ۶۴۶۵۴۱۵

۵۰٪
انوماژیک

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 بسته بندی مواد غذایی (لبنیات ، آبمیوه ، شیرینی جات ، چای) ، دارویی ، محصولات پودری و کاور رولهای فلزی
۳ - فیلمهای چند لایه پلیمری (پلی آمید ، پلی پروپیلن ، پلی اتیلن)
مورد مصرف در بسته بندی مواد بهداشتی ، شیمیایی ، دارویی و غذایی (شیر ، کالباس ، آب معدنی ، پودر ، گرانول و پوشک)
تلفن کارخانه : ۵۳۷۳۲۹۵ (۰۳۳۵) دفتر تهران : ۸۷۵۳۱۰۵ (۰۲۱) همراه : ۰۹۱۱۳۱۸۳۳۳۰ - ۳۲
پست الکترونیکی : moghadamco@gptmail.com



صنایع ماشین سازی حرفه وفن



نخستین سازنده
ماشین های کات فکی
در سایزهای مختلف
و جلد کن شومیز در ایران

تلفن دفتر : ۳۹۲۲۲۶۱ تلفا کس : ۳۹۲۲۲۶۰
کارخانه : ۰۲۹۲۳۳۲۳۶۵



رسا ماشین پیشگام در تولید انواع دستگاههای بسته بندی

دستگاه بسته بندی چای با سیستم توزین الکترونیکی - دستگاه بسته بندی شرینگ پک در مدلهای مختلف
دستگاه بسته بندی کچاب - دستگاه بسته بندی ساشه چهار طرف دوخت - دستگاه بسته بندی پودر و ادویه
دستگاه بسته بندی گرانول پیمانهای - دستگاه بسته بندی پیلوپک دستگاه بسته بندی توزین و پرکن جعبه و قوطی
دستگاه بسته بندی چای تی بگ

نشانی : اصفهان خیابان امام خمینی ، خیابان بسیج ، بن بست بهنام ، شماره ۵ ، تلفن ۳۲۴۲۶۶۶ - ۳۲۴۴۶۶۶ - ۳۲۴۴۸۸۸ (۰۳۱۱) - فکس : ۳۲۴۴۹۹۹
همراه : ۰۹۱۱ ۳۱۱ ۹۱۱۹
http:// www. rasa. toolid. 8m. com Email: info@rasa. toolid. 8m. com

تضمین کالا به طور برنامه ریزی شده از تولید تا مصرف توسط بیمار

تهیه کننده: سهیل چهره‌ای

فرانسه، انگلستان و ایتالیا اتحادیه‌ای را تحت عنوان Pharmapact ایجاد کرده‌اند. این اتحادیه یا توافق‌نامه تضمین می‌کند که شرکت‌های چند ملیتی دارویی داروهای با کیفیت بالا را تولید و آنها را در سرتاسر اروپا توزیع کنند.

تضمین کیفیت و تاییدیه

تضمین کیفیت در صنعت بسته‌بندی دارویی اشکال گوناگونی دارد. تولیدکنندگان بسته‌بندی همواره در پی اندیشیدن راه‌حل‌های مناسبی برای نگه داشتن همیشگی ایمنی و سلامت کالاها در سطحی مطلوب بوده‌اند. شرکت‌های تولیدکننده در تطبیق خود با یکی از استانداردهای رایج در دنیا، به خصوص GMP(1) سازمان بهداشت

در ارتباط با محصول را شامل می‌شوند. در کارخانه‌های داروسازی کد دومی وجود دارد که متضمن سلامت دارو و بسته‌بندی می‌باشد؛ این کد بر روی لبه تاشو (دهانه) جعبه چاپ می‌شود.

بسته‌بندی‌های دارویی بسته به نوع محصولات در انواع جداگانه‌ای تولید می‌شوند و با توجه به نیازهای خاص این صنعت طراحی می‌شوند. بعضی از شرکت‌های تولیدکننده، بسته‌بندی‌ها را همراه با امکاناتی به بازار عرضه می‌کنند که قابلیت سنجش کیفیت داروها را داشته باشند و مشتریان را در کنترل زمان مفید مصرف (تاریخ مصرف) کمک کرده یا حتی بی‌نیاز کنند.

تولیدکنندگان پیش‌تاز بسته‌بندی در

رساندن خطاها تا حد صفر از نیازهای جدی صنعت داروسازی است. این موضوع باید در کلیه فرآیندها و مراحل بسته‌بندی، از تولید محصول تا رسیدن به دست بیماران به مورد اجرا گذاشته شود.

در صنعت داروسازی، جعبه‌های مقوایی (floding) cartons به عنوان یک بسته‌بندی فرعی و درجه دوم به حساب می‌آیند. با این وجود تولیدکنندگان بسته‌بندی قوانین سختی را برای حفظ سلامتی و ایمنی کارکنان، فضاهای کاری و ماشین‌آلات به همان خوبی قوانینی که برای محصولات و سیستم‌های کنترلی وضع شده بود، به مورد اجرا گذاشته شده‌اند. در واقع استانداردهایی که توسط تولیدکنندگان با سابقه‌تر و مطلع‌تر انتخاب و پذیرفته شده‌اند به همان شدت قوانینی هستند که توسط صنعت داروسازی تصویب شده است.

ایمنی در اینجا شعار اصلی است. به این خاطر است که تولیدکنندگان کارتن، مراحل و فرآیند کاری خود را طبق قوانین و سفارشات که مشخص و معین شده است به انجام می‌رسانند، زیرا خطاها (از قبیل اطلاعات اشتباه یا گم‌شده) می‌تواند باعث اختلال یا لغو کل فرآیند تولید شوند.

بسته‌بندی در دست بیمار نباید امکان هیچ گونه شک یا خطایی را فراهم سازد. تمامی رنگ‌ها و مشخصات درج شده به طور منظم و خودکار بازبینی شده است. کوچک‌ترین نکته و کلیه کلمات باید کاملاً روشن و صحیح باشند. هر گونه خطایی می‌تواند عواقب مهلک و جبران‌ناپذیری را در پی داشته باشد، و از آن جایی که قرص‌ها یا داروها به خودی خود هیچ علامتی که نشان دهنده تاثیرات و نحوه عمل آنها باشد ندارند، پس بسته‌بندی باید تمامی اطلاعات ضروری را برای مصرف‌کنندگان قید کند.

تولیدکنندگان پیشرو در بسته‌بندی دارویی متکی به سیستم کدگذاری مطمئنی هستند. کدهای داخلی، بر روی سمت چپ‌خور بسته‌بندی که در پایان فرآیند از نظر پنهان خواهند ماند، تمامی اطلاعات مهم

شرکت Karl Knaver با همکاری Bosch در پی گسترش این بسته‌بندی جدید و مطابق با محیط زیست بر روی آمپول‌ها و شیشه‌های دارویی هستند. این بسته‌بندی نیاز به روش حرارتی ترمو فرم اضافی را برای پیرامون محتویات جعبه تامین می‌کند. دستگاه کارتن‌ساز A CUK ۱۰۶۰ ساخت Bosch جعبه‌ها را از مقوای صاف خام تولید و شکل می‌دهد، سپس هر کدام از آنها را نگهدارنده آمپول یا شیشه پر کرده و درون آنها را نیز با آمپول و شیشه دارو پر می‌کند و پس از گذراندن یک بروشور درب آن را می‌بندد.



کاربردهای امنیتی برای لفافهای بسته بندی اشاره کرده ایم. روش های بسیار دیگری از فن آوری های Chip گرفته تا نوآوری ها در ساخت انواع جوهر در این زمینه به کار برده می شوند. فن آوری های جدید دیگری نیز وجود دارد که شبیه اتیکت زنی می باشد. ذرات چندرنگی (multicolored particles) جداگانه ای که می تواند برای اثرگذاری و ردیابی آن بر روی بسته بندی، برچسب ها، اسناد و غیره مورد استفاده قرار گیرد.

شرکت H.B. Fuller و Technologies Tracking با یکدیگر پیمان بسیار مهمی منعقد کرده اند که طی این عهدنامه بازاریابی و سرویس دهی به سیستم های امنیتی -icles micro-part در صنعت داروسازی را به عهده گرفتند. این سیستم ها که از اتیکت ها استفاده می کنند با اضافه کردن کدهای شیمیایی مخفی به بسته بندی، کاغذ، پلاستیک ها و چسب ها با جعل، فروش غیرمجاز محصول و تکثیر و بهره برداری غیر مجاز علامت مقابله می کنند.

Pam Sleet مدیر فروش و بازاریابی Fuller

H.B. این طور توضیح می دهد: در بحث های مقدماتی بر روی بسته بندی های دارویی، (همان طور که می دانیم) به خاطر خصلت و طبیعت محصول خواهیم توانست کد منحصر به فردی را در نظر بگیریم که شاید بتواند اطلاعات مربوط به تولیدکننده محصول را منتقل کند. ممکن است اعداد زیادی را شناسایی کند. ممکن است مکان تولیدکننده را مشخص کند. می توانیم هر اطلاعاتی را که آنها در پی انتقال آن هستند با مشخص کردن یک کد تعیین کنیم.

همان گونه که Sleet توضیح می دهد، اتیکت زنی پدیده جدیدی نیست. وی می گوید: آنها فن آوری مشابهی هستند. قدرت ما همانا توانایی تولید و تولید انبوه این کدها با سرعت زیاد و در مقیاس بالا می باشد.

H.B. Fuller به عنوان توزیع کننده این اتیکت ها که به عنوان بخشی از فن آوری ردیابی (Tracking Technologies) می باشد فعالیت خواهد کرد

این یک محل بسیار مناسب برای سرمایه گذاری و صرف نیروی انسانی، زمان و وقت در زمینه امنیت کالا می باشد که مناسب دست اندرکاران تولید و تبدیل لفاف بسته بندی است و اکنون بیش از همیشه، بسیاری از ایشان مشتاق و چشم انتظار قبول مسوولیت در این زمینه هستند.

www.meadwestvaco.com
www.kurz.de www.unilux.com
www.hbfuller.com

خدمات کامل در چاپ کرم

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 مقوایه 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 - ۴۶۵۳۴۸ - ۴۶۶۴۱۷۸
نمابر: ۴۶۶۹۹۴۱

روشنی از آینده قوطی ها و جعبه های قرص و کپسول ها دارند؛ آنها هوشمند خواهند بود. بسته بندی دارویی که به بیماران کمک می کند داروهای خود را در زمان بندی مقرر و به میزان مناسب مصرف کنند. این موضوع ما را به این هدف که هر قرص مطابق و قابل تنظیم با نیاز یک مصرف کننده باشد نزدیک خواهد کرد. متخصصان پیش بینی جعبه های هوشمندی را کرده اند که با فرستادن امواج یا استفاده از چسب های سخن گو به بیماران یادآوری می کنند که زمان مصرف داروی آنان فرارسیده است.

کیفیت و ایمنی (دو معیار مهم در بخش دارویی) نیز از مزایای بسته بندی های هوشمند بهره مند خواهند شد. حس گرها، دما و سایر شاخص ها را در طی زمان حمل و نقل و ذخیره سازی اندازه گیری و ثبت خواهند کرد و در صورت لزوم امواج هشداردهنده ارسال می کنند.

بروشورهای تا شده ای که محبوبیت چندانی هم ندارند با وسیله راحت تری که مورد پسند مشتریان نیز باشند جایگزین خواهند شد. احتمالاً این وسیله تراشه ای است که حاوی اطلاعات به چند زبان برای نمایش بر روی کامپیوتر یا تلویزیون می باشد. پانوش

۱- Good Manufacturing practice

و تضمین این مورد که محصولات تولید شده با بسته بندی های دارویی تناسب کامل دارند.

جعبه های هوشمند

پزشکی مدرن تا حد شگفت انگیزی پیشرفت کرده است و بسته بندی های دارویی نیز به راحتی پا به پای آن حرکت کرده است. فعالان در این صنعت مسلماً دید

جهانی دارند. داشتن تاییدیه ISO ۹۰۰۰ff به عنوان یکی از روش های تضمین کننده ضروری به نظر می رسد.

از عوامل کلیدی ایجاد ایمنی می توان به داشتن سیستم های با کیفیت بالا که به طور رایج در کارخانه استفاده می شود و همچنین به آموزش مناسب کارکنان اشاره کرد. تاییدیه در حقیقت شاهدهی است بر این که شرکت دارای استاندارد کیفی لازم می باشد

تولیدکنندگان دارویی آماری از نیازهای افراد معلول یا ناتوان ذهنی را در اختیار دارند. به عنوان مثال در نوعی از بسته بندی بر روی برچسب ها برای کسانی که دارای نقص در قوه دیداری خود می باشند مشخصات دارو به خط braille نوشته شده است. نشان های برجسته بر روی جعبه، برای شناسایی و خواندن بسیار ساده می باشند.



ماشین آلات دست دوم

Used Machinery

-  خطوط تولید ورق
-  خطوط لوله و پروفیل
-  خطوط آمیزه کاری
-  خطوط شکل دهی
-  انواع اکسترودر
-  خطوط تولید فیلم (تخت)
-  آسیاب
-  خطوط تولید فیلم (ایستاده)
-  مخلوط کن (میکسر)
-  دستگاه تزریقی
-  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 صداقت، برج ملت طبقه ۱۰، واحد ۲
کدپستی ۱۹۶۷۷

تلفن: ۲۰۱۶۷۳۱ فاکس: ۲۰۲۲۵۹۲

sales@partowsamin.com
www.partowsamin.com

این طراحی مثل پیمانہ مدرجی است از جنس مقوا که درون جعبه قرار گرفته است و پس از هر بار مصرف نیز به سادگی تا خورده و در جای خود قرار می گیرد. اندازه پیمانہ مدرج می تواند با توجه به میزان محصول متنوع باشد. این مقوای کرافت تقسیم کننده، مناسب برای محصولات جامد و مایع می باشد.

بسته بندی که از بالا بسته می شود: برای افراد مسن و حتی سایر مردم باز کردن و بستن جعبه های کوچک قرص که درب تا شو از بالا دارند مشکل به نظر می رسد ولی این جعبه که طراحی آن با تغییر و اصلاح همراه بوده است توسط شرکت Normoc مورد استفاده قرار گرفته است. کافی است کمی به جلو و پشت آن فشار وارد شود تا درب آن باز شود و چیزی شبیه فیوز در دو سمت جعبه دسترسی بیماران را به بلیسترها آسان کرده است. این بسته بندی Normoc جایزه بسته بندی آلمان در سال ۱۹۹۹ را به خود اختصاص داد.

تهیه کننده: سهیل چهره ای

بسته بندی فراوانه و هوشمندانه زندگی را برای مشتریان آسان تر می کند

در این میان نباید از نقش بسیار مثبت سیستم های تولید جعبه با سرعت بالا غافل شد. آنها می توانند مونتاژ، پر کردن و بستن را به طور کاملاً اتوماتیک انجام دهند. جعبه ها این شانس را به طراحان می دهند که از تخیلات و نوع خود تا سر حد ممکن استفاده کنند. به خاطر استفاده از مقوای چند کاربرد، این نوع بسته بندی مناسب و سازگار برای شکل دهی و تبدیل به اشکال بسیار متفاوتی می باشد. با وجود حجم عظیم و گوناگون

تولیدکنندگان همیشه در پی تولید بسته بندی عجیب و جدیدی هستند که استفاده از محصولات درون آن را آسان تر می سازد. در طراحی مدرن بسته بندی، راحتی اولین نیاز و اولویت است. وقتی صحبت از راحتی به میان می آید، جعبه های مقوایی اولین بسته بندی منتخب به نظر می آیند. مشتریان آنها را دوست دارند چرا که جزو مواد حافظ محیط زیست هستند، علاوه بر این تولیدکنندگان آنها را انتخاب می کنند زیرا تولید آنها ارزان است.

پنساره
PENSAREH



مجموعه ای کامل از ماشین آلات
تولید و تبدیل کاغذ
برای پاسخ به تقاضای شما



فلکسو
دایکات
لمینت

خط تولید ورق
لب چسب
برش

سر مایه ای برای آینده و منبع در آمد برای حال

دکتر: تلفن ۸۷۳۹۷۵۸
تلفکس ۸۷۳۹۲۵۲ ص. پ ۳۱۲-۳۱۷۴۶
کارخانه: تلفن ۰۲۶۲۱۴۳۳۷۷۲-۴
فکس ۰۲۶۲۱۴۳۳۴۲-۰
۰۹۱۱۲۷۸۹۵۲۵ - ۰۹۱۱۲۶۶۵۷۲۵ - ۰۹۱۱۲۵۱۳۷۷

سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران منتشر شد

دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی ۸-۸۹۷۵۸۲۲۷



محصولات و مصرف کنندگان، نباید از یک اصل اساسی بسیار مهم نیز به سادگی گذشت. برای به دست آوردن نتایج واقعاً موفقیت آمیز، تولیدکنندگان محصولات و بسته بندی باید همکاری تنگاتنگی با یکدیگر داشته باشند.

