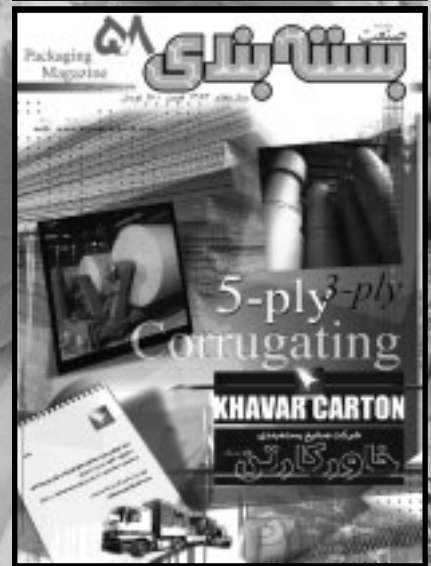


# سال نو مبارک



## خاور کارتن هشتگرد

روی جلد:

تولیدکننده ورق کارتن B.C و E فلوت با عرض ۱۶۰ سانتی متر و سازنده خط ورق سازی کارتن تهران، خ مطهری، مقابل دریای نوره، شماره ۳۰۶، طبقه دوم، شماره ۳ تلفکس: ۸۸۴۵۷۳۹ - ۸۸۳۷۱۱۹ - ۸۳۰۹۷۸۹

## ماهنامه صنعت بسته بندی

(چاپ و بسته بندی سابق)

سال ۱۳۸۳ شماره ۵۸

صاحب امتیاز: مدیرمسئول و سردبیر

رضا نورانی

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

تلفن: ۸-۸۹۷۵۸۲۷ و ۷۶۰۷۹۶۳

فکس: ۷۵۱۲۸۹۹

[www.iranpack.org](http://www.iranpack.org)  
[info@iranpack.org](mailto:info@iranpack.org)

روابط عمومی:

شروین سلیمی ۶۴ ۶۲ ۳۷۱ ۹۱۲۰

مترجم مطالب انگلیسی:

سهیل چهره ای ۱۷ ۳۴ ۲۰۵ ۹۱۲۰

همکاران این شماره:

مهندس حجت سلمانی، سوسن خاکبیز، س.م.ا. مهندس سیدمصطفی ایران منش، زینب صادقی، شروین سلیمی

## توزیع و امور مشترکین:

۸۳۲۱۸۷۸ - ۸۳۱۳۳۲۰

نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۰۳۱۱-۲۲۵۷۵۱۷

دفتر فروش رشت: تلفکس: ۰۱۳۱-۳۲۳۴۰۰۲

اسکن: ماهنامه صنعت بسته بندی

فیلم و زینک: رایان پارس ۸۷۴۰۰۷۳

چاپ: نقشینه پیمان ۸۸۲۶۶۲

صحافی: نصر ۳۰۰۹۶۹۵

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است.