راحتی و آسایش می تواند معانی متفاوتی داشته باشد:

روشنی و شفافیت رنگ، ایمنی، سادگی، عملی بودن، دوام، سرعت، آسانی استفاده و... اما بدون هیچ گونه توضیح اضافه باید گفت که مهمترین موضوعات در این زمینه قابلیت باز شدن و بسته شدن بسته بندی، درهای ابتکاری، دسترسی راحت به محصول و شرایط اضافی دیگر مثل توانایی تقسیم محصول درون بسته بندی بر حسب میزان مصرف در هر وعده می باشد.

بیرون آوردن گیره های دیواری (رول پلاک) از درون بسته بسیار ساده است درست به اندازه بستن مجدد آن. این مدل بسیار مورد پسند تعمیرکاران و فروشندگان این نوع وسایل قرار دارد.

«این کارگاه ادامه دارد»

گزارش کارگاه آموزشی کنترل کیفیت و بسته بندی

برپاکننده: گروه بسته بندی معاونت نگهداری اداره آمد و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه

با توجه به توسعه و پیشرفت روزافزون دست آوردهای صنعتی در قرن گذشته و چشم انداز سالهای آینده، نیاز به توسعه آگاهی از کیفیت اقلام برای مصرف صحیح و دقیق تر، روز به روز بیشتر احساس می شود.

بالتبع دست اندرکاران مراکز نظامی نیز با شناخت از فاکتورهای مهم اقلام، نحوه نگهداری، حمل و نقل، توزیع و مصرف آن باید در هنگام سفارش و خرید با یک حاشیه اطمینان بالاتری اقدام نمایند.

یکی از بهترین راه های شناخت اقلام، گذراندن آموزشهای صحیح و در ارتباط با نیازهای اعلام شده این مراکز می باشد. لذا اداره آمد و پشتیبانی در راستای رسیدن به این اهداف برای دومین بار در سال ۸۱ اقدام به برپایی کارگاه آموزشی کنترل کیفیت و بسته بندی نمود. این کارگاه در روزهای پنجم، ششم، هفتم و نهم مهر ماه سال ۸۱ در محل این اداره توسط گروه بسته بندی معاونت نگهداری برگزار شد که طی این روزها، سخنرانان با ارائه مطالب علمی روز و متناسب با موضوعات از پیش اعلام شده، اقدام به ارائه مطالب نمودند. شرح کارگاه فوق به ترتیب زیر می باشد.

۱. مهندس بیدختی

«قائم مقام شرکت شایان صنعت»:

ضرورت استراتژی کیفیتی برای سازمانها

وی در خصوص شیوه های کنترل کیفیت اقلام در مبادی سفارش و دریافت آن سخنرانی کرده و اهمیت و ضرورت داشتن یک استراتژی قوی از پیش تعریف شده را برای یک سازمان، از شروع نظارت بر کیفیت اقلام بسیار مهم دانسته و در این راستا از نظر شناخت حرفه، جایگاه، تغییرات حرفه و جایگاه در آینده توضیحاتی ارائه نمود.

«...باید موقعیت خود را در

سازمان بشناسیم و با شناختی درست از مبدا، هدف و ضرورتها را تعیین کنیم. همچنین روی مسایل کلیدی و مهم مانند متقاضیان استفاده از اقلام، راههای دسترسی به کالا و... مطالعات لازم صورت گیرد و سپس بر اساس نوع مهارت شرکتها و عرضه کنندگان کالا،

دعوت به همکاری برای عقد قرارداد، انجام پذیرد.»

۲- مهندس بهمن خوش مهری

(کارشناس استاندارد و یکنواخت سازی اقلام در سپاه):

اهمیت استاندارد در بسته بندی

چکیده:

«استاندارد مدرکی است دربرگیرنده قواعد، راهنماییها یا ویژگیهایی برای فعالیتها یا نتایج آنها به منظور استفاده عمومی و کلی که از طریق همراهی عدهای فراهم شده و به وسیله سازمان شناخته شده ای، به تصویب می رسد. هدف از آن دستیابی به میزان مطلوبی از نظم در یک زمینه خاص است و مبتنی بر نتایج استوار علوم، فنون و تجربیات و در راه ارتقاء منافع مطلوب جامعه می باشد.

۱- اهداف استاندارد/ ۲- تدوین استاندارد/ ۳-

استاندارد سازی/ ۴- تضمین کیفیت/ ۵-

آزمون/ ۶- روشها و رویه های استانداردسازی

۳- رضانورایی

(مدیر ماهنامه صنعت بسته بندی):

اهمیت برچسب زنی در بسته بندی اقلام

مدیر مسئول ماهنامه صنعت بسته بندی که برای دومین بار از سوی دوره های کارگاه آموزشی کنترل کیفیت و بسته بندی اداره آمد و پشتیبانی سپاه حضور داشت در خصوص این که چرا باید از برچسب زنی در صنعت بسته بندی و نگهداری اقلام در انبارها استفاده شود و نسبت به ضرورت و اهمیت آن در بسته بندی اقلام توضیحات مفصلی را بیان داشت که خلاصه صحبت های وی در موارد زیر آورده شده است:

۱- چرا برچسب زنی؟/ ۲- اطلاع رسانی،

هدف اصلی برچسب زنی/ ۳- کاربردهای

مفید و اجباری برچسب زنی/ ۴- طراحی

سیستم برای کدگذاری و نشانه گذاری/ ۵-

برچسب زنی زبان گفتگوی بسته بندی/ ۶- عناصر تعیین کننده در کدگذاری و نشانه گذاری/ ۷- نشانه گذاری MARKING/ ۸- نقش رنگها و فرمها در انتقال پیام/ ۹- پیام رسانی استاندارد و سریع، ویژگی نشانه گذاری/ ۱۰- محل نشانه گذاری/ ۱۱- اندازه و فرم نشانه ها/ ۱۲- کدگذاری CODING/ ۱۳- ویژگی کدگذاری/ ۱۴- امکانات برچسب زنی برای کدگذاری/ ۱۵- نقش روشهای چاپ در کدگذاری و نشانه گذاری/ ۱۶- محل کدگذاری و چگونگی آن از نظر نصب/ ۱۷- استانداردهای جهانی/ ۱۸- بارکد

۴- دکتر عاطفی (استاد دانشگاه)

روشهای اجرایی کردن کیفیت

وی در خصوص ساختار سازمانی، روشهای اجرایی فرایندها و صنایع مورد نیاز برای به اجرا درآوردن مدیریت کیفیت، سخنرانی کرد و تعریف کیفیت را به تمامی ویژگیهای یک مقوله که توانایی برآورده کردن نیازهای لازم را داشته باشند بیان نمود؛ «در موارد مبتنی بر قرارداد یا موارد مشمول قوانین و مقررات خاص، سایر موارد نیازهای مهم تولیدی، باید تعریف و تعیین شوند. در بسیاری از موارد، نیازها ممکن است با زمان تغییر کنند و این امر، مستلزم بازنگری ادواری نیازمندیهای کیفیت خواهد بود. نیازها را معمولاً با معیارهای مشخص به صورت ویژگیها بیان می کنند و نیازها ممکن است برای مثال شامل جنبه های عملکرد، قابلیت تعمیر و نگهداری، ایمنی، زیست محیطی، اقتصادی و زیبایی شناسی باشند.»

۵- مهندس داوید کحالزاده

بسته بندی های جدید در مواد غذایی

کارشناس بسته بندی ساپکو در روز آخر کارگاه (نهم بهمن ماه) مطالب مهم و یادآوریهایی لازم را در خصوص بسته بندی اقلام مواد غذایی مطرح داشت که به شرح ذیل می باشد:

الف - خسارات فیزیکی: خسارات فیزیکی به دلیل فشارهای ناگهانی (شوک) یا ارتعاشات به وجود می آیند و روشهای کاهش عوامل خسارات

فیزیکی به شرح ذیل می باشند: شنواری کالا/ لفاف پیچی تکی کالا/ استفاده از فومهای تزریقی/ آویختن کالا/ استفاده از فومهای از پیش شکل گرفته که استفاده از هر یک از روشهای فوق یا تلفیقی آنها، بستگی به نوع کالا، ارزش،





مدیریت استاندارد نگهداری و کنترل کیفیت اقلام در سپاه، نسبت به دلایل راه اندازی این دوره و مزیت‌های آن صحبت کرد. وی از کلیه رده‌ها و قسمتهای سازمانی شرکت کننده، درخواست کرد ضمن ترویج فرهنگ نگهداری اقلام در رده‌های مرتبط، نسبت به پیگیری و فعال نمودن مباحث بسته بندی و کنترل کیفیت اقلام در مراکز نگهداری، تلاشهای مضاعف داشته باشند تا در آینده مشکلات نگهداری اقلام در انبارها کاهش یابد.

مشخصات مکانیکی چوب، کاملاً بر مبنای محاسبات مقاومت سایر مصالح استوار شده است، منتها چوب از این نظر با سایر مصالح از قبیل آهن، فولاد، و... اختلافاتی دارد که در این راستا، سعی شده در خصوص کاربرد چوب در ساخت و تهیه جعبه‌های چوبی به شرح ذیل مواردی ذکر گردد:

۱- تعریف درخت جنگلی/۲- تعریف چوب/ ۳- انواع چوب/۴- آفات چوب/۵- حفاظت جعبه‌های چوبی/۶- انواع جعبه‌های چوبی» در پایان این دوره آموزشی، مسئول

فرکانس لرزش و مقدار شوک دارد. به طور کلی به دوروش می توان عوامل فیزیکی را کاهش داد، اول با توجه به مراقبت صحیح در حمل و نقل و دوم طراحی کالا یا بسته به گونه‌ای که در حمل و نقل آسیب نبیند. در حالت دوم با استفاده از مواد ضربه گیر، مقدار شوک و ارزش را از یک سطح بالا به یک مقدار قابل قبول که تحمل آن برای کالا امکان پذیر است، می‌رسانند.

ب- عوامل شیمیایی یا محیطی عوامل عمده شامل: رطوبت و بخار آب/اکسیژن و سایر گازهای مضر/ نور خورشید/ بو/ تغییرات درجه حرارت

۶- آخرین سخنران (کارشناس عالی بسته بندی معاونت نگهداری اداره آماذ و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه)

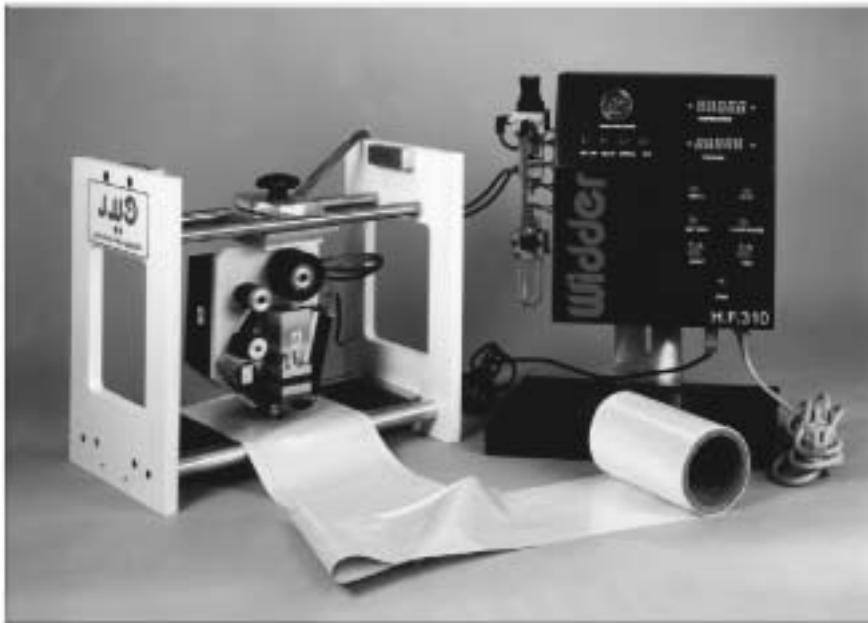
بسته بندی چوبی

وی در خصوص اهمیت و کاربری بالایی که بسته بندی چوبی برای حمل و نقل، نگهداری، توزیع و بسته بندی صحیح دارد، مطالبی به شرح زیر ارائه نمود.

«چوب یکی از مصالح بسیار مهم به شمار می رود که برای استفاده صحیح آن باید به مطالعات مکانیکی مربوط به این ماده پرداخت، اصول محاسبات مربوط به

ویدر

ماشینهای صنعت بسته بندی



دستگاه چاپگر حرارتی

مدل : ۳۱۰

- چاپ کدهای متغیر و بارکد.
- قابلیت حر و فچینی .
- کاهش هزینه‌های کد زنی .
- کاربرد ساده و قیمت ارزان .

تهران - خیابان ستارخان - خیابان شادمهر - شماره ۳۵۱ کد پستی ۱۴۵۶۹۱
تلفاکس: ۶۵۱۴۱۶۶ - ۶۵۱۴۱۷۷ - E-MAIL : WIDDERCO@APADANA.COM

با مصرف کننده، روراست باشیم...

رضانورانی

رقابتی بازار است و می‌تواند باعث فروش بیشتر یک محصول و شکست رقبا شود. برخی خریداران حتی بهای محصول را به دقت محاسبه می‌کنند. کالایی که در تصویر دیده می‌شود به قیمت شش هزار و هشتصد ریال به مصرف‌کننده فروخته

می‌شود. اگر وزن کالا سیصد گرم باشد مصرف‌کننده به ازای هر گرم از آن نزدیک به بیست و سه ریال می‌پردازد. اگر وزن کالا دویست و هشتاد گرم باشد مصرف‌کننده به طور متوسط بابت هر گرم آن بیش از بیست و چهار ریال پرداخته است. اگر بپذیریم که وزن خالص محصول در بسته‌ها ممکن است بیست گرم کمتر و در برخی بیست گرم بیشتر باشد به یک اختلاف چهل گرمی می‌رسیم. یعنی برخی مصرف‌کنندگان ممکن است دویست و شصت گرم کالا را

خریده باشند و برخی سیصد گرم. این اختلاف وزن در یک کالای شش هزار و هشتصد ریالی، رقم نهصد و شصت و هشت ریال را نشان می‌دهد.

آیا مصرف‌کننده ما این قدر دست و دل باز شده است که در یک کالای شش هزار و هشتصد ریالی نهصد و شصت و هشت ریال ریسک داشته باشد. حال آن که می‌توان گفت صددرصد خریداران با دیدن عدد سیصد گرم که بزرگ و خوانا روی وجه اصلی جعبه چاپ شده است خیال می‌کنند که سیصد گرم کالا خریده‌اند. بی‌خبر از آن که ممکن است یکی از آن بدشانس‌هایی باشند که با نهصد و شصت و هشت ریال ضرر کالای دویست و شصت گرمی نصیبشان شده باشد.

نه چهل گرم و بیست گرم در مقیاس دویست و هشتادگرم اوزان کمی هستند و نه نهصد و شصت و هشت ریال در مقیاس شش هزار و هشتصد ریال پول کمی است که بتوان بی‌توجه از آن رد شد.

نخست باید در نظر گرفت که چرا

یک ششم دویست و هشتاد به اضافه بیست گرم (سیصد گرم) و یک ششم دیگر دویست و هشتاد منهای بیست گرم باشد. در این فرض خوشبینانه تنها یک ششم از کل محصول ممکن است به سیصد گرم نزدیک شده باشد.



یعنی سهم کمتری از محصول تولیدی. به عبارتی پنج ششم از کل محصول یا دویست و هشتاد گرم است و یا کمتر از دویست و هشتاد گرم.

بنابراین عدد سیصد گرم بر روی سطوح اصلی جعبه گمراه‌کننده و غیر واقعی است. نباید فراموش کنیم که اعداد و رقمهای درج شده بر روی بسته‌بندی از نظر مصرف‌کننده نشانه میزان خالص محصول است. مصرف‌کننده به تصور آن که این جعبه حاوی سیصد گرم محصول خالص است آن را پسندیده و می‌خرد. این نکته از فاکتورهای



بارها گفته‌ایم باز هم می‌گوئیم یکی از کارکردهای بسته‌بندی اطلاع‌رسانی است. فایده این کارکرد در آن است که مصرف‌کننده را با حقیقت کالا آشنا می‌کند. در واقع مصرف‌کننده بر اساس اطلاعاتی که بسته‌بندی به او منتقل می‌کند کالا را

می‌شناسد و تشخیص می‌دهد آیا کالا متناسب با سلیقه، نیاز و بودجه او هست یا نه. مصرف‌کننده با تکیه بر بسته‌بندی به کالا اعتماد می‌کند. حال اگر اطلاعات روی بسته غلط بوده یا به عبارتی بسته‌بندی اطلاعاتی غیر واقعی به ویژه اغراق‌آمیز به خریدار منتقل کند می‌توان گفت از اعتماد مصرف‌کننده سوء استفاده و حداقل این که تولیدکننده جرمی اخلاقی مرتکب شده است. متأسفانه نمونه‌های این گونه جرمهای اخلاقی که بارزترین نکته آن عدم صداقت است در بازار داخلی ما کم نیست.

همان طور که در تصویر مشاهده می‌شود روی سطح بزرگ و اصلی یک جعبه «اسنک» که تولید داخل بوده و از قضا بسته‌بندی خوبی نیز دارد با خطی درشت نوشته شده «۳۰۰ گرم» با دیدن این عدد که با این درشتی و خوانایی روی سطح بسته‌بندی به چشم می‌خورد شاید حتی یک در صد هزارم خریداران نیز احتمال ندهند که ممکن است وزن کالای داخل جعبه کمتر از این مقدار باشد. به تصویر دیگر که سطح زیرین جعبه را نشان می‌دهد دقت کنید. وزن خالص دویست و هشتاد به اضافه و منهای بیست گرم است.

این عدد و علامت یعنی چه؟ یعنی وزن خالص محصول داخل جعبه دویست و هشتاد گرم است. اما ممکن است در بعضی بسته‌ها تا بیست گرم بیشتر و در بعضی نیز تا بیست گرم کمتر باشد.

کمتر و بیشتر از چه؟ از دویست و هشتاد گرم. اگر فرض کنیم که دو سوم محصولات، دویست و هشتاد گرم،

وقتی وزن خالص کالا دویست و هشتاد گرم (حتی با تیرانس بیست گرم) است روی بخش تبلیغاتی و جاذب خریدار جعبه نوشته شده سیصد گرم؟

آیا این یک سهو است؟

همه سطوح جعبه در یک لحظه و یک ماشین چاپ به چاپ رسیده‌اند. یعنی عدد سیصد و عدد دویست و هشتاد گرم یک جا طراحی شده و چاپ شده‌اند. آیا این عدم صداقت در برخورد با خریدار سهوی بوده است؟

اگر این یک اشتباه چاپی باشد چه؟

برای کالایی که چنین در کیفیت طراحی و چاپ جعبه آن دقت شده و در تیراژ صدها هزار تولید می‌شود چنین اشکالی در ناهماهنگی اعداد و رقمها نکته‌ای نیست که تولیدکننده از آن به راحتی بگذرد. یعنی نباید به راحتی از آن گذشت.

با توجه به وزن خالص کالا که دویست و هشتاد گرم با تیرانس بیست گرم است، نوشتن عدد سیصد گرم روی وجه اصلی بسته‌بندی کالا چه معنی می‌دهد؟ (ما چند جعبه را از چند فروشگاه خریده

و به وسیله ترازوی حساس وزن کردیم. مجموع محصول خالص و پاکت پلاستیک هر یک از آنها دویست و هشتاد گرم بود.)

با توجه به وزن خالص کالا که در زیر جعبه درج شده و با در نظر گرفتن تیرانس غیر اصولی آن (بیست گرم) می‌توان گفت بیشتر خریداران فریب خورده و کالایی خریده‌اند که وزن واقعی آن سیصد گرم نیست.

نمی‌توان تصور کرد که بیشتر جعبه‌ها به هر دلیل به جای دویست و هشتاد گرم، سیصد گرم کالا درون خود دارند. در این صورت چرا تولیدکننده در مشخصات که زیر جعبه چاپ شده وزن پایه محصول را سیصد گرم قرار نداده است.

در هر صورت خریدار بابت وزن نوشته شده روی جعبه پول می‌پردازد و هزینه را تقسیم بر وزن یا تعداد کالای خریداری شده می‌کند. او حاضر نیست برای وزن جعبه یا بسته‌بندی پول بپردازد. این را گفتیم با این فرض ناخوشایند که تولیدکننده وزن کل جعبه را روی بسته‌بندی نوشته باشد. این نیز فریبی رایج در بازار ایران است که

شیرینی فروشان محترم بنا به عرفی ناپسند مجریان معروف آن هستند.

با توجه به رنگ و رو و ایده و تفکری که از کیفیت کالا و بسته‌بندی آن درک می‌شود به نظر نمی‌آید که تولیدکننده، وزن بسته‌بندی را نیز روی وزن کالا کشیده باشد و ما علاقه نداریم که تا این حد صداقت و سلامت تولیدکننده را زیر سؤال ببریم.

نکته عجیب دیگری که به نظر می‌آید این است که این کدام دستگاه بسته‌بندی است که وقتی می‌خواهد دویست و هشتاد گرم اسنک درون بسته بریزد ممکن است بیست گرم بیشتر یا کمتر بریزد؟ آیا تولیدکننده از ماشین مناسبی برای بسته‌بندی کالای خود استفاده کرده است؟

آنان که بسته‌بندی را تنها در ظاهر زیبا و چشمگیر بسته می‌شناسند ممکن است با دیدن کالای مورد بحث، بسته‌بندی آن را کامل بدانند. اما بسته‌بندی تنها به ظاهر چشمگیر ختم نمی‌شوند.

تولید، مسؤلیتهای زیادی دارد و تنها با تکیه بر ظاهر نمی‌توان پا جای پای بزرگان صنعت دنیا گذاشت.

نوآوری و شجاعت

اگر نیاز به کاغذ فکس داشتید و برای خرید آن به یکی از فروشگاه‌های لوازم اداری مراجعه کردید به طور قطع با انواع کاغذ فکس با نشان‌های تجاری معروف روبرو خواهید شد. این نشان‌های تجاری نامهایی آشنا نظیر، پاناسونیک، شارپ، پلیکان و... هستند. اگر در میان آنها یک نشان تجاری ایرانی نیز وجود داشته باشد که بهای آن نزدیک به بهای نشانهای تجاری خارجی باشد، شما چه می‌کنید؟ ممکن است ترجیح دهید که کاغذ فکس خود را از نوع خارجی یعنی یکی از نامهای معروف جهانی تهیه کنید.

راستی خریداران از کم و کیف این گونه کالاها چه قدر اطلاع دارند؟

آیا شرکت ماتسوشیتا الکترونیک صاحب نشان تجاری پاناسونیک به واقع یک کارخانه تولید کاغذ فکس دارد؟ شاید داشته باشد! اما آیا این کاغذ که ما به نام کاغذ پاناسونیک یا شارپ و یا هر نام معروف جهانی به قیمت هزار تومان یا کمتر و بیشتر می‌خریم تولید واقعی آن کارخانه است؟! واقعیت این است که جواب این سوال

منفی است. شاید بیش از نود درصد کاغذ فکس موجود در بازار ایران کاغذهای خارجی است که در ایران با این گونه نامهای معروف بسته‌بندی می‌شوند. به عبارتی کاغذ فکس در رولهای بزرگ به طور قانونی وارد ایران شده اما به طور غیر قانونی (با نامهای جعلی) بسته‌بندی و عرضه می‌شوند. در این میان فقط یک استثنا وجود دارد. تنها یک شرکت ایرانی بسته‌بندی کننده کاغذ فکس این شجاعت را داشته که به جای جعل نامهای معروف جهان، تن به صداقت و حقیقت داده و عین واقعیت یعنی نام خود را روی رولهای فکس بنویسد. شرکت رادان تحریر که در کارنامه خود پروانه ایزو ۹۰۰۱ را نیز دارد تنها توزیع کننده ایرانی است که از تبلیغ مفت و مجانی برای شرکتهای خارجی پرهیز کرده و با شجاعت نام شرکت خود را روی بسته‌بندی کاغذهای فکس منتشر کرده است. شرکت رادان با شجاعت همه جا اعلام می‌کند که مانند بقیه توزیع کنندگان کاغذ فکس کاغذ خود را از خارج تهیه می‌کند. اما آن قدر جرات دارد که محصول آماده شده را به دروغ در لفافهایی که با نامهای معروف جهانی منقوش شده‌اند به مشتری ایرانی نفروشد.

این شرکت با گذر از این مراحل اکنون



چند خبر از بسته بندی در ایران

میشائیل توکاس، رئیس اتاق ایران و آلمان: بسته بندی در ایران به استانداردهای جهانی نزدیک شده است

میشائیل توکاس در مراسم معرفی نمایشگاه نان و شیرینی آلمان در جمع خبرنگاران و دست اندرکاران نان و شیرینی گفت: «امروز در فروشگاه‌های ایران کالاهایی را می‌توان خرید که بسته بندی آنها در حد استانداردهای جهانی است و یا به آن نزدیک شده است.» وی معتقد است که چنین وضعی در گذشته نبوده و در این چند سال اخیر بسته بندی در ایران رشد خوبی داشته است. وی افزود: «البته بسته بندی در ایران هنوز راه درازی در پیش دارد.»

معاون نظارت و بازرسی سازمان بازرگانی استان ایلام گفت:

«آگاهی نداشتن از مشخصات کالا، مصرف کنندگان را مغبون می‌کند.»

معاون نظارت و بازرسی سازمان بازرگانی استان ایلام گفت: «آگاهی نداشتن از مشخصات کالا، مصرف کنندگان را مغبون می‌کند.»

علی تردست افزود: «با توجه به تعدد کالاهای مشابه، به ویژه در گروه‌های غذایی و بهداشتی، درج نشدن مشخصات و ویژگی‌ها باعث سردرگمی مصرف کنندگان شده است.»

وی خاطر نشان کرد: «در این راستا به منظور رعایت حقوق مصرف کنندگان طرح نظارتی ویژه ثبت کالا در سطح استان ایلام آغاز شده است.»

گفتنی است براساس این طرح واحدهای تولیدی ملزم هستند مشخصات کالا را بر روی بسته بندی کالا درج کنند.

علی تردست ضمن بیان این که منظور از مشخصات، نام و نوع کالا، انقضای مصرف، مواد متشکله، قیمت، شماره پروانه ساخت یا بسته بندی وزارت بهداشت، وزن، شماره سری ساخت و نشان استاندارد است، در ادامه گفت: «درج و ثبت ویژگی‌های کالا علاوه بر تاءمین و حفظ حقوق مصرف کنندگان باعث افزایش سطح فروش و تولید واحدهای تولیدی نیز می‌شود.»

و بالاخره وی عنوان کرد: «در اجرای این طرح سازمانهای بازرگانی، جهاد کشاورزی

و سازمان صنایع و معادن استان، استاندارد و تحقیقات صنعتی و اداره کل تعزیرات حکومتی استان ایلام همکاری دارند.»

رئیس بخش بسته بندی موسسه استاندارد و تحقیقاتی صنعتی ایران: اتفاقات ناخواسته باعث فاصله گرفتن بسته بندی ما از استانداردهای جهانی است.

بسته بندی از موارد مهم فروش کالا است زیرا، مصرف کننده در وهله اول به بسته بندی کالا توجه می‌کند.

مهندس کاظمی، رئیس بخش بسته بندی موسسه استاندارد و تحقیقاتی صنعتی ایران، با اعلام این مطلب گفت: ما می‌توانیم، جایگاه محصولات ایرانی را در بازارهای خارجی با استفاده از بسته بندی‌های مناسب، گسترش دهیم.

وی تصریح کرد: «متأسفانه به دلیل اتفاقات ناخواسته‌ای که در داخل کشور روی داده است، صنعت بسته بندی کشور ما، از استانداردهای جهانی فاصله گرفته ما باید از تجربیات و نتایج تحقیقات کشورهای پیشرفته به خوبی استفاده کنیم.»

کاظمی گفت: «بسته بندی مناسب در افزایش صادرات و ارزش افزوده کالا، بسیار موثر است. اما در حال حاضر صادرات غیرنفتی ایران به صورت فله‌ای در کیسه و گونی‌ها یا در کارتن صادر و در کشور مقصد با بسته بندی‌های زیبا و مناسب، عرضه می‌شود. در صورتی که اگر این بسته بندی‌ها در داخل کشور انجام شود، ارزش افزوده آن به اقتصاد کشور کمک قابل توجهی خواهد بود.»

اظهارات رییس سازمان جهاد کشاورزی بلوچستان درباره اهمیت بسته بندی خرما در میزان صادرات

رئیس سازمان جهاد کشاورزی سیستان و بلوچستان اظهار داشت: «مقادیر قابل توجهی از محصولات کشاورزی این استان به دلیل نبود صنایع تبدیلی، تکمیلی و بسته بندی ضایع می‌شود. احمد فرید تصریح کرد: با ایجاد صنایع تبدیلی و بسته بندی از ضایعات بخش عمده‌ای از تولید سالانه ۱۳۵ تا ۱۵۰ هزار تن خرما در استان جلوگیری خواهد شد.»

به گفته وی همچنین مقدار قابل توجهی

از شاخه و برگ نخل خرما تبدیل به کاغذ خواهد شد. وی گفت: «بخاطر خشکسالی‌های اخیر تولید خرما در استان به ۸۰ هزار تن در سال کاهش یافته است.»

اظهارات وزیر صنایع راجع به بسته بندی

اسحاق جهانگیری وزیر صنایع و معادن در مراسم بهره‌برداری از یک واحد تولیدی صنعتی در مشهد اظهار داشت: «در شرایط کنونی ۹۰ درصد از زعفران دنیا در ایران تولید می‌شود که به دلیل فقدان بسته بندی لازم موفقیت زیادی در امر صادرات نداشته است.»

وی افزود: «از چند سال گذشته بخش خصوصی فعالیت خوبی را در عرصه بسته بندی صنایع غذایی آغاز کرده است.» جهانگیری گفت: «انجام فعالیتهای بسته بندی ۱۰۰ درصد در رشد قیمت کالاهای صادراتی تاثیر دارد و باید در این زمینه فعالیتهایی انجام شود.»

وزیر صنایع و معادن با بیان این که ۱۴ درصد از ارزش افزوده صنایع کشور از بخش تولید صنایع غذایی به دست می‌آید، اضافه کرد: «اکنون هفت هزار واحد صنعتی با ۱۸۵ هزار نیروی کار فعالیت دارند.»

وی در پایان تصریح کرد: «اصلاحات اقتصادی دولت، جهت گیری مجلس شورای اسلامی در تصویب قوانین حمایتی از صنایع از عوامل رشد سرمایه گذاری در این بخش است و سال ۸۲ دولت برای حمایت از شهرک‌های صنعتی و تجمیع امکانات اولیه در شهرک‌ها ۴۵۰ میلیارد ریال اعتبار در نظر گرفته است.»

اظهارات نماینده ساوجبلاغ راجع به بسته بندی

جعفر گل‌باز نماینده مجلس ضمن بازدید از یک شرکت صنایع غذایی در ساوجبلاغ اظهار داشت: «تجهیز صنایع غذایی به سیستم بسته بندی مناسب، پرداخت وام‌های کم بهره، کاهش مالیات‌ها و هزینه‌های خدماتی می‌تواند زمینه رشد این صنایع را دو چندان کند.»

مواد پروتئینی اجباراً مفتخر به بسته بندی شدند.

به نقل از روابط عمومی سازمان میادین

چند خبر از بسته بندی در ایران

در سیستم های نوین مدیریت زباله، زباله ها پس از تکه تکه و فشرده شدن با پوشش های پلاستیکی ویژه بسته بندی می شوند و سپس به عنوان بسته های انرژی مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

تبدیل نیمی از مواد غذایی به زباله

داوید کحال زاده کارشناس و مشاور بسته بندی در مقاله ای با عنوان "بسته بندی چیست؟" رکود بسته بندی ایران را ناشی از کافی نبودن، کمبود و گرانی مواد اولیه، وسایل و دستگاه ها و بی اطلاعی صادرکنندگان ذکر کرد. در این مقاله اعلام شده که انبار کردن و بسته بندی نامناسب سبب تبدیل ۳۰ تا ۵۰ درصد از مواد غذایی به زباله می شود.