- گزارش دهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی ◀ ۲
- نمایشگاه را چایی کردند و رفت ◀ ۴
- پس از یک دهه تجربه ◀ ۶
- نمایشگاه چاپ و بسته بندی را جدی بگیریم ◀ ۸
- در یازدهمین نمایشگاه ماشین آلات چاپ و بسته بندی حضور داشته باشیم ◀ ۱۰
- ما، چه کردیم؟ گزارش کوتاه از فعالیت ماهنامه صنعت بسته بندی در دهمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران ◀ ۱۶
- سوالاتی که آقای رفسنجانی نپرسید! ◀ ۱۹
- پرونده BOPP (نظر مدیر کل دفتر صنایع غیرفلزی وزارت صنایع در باره وضع تولید و عرضه فیلم BOPP در ایران) ◀ ۲۰
- پرونده BOPP (بزرگ بودن مستلزم بزرگوار بودن است) ◀ ۲۲
- اطلاعیه چهارمین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران ◀ ۲۳
- من و ارزشهای افزوده گفت و گو با علی رضا اسماعیلی بازرگان موفق ایرانی ◀ ۲۴
- طراحی بسته بندی آرایشی و بهداشتی ◀ ۲۶
- ProCarton موسسه اروپایی تولیدکنندگان ورق کارتن و جعبه های مقوایی ◀ ۲۸
- پایان سلطه پرهزینه و مشقت بار لمینیت ◀ ۲۹
- نوسازی در کارتن ایران (گفت و گو با چند تن از مدیران شرکت کارتن ایران) ◀ ۳۰
- آینده چاپ دیجیتال ◀ ۳۲
- زیکن و استاندارد جدید در چاپ دیجیتال ◀ ۳۵
- راحتی بسته بندی آینده خلاق و هوشمند است ◀ ۳۶
- قوطی های خود گرمایی ویژه خوردن مواد غذایی ◀ ۳۹
- بسته بندی ترکیبی (کامپوزیت) ◀ ۴۰
- خواص شیمیایی مواد پلاستیکی ◀ ۴۲
- بسته بندی خرما برای اولین بار بدون استفاده از مواد شیمیایی افزودنی ◀ ۴۴
- معیارهای انتخاب صادرکنندگان نمونه اعلام شد (بسته بندی ۱۰ امتیاز) ◀ ۴۷
- معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی ◀ ۴۸
- اخبار بسته بندی ◀ ۵۰
- بسته بندی و پتروشیمی ◀ ۵۲
- بسته بندی در بورس تهران ◀ ۵۳
- واژه شناسی بسته بندی ◀ ۵۴
- تازه های کتاب بسته بندی ◀ ۵۶
- بازار بطری PET ناسامان است ◀ ۵۸
- هنوز با کیفیت مطلوب فاصله داریم ◀ ۵۸
- یک نمایشگاه در عربستان، یک نمایشگاه در آلمان ◀ ۵۸

# دهمین نمایشگاه ماشین آلات چاپ

۱۴ تا ۱۸ بهمن ۱۳۸۲



آن چه در ادامه می‌آید گفت و گوهای کوتاهی است که هنگام برگزاری نمایشگاه یا پس از آن با چندی از غرفه‌گذاران شده است. همان طور که خواهید خواند نظرات بسیار متفاوتی در باره کیفیت نمایشگاه وجود دارد. ماهنامه صنعت بسته‌بندی نیز با رعایت اصل بی‌طرفی همه نظرات را منتشر کرده است. نکته‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد این است که برگزارکنندگان نمایشگاه هر کدام در موارد خاصی دارای مسئولیت بوده و پاسخگو می‌باشند. بدین جهت از برگزارکنندگان دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران دعوت می‌شود هر یک بنا به حوزه مسئولیت خود در این نمایشگاه و برای روشنتر شدن اذهان غرفه‌گذاران ضمن توضیح حیطه مسئولیت و اختیارات خود اقدام به ارائه گزارش کار و پاسخگویی به نظرات مطرح شده در خصوص نمایشگاه دهم کنند.

## شادمهر: بعد از نشان ایزوو و CE حالا نوبت تندیس تولیدکننده نمونه است

شادمهر از بزرگترین سازندگان دستگاه‌های بسته‌بندی مواد گرانولی و پودری در ایران می‌باشد. امسال نیز طبق سنوات گذشته با ماشین‌آلات جدید خود در همکف سالن مبنا حضوری فعال داشت.

شادمهر در نمایشگاه دهم دستگاه ساشه با سیستم عملکرد پنوماتیک خود را به نمایش در



آورده بود. علی سبزی مدیرعامل شادمهر در این خصوص گفت: دستگاه ساشه دارای قابلیت و کارایی بسیار بالایی می‌باشد، می‌تواند مواد گرانولی و پودری از اوزان ۲ تا ۱۵ گرم را به صورت بسته‌های مدادی که در دنیا متداول می‌باشد انجام دهد.

این دستگاه ۲ نازله است و قابلیت افزایش تا ۱۰ نازل را دارد.