توزیع پنیر کوبنی با بسته بندی نامرغوب در جهرم فارس

توزیع نوعی پنیر کالبرگی نامرغوب در شهرستان جهرم استان فارس گله مندی مردم و مراجعه آنان به مراکز بهداشتی برای تعیین وضعیت بهداشتی این نوع پنیر را در پی داشته است. کارشناس دارو و تغذیه شبکه بهداشت و درمان شهرستان جهرم گفت: «در پی مراجعه شماری از مردم به مراکز بهداشتی در این

کشاورزی استان سمنان گفت: «محصول برگه زردآلو که در اندازه های ۱۰۰ گرمی تا ۵ کیلوگرمی بسته بندی شده است، به هفت کشور آلمان، سوئد، ایتالیا، روسیه، امارات متحده عربی، آذربایجان و ازبکستان صادر شده است.»

وی کشورهای اروپایی را از خریداران عمده برگه زردآلوی استان سمنان ذکر کرد و گفت: «یکی از مهمترین دلایل استقبال آنان، روش خشک کردن محصول است که با استفاده از نور خورشید و بدون بکارگیری مواد شیمیایی صورت می گیرد.»

مهندس عباسپور واحدهای فرآوری این محصول در استان را هشت کارگاه و نحوه تبدیل آن را کاملاً بهداشتی و مورد نظر مشتریان بیان کرد.

وی افزود: «در استان سمنان سه هزار هکتار باغ زردآلو وجود دارد که سالانه بیش از پنجاه و دو هزار تن محصول از آن برداشت می شود.»

مدیر زراعت و باغبانی استان سمنان متوسط برداشت محصول در هر هکتار را بیش از هفده هزار تن اعلام کرد و گفت: «ارقام تولیدی زردآلوی استان از نوع جهانگیری، قیصی و شاهرودی است.» وی خاطر نشان کرد، سمنان در زمینه صدور برگ زردآلو در کشور مقام نخست را داراست.

میوه و تره بار شهرداری تهران تمام محصولات پروتئینی قابل عرضه در میادین مذکور می باید به صورت بسته بندی شده در ظروف یکبار مصرف با پوشش سلفون و دارای برجسب مشخصات شامل: شماره پروانه (کد) بهداشتی بهره برداری، نام محصول، شرایط نگهداری، تاریخ تولید (بسته بندی) و انقضاء مصرف، نام و آدرس مرکز بسته بندی کننده عرضه شوند.

تهرانی ها مرغ را بسته بندی شده می خرند

رئیس اداره نظارت بر بهداشت عمومی دامپزشکی استان تهران اعلام کرد: «مرغ در تمام مراکز فروش استان تهران به صورت بسته بندی ارائه می شود.» عبدالرحیم ذوقی افزود: «مرغ بسته بندی شده دارای تاریخ تولید، انقضاء و نام کشتارگاه است و با هر مرغ، شناسنامه آن نیز به خریداران ارائه می شود.»

برای نخستین بار دستگاه تولید پاکت آبمیوه براساس نمونه های خارجی در داخل کشور به دست کارشناسان ایرانی ساخته شد.

برای نخستین بار دستگاه تولید پاکت آبمیوه براساس نمونه های خارجی در داخل کشور به دست کارشناسان ایرانی ساخته شد.

گلباز، یکی از سازندگان این دستگاه گفت: «دستگاه مذکور با سیستم کنترل PLC از طریق برنامه ریزی عددی کار می کند و قادر است در هر ساعت ۲۶۰۰ عدد پاکت، در ۴ ردیف، تولید کند.

گفتنی است ارزش ریالی این دستگاه ۷۲۰ میلیون ریال است که در مقایسه با نمونه خارجی آن که بالغ بر ۳ میلیارد ریال هزینه در بر دارد، موجب صرفه جویی ارزی خواهد شد.

ارائه برجسب های خارجی بر روی کالاها در کشور پاناما موجب جذب بیش از نیم میلیارد دلار برای مقامات پاناما شده است.

موفقیت صادرات برگه زردآلو به دلیل بسته بندی مناسب

عباسپور مدیر زراعت و باغبانی جهاد

در آستانه انتشار پنجاهمین شماره ماهنامه صنعت بسته بندی

«مجله خوبی شده، هر مجله ای در ابتدا باید خودش و مخاطبش را پیدا کند. این یک امر طبیعی است. زمانی طول می کشد تا مجله از خواسته های تحریریه جدا شده و خواسته های مخاطبش را پیدا کند. امروز مجله بسته بندی از خواسته های خود و کارکنانش فاصله گرفته و به خواسته های مخاطبانش نزدیک شده. در مجموع مجله را مثبت می بینم. ارتباط خوبی با مخاطبانش برقرار کرده. مسیر حرکت مهم است نه دست آوردهای قبلی، فعلی یا آینده. به نظر من مسیر مجله درست شده.»

اینهارا مرتضی کریمیان مدیر مسئول و سردبیر ماهنامه صنعت چاپ در فضایی دوستانه و صادقانه به مدیر مسئول و سردبیر ماهنامه صنعت بسته بندی گفت.

برای اولین بار در ایران سطل زباله الکترونیکی ساخته شد.

بختیاری مخترع (سازنده) این سطل اظهار داشت: «این سطل می تواند مایعات همراه زباله را جدا و کار بازیافت را بسیار اثربخش تر کند. ضمن آن که مایعات آن نیز قابل تصفیه خواهد شد.» وی درباره بخش الکترونیک این سطل گفت: «برای سهولت استفاده از ظرف زباله و آموزش فرهنگ دفع صحیح زباله به کودکان، این سطل طرز کار خود را اعلام و از کاربر تشکر می کند.»

هر کیلو زباله چقدر انرژی تولید می کند؟

روزانه حدود ۷۰۰۰ تن زباله در تهران تولید می شود. در صورت استفاده از سیستم های تبدیل زباله به انرژی، معادل ۲/۵ میلیون تن زباله ای که سالانه در شهر تهران تولید می شود، انرژی استحصال خواهد شد.

چند خبر از بسته بندی در ایران

خصوصاً، پنیرهای موجود در مغازه‌های عاملین توزیع آزمایش و نمونه برداری شد.» محمدتراب علت این امر را سهل انگاری برخی عاملان فروش در نگهداری از پنیرها، پارگی بسته بندیها بر اثر جابجایی و دوخت نامناسب در کارخانه اعلام کرد که باعث شده تا پنیرها در تماس با هوا کیفیت خود را از دست بدهند.

کارشناس دارو و تغذیه شبکه بهداشت و درمان جهرم گفت: «خوشبختانه تاکنون هیچ نوع مسمومیتی که ناشی از مصرف این نوع پنیر باشد در این شهرستان گزارش نشده است.»

نبود فرآوری و بسته بندی مناسب از مشکلات قارچ مازندران است.

استان مازندران با دارا بودن ۹۵ درصد تولید قارچ صدفی فعال به مساحت پنج هزار و ۵۰۰ متر مربع و ۱۷۰ تن تولید در سال مقام

نخست کشور را داراست. نبود آزمایشگاه‌های مجهز تولید بذر سالم، نداشتن اطلاعات نوین تخصصی تولیدکنندگان، نبود صنایع تبدیلی، فرآوری و بسته بندی، فقدان تعاونیها و اتحادیه تولیدکنندگان و آفات و بیماریها از مشکلات پرورش قارچی صدفی در مازندران است. بر پایه این گزارش قارچ صدفی بعد از برداشت در بازارهای داخلی به فروش می رسد و تاکنون صادرات قابل توجهی در این زمینه صورت نگرفته است.

به دلیل بسته بندی نامناسب تولید زیتون طارم ۴۰ درصد کاهش یافت

یک کارشناس واحد باغبانی جهاد کشاورزی طارم گفت: «متأسفانه هر ساله و با شروع عملیات برداشت محصول، باغداران، میوه برداشت شده را در گونیهای پلاستیکی نگهداری می کنند تا در زمان بازگشایی

کارخانه‌های روغن کشی، آن را به کارخانه تحویل دهند و همین امر موجب کاهش کیفیت محصول شده است.» وی افزود: «میوه برداشت شده حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت باید به کارخانه حمل و روغن کشی شود و نگهداری و حمل میوه در جعبه‌های پلاستیکی و نیز بازگشایی کارخانه‌های روغن کشی موجود در منطقه، همزمان با شروع عملیات برداشت محصول روغن زیتون از مواردی هستند که می توانند موجب افزایش کیفیت روغن زیتون شوند.» وی افزود: «در این راستا دو کارخانه جدید فرآوری زیتون با ظرفیت بیش از ۱۰ هزار تن، در سال جاری در طارم راه اندازی شده است که به این ترتیب تعداد کارخانه‌های فرآوری زیتون شهرستان به سه واحد خواهد رسید.» پیلهور گفت: «از دیگر اقدامات انجام شده توسط مدیریت جهاد کشاورزی طارم که براساس هماهنگی با دفتر زیتون وزارت

همراه با معضلات بهداشتی است، جلوگیری می شود.

۶- در تولید و عرضه به شیوه بسته بندی سعی می شود از سایز وزنی استاندارد و مطلوب استفاده گردد که در تغییر ذائقه عمومی (که بیش تر مرغ چاق را می پسندند) نقش بسزایی دارد.

با توجه به مزایای فوق، امید می رود این طرح با استقبال عمومی مواجه شود که در این راه البته فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغاتی بسیار مؤثر است. از سوی دیگر قیمت مناسب فعلی این محصولات در مقایسه با محصولات فله‌ای به نوعی ایجاد انگیزه در خریداران می کند که نباید از نظر دور داشت. جا دارد سازمان دامپزشکی کشور نسبت به برنامه ریزی در جهت تعمیم این روش به نقاط کشور اقدام کند. البته نباید این نکته را فراموش کرد که در جهت گسترش تولید و عرضه مرغ به شیوه بسته بندی شده باید تمام زیرساخت‌های موضوع اعم از تجهیز کشتارگاه‌ها و ایجاد زنجیره حمل و نقل سرد به ویژه در تابستان انجام گیرد و گرنه بدون رعایت این شرایط نتیجه معکوس و غیربهداشتی به بار خواهد آمد. همچنین اگر رسانه‌های جمعی در راستای ترویج فرهنگ مصرف این گونه محصولات حرکت کنند بدیهی است که این روند مطلوب تسریع خواهد شد.

فرهنگ سازی برای عرضه و مصرف مرغ بسته بندی شده

مهدی راعی

چندی است که عرضه مرغ تازه به صورت بسته بندی شده در میدین میوه و تره بار تهران آغاز گردیده است. طبق اظهار نظر مسوولان امر، عرضه این محصول به این روش در حال افزایش بوده و امید می رود که بتوان در آینده‌ای نزدیک، این روش را جایگزین عرضه فله‌ای و غیربهداشتی مرغ نمود. این روش عرضه، پیش تر در چند استان با موفقیت اجرا گردیده و می توان آن را به تمام کشور تعمیم داد.

بر خلاف گوشت قرمز که کشتار و تولید آن بیش تر در کشتارگاه‌های سنتی و صنعتی صورت می گیرد خوشبختانه عمده تولید و کشتار گوشت سفید (مرغ) در کشتارگاه‌های صنعتی انجام می گیرد. بدین ترتیب تمامی کشتارگاه‌های طیور فعلی استعداد تبدیل به مراکز بسته بندی مرغ را نیز دارند.

واقعیت این است که کشور ما در خصوص مصرف محصولات دامی بسته بندی شده تجربه چندانی ندارد و باید با اشاعه فرهنگ مصرف محصولات

بسته بندی شده ضمن افزایش سطح بهداشت عمومی، به ایجاد رقابت در افزایش کیفیت بین تولیدکنندگان پرداخت. از جمله مزایای خرید و صرف مرغ بسته بندی شده می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- به دلیل مشخص بودن مرکز تولیدکننده مرغ، پیگیری مسائل بهداشتی و کیفی آن تسهیل شده و به عبارتی، مرکز تولیدکننده در برابر خریدار و سازمان دامپزشکی کشور پاسخگو خواهد بود.
- ۲- هنگام بازرسی ماموران دامپزشکی از اماکن عرضه این محصولات، مسائل کیفی و بهداشتی ناشی از مراحل کشتار و بسته بندی بررسی شده و گزارش می شود.
- ۳- تاریخ تولید و مصرف آن به صورت تازه مشخص بوده و از تازگی محصول می توان اطمینان پیدا کرد.
- ۴- تولید و عرضه به این روش از نقطه نظر بهداشتی و کیفی برتر بوده و اصولاً همین روش توصیه می گردد.
- ۵- از دستکاری‌های بی مورد که گاهی

چند خبر از بسته بندی در ایران

اصفهان با ارسال فکس به دفتر ماهنامه خبر تاسیس شعبه خود در تهران را اعلام کرد. در این نامه آمده است: دفتر ماشین سازی اندیشه در تهران به منظور پاسخگویی به تولیدکنندگان کارتن افتتاح شد. نشانی: تهران، خیابان ستارخان، نرسیده به تهران ویلا، خیابان شهید دهقان، پلاک ۴، واحد ۲ تلفن: ۶۵۲۳۰۰۶

نسخه جدید راهنمای مشاغل صنعت چاپ منتشر خواهد شد.

مرتضی کریمیان مدیر مسئول ماهنامه صنعت چاپ طی گفت و گویی با گزارشگر ماهنامه صنعت بسته بندی اعلام کرد «ویرایش جدید کتاب راهنمای مشاغل صنعت چاپ در دست تهیه بوده و در سال ۸۲ منتشر خواهد شد». وی در خصوص کیفیت و کمیت واحدهای مربوط به چاپ در ویرایش جدید گفت: «از زمان انتشار ویرایش قبلی تاکنون تغییراتی در طبقه بندی مشاغل چاپ رخ داده که از جمله آن می توان به پیدایش حوزه های جدید در صنف چاپ اشاره کرد». کریمیان «چاپ دیجیتال» و «کامپیوتر به پلیت» را از جمله حوزه های تازه در ویرایش جدید این کتاب عنوان کرد و افزود: «مانند گذشته سعی کرده ایم هر آن چه که به چاپ مربوط است در این کتاب بیاوریم و هیچ اطلاعاتی از دسترس جستجوگران دور نماند.»

مرکز تحقیقات صنایع بسته بندی در دانشگاه صنعتی امیرکبیر به راه افتاد.

رئیس انجمن صنایع و مواد غذایی ایران در گفت و گویی با گزارشگر ماهنامه صنعت بسته بندی درباره این مرکز گفت: «این مرکز شامل دو آزمایشگاه است. یک آزمایشگاه مخصوص تحقیقات صنایع غذایی و یکی هم مخصوص صنایع بسته بندی است. سرمایه گذاری این مرکز در قسمت صنایع بسته بندی توسط یک بخش (شرکت) خصوصی انجام گرفته و آن جا با انواع دستگاه های پیشرفته روی انواع بسته بندی های مواد غذایی و ماندگاری آنها تحقیقات می کنند.»

دکتر حسینی خاطرنشان کرد: «ریاست آن مرکز بر عهده دکتر ارواح علیان، استاد دانشگاه امیرکبیر است که خود وی

قیمت صادراتی خرما را ۴۰۰ دلار تن ذکر کرد.

وی نبود تکنولوژی مدرن بسته بندی، کمبود کارگاه های بسته بندی و برداشت غیرمکانیزه و غیربهداشتی خرما را از موانع رشد صنعت خرما بر شمرد و افزود: «متأسفانه ۸۰ درصد خرما را کشور به صورت سنتی و در وزن های ۲۰ تا ۲۵ کیلوگرمی بسته بندی می شود.»

وی تصریح کرد: «در کشور ۶۲ کارگاه بسته بندی وجود دارد که جوابگوی تولیدات خرما نیست و تنها ۲۰ درصد خرما در بسته بندی مرغوب و بسته های کوچک و متوسط بسته بندی می شود.»

ایرانی ها برای نخستین بار میوه و سبزی را با اشعه مادون قرمز خشک می کنند

برای نخستین بار در ایران شرکت تعاونی "خشک کنی میوه و سبزیجات جمره" قم موفق به استفاده از اشعه مادون قرمز در این کار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون استان قم سیدحمید طهبابی استاندار قم در مراسم گشایش این شرکت افزود استفاده از بسته بندی مطلوب زمینه صادرات محصولات از استان را افزایش خواهد داد. وی گفت با توجه به کیفیت بالای محصولات استفاده از بسته بندی استاندارد کالاهای صادراتی ایران را در بازارهای جهانی بدون رقیب قرار خواهد داد.

مهندس علی حمیدی شفیق یکی از مشاوران شرکت تعاونی جمره در این آیین گفت هدف از ایجاد این سیستم انجام عمل خشک کردن میوه و سبزیجات در دمای پایین با حفظ ویتامین، رنگ و بوی محصول است.

وی افزود این روش بدون ایجاد خطر برای مصرف کننده قادر است مقداری قابل توجهی از آلودگی میکروبی محصول را نیز از بین ببرد. وی از جمله برنامه های آینده راه اندازی دستگاه هایی جهت خشک کردن مایعات و انجماد سبزی عنوان کرد

ماشین سازی اندیشه دفتر تهران خود راه اندازی کرد

دفتر مرکزی ماشین سازی اندیشه در

جهاد کشاورزی صورت گرفته است، تهیه و توزیع جعبه های پلاستیکی در بین باغداران و کارخانه های روغن کشی منطقه است که در طرح فوق به ازای خرید نقدی دو عدد جعبه پلاستیکی یک عدد به صورت رایگان در اختیار باغدار قرار می گرفت.» شایان ذکر است کاهش محصول باغات زیتون، سبب افزایش قیمت این محصول شده است.

مصرف مداوم غذاهای کنسرو شده و ویتامین بدن را کاهش می دهد

دکتر کاظم ایاصوفی، متخصص گوارش و کبد گفت: «غذاهای کنسرو شده و آماده حاوی مواد نگهدارنده هستند که این مواد در برخی افراد موجب بروز حساسیت شده و عوارضی را در آنها ایجاد می کند و همچنین مصرف مداوم این نوع غذاها موجب کمبود ویتامین نیز می شود.»

وی افزود: «ظرفهایی که غذاهای آماده درون آنها قرار دارد اغلب از جنس فلزات هستند و اگر در تهیه این ظروف دقت نشود مواد غذایی بویژه غذاهایی که حاوی مواد اسیدی هستند با این فلز ترکیب و واکنش شیمیایی ایجاد می کنند، که قطعاً برای بدن مضراتی را به دنبال دارد.»

۸۰ درصد خرما را کشور سنتی بسته بندی می شود

پایین بودن نرخ ارزی صادرات مشکل عمده صنعت خرما ایران است.

دکتر سید یعقوب صادقیان معاون تحقیقاتی سازمان تحقیقات کشور با بیان این مطلب اضافه کرد: «سطح زیر کشت خرما کشور را حدود ۱۷۸ هزار هکتار دانست و گفت: با ۴۰۰ نوع تنوع زیستی، ۹۳۰۰ هزار تن خرما در کشور تولید می شود در حالی که در این بخش بیش از ۵۰۰ هزار نفر فعالیت می کنند.»

وی افزود: «عملکرد متوسط تولید خرما در کشور ۵ هزار و ۱۶۶ کیلوگرم و متوسط جهانی حدود ۵ هزار و ۵۰۰ کیلوگرم است.» به گفته وی بالاترین میزان تولید در واحد سطح را کشور مصر به خود اختصاص داده است.

صادقیان با بیان این که برای هر تن خرما در جهان ۸۰۲ دلار پرداخت می شود، متوسط

چند خبر از بسته بندی در ایران

متخصص رشته بسته بندی صنایع غذایی می باشد. همچنین در جلسه ای که انجمن صنایع غذایی و وزارت ارشاد، مؤسسه صادرات مواد چاپ و نشر، بسته بندی و همچنین اعضای هیات علمی دانشگاه امیرکبیر داشتند همکاری های مشترکی بین انجمن و وزارت ارشاد و همچنین دانشگاه امیرکبیر طرح ریزی شد.

ساخت دو دستگاه جدید سلفون کش در ایران

مدیر عامل گروه صنعتی جهانیان در گفتگو با ماهنامه صنعت بسته بندی از طراحی و ساخت دو دستگاه جدید سلفون کشی در این مؤسسه خبر داد. مهندس جهانیان اظهار داشت: «این مؤسسه در سال ۸۱ موفق به طراحی و ساخت دو دستگاه سلفون کشی در اندازه های ۷۲ و ۱۲۲ سانتیمتری شده است.» وی افزود: «در این طرح ابتدا چسب روی سلفون منتقل و سپس سلفون بر روی ورق چاپی پرس می شود.»

مدیر عامل مؤسسه مذکور خاطر نشان کرد: «از ویژگی های عمده این تولیدات یکی کاهش مصرف چسب به ۷۲ مقدار مصرفی در طرح های قدیمی و دیگری امکان تنظیم مقدار چسب به میزان مورد نیاز و همچنین دارا بودن چشم الکترونیکی جهت کنترل ورود ورق چاپی و جلوگیری از ضایعات است.»

گفتنی است تولید این دستگاهها در کشورمان موجب خودکفایی و صرف جویی ارزی کشور خواهد شد و امید است در آینده ای نزدیک امکان صادرات این نوع محصولات نیز فراهم گردد.

(سردبیر: خوانندگان محترم توجه داشته باشند که منظور مدیرعامل شرکت جهانیان از دستگاه سلفون کشی، دستگاه لمینیت است. همان طور که خوانندگان محترم می دانند سلفون یک نام تجاری برای نوعی فیلم سلولزی بوده که سالهاست از صحنه چاپ و بسته بندی جهان حذف شده است.)

همکاری ایران و ایتالیا در زمینه صنایع بسته بندی

معاون وزیر صنایع کشورمان در پایان گفتگو با وزیر فعالیتهای تولیدی و دیگر

مقامات صنعتی ایتالیا گفت: «همکاری صنعتی ایران و ایتالیا در زمینه های اعتباری تا فن آوری، تجهیزات و آموزش گسترش می یابد.»

وی خاطر نشان کرد در صدد همکاری دو جانبه در زمینه صنایع بسته بندی استفاده از تجربیات ایتالیا به منظور صادراتی کردن کالاهای تولید شده در ایران است که در این زمینه تفاهم های لازم به عمل آمد.

در نخستین مرحله از اجرای این تفاهم قرار شد یک هیئت از مسئولان و صاحبان صنایع بسته بندی کشور ایتالیا برای ارزیابی توانایی و امکان سنجی از ایران دیدن کنند. شریف النبی افزود: «بخشهای نساجی و پوشاک، قطعه سازی و تولیدات تجهیزات مختلف صنعتی چرم و پوست و همچنین صنایع سنگ از محورهای اصلی مذاکره با مقامهای ایتالیایی بود.»

وی گفت: «موسسات مالی، صنعتی ایتالیا ۱۵۰ میلیون دلار اعتبار در اختیار سه بانک ایران قرار می دهند تا صنعتگران متقاضی از آن استفاده کنند.»

وی در ادامه گفت: «در اجرای این پروسه شرکت اعتباری سیمیست ایتالیا که مسوول تاءمین تسهیلات مالی به صنعتگران این کشور جهت سرمایه گذاری در کشورهای دیگر است، برای نخستین بار پذیرفت بخشی از اعتبار مالی خود را به ایران تخصیص دهد.» وی در پایان اظهار داشت: «مرکز بین المللی آزمایشی و کنترل کالا در ایران با همکاری ایتالیا ایجاد خواهد شد. این در حالی است که هم اکنون در ایران صادر کنندگان کالا باید برای دریافت مجوزهای بین المللی، کالاهای خود را برای آزمایش و کنترل به مراکز اروپایی ارسال کنند. اما با احداث این مرکز، صنایع ایران می توانند مجوز بین المللی چند صد کالا دریافت کنند.»

افتتاح خط پیشرفته تولید و بسته بندی مواد غذایی و سبزیجات در ایران

یکی از کارخانجات گروه صنعتی و بازرگانی تروند به نام کشت و صنعت تروند در اوایل سال ۸۲ به بهره داری خواهد رسید. این کارخانه مجهز به پیشرفته ترین فن آوری روز دنیا و منطبق با آخرین استانداردهای اروپا در زمینه تولید و انجماد

(IQF) و بسته بندی انواع سبزیجات غده ای مانند سیب زمینی، برگی مانند اسفناج، دانه ای مانند نخود و میوه جات، زیر نظر متخصصان هلندی و طبق آخرین تکنولوژی اروپا می باشد.

چیت ساز مدیر عامل گروه صنعتی و بازرگانی تروند با بیان این نکته که مهمترین مشکلات محصولات فریز شده از دست دادن خواص و ویتامین های موجود در آن می باشد افزود: «متأسفانه در فرهنگ ما این طور جا افتاده که انواع گوشت و سبزیجات را به صورت تازه تهیه و در فریز خانگی منجمد می نمایند که این روش تمامی ویتامینها و خواص موجود در آن را از بین می برد، زیرا فریز خانگی مخصوص نگهداری محصولات منجمد، شده می باشد و برای انجماد انواع سبزیجات می بایست طی فرآیند غذایی دنیا، عمل آوری گردیده و سپس بوسیله تونل انجماد (IQF) دمای ۴۰- درجه سانتی گراد بلافاصله منجمد تا ویتامینها و خواص سبزیجات و میوه جات حفظ شود.»

نسخه جدید نرم افزار پروین به بازار آمد

روابط عمومی شرکت داده ورزان هامون طی فکسی که به دفتر ماهنامه ارسال داشت اعلام کرد: «در راستای استراتژی بین المللی مشتری مداری و با بهره گیری از پرسنل متعهد و کاردان مفتخر هستیم نسخه جدید نرم افزار خود به نام پروین ۲۰۰۳ کوچک را به بازار ارائه کنیم. کاربران در این نسخه از پروین نیز همچون گذشته میتوانند در اغلب برنامه های گرافیکی تایپ مستقیم داشته باشند. از نقاط قوت بارز این نسخه موارد زیر است:

فارسی نویسی در ویندوزهای XP، ۲۰۰۰، NT، Me و ۹۸

اصلاح کل فونتهای پروین و قرار دادن اعراب مناسب بر روی تمام حروف قرارگیری اعراب بر روی حروف عربی در تایپ متون عربی در ایور تایپ برای تایپ با فونتهای قبلی پروین

مبدل فایل های متن سیستم های فارسی PRS زرنگار، ایران سیستم، ویندوز سینا و کدیچ ۱۲۵۶ ویندوزهای فارسی به یکدیگر»

نخستین دستگاه بسته بندی مولتی هد (Multi Head) در ایران ساخته شد

بازدیدکنندگان عرضه شد، تا مراجعین قادر به مشاهده کارایی و نحوه عملکرد دستگاه نیز باشند.

شرکت صنایع بسته بندی شادمهر از معدود شرکتهایی می باشد که امکان تست و بازبینی کلیه دستگاههای تولیدی خویش را در محل نمایشگاهها برای مراجعین خود مهیا می نماید. دستگاه هشت توزین MULTI HEAD از جانب مدیران ارشد و مدیران فنی شرکت های بزرگی مورد استقبال و بازدید قرار گرفت که تحسین ایشان موجب دلگرمی ما شد و بدین وسیله از اظهار محبت این عزیزان تقدیر و تشکر می شود.

وی در ادامه تاکید کرد: تاکنون هیچ کدام از شرکتهای تولیدکننده ماشین آلات بسته بندی، دستگاه MULTI HEAD را به شرکتهای بسته بندی جهت بسته بندی مواد واگذار نکرده اند و این در صورتی است که دستگاه هشت توزین این شرکت در یکی از استانهای ایران واگذار گردید و سفارش ساخت چندین دستگاه دیگر نیز دریافت شده است. امیدواریم بتوانیم با فراهم آوردن تکنولوژی روز دنیا برای مشتریان خود بیشتر و بیشتر از وابستگی به کشورهای صاحب این نوع صنعت بی نیاز شویم.

نماینده سازمان صنایع و معادن استان تهران نیز ضمن استقبال از ساخت دستگاه مذکور گفت: به علت عدم وجود چنین دستگاه های مجوز ادارات دستگاه ها از کشورهای ایتالیا، اسپانیا، آلمان و... با قیمت ۵ تا ۶ برابر صادر می گردد که در صورت ساخت دستگاه های به صورت انبوه از واردات این نوع دستگاه ها بی نیاز خواهیم شد.

سعیدیان مدیر سفارشات شرکت شادمهر طی گفت و گویی با گزارشگر ماهنامه صنعت بسته بندی اعلام کرد: شرکت صنایع بسته بندی شادمهر پس از حضور در طی سالیان متمادی در نمایشگاههای مختلف امسال نیز با در اختیار داشتن ۱۱۲ متر مربع فضای نمایشگاهی و عرضه دستگاههای بسته بندی پودر و گرانول دستگاه جدید دیگری نیز عرضه کرد. این شرکت به عنوان اولین شرکت در عرضه تولید و طراحی ماشین آلات بسته بندی اولین دستگاه HEAD MULTI هشت توزین ساخت خویش را در نهمین نمایشگاه صنعت چاپ و بسته بندی به معرض دید عموم قرار داد.

دستگاه MULTI HEAD جزء فن آوریهای جدید کشورهای صاحب تکنولوژی است که به علت سرعت بالای بسته بندی (دو برابر دستگاه های معمول) از جانب شرکتهای بزرگ به کار گرفته می شود. دستگاه مذکور جهت بسته بندی تمامی مواد به صورت FLAKE که شامل انواع چیپس سیب زمینی و انواع اسنک، انواع میوه خشک، ذرت صبحانه ای CORN FLAKES و تمامی مواد گرانولی کاربرد دارند.

مدیر سفارشات شرکت شادمهر ادامه داد: امید است با یاری خداوند بتوانیم تامین کننده نیازهای رو به رشد کشور عزیزمان باشیم.

وی افزود: پیرو هماهنگی های به عمل آمده با یکی از تولیدکنندگان چیپس حدود ۳۰۰ کیلوگرم چیپس فله به همراه فیلم حرارتی مورد نیاز برای این شرکت ارسال شد که در محل نمایشگاه بسته بندی در بسته های ۴۰ گرمی و با نام تجاری "کامل" به

افزایش صادرات غیر نفتی از اهداف ایجاد شکل صادراتی تعاون است

مدیر عامل تشکل صادراتی تعاون استان تهران، افزایش انگیزه صادرات غیرنفتی و ایجاد انسجام میان تعاونی های تولیدی و خدماتی در این امر را از اهداف اصلی ایجاد این تشکل عنوان کرد.

وی با بیان این که وزارت تعاون تنها نقش حمایتی و نظارتی بر این تشکل دارد، افزود: وظیفه این تشکل صادراتی متعلق به تعاونی ها بازاریابی و فروش کالاهای این بخش است که با رفع مشکل فروش آنها، مسائل ۸۰ درصد شرکت های تعاونی حل می شود.

یعقوب زاده اظهار داشت: «با توجه به این که حضور بیشتر شرکتهای تعاونی در نمایشگاه های خارجی میسر نیست، تعاونی ها می توانند در قالب این تشکل کالاهای خود را در نمایشگاه های خارجی عرضه کنند.»

وی خاطر نشان کرد: «بانک اطلاعاتی و فروشگاه بزرگ اینترنتی این تشکل برای حضور در عرصه های بین المللی و بهره برداری تجاری، شناخت و تقسیم توانایی های صادراتی و نیازهای وارداتی هر یک از اعضا راه اندازی شده است.»

این مسوول، برگزاری دوره های آموزشی جهت ارتقای سطح دانش مدیران برای افزایش صادرات، کاهش هزینه ها و تشویق و تسهیل امور اخذ گواهی های استاندارد و ایزو را از جمله اهداف این تشکل ذکر کرد.

فرهنگ سازی در زمینه صادرات با استفاده از خدمات ویژه (امور گمرکی، کارت بازرگانی)، ایجاد انگیزه، ارائه راهنمایی و مشاوره به تولیدکنندگان در تولید محصولات متناسب با نیاز مشتریان، ارتقای کیفیت و بسته بندی محصولات از دیگر اقدامات انجام شده در این مدت است. مدیر عامل تشکل صادراتی با تعاون استان تهران گفت: «برای گسترش فعالیت های این تشکل و افزایش تعداد تعاونی ها، این تشکل به اعتبار و سرمایه نیاز دارد.»

وی با بیان این که سخنان بدون عمل مسوولان کار ما را دشوار کرده است افزود: «این تشکل برای افزایش کارایی به حمایت های مسوولان ذی ربط نیازمند است.»



کیوی (ایران) با نام ترکیه در بازارهای جهان عرضه می شود

در زمان حاضر بخش عمده تولید کیوی کشور به صورت قله با تناژ بالا وارد کشور ترکیه شده و به عنوان محصول این کشور با بسته بندی مناسب و با قیمتی چند برابر وارد بازارهای اروپایی می شود.