علی سبزی دستگاه هشت توزین شادمهر را یکی دیگر از دست‌آوردهای این شرکت عنوان کرد و افزود: این دستگاه توان بسته‌بندی مواد گرانولی از اوزان ۱۰۰ تا ۱۰۰۰ گرم با سرعت ۶۰ بسته در دقیقه را دارد که در تلاش هستیم سرعت را به ۱۲۰ بسته در دقیقه برسانیم.

شایان ذکر است شرکت شادمهر در طول فعالیت خود توانسته گواهینامه ISO-۲۰۰۱ مبتنی بر ویرایش ۲۰۰۰ و گواهی استاندارد و ایمنی CE اروپا از TUV اطریش و تندیس تولیدکننده نمونه از جشنواره تولید ملی را دریافت کند.

مدیرعامل شادمهر به نحوه برگزاری نمایشگاه انتقاد کرد و گفت در طول ۱۰ دوره گذشته تنها نمایشگاهی که در سال ۷۳ برگزار شده بود رضایت ما را جلب کرد و در واقع هم بهترین دوره بود. اما نمایشگاه دهم نیز مانند نمایشگاه‌های دوره قبل نتوانست انتظارات را برآورده سازد. مانند گذشته عدم اطلاع‌رسانی مناسب هم بازدیدکننده نمایشگاه را محدود کرد و هم زحمات ما را به هدر داد. بدین ترتیب نمایشگاه امسال از اقبال عمومی کمتری برخوردار بود. به همین منظور اکثر بازدیدکنندگان را خودمان دعوت کرده بودیم. مجریان نمایشگاه روز یکشنبه کارتهای دعوت را به ما تحویل داده‌اند یعنی دو روز قبل از بازگشایی نمایشگاه. با توجه به این که روز قبل از افتتاحیه یعنی دوشنبه تعطیل عمومی بود هیچ فکری نکرده بودند که ما چگونه این دعوت‌نامه‌ها را به شهرستان ارسال کرده و همکاران و مشتریان خود را به نمایشگاه دعوت



# بین المللی و بسته بندی -تهران



تاکید کرد: «اطلاع رسانی نمایشگاه هم سه ساله یک معضل شده است. با توجه به هزینه های سنگینی که شرکتها متحمل می شوند متأسفانه بازدهی لازم را به دست نمی آورد. برای اطلاع رسانی خود شرکت کنندگان بیشتر از مجریان زحمت می کشند. ما خودمان به تمام مراکز، شهرستانها و مشتریان خود وجود نمایشگاه را اطلاع دادیم. در صورتی که باید برگزارکنندگان به دفعات متعدد از طریق رسانه های دیداری، شنیداری و نوشتاری این رویداد بزرگ را منعکس کنند تا استقبال خوبی به عمل آید.»

کشاورز زاده به تقارن نمایشگاه لوازم خانگی و چاپ و بسته بندی، رنگ و رزین اشاره کرد و گفت: تقارن دو نمایشگاه متفاوت بازدیدکنندگان و مخاطبان را تحت الشعاع قرار داده بود. همین امر موجب شد تا بازدیدکننده غیرمتخصص زیاد شود. بویژه روزهای پنجشنبه و جمعه که ترافیک حجیم در محدوده نمایشگاه و پارکینگ شده بود. از مسائل دیگر غرفه چینی نامناسب بود که موجب شده بود ستونهای بزرگ در وسط غرفه های بزرگ پدیدار شود و صحنه ناپسندی را رقم زند و یا زیبایی غرفه ها را تحت تاثیر قرار دهد.



ماشین آلات و تجهیزات کارتن سازی، کاغذسازی، تبدیل کاغذ، لمینت و کتینگ می باشد و در سالهای اخیر گام را از تولید فراتر نهاده و با احداث واحدهای تخصصی تحقیقات و طراحی و همکاری با واحدهای مرتبط، خود را در حد صاحب نظر و تولیدکننده دانش فنی مطرح کرده است.