جمعی از کارشناسان با اشاره به وقوع چنین اتفاقاتی در برخی محصولات دیگر، این موضوع را به عدم توانایی مسوولان برای معرفی و عرضه محصول ایرانی به بازارهای جهانی مربوط می دانند. معاون مدیریت باغبانی سازمان جهاد کشاورزی مازندران می گوید: «هزینه های تولید کیوی ایران در قیاس با دیگر کشورهای تولیدکننده پایین است و اگر بتوانیم در بخش های حمل و نقل، بسته بندی و بازاریابی موفق عمل کنیم در بازارهای بین المللی حرف نخست را خواهیم زد.»

رئیس اداره تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی مازندران از نقش مهم بسته بندی کالاهای صادراتی در موفقیت بازاریابی آن سخن می گوید. وحید کاوه از بسته بندی به عنوان «بازار صامت» یاد کرده، می گوید: «بسته بندی هر چه زیباتر و شکیل تر باشد باب سلیقه مصرف کننده است.» وی اضافه می کند: «شناساندن محصول در بازار، یکی از مسایل مهم صادرات است بنابراین یک

سری پیش هزینه هایی به منظور به دست آوردن بازار جدید مورد نیاز است که این مهم را می توان از طریق ایجاد نمایشگاه های بین المللی در خارج و داخل کشور فراهم کرد.»

رئیس اداره تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی مازندران به نکته دیگری نیز اشاره می کند و آن این که کیوی این استان که در ماه ژانویه و سال نو میلادی و دقیقاً زمانی که مصرف آن در بازارهای اروپایی فراوان است وارد بازار می شود. وی می گوید: «به دلیل تازه بودن و فساد پذیری کیوی وجود وسایل حمل و نقل مجهز از عمده ترین نیازهای صادرات این محصول است.» کارشناسان می گویند: «کیوی ایران علاوه بر کشورهای آسیای میانه در کشورهای حاشیه خلیج فارس نیز طرفداران زیادی دارد و اگر برنامه ای برای تولید و صادرات این محصول تدوین و اجرا شود و همه بخش ها نیز از آن حمایت کنند می توان به جذب بازارهای بین المللی امیدوار بود.» این کارشناسان معتقدند توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی به ویژه محصولات باغی و فرآورده های حاصل از آن در تامین قسمتی از نیازمندی های ارزی کشور پیامدهای مثبتی در توسعه اقتصاد کشور دارد.

چه کسی میوه ایرانی را می شناسد؟

از دیدگاه بسیاری از صادر کنندگان میوه ایران هنوز جایگاه اصلی خود را در بازارهای جهانی پیدا نکرده است و چنان چه میوه ایران را بتوان به بازارهای مصرف به ویژه در اروپا شناساند، دستیابی به ارقام میلیاردی در صادرات میوه به هیچ وجه دور از ذهن نخواهد بود.

اصغر نویدی مدیر عامل یک شرکت صادراتی میوه گفت: «در زمینه بسته بندی، مشکلات قبلی تا حدودی رفع شده است. اما نداشتن کیفیت کافی کارتن های داخلی، صادرکنندگان میوه را با مشکل مواجه می کند.»

این عضو اتاق بازرگانی خراسان افزود: «با وجود کشورهایی چون اسپانیا، تونس، مصر و ترکیه که از رقبای ایران در زمینه میوه هستند. شرکت در نمایشگاه های تخصصی میوه و تره بار، به طور مستمر از سوی صادرکنندگان ایرانی صورت نمی گیرد تا بتوانند محصولات ایرانی را در بازارهای جهانی مصرف کنند.»

مهدی کرباسیان معاون وزیر اقتصاد دارایی گفت: «به دلیل نبود هماهنگی میان صنایع تبدیل موجود با میزان تولید محصولات زراعی، باغی و دامی و رعایت نکردن اصول صحیح حمل و نقل و نگهداری، ۳۰ درصد از تولیدات کشاورزی نابود می شود. هزینه ارزش این میزان ضایعات ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار محاسبه شده است که می تواند نیازهای غذایی ۱۵ تا ۲۰ میلیون نفر را تامین کند. اما به نظر می رسد مشکلات صنایع تبدیلی نیز دسته کمی از صادرات میوه تازه به بازارهای جهانی ندارد.» دکتر داودآبادی دبیر اتحادیه صنایع کنسنتانتره و آبلیموی ایران گفت: «نبود سرمایه در گردش، استاندارد، و دریافتهای زیاد مالیاتی از مشکلات این صنعت است.» و در پایان این که به دلیل مشکلات موجود صادرات، ایران نه تنها نتوانسته بازارهای جدیدی را پیش روی خود بگشاید بلکه کشورهای رقیب در حال فتح بازارهای سنتی ایران نیز هستند.

تفکر ما

در صنعت بسته بندی، تقلیدی و سنتی است

تفکر تقلیدی و سنتی ما در دانش بسته بندی موجب وارد شدن صدمات زیادی به تولیدات و محصولات شده است.

دکتر دزفولی، عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت با بیان این مطلب و در رابطه با تشریح وضعیت صنعت بسته بندی در داخل کشور گفت: «نبود تفکر علمی و دانش فنی از نقاط ضعف بسته بندی در کشور است و به دلیل وارداتی بودن ماشین آلات و با توجه به امکانات محدود، بسته بندی های انتخاب شده به صورت کپی و تقلیدی هستند. در حالی که فرهنگ و سنت خاص و شرایط جغرافیایی گوناگون و همچنین احتمال ضایعات زیست محیطی در دنیای امروز به بسته هایی که چشم بسته کپی شده اند، اجازه پذیرش نمی دهند.»

وی با تاکید بر لزوم صداقت و توانایی بسته در معرفی کیفیت کالا، ادامه داد: «بسته بندی، علاوه بر حفاظت و حمل و نقل کالا، معرفی کننده کیفیت کالا نیز هست و اگر محصولی با کیفیت بالا و بسته بندی ضعیف ارائه شود، حتی می تواند در معرفی محصول نقش منفی داشته باشد.»

دزفولی با بیان این که بحث کیفیت با بسته بندی متفاوت است، افزود: «بسته بندی نمی تواند نقش مستقیمی در بهبود کیفیت کالا داشته باشد. در واقع بسته بندی نقش تکمیل کننده دارد که برای عرضه کالا به بازار استفاده می شود و در امر از دست دادن بازار محصول نیز تعیین کننده است.»

وی بسته بندی را نوعی هزینه اضافی بر کالا دانست و اظهار داشت: «هر چقدر بسته بندی بتواند در هزینه نهایی محصول تاثیر کمتری داشته باشد، در عرضه کالا می تواند مفیدتر باشد.»

مدرس دانشگاه علم و صنعت گفت: «ما از ضعف بسته بندی، به ویژه در محصولات مورد استفاده عام، آسیب های زیادی دیده ایم و بسیاری از محصولات ما به کشورهای دیگر می رود و در آن جا بسته بندی و به نام خودشان وارد بازار بین المللی می شود که این امر هم از لحاظ هزینه و هم از لحاظ عدم معرفی کشور ما به عنوان صادرکننده لطماتی در پی داشته است. در این رابطه می توان به خشکبار و زعفران اشاره کرد که در امور تولید و کیفیت این محصولات نقش کلیدی داریم، ولی در عرصه این چنین نیست.»

آشنایی با تکنولوژی به صرف نان و شیرینی! نمایشگاه iba و تجهیزات بسته بندی نان و شیرینی

نمایشگاه iba ۲۰۰۳ از سوم تا نهم اکتبر سال جاری میلادی برابر با یازدهم تا هفدهم مهر سال ۱۳۸۲ در ۹ سالن از مرکز نمایشگاهی شهر دوسلدورف آلمان برگزار خواهد شد.

در این نمایشگاه آخرین فن آوری و تجهیزات و مواد تولید نان و شیرینی از ابتدا تا انتهای خط عرضه خواهد شد.

آرمین اشتاد مدیر اجرایی این نمایشگاه در گفت و گو با خبرنگار ماهنامه صنعت بسته بندی اعلام کرد: «در این نمایشگاه فرایندهای پس از پخت از جمله بسته بندی جایگاه ویژه ای دارند».

وی افزود: «یکی از مهمترین چیزهایی که در این نمایشگاه ارائه می شود فن آوری عملیات پس از پخت یعنی نگهداری و بسته بندی است و دست اندرکاران این امور می توانند از آخرین فن آوری های اختصاصی این بخش دیدن کنند».

دور قبل نمایشگاه iba با ۹۰۰ غرفه گذار و بیش از نود هزار بازدیدکننده در سال ۱۹۹۸ برگزار شد و پیش بینی می شود ۲۰۰۳ iba پذیرای یک هزار غرفه گذار از سراسر جهان در مساحتی نزدیک به هشتاد هزار متر مربع باشد. شایان ذکر است که نمایشگاه iba سی سال قدمت دارد. این نمایشگاه با حمایت هیئت مرکزی صنعت نان و شیرینی آلمان برگزار می شود.

از نکات جالب توجه در این نمایشگاه نام گذاری روز جهانی نان است. روز ۱۶ اکتبر ۲۰۰۳ برابر با ۱۴ مهر ۱۳۸۲ در حضور رئیس اتحادیه نانویان و متخصصان

شیرینی پزی و در کنار گروه ارشیدی از کنفدراسیون سازمانهای نانویان و شیرینی پزان اتحادیه اروپا «روز جهانی نان» نامیده خواهد شد.

روس ها از ضعف بسته بندی ایران سودهای کلان می برند

شماری از مسوولان و دست اندرکاران صدور کالا از بندر نوشهر می گویند. ۹۵ درصد از کشتی های در حال تردد از این بندر پس از تخلیه کالاهای وارداتی، خالی به کشور مبدا باز می گردند.

شرکت حمل و نقل بین المللی ایران و روسیه فدراتیو (ایرسوتر) با ۹۰ تا ۹۵ درصد صادرات کالای بنادر انزلی و نوشهر تنها شرکتی است که به نسبت شرکت های دیگر فعالیت مناسبی دارد. رئیس این شرکت در زمینه بازگشت بدون کالای کشتی ها از بندر استان مازندران، صادرات منطقی و برنامه ریزی شده را نشانگر رشد فرهنگی و اقتصادی هر کشور می داند و می گوید: «متأسفانه بیشتر بازرگانان ما برای شناخت و ارزیابی بازار کشورهای حاشیه دریای خزر گام مفیدی برنداشته اند».

سیدرضا حسینی می گوید: «نرخ حمل و نقل کالا در بندر نوشهر به مراتب کمتر از حمل و نقل کالاهای وارداتی است و این مساله زمینه را برای صادرات فراهم می کند اما کالاهای صادراتی ایران فاقد بسته بندی شکیل و مناسب است و نمی تواند مشتریان خوبی را جذب کند».

رئیس شرکت حمل و نقل بین المللی ایران و روسیه به نکته دیگری نیز اشاره می کند که به گفته وی سالهاست گریبانگیر صادرکنندگان کالاهای ایرانی است.

بسته بندی ضعیف و ابتدایی برای بیشتر کالاها ناشی از خست در هزینه ها موجب شده است تا کشورهای دیگر، به ویژه روس ها سود کلانی ببرند و ایرانیان از این سود بی بهره باشند. وی اضافه می کند، کشورهای همسایه بسته بندی شکیل در بازار جهانی با سه برابر قیمت قبلی به فروش می رسانند.

کارشناسان معتقدند ادامه چنین روندی نه تنها به رشد اقتصادی کمک نخواهد کرد بلکه تبعات و آثار منفی حاصل از عدم توازن واردات و صادرات گریبانگیر اقتصاد کشور می شود و در دراز مدت نیز دستگاههای اقتصادی کشور را بیش از گذشته ناکارآمد خواهد کرد.



خارجی ها برای سرمایه گذاری در ۴ طرح پتروشیمی پایش گذاشتند

پیشنهاد سرمایه گذاری در ۴ طرح پتروشیمی از سوی شرکت های خارجی ارائه شد. در صورت تصویب هیات عالی سرمایه گذاری بیش از ۹۵ میلیون دلار سرمایه مستقیم به صنعت پتروشیمی تزریق خواهد شد. از میان طرح های ارائه شده تا کنون یک طرح به تصویب هیات عالی سرمایه گذاری رسیده است که سرمایه ای معادل ۲۱ میلیون دلار را در بر خواهد داشت.

به گزارش قلم سبز این طرح بر تولید پلی اتیلن نوع LDPE دلالت دارد و شرکت آلمانی متقاضی سرمایه گذاری در این طرح پرداخت هزینه ۳۰ درصد اجرای آن را پذیرفته است. شرکت های آلمانی خواستار سرمایه گذاری در دو طرح عمده دیگر مبنی بر تولید پلی اتیلن LDPE و MD/HDPE را نیز هستند که سرمایه ای معادل ۶۵ میلیون دلار را در بردارد. یک شرکت ارمنستانی نیز خواستار سرمایه گذاری برای تولید مشتقات مولیبدن شده است که سرمایه ای معادل ۱۹ میلیون دلار در قالب آن وارد کشور می شود شرکت ارمنی با سرمایه گذاری معادل ۱۹ میلیون دلار ۷۹ درصد از کل هزینه طرح را تقبل خواهد کرد.

ضعف صنعت بسته بندی و کوتاهی دست محصولات ایرانی

بسته بندی عبارت است از محافظی که سلامت کالای محتوی خود را، از مرحله تولید تا مرحله مصرف، حفظ کند. اعظم مسلمی زاده در مقاله ای با عنوان بررسی نقش طراحی در بسته بندی، اضافه می کند. اساسی ترین هدف بسته بندی، فراهم کردن سالم ترین و اقتصادی ترین طریقه تحویل کالا از نقطه تولید، به آخرین مصرف کننده است. بسته بندی آخرین حلقه فرآیند تولید کالا، و حساس ترین مرحله آن است که در فروش کالا، تأثیر بسزایی دارد. وی ارز آفرینی، مطرح شدن در سطوح بین المللی، جلوگیری از خروج ارز از کشور، همچنین جلوگیری از ورود کالاهای خارجی را ویژگی های صنعت بسته بندی بر شمرده و گفت: نبود شناخت کافی مسئولان و دست اندرکاران صنایع بسته بندی، برای پرداختن به مسائل مربوط به امر بسته بندی، از مشکلات این بخش است. مسلمی زاده مناسب بودن بسته بندی که به مفهوم دادن اطلاعات دقیق درباره ارزش کالا، کیفیت و کمیت آن به مصرف کننده است را از موارد مهمی دانست که باید در صنعت بسته بندی مورد توجه باشد. وی یادآور شد: «اگر بتوانیم کالایی را با بسته بندی های مناسب، صادر کنیم از بسته بندی مجدد آنها در کشورهای دیگر بی نیاز شده و نقش واسطه ای آنها را، در رساندن کالای تولید شده به دست مصرف کننده از بین می بریم.» و بالاخره وی مسائلی چون رنگ، فرم، عناصر تصویری، شناخت موارد، روشها و ساختاری بسته بندی به نحو روزآمد و مدرن، آگاهی داشتن به طراحی، خلاقیت، محافظت و شناخت کالا و نحوه ایجاد کشش در مصرف کننده با توجه به روانشناختی و شرایط فرهنگی و جغرافیایی را، در بسته بندی کالاها مهم دانسته و تمامی موارد مذکور را در تجارت و بازار جهانی، با اهمیت معرفی می کند.

قابل توجه

صنایع کارتن، تسمه کشی و شرینگ

به مناسبت برگزاری "همایش بسته بندی و ارائه کتاب"

در شانزدهمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

که با همکاری ماهنامه صنعت بسته بندی و نشر هیراد و با

حضور ناشران و کارشناسان بسته بندی در محل نمایشگاه

کتاب برگزار خواهد شد

بدین وسیله اعلام می شود

ویژه نامه "بسته بندی کتاب" با هدف آشنایی هزاران ناشر

داخلی با توانائی های صنعت بسته بندی و باروش توزیع در

همایش مذکور و نمایشگاه کتاب، در دست تهیه می باشد.

لذا از تمام دست اندرکاران صنایع بسته بندی اعم از کارتن و

جعبه، شرینگ، تسمه کشی، طراحی صنعتی، گرافیک و...