پنساره در حالی در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت می کند که گامهایی مهم در زمینه اتوماسیون ماشین آلات خود و همچنین ارایه این فن آوری به مشتریان برای تلفیق ماشین آلات داخلی و خارجی خود با سیستم اتوماسیون جهت برطرف شدن نیازهایشان برداشته است.

کشاورز زاده مدیرعامل پنساره معتقد است که این شرکت تنها واحد موجود در ایران است که مجموعه کامل ماشین آلات کارتن سازی و کاغذسازی را در اختیار دارد.

وی وضعیت نمایشگاه را از حیث فضا گسترده تر از سال گذشته عنوان کرد اما از لحاظ کیفیت برگزاری، تفاوت چندانی نسبت به سالهای گذشته قایل نشد. وی مانند گذشته از زمان برگزاری نمایشگاه گله داشت و متذکر شد که نمایشگاه چاپ و بسته بندی تاثیر قابل ملاحظه ای نه برای مشتریان و نه برای شرکت کنندگان ندارد.

مدیرعامل پنساره عدم اطلاع رسانی مناسب را از معایب دیگر نمایشگاه دانست و



کنیم. به همین خاطر مجبور شدیم از طرق مختلف از آنها دعوت به عمل آوریم.

حتی داخل نمایشگاه هم اطلاع رسانی نشده بود. بازدیدکنندگان برای یافتن یک غرفه باید تمام سالن را می گشتند و برای راهنمایی آنها در بیرون سالنهای تابلوی راهنما نصب نکرده بودند.

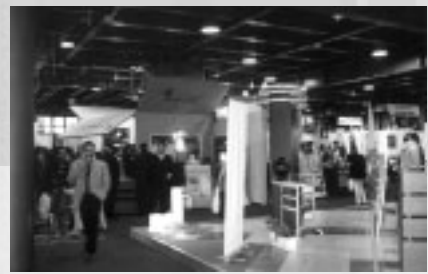
سال گذشته در نمایشگاه، دوربین فیلمبرداری ما را به سرقت بردند. امسال وسایل پذیرائیمان را. امسال نیز مانند پارسال که در کنار درب اصلی بودیم از سرما به خود لرزیدیم ولی امیدواریم که نواقص نمایشگاه در آینده و دوره های آتی برطرف شود.

مدیرعامل شادمهر درباره وضعیت صنعت بسته بندی گفت: پیشرفتهای خوبی در کشور حاصل شده و بسته بندی در کشور جا افتاده است. هر چند که فاصله ها با کشورهای صاحب نام و توسعه یافته داریم اما برخی از صنعتگران در سالهای اخیر قدم در راه صادرات نهاده اند و با رقبای بزرگ و صاحب نام رقابت می کنند. شادمهر نیز از این قاعده مستثنی نیست و در حال حاضر به کشورهای مشترک المنافع و حوزه خلیج فارس و برخی کشورهای آفریقایی دستگاه صادر کرده است.

## پنساره، مجموعه کامل ماشین آلات کارتن سازی و کاغذسازی

پنساره یکی از بزرگترین سازندگان





درخواست اشانتیون از طرف بازدیدکنندگان متخصص و غیرمتخصص هم رسم معمول نمایشگاه شده که شرایط نامناسبی را بر نمایشگاه حاکم کرده است. وی در پایان از برگزارکنندگان نمایشگاه خواست که به نظرات شرکت کنندگان اهمیت دهند تا سال آینده بتوانند نمایشگاهی درخور و شایسته برگزار کنند.

### کارتن توحید، غرفه‌ای که در کارتن بود

کارتن توحید همان غرفه‌ای است که خود را در کارتنی مکعبی شکل جای داده بود و با غرفه‌سازی زیبا در سالن میلاد توجه بسیاری را به سوی خود جلب کرده بود. این شرکت از کارتن‌سازهای بزرگی است که همواره با خرید و نصب ماشین‌آلات جدید سعی در رشد کیفیت تولیدات و خدمات خویش دارد. کرامتی مدیرعامل کارتن توحید درباره کیفیت محصولات این شرکت می‌گوید: همواره سعی داریم رضایت مشتری را از طریق