دعوت می شود برای معرفی توانائی های خود و گوشودن

بازاری جدید در صنعت بسته بندی در این ویژه نامه نقشی

فعال ایفا کنند



تیرومات
دیکسی یونیون

پیشگام در صنعت بسته بندی در دنیا
شرکت پیشرام

دستگاههای تمام اتوماتیک خطوط بسته بندی تر مو فرمینگ
برای تجهیزات پزشکی، مواد غذایی، مواد لبنی

تلفن: ۵-۲۰۲۷۰۸۰۵ فکس: ۸۰۴۶۲۸۵



زیان، جای در آمد سهام "کارتن مشهد" را گرفت

شرکت کارتن مشهد برای هر سهم خود در سال ۸۱ در آمد ۲۰ ریالی پیش بینی کرد اما در ۹ ماهه به ۱۳۱ ریال زیان دست پیدا کرد. این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ را در تاریخ های ۸۰/۳/۲۷ و ۸۰/۵/۱۰ مبلغ ۲۲۰۰ ریال، در تاریخ ۸۰/۸/۱۹ مبلغ ۸۰۰ ریال و در تاریخ ۸۰/۱۱/۱۰ مبلغ ۲۲۹ ریال اعلام کرده بود که پیش بینی های درآمد هر سهم به مبلغ ۸۰۰ ریال و ۲۲۹ ریال به بازار اعلام نشدند. این شرکت در پایان سال مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ در آمد ۱۸۸ ریالی برای هر سهم را تحقق بخشید.

گفتنی است خالص درآمدها (هزینه های) عملیاتی سالی مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ این شرکت به مبلغ (۷۳۰۹) میلیون ریال شامل مبلغ (۶۵۳۴) میلیون ریال هزینه های عملیاتی و مبلغ (۷۷۵) میلیون ریال خالص سایر درآمدها (هزینه های) عملیاتی می باشد.

پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۱/۱۲/۲۹ کارتن مشهد در مقایسه با عملکرد واقعی سال مالی قبل به ترتیب فروش ۱ درصد کاهش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۴ درصد افزایش و سود قبل از کسر مالیات ۸۹ درصد کاهش نشان می دهد.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۱/۱۲/۲۹ را در تاریخ ۸۰/۳/۲۷ و ۸۰/۵/۱۰ مبلغ ۲۲۰۰ ریال و در تاریخ های ۸۰/۸/۱۹ و ۸۰/۱۱/۱۰ (بیراساس عملکرد واقعی ۶ ماهه) مبلغ ۲۰ ریال اعلام کرده بود.

بسته بندی پارس برای هر سهم در سال ۸۲، ۷۴۰ ریال درآمد پیش بینی کرد

شرکت بسته بندی پارس درآمد متعلق به هر سهم را برای سال مالی منتهی به ۸۲/۹/۳۰ مبلغ ۷۴۰ ریال اعلام کرد.

پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۲/۹/۳۰ نسبت به عملکرد واقعی سال مالی قبل به ترتیب فروش ۱۰ درصد افزایش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۶ درصد افزایش و سود قبل از کسر مالیات یک درصد افزایش نشان می دهد که شرکت دلایل تغییرات را افزایش نرخ فروش، افزایش نرخ دستمزد و سایر هزینه ها، افزایش تسهیلات بانکی و عدم وجود درآمد حاصل از فروش دارایی های ثابت اعلام نموده است.

"کارتن پارس" رشد ۹۵ درصدی سود را تجربه کرد

درآمد هر سهم شرکت کارتن پارس برای سال مالی منتهی به ۸۲/۲/۲۵ مبلغ ۱۰۹۴ ریال پیش بینی شد و سود سهام شرکت به رشد ۹۵ درصد دست یافت.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۰/۹/۳۰ را در تاریخ های ۸۰/۱۱/۱۰، ۸۰/۲/۲۱، ۸۰/۴/۲۱، ۸۰/۵/۹، ۸۰/۷/۲۳ مبلغ ۳۹۵۳ ریال اعلام کرده بود که ۴۵۲۹ ریال محقق شد.

گفتنی است خالص درآمدها (هزینه های) عملیاتی سال مالی منتهی به ۸۰/۹/۳۰ این شرکت به مبلغ (۳۹۵۸) میلیون ریال شامل هزینه های عملیاتی به مبلغ

(۲۲۰۷) میلیون ریال و خالص سایر درآمدها (هزینه های) عملیاتی به مبلغ (۱۷۵۱) میلیون ریال می باشد.

همچنین پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۱/۹/۳۰ کارتن پارس نسبت به عملکرد واقعی سال مالی قبل به ترتیب فروش ۲۲ درصد کاهش بهای تمام شده کالای فروش رفته ۴ درصد کاهش و سود قبل از کسر مالیات ۸۱ درصد کاهش نشان می دهد.

گفتنی است به استناد مصوبه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۴۷/۲/۲۵ سرمایه این شرکت از مبلغ ۳۰۰۰ میلیون ریال به مبلغ ۴۵۰۰ میلیون ریال (معادل ۵۰ درصد) از محل اندوخته طرح توسعه افزایش یافته که افزایش سرمایه مذکور در تاریخ ۸۱/۵/۱۰ به ثبت رسیده است.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۱/۹/۳۰ را با سرمایه ۳۰۰۰ میلیون ریال در تاریخ های ۸۰/۱/۲، ۸۰/۱/۲۹، ۸۰/۳/۲۷، ۸۰/۵/۱۰ و ۸۰/۵/۲۲ مبلغ ۴۱۱۹ ریال و با سرمایه ۴۵۰۰ میلیون ریال در تاریخ های ۸۱/۷/۲۱، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷ مبلغ ۴۹۵ ریال اعلام نموده بود که دلایل تعدیل را اعلام نکرده است.

همچنین مطابق اطلاعات ارسالی توسط شرکت جزئیات درآمد (هزینه های) متفرقه شامل فروش ضایعات تولید به مبلغ ۶۲۹ میلیون ریال سود حاصل از فروش دارایی های ثابت به مبلغ ۸۰۸ میلیون ریال و سایر درآمدها به مبلغ ۷۲ میلیون ریال است.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۱/۹/۳۰ را با سرمایه ۳۰۰۰ میلیون ریال در تاریخ های ۸۰/۱/۲، ۸۰/۱/۲۹، ۸۰/۳/۲۷، ۸۰/۵/۱۰ و ۸۰/۵/۲۲ مبلغ ۴۱۱۹ ریال و با سرمایه ۴۵۰۰ میلیون ریال در تاریخ های ۸۱/۷/۲۱، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷ مبلغ ۴۹۵ ریال اعلام کرده بود که ۵۶۰ ریال محقق شد.

همچنین پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۲/۹/۳۰ کارتن پارس نسبت به عملکرد واقعی (حسابرسی نشده) سال مالی قبل به ترتیب فروش ۹ درصد افزایش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۲ درصد افزایش و سود قبل از کسر مالیات ۹۵ درصد افزایش نشان می دهد که شرکت دلایل تغییرات را افزایش مقدار تولید و فروش، افزایش میانگین نرخ فروش نسبت به میانگین نرخ فروش سال مالی قبل، افزایش هزینه های مالی به دلیل افزایش تسهیلات بانکی و کاهش درآمدهای متفرقه به دلیل عدم فروش دارایی های ثابت اعلام کرده است.

"عایق پلاستیک" بارشد ۱۱۶ درصدی سود ناخالص در آمد هر سهم را ۴۵۰ ریال اعلام کرده است.

درآمد هر سهم شرکت عایق پلاستیک برای سال مالی ۸۱ با ۱۰۰۰۷ میلیون ریال سرمایه، مبلغ ۳۵ ریال است.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ را در تاریخ های ۸۰/۲/۲۳، ۸۰/۹/۱۸، ۸۰/۱۰/۲۹، ۸۰/۱۰/۲۹، ۸۰/۱۲/۲۷، ۸۰/۱۲/۲۳ مبلغ ۲۱ ریال اعلام کرده بود. همچنین خالص درآمدها (هزینه های) عملیاتی سال مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ این شرکت به مبلغ (۸۹۴) میلیون ریال شامل هزینه های اداری و توزیع و فروش به مبلغ

(۹۲۲) میلیون ریال و خالص سایر درآمدها (هزینه های) عملیاتی به مبلغ ۲۸ میلیون ریال است.

پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۱/۱۲/۲۹ عایق پلاستیک در مقایسه با عملکرد واقعی سال قبل به ترتیب فروش ۲۴ درصد افزایش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۲۳ درصد افزایش و سود قبل از کسر مالیات ۱۱۶ درصد افزایش نشان می دهد.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۱/۱۲/۲۹ را در تاریخ های ۸۱/۷/۲۱، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷ مبلغ ۴۵ ریال اعلام کرده بود.

"جام دارو" به ۷۱ درصد در آمد خود در ۹ ماه رسید

پیش بینی درآمد سهام شرکت صنعتی جام دارو برای سال ۸۱ مبلغ ۴۰۳ ریال اعلام شد و شرکت در ۹ ماه به ۷۱ درصد آن دست پیدا کرد.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ را در تاریخ های ۸۰/۵/۲۲، ۸۰/۵/۲۳، ۸۰/۷/۲۳، ۸۰/۷/۲۳، ۸۰/۷/۲۳، ۸۰/۷/۲۳ مبلغ ۵۵۵ ریال اعلام کرده بود که ۵۵۴ ریال محقق شد.

همچنین خالص درآمدها (هزینه های) عملیاتی سال مالی منتهی به ۸۰/۱۲/۲۹ این شرکت به مبلغ (۹۹۱) میلیون ریال شامل مبلغ (۱۹۳۶) میلیون ریال هزینه های عملیاتی و مبلغ ۹۷۲ میلیون ریال خالص سایر درآمدها (هزینه های) عملیاتی است.

گفتنی است پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۱/۱۲/۲۹ جام دارو در مقایسه با عملکرد واقعی سال مالی قبل به ترتیب فروش ۱۳ درصد افزایش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۲۰ درصد افزایش و سود قبل از کسر مالیات ۲۷ درصد کاهش نشان می دهد.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۱/۱۲/۲۹ را در تاریخ های ۸۱/۷/۲۱، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷، ۸۱/۷/۲۷ مبلغ ۵۳۴ ریال اعلام کرده بود که دلایل تعدیل را تاخیر در دریافت تسهیلات از بانک و ترخیص ماشین آلات لمینیت و نصب و راه اندازی آن عنوان کرده است.

صنایع بسته بندی ایران ۱۳۲/۷ میلیارد ریال کارتن و قوطی فروخت

گروه بورس شرکت صنایع بسته بندی ایران در ۹ ماه ابتدای سال از فروش انواع قوطی و کارتن ۱۳۲/۷ میلیارد ریال درآمد کسب کرد.

این شرکت در مدت یاد شده ۹۸ میلیارد ریال از فروش انواع قوطی و ۳۴/۶ میلیارد ریال از فروش انواع کارتن درآمد داشت.

صنایع بسته بندی ایران با کسب این مبلغ توانست ۷۴ درصد از بودجه سال را پوشش دهد. مبلغ به دست آمده از فروش قوطی و کارتن این شرکت به ترتیب ۳ و ۴۵ درصد کاهش نسبت به دوره مشابه سال قبل داشت.

صنایع بسته بندی ایران در همین مدت ۱۷ هزار و ۱۹۵ تن قوطی تولید و ۱۷ هزار ۳۴۶ تن از آن را فروخت که در تولید و فروش این محصول ۷۴ درصد از بودجه سال را محقق کرد. این شرکت همچنین با تولید ۹ هزار و ۶۶۱ تن کارتن و فروش ۹ هزار و ۷۹۰ تن از آن

به ترتیب ۷۳ و ۷۴ درصد از بودجه سال را کسب کرد.

صنایع بسته بندی ایران در تولید و فروش قوطی ۸ و ۶ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل کاهش و در تولید و فروش کارتن نیز ۱۲ و ۸ درصد کاهش داشت.

سود انباشته این شرکت در پایان دوره ۲/۲ میلیارد ریال بود که ۵۲ ریال سود برای هر سهم قبل از کسر مالیات کنار گذاشت.

افزایش ۷۶ درصدی نصیب سود سهام "شیشه همدان" شد

پیش بینی درآمد هر سهم شرکت شیشه همدان برای سال مالی منتهی به روز ۸۲/۳/۳۱ و با سرمایه جدید ۲۴ میلیارد ریالی مبلغ ۱۵۳ ریال اعلام شد.

به گزارش خبرنگار سرویس بورس آسیا این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سالی مالی منتهی به ۸۱/۳/۳۱ را در تاریخ ۸۰/۶/۳۱ با سرمایه ۱۸۰۰۰ میلیون ریال مبلغ ۵۰۴ ریال و با سرمایه ۲۱۶۰۰۰ میلیون ریال در تاریخ ۸۰/۹/۲۷ مبلغ ۳۰۲ ریال و در تاریخ ۸۱/۷/۳۱ مبلغ ۲۱۱ ریال اعلام کرده است.

گفتنی است مبلغ (۴۱۷۷) میلیون ریال خالص درآمدها (هزینه های) عملیاتی سالی مالی منتهی به ۸۱/۳/۳۱ این شرکت شامل مبلغ (۳۶۹۹) میلیون ریال هزینه های عملیاتی و مبلغ (۴۷۸) میلیون ریال خالص سایر درآمدها (هزینه های) عملیاتی می باشد.

همچنین پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۲/۳/۳۱ این شرکت در مقایسه با عملکرد واقعی حسابرسی شده سال مالی قبل به ترتیب فروش ۲۴ درصد کاهش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۳۱ درصد کاهش و سود قبل از کسر مالیات ۷۶ درصد افزایش نشان می دهد.

این شرکت اعلام کرده است با توجه به اقداماتی که اخیراً جهت فروش ساختمان دفتر مرکزی شرکت واقع در خیابان سهروردی صورت گرفته، با ملحوظ کردن درآمدی که از فروش ساختمان مذکور تا پایان سال مالی منتهی به روز ۸۲/۳/۳۱ حاصل و تحقق آن بسیار محتمل به نظر می رسد. پیش بینی درآمد هر سهم اعلام شده از مبلغ ۱۵۳ ریال حداقل به مبلغ ۳۵۶ ریال افزایش خواهد یافت.

همچنین با توجه به مصوبه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۷۹/۷/۲۴ و مصوبه جلسه مورخ ۸۱/۱۰/۴ هیات مدیره سرمایه این شرکت از مبلغ ۲۱۶۰۰ میلیون ریال به مبلغ ۲۴۰۰۰ میلیون ریال (معادل ۱۷۱۱ درصد) از محل مطالبات و آورده نقدی سهامداران افزایش یافته است.

این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۲/۳/۳۱ را با سرمایه ۲۱۶۰۰ میلیون ریال در تاریخ های ۸۱/۶/۱۶ و ۸۱/۷/۲۸ مبلغ ۱۱۰ ریال و در تاریخ ۸۱/۸/۲۸ مبلغ ۱۶۳ ریال اعلام کرده بود که شرکت دلایل تعدیل را اعلام نکرده است.

اطلاعات مقایسه ای از عملکرد واقعی سال ۸۱، پیش بینی سال ۸۲ و عملکرد واقعی ۶ ماهه منتهی به ۸۱/۹/۳۰ شرکت شیشه همدان (به میلیون ریال) به همراه درصد پوشش بودجه آن در این مدت، به شرح جدول است.

سه طرح برای سبز شدن صنعت کشور

گرفت که صنعت خودش را تبدیل به صنعت سبز کند. یعنی؛

۱- زیست محیطی کند. صنعتی باشد که برای محیط زیست ضرر نداشته باشد.

۲- بتواند به گونه‌ای این معضل اجتماعی را حل کرده و بر طرف بکند.

برای این منظور ما سه طرح ملی و قابل توجه داریم. این سه طرح عبارتند از:

● جمع‌آوری و بازیافت این ضایعات به طریق عملی. این ماده‌ای را که ما بازیافت می‌کنیم به عنوان ماده اولیه در صنایع پایین دستی خودمان مصرف بشود، که آن صنایع پایین دستی ارتباطی با سلامت بدن انسان ندارد.

● آن کالاها عبارت است از کالاهای بسته‌بندی نهایی و وسایل حمل و نقل، جابجایی کالا. در این صورت کالایی که روی آن گذاشته می‌شود قبلاً پوششهای خودش را دارد. پوشش نهایی می‌آید روی این کالاها و جابه‌جا می‌شود.

● وسایل بسته‌بندی که با این مواد تولید می‌شود، وسایل بسته‌بندی نهایی است بگونه‌ای که پوششهای اولیه روی کالا و پوششهای بهداشتی و در نهایت پوشش کلی بوسیله این ماده انجام خواهد گرفت.