بالا بردن کیفیت جلب کنیم و در حال حاضر با ماشین‌آلات جدید اقدام به ساخت کارتتهای دایکاتی که در بسته‌بندی ظریف و فانتری مورد استفاده قرار می‌گیرد کردیم و مورد استقبال نیز قرار گرفت. کرامتی دومین حضور خود را در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی موثر و مثبت ارزیابی کرد و افزود: در این نمایشگاه توانستیم ارتباطات خوب و صمیمانه با همکاران و مشتریان داشته باشیم که مطمئناً نتایج مثبتی در بر خواهد داشت.

وی از برگزارکنندگان نمایشگاه به خاطر زحمات فراوانی که کشیده‌اند تقدیر و تشکر کرده و بویژه از حسن برخورد مسئول سالن میلاد احساس رضایت کرد.

وی به برخی از نارسائیهایی در نمایشگاه دهم اشاره کرد و گفت: نارسائیهایی باید بازگو شود تا در دوره‌های آتی رفع گردند. کرامتی در ادامه به پراکندگی کارتن‌سازها اشاره کرد و گفت: این پراکندگی نه به نفع بازدیدکنندگان بود و نه به نفع شرکت کنندگان. ما دوست داشتیم در کنار شرکتهای کارتن‌ساز حضور داشته باشیم. هم تعامل بیشتری با آنها داشته باشیم و هم بازدیدکنندگان در انتخاب محصول راحت‌تر باشند.

مدیرعامل کارتن توحید اطلاع‌رسانی نمایشگاه را سطحی عنوان کرد و تاکید کرد بیشتر بازدیدکنندگان را خودمان دعوت کرده



بودیم. بازدیدکننده جدید خیلی کم داشتیم و خارجی هم که اصلاً نداشتیم. به جز شرکتهایی در نمایشگاه حضور داشتند.

کرامتی زمان برگزاری نمایشگاه را بسیار نامطلوب ارزیابی کرد و اظهار داشت برای برگزاری چنین نمایشگاهی پرحجم و پرطرفدار اواخر بهمن مناسب نیست. زیرا شرکتهای مصرف‌کننده اقدام به خرید و انعقاد قرار داد در پایان سال نمی‌کنند و سعی دارند تصمیمات آنها منطبق با سال جدید و شرایط جدید باشد. از طرفی دیگر شرایط نامساعد آب و هوا در زمستان از گستره بازدیدکننده به خصوص شهرستانهای می‌کاهد.

مدیرعامل کارتن توحید درباره حضور شرکتهای خارجی در بازار ایران گفت: محاسن حضور آنها در بازار ایران عبارت است از آشنا شدن ما با تکنولوژی روز، افزایش سطح کیفی استاندارد و هشدار برای تولیدکنندگان داخلی که به کیفیت و سرعت رشد و توسعه خود اهمیت قایل شوند. معایب آن نیز حضور

نیز تعیین تکلیف کنند.

اما پیش از آن که ایشان تیغ بیرون کشیده و به دلیل نقد این گونه از عملکردشان ما را مورد کم‌لطفی قرار دهند باید به چند نکته اشاره کنیم:

۱- حسن ظن به ما می‌آموزد که بگوئیم سران اتحادیه محترم صنف چاپ هیچ نظری به صنعت بسته‌بندی ندارند بلکه به دلیل ارتباط این صنعت با صنعت چاپ و تنها از سر حس مسئولیت لطف کرده و مسئولیت صنعت بی‌انجمن و اتحادیه بسته‌بندی را نیز تقبل کرده و مجبور شدند با کسانی که نه ایشان آنها را می‌شناختند و نه آنها ایشان را، سر و کله زده و پاسخگوی انتقادات آنها باشند.

۲- تا زمانی که دست‌اندرکاران صنعت بسته‌بندی نتوانند با یکدیگر به تفاهم رسیده و تشکلی ایجاد کنند همین آتش است و همین کاسه، یعنی امور ایشان را به تشکل دیگری می‌سپارند و اگر آن تشکل نتوانست نماینده واقعی ایشان باشد به جای اعتراض باید به سر خود بکوبند و واسفا بگویند.

البته ما معتقدیم که سران اتحادیه محترم

## نمایشگاه را چاپی کردند و رفت

است فرهنگ‌سازی شود که بسته‌بندی بدون چاپ معنی ندارد.

تنها سخنران (آقای کلاری) نمایشگاه که نماد شرکت کنندگان و برگزارکنندگان نمایشگاه بود کاملاً از دریچه چاپ و صنف چاپ صحبت کرد و فرصت مناسبی که برای ارائه گزارشات و آمارهای مفید و موثر در زمینه صنعت بسته‌بندی وجود داشت از دست رفت. سخنران دوم یعنی معاون وزیر ارشاد وضع را بدتر کرد و موضوع را کاملاً به سمت نشر سوق داد. بسیاری از آنها که پس از رفتن آقای رفسنجانی سالن را ترک کردند در واقع در این مراسم جایی برای خود نمی‌دیدند.

عزیزان مجری نمایشگاه برای گرفتن نیروی متخصص و کارشناس در زمینه بسته‌بندی حتی یک استعلام نکردند. همه اینها به واسطه آن است که ایشان جایگاه بسته‌بندی را در دل خود می‌دانند و معتقد هستند که می‌توانند برای صنایع بسته‌بندی

نمی‌دانیم چه اصراری است که بسته‌بندی به چاپ چسبیده باشد. جالب است که اتحادیه محترم چاپخانه‌داران اصرار دارد که بسته‌بندی را مربوط به خود و زیرمجموعه خود بدانند. از این جا می‌گوئیم اصرار دارد که عملکرد و گفتار ایشان چنین نشان می‌دهد. یعنی نه در تیمهای رهبری و مدیریت نمایشگاه، نه در مراسم افتتاحیه و نه هنگام بازدید مقامات مدعو هیچ کلام یا اثری از نمایندگان صنعت بسته‌بندی کشور بخصوص آن قسمتهایی که به چاپ هیچ ربطی ندارد وجود ندارد.

هنگام هدایت افتتاح‌کننده نمایشگاه و ارائه توضیحات به وی هیچ شخصیتی که معرف بخش غیر چاپی بسته‌بندی باشد به کار گرفته نشد. در تمام متون تهیه شده برای مراسم افتتاحیه تاکید و اصرار عجیبی بر عبارت «چاپ و بسته‌بندی» وجود داشت و مجری برنامه حتی یک بار به تنهایی به واژه و کاربرد بسته‌بندی اشاره نکرد. انگار قرار



وی بازدیدکنندگان را از لحاظ کمی گسترده و زیاد توصیف کرد اما از لحاظ کیفی معتقد بود که انتظارات را برآورده نکرده است. وی در ادامه به مسائلی از قبیل ضعیف بودن نظافت سالن‌ها، ترافیک محدوده و درون نمایشگاه عدم سرویس دهی مناسب اشاره کرد. مدیر بازرگانی چاپ خاورمیانه هدف این چاپخانه را رضایت مشتری توأم با رشد کیفیت و سرعت در کار عنوان کرد. وی در پایان از ماهنامه صنعت بسته‌بندی به خاطر انعکاس اخبار و اطلاعات مفید در حوزه صنعت چاپ و بسته‌بندی و تهیه گزارشهای مستقیم در نمایشگاهها و گفتگو با صنعتگران تقدیر و تشکر کرد.