کشور ما، آن مقدار زباله‌ای است که مربوط به مملکت ماست.

اما آن بخشی که جمع‌آوری می‌شود، آن ۲۰ یا ۲۵ درصدی که جمع‌آوری می‌شود متأسفانه به صورت سنتی و به طریق غیر اصولی جمع‌آوری می‌شود. شبکه‌ای که آن را جمع‌آوری می‌کند، شبکه‌ای است که دانش و بینش آن نسبت به این محصول یک بینش‌گذران زندگی و در حد سودی است که از آن حاصل می‌شود.

در نتیجه ما براحتمی می‌بینیم از بازیافت این محصولات ظرف ماست و محصولات لبنی درست می‌شود. حتی دیده شده از بازیافت این محصولات «دندانگیر» بچه و مانند آن درست می‌شود. حالا بطور کلی نمی‌خواهم اشاره بکنم ولی چیزهایی درست می‌شود که ناآگاهانه است نه آگاهانه. مانمی‌خواهیم آن شخص یا آن شبکه‌ای که این کار را انجام می‌دهد، متهم بکنیم. به علت این که یک مدیریت نظارت بر این امر وجود ندارد و اگر مدیریتی وجود دارد، این مدیریت پراکنده است. تصمیم‌گیرها بطور پراکنده انجام می‌شود و یک متولی واقعی برای این وجود ندارد. در راستای جلوگیری از این معضل اجتماعی شرکت ما تصمیم

مدیر عامل مؤسسه صنعت سبز گفت: «امیدواریم با جمع‌آوری ضایعات پلاستیک به شیوه علمی از کاربرد مجدد بازیافت مواد پلاستیکی در وسایلی که سلامتی انسانها را به خطر می‌اندازد، جلوگیری شود».

وی افزود: «سالانه رقمی معادل ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزار تن ضایعات پلاستیک در داخل کشور تولید می‌کنیم که اغلب آنها ضایعاتی است که در خانواده‌ها ایجاد می‌شود و ضایعات بیمارستانی هست. بهداشتی و غیربهداشتی. از این مقدار ضایعات رقمی در حدود ۴۰ هزار تن فقط ضایعات PET است. که تجزیه این ماده در طبیعت مشمول زمان بسیار طولانی است.

به عبارتی و بنابه روایتی بالغ بر ۶۰۰ سال طول می‌کشد تا این ماده در طبیعت تجزیه شود آن چه که امروز معضل بزرگ اجتماعی ماست این است که از این حجم ضایعات، رقمی در حدود ۲۰ تا ۲۵ درصد از محیط جمع‌آوری می‌شود و ۷۵ درصد آن در محیط باقی می‌ماند. آن بخشی که در محیط می‌ماند مشکلات خودش را دارد. مشکل اکوسیستم و مشکل عدم تجزیه در محیط مسائلی است که در روی کره زمین به وجود می‌آورد. این مشکل در روی کره زمین بالاخص در منطقه

توجه به بسته‌بندی فلزی در دومین همایش رنگ و رزین

در پایان همایش یاد شده طبق اعلام قبلی نخستین جشنواره ملی صنعت رنگ و رزین برگزار گردید. در این جشنواره و زیر نظر هیات داورانی متشکل از نمایندگان: وزارت صنایع و معادن، مرکز توسعه صادرات، شرکت ملی صنایع پتروشیمی، موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، تشکل‌های صنفی و صنعتی و اساتید و متخصصین این شاخه از صنعت واحدهای نمونه در شاخه تولید رنگ صنعتی، تولیدی رزین و صادراتی معرفی شدند. تندیس ویژه جشنواره توسط مدیر کل صادرات وزارت صنایع و معادن و مدیر کل صنایع شیمیایی موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی به واحدهای رنگسازی خوش‌منتخب در تولید رنگ‌های صنعتی، شیمی رزین منتخب در تولید رزین و رزیتان منتخب صادرات اهدا شد.

این همایش و جشنواره چنان که توسط برگزارکننده آن مجله بسیار اعلام شده است، سال آینده در تاریخ ۱۲ بهمن ماه برگزار خواهد شد.

مواد پوششی توسط سعید رستگار از مجله بسیار

○ وضعیت تکنولوژی رنگ و پوشش در صنعت خودرو توسط حمید رزمگیر از شرکت ایران خودرو

○ پوشش‌های مورد استفاده در صنایع بسته‌بندی ظروف فلزی توسط بهنام رسولی از شرکت سپند رنگ

○ محدودیت استفاده از حلال‌های سمی و تاثیر آن بر صنعت مواد پوششی توسط نسترن اکبرزاده، کارشناس ارشد صنایع رنگ

○ رزین‌های مورد مصرف در پوشش‌های پودری توسط علی جان‌نثاری از موسسه تحقیقات رنگ امیر کبیر

○ پوششهای صنعتی، گذشته، حال، آینده توسط زهرا رنجبر از دانشگاه صنعتی امیرکبیر

○ توسعه محصول، تطابق با کسب و کار امروز توسط تیمان کامران از شرکت رزین‌فام

○ وضعیت واحدهای صنعتی رنگ و رزین در ایران توسط مریم خزایی از دفتر صنایع غیر فلزی وزارت صنایع و معادن

دومین همایش تخصصی (۲۰۰۳) irancoat و نخستین جشنواره ملی صنعت رنگ و رزین در ایران در تاریخ دوازدهم بهمن ماه ۱۳۸۱ برگزار شد.

در آستانه برپایی دومین نمایشگاه فراملی مواد شیمیایی، رنگ، رزین و پوشش‌های صنعتی، مجله بسیار با همکاری شرکت ملی صنایع پتروشیمی و با حمایت شرکت‌های صنایع شیمیایی ساوه و رزیتان اقدام به برگزاری همایش تخصصی یاد شده نمود.

در این همایش که بیش از ۲۰۰ نفر از متخصصین و صاحبان صنعت در آن حضور داشتند ۹ عنوان مقاله تخصصی به شرح زیر ارایه گردید:

○ بررسی تکنولوژی پوششهای تابش‌پز توسط سعید باستانی از پژوهشکده صنایع رنگ ایران

○ روند پیشرفت و توسعه روکشهای تابش‌پز شناورهای دریایی توسط مجتبی میرعابدینی، شهلا پاک‌کی‌فرد، محسن محسنی از پژوهشگاه پلیمر و پتروشیمی

○ پیشرفت‌های اخیر در روشهای اعمال

برای صادرات گل و گیاه به اروپا باید به بهداشت و بسته‌بندی آن توجه کنیم

سلطانی معاون مرکز توسعه صادرات ایران درباره مشکلات صادرات گل اظهار داشت: «مهمترین چالش‌های در سر راه صادرات گل، فقدان یک شبکه حمل و نقل مناسب در کشور، فقدان وجود سیستم نگهداری و سردخانه‌ای برای نگهداری گل به عنوان یک ماده سریع‌الفساد است.»

سومین مسأله‌ای که به لحاظ مصرف‌کنندگان در خارج از کشور فوق‌العاده حائز اهمیت بسیار است، ضعف بهداشت تولید و بسته‌بندی گل است. با توجه به این که امروزه بسیاری از بیماری‌ها به وسیله گل و گیاه می‌تواند در دنیا انتقال یابد. از این جهت در جهان و بخصوص به وسیله اتحادیه اروپا استانداردهای خاصی برای بهداشت و بسته‌بندی گل و گیاه تعیین شده است، که ما فاقد این تکنولوژی هستیم.»

وی فقدان فن‌آوری نوین جهانی را یکی دیگر از مشکلات صنعت گل و گیاه کشورمان ذکر کرد و افزود: «بحث ترمینال صادراتی برای گل و گیاه از واجبتین مراحل صادرات هست که در کشور ما هنوز هیچ گونه ترمینال صادراتی وجود ندارد.»

سلطانی فقدان شرکتهای بزرگ و توانمندیها صادراتی و تخصصی در زمینه صادرات گل و گیاه و ضعف سرمایه‌گذاری خارجی در این زمینه و بویژه نبود مشارکت با کشورهای پیشرفته در این مقوله، ضعف در زمینه آموزش، اطلاع‌رسانی، تبلیغات و بازاریابی را از دیگر مشکلات در سر راه صادرات گل و گیاه عنوان کرد.

وی گفت: «به دلیل نبود تسهیلات کافی و بالا بودن نرخ بهره‌های بانکی، عدم توجه به سلیقه مصرف‌کننده، تولید سنتی و غیر رقابتی این صنعت از جمله بزرگترین مشکلات صادرات گل و گیاه در ایران است.»

در دنیا و به عنوان مثال در هلند هشت شرکت زنجیره‌ای تعاونی در زمینی به وسعت ۷۵۵ هزار متر مربع که برابر است با ۱۲۵ زمین فوتبال است در زمینه پرورش و صادرات گل فعالیت می‌کنند. حدود پنج هزار پرورش‌دهنده گل و گیاه در این شرکت تعاونی فعالیت و عضویت دارند. گفتنی است بزرگترین سرمایه‌گذاری و حراج گل و گیاه در این کشور وجود دارد. هلند سالیانه

سه میلیارد دلار صادرات گل و گیاه دارد. کنیا، زیمبابوه، زامبیا، اسرائیل نیز در این شرکت تعاونی هلندی همکاری دارند. سالیانه پنج میلیارد و پانصد میلیون شاخه گل به فروش می‌رسد که ۹۵ درصد آن از کشور هلند است.

معاون مرکز توسعه صادرات ایران درباره ایجاد تسهیلات برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان گل و گیاه اظهار نمود: «عمده‌ترین مشکل کشور ما فقدان پایانه صادراتی است که در راستای این مقوله ما تا پایان امسال تا سقف بیست میلیارد ریال کمک بلاعوض به بخش خصوصی خواهیم کرد تا بتوانند در زمینه ایجاد پایانه گل و گیاه صادراتی اقدام نمایند. امسال براساس ارزش افزوده به صادرکنندگان گل و گیاه سه درصد جایزه می‌دهیم. همچنین هر کدام از صادرکنندگان که بتوانند به بازار جدیدی در سطح جهانی دست یابند علاوه بر جایزه سه درصدی فوق دو درصد دیگر نیز جایزه دریافت خواهند کرد.»

«همین طور به صادرکنندگانی که گونه جدیدی از گل و گیاه را صادر نمایند سه درصد دیگر نیز جایزه تعلق خواهد گرفت. در صورت تشکیل صندوق غیر دولتی توسعه صادراتی و بازاریابی این صنعت توسط اتحادیه گل و گیاه، ۵۰ درصد هزینه تبلیغات، بازاریابی، شرکت در مناقصات، استفاده از دوره‌های آموزشی و مباحث اطلاع‌رسانی، حضور در بورسهای جهانی و مشارکت در نمایشگاه‌های مختلف به آنها کمتر خواهد شد.»

وی در پایان افزود: «هر کدام از صادرکنندگان و تولیدکنندگان که بخواهد در هر نمایشگاهی در زمینه گل و گیاه در هر نقطه در دنیا شرکت کنند، پنجاه درصد هزینه غرفه آنها را مرکز توسعه صادرات ایران پرداخت می‌کند و گفتنی است که برای صادرات گل در مرحله تولید نیازمند به فرآیند و تکنولوژی ویژه‌ای هستیم که فعلاً صنعت کشور فاقد آن است.»

شایان ذکر است به گفته مهندس غضنفری (رئیس اتحادیه گل و گیاه) صدور یک بشکه گل می‌تواند به اندازه ۲۰ تا ۲۵ برابر یک بشکه نفت برای کشور ارزآوری داشته باشد.

درسی برای طراحان «مونالیزا» را فقط با گوشه چشم تان نگاه کنید

یک خانم محقق در حوزه روانشناسی ادراک با بررسی درباره تابلو لبخند ژوکوند اثر جاودانی لئوناردو داوینچی به نکته جالب توجهی در خصوص تاثیر این لبخند دست یافته است.

به نوشته روزنامه گاردین "خانم پرفسور مارگرت لیونگستن که مقاله خود را در کنفرانس سالانه انجمن پیشبرد علم در آمریکا ارائه کرده است، معتقد است زمانی که بیننده نگاه خود را به طور مستقیم بر روی لبان مونالیزا متمرکز می‌کند، لبخند به سرعت از چهره مونالیزا محو می‌شود.

اما اگر بیننده نگاه خود را به منظره پشت سر مونالیزا و یا دست‌های باریک و ظریف او متمرکز کند و تنها از گوشه چشم به چهره او نظر بیندازد، حالت خندان مونالیزا با وضوح هر چه تمام‌تر آشکار می‌شود.

بیننده با تغییر متناوب تمرکز چشم‌ها بر روی لبان و دست‌ها یا صحنه پشت سر می‌تواند دائماً این حالت خندان را در ذهن خود تازه نگاه دارد.

علت این امر آن است که ساختمان چشم و مغز آدمی به گونه‌ای است که نگاه از گوشه چشم قادر است چیزهایی را تشخیص دهد که نگاه مستقیم نمی‌تواند. در نگاه مستقیم فرکانس‌ها یا تواترهای تالای مکانی بر چشم تاءثیر می‌گذارند در حالی که در نگاه از گوشه چشم تواترهای مکانی پایین‌تر وارد عمل می‌شوند.

یک دستگاه

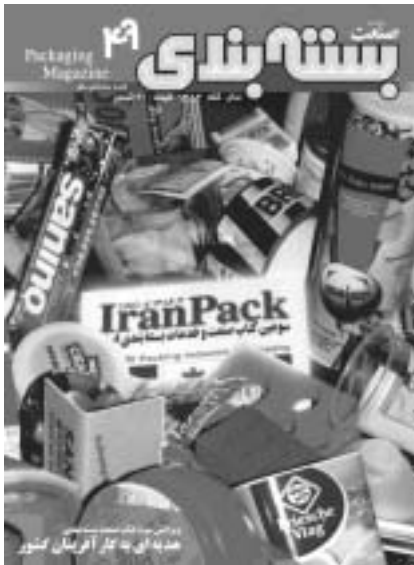
دایکات فکی

۸۰x۱۲۰ حرفه و فن در حد نو

فروشی

۰۹۱۱۲۲۴۷۰۴۶

In the name of God
the Beneficent the merciful



**About
New version (3th) of
Iranian
Packaging
Industry
guide book**

Page 17

SANAT BASTEBANDI
(Packaging monthly magazine)

6th year, No.49, 2003

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 - Soheil

Chehrehei - Arastoo Shahabi -

Mahboobeh Moayyad

Susan Khakbiz - Reza Nooraei

SANAT BASTEBANDI
Packaging in Iran

SANAT BASTEBANDI

Special issue in

Packaging in Iran

English

www.shadmehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

SHADMehr.com

عرضه کننده

**انواع مقوای گره ای
از ۲۳۰ تا ۴۰۰ گرم**

تلفن: ۶۶۳۵۵۳۷ - ۶۶۹۴۷۹۵ فاکس: ۶۶۹۵۷۳۲

همراه: ۲۲۶۴۲۵۸ - ۰۹۱۳

IranPack

سومین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران

Shadmehr Packing Industries Company



تعداد صفحات: ۲۲۵ - تعداد تصاویر: ۱۲۰ - تعداد جداول: ۱۰

**IRAN PACK
2003-4**

**Iranian packaging
Industry Guide book**

In Both 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: ۲۲۵۸۸۸۷ - ۲۲۵۸۸۸۶ - ۲۲۵۰۲۱۱

موبایل: ۰۹۱۱۲۲۰۰۱۴۱ - فکس: ۲۲۵۷۳۷۱



SUN COLOUR

www.suncolour2000.com

suncolour2000@yahoo.com



باجوز رسمی از گمرک ایران

**ترخیص کالا از کلیه گمرکات کشور
در کوتاهترین زمان و با کمترین هزینه**

با کادری ورزیده و مجرب و دارای نمایندگی های معتبر در کلیه

گمرکات کشور با مجوز رسمی از گمرک ایران

دفتر مرکزی: تهران: انتهای خیابان استاد مطهری - خیابان ترکمنستان - خیابان نارنج

ساختمان شماره ۴/۲ - تلفن: ۵-۸۴۳۳۸۵۴ - فاکس: ۸۴۳۳۸۵۴

بندر عباس: چهارراه نخل ناخدا - به سمت ترمینال - بیست متری پیمان - پلاک ۹

تلفن: ۶۶۷۵۲۵ - ۰۷۶۱