### پایاپک: رقابت در صنعت ناسالم است.

باقری شرکت پایاپک را سازنده دستگاه‌های چسب‌زنی زیر و رو کارتن معرفی کرد و گفت: برای اولین بار دستگاه اتوماتیک چسب‌زن خود را به نمایشگاه آورده‌ایم و

به حضور کم‌رنگ شرکت‌های چاپ و تولیدکننده فیلم اشاره کرد و گفت: عدم حضور برخی از آنها تا آن جایی که مطلع هستم به خاطر مسایل نمایشگاهی است. زیرا عدم توجه مجریان نمایشگاهی به برگزاری نمایشگاهها، موجب دلسرد شدن شرکتها و عدم بازدهی مناسب برای آنها شده است. در حالی که نمایشگاهها محل تجلی صنعت و فن‌آوری می‌باشند و اگر وضعیت نمایشگاهها به همین منوال پیش برود و شرکتها حضورشان کم‌رنگ شود نگران‌کننده خواهد شد.

مدیر بازرگانی چاپ خاورمیانه درباره کیفیت چاپ این موسسه گفت: فلکسو تخصص ماست و با همین هدف دستگاه خروجی فیلم را نصب و راه‌اندازی کرده و مشکل بسیاری از مشتریان را حل کردیم. یعنی عکس تحویل می‌دهید کار چاپ شده حرفه‌ای تحویل می‌گیرید. وی اظهار امیدواری کرد که بتواند در اواسط سال آینده دستگاه هشت رنگ هلیوگراور را نصب و راه‌اندازی نماید که در آن صورت مجموعه کاملی را گرد خواهند آورد.

روح‌روان درباره وضعیت نمایشگاه گفت: تقارن نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی با لوازم خانگی تنها موجب ازدحام و شلوغی شده بود و همین امر باعث حضور بازدیدکنندگان غیر متخصص و درخواست اشانتیون‌های متعدد شده بود.



دیگران در بازار، آن هم بازار رقابتی فشرده است. با توجه به این که در شرایط فعلی بسیاری از کارتن‌سازها بیکار هستند و شرایط رقابت هم برابر و عادلانه نیست به آمار بیکاری و رکود اضافه خواهد شد.

وی فن‌آوری جدید در این نمایشگاه را نسبتاً خوب توصیف کرد و گفت برخی از شرکتها حرفی برای گفتن داشتند. وانگهی توسعه فن‌آوری بسته‌بندی در کشورمان با توجه به نیاز کشور و پیشرفت روزافزون آن امر ضروری و اجتناب‌ناپذیر است.

### چاپ خاورمیانه:

#### سال آینده با دستگاه هشت رنگ هلیوگراور

چاپ خاورمیانه در زمینه چاپ لفافهای بسته‌بندی، بهداشتی، دارویی و غذایی فعالیت می‌کند. این شرکت اولین حضور نمایشگاهی خود را از دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی از سالن میلاد آغاز کرده است. روح‌روان مدیر بازرگانی چاپ خاورمیانه

بسته‌بندی در ایران فکر کرد. متأسفانه واقعیتها چنان در هم و پیچیده شدند که ظاهرشان در کل پر از ایراد و نقص به نظر می‌آید در حالی که وقتی این کلاف را از هم باز کنی می‌بینی همه چیز سالم و درست است فقط هیچ چیز سر جای خودش نبوده است.

دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران علی‌رغم افزایش غرفه‌گذاران نسبت به سالهای گذشته در جذب واحدهای زیادی که اغلب آنها در حوزه کاری اتحادیه چاپخانه‌داران نبودند موفق نبوده و در واقع ایشان را از دست داده است. فقدان بخشهای مربوط به پلاستیک که در سالهای قبل حضور داشتند از جمله نقاط ضعف این دوره از نمایشگاه است. اگر نگاه مجریان نمایشگاه به موضوع نمایشگاه تا این حد چاپی و دو بعدی نبود، اگر ایشان با عنایت به اصل «نقص نسبی دانش بشری» کمی با خارج از حوزه خود تعامل کرده و از دیگران یاری می‌گرفتند درمی‌یافتند که استعداد صنعت بسته‌بندی بسیار بیش از آن است که ایشان می‌شناسند.

حتی اگر قرار بود پنج جمله هم راجع به این صنعت گفته شود جمله‌هایی بسیار بهتر از آن عبارات تکراری را می‌شد گفت.

موضوع وزن سنگین بخش بسته‌بندی نسبت به بخش چاپ و اهمیت و تعیین‌کننده بودن سرمایه‌گذاری بخش بسته‌بندی در صنایع مشترک بسته‌بندی و چاپ به وضوح در نمایشگاه‌های چاپ و بسته‌بندی دیده می‌شود.

ظروف یکبار مصرف، تسمه‌ها، صندوقها و پالت‌ها، عایقها به همراه ماشین‌آلات ساخت آنها، ماشین‌آلات پرکن و ترتیب‌کن، ماشین‌آلات شرینگ، وکیوم، ترموفرمینگ و امثال آنها، صنعت کارتن که تنها درصدی از آن با چاپ مناسب دارد و موارد متفرقه بسیاری وجود دارند که هیچ ربطی به چاپ و مشغولیت ذهنی اعضای محترم اتحادیه چاپخانه‌داران ندارند. بار دیگر باید گفت که در واقع ایشان لطف کردند و جور این بخش‌ها را هم کشیدند و اگر ایشان بگویند که شما با این ادعایتان اگر عرضه داشتید نمایشگاه را به ما نمی‌دادند باید به سرعت به تشکلهای ایجاد نشده و عدم تعامل صنایع

چاپخانه‌داران بهتر از این می‌توانستند عمل کنند. شاید وجود یکی از قدیمیهای چاپ لفاف بسته‌بندی در هیئت رئیسه اتحادیه این شبهه را برای اتحادیه به وجود آورده که دیگر نیازی به کارشناس برای صنعت بسته‌بندی احساس نمی‌شود و ایشان از بالاترین پائین صنعت بسته‌بندی را کفایت می‌کند.

شایان ذکر است که گفتار خود ایشان این نظر را تأیید می‌کند. نکته دیگر این است که سران اتحادیه محترم چاپخانه‌داران در کوچک‌اندگاری و نگاه پدرا نه به دیگران بسیار توانا هستند و البته می‌دانیم این طور نیست که آنهايي که با ایشان همبازی نیستند در رقم آورده نشوند!

باور این قضیه سخت است که سران اتحادیه محترم چاپ در یافتن فردی که بتواند از صنعت بسته‌بندی به درستی و درخور این صنعت بگوید یا متنی را به سخنران و مجری بدهد ناتوان بوده باشند. اگر هم تصور دارند آن چه که از بسته‌بندی در مراسم اتحادیه گفته شد این صنعت را کفایت می‌کند ما به عنوان تنها مرکز این صنعت در ایران آن را در می‌کنیم و می‌گوئیم



بازدیدکنندگان نیز از آن استقبال خوبی به عمل آوردند.

وی به وضعیت صنعت بسته‌بندی پرداخت و افزود: بسته‌بندی در کشور خوب رشد کرده است و فرهنگ آن نیز کم و بیش جا افتاده است و موید این موضوع حضور حضور پرشور صنعتگران در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی می‌باشد. وی به رقابت ناسالم صنعت بسته‌بندی اشاره کرد و گفت: این امر در صنعت نگرانیها و معضلاتی را پدید آورده است امیدوارم که مسئولان و صنعتگران برای حل آن چاره‌ای اساسی بیاندیشند.

وی در ادامه نحوه برگزاری نمایشگاه را نامناسب ارزیابی کرد و متذکر شد که سالیان سال است که در ایران این نمایشگاه برگزار می‌شود اما دلیل این که چرا خدمات مناسب ارایه نمی‌کنند را نمی‌دانیم.

سالن مینا از سالنهای اصلی نمایشگاه است و همه ساله در اختیار چاپ و بسته‌بندی می‌باشد. واقعاً در زمان نمایشگاه نظافت، سرویس بهداشتی، برق و... در این سالن همواره با مشکلاتی مواجه بوده است.

### پرشورتکنیک و کرینت کارگراف

Lion Paderno مدیر فروش شرکت کرینت کارگراف در گفتگو با ماهنامه بسته‌بندی این



شرکت و فعالیت‌های آن را چنین توصیف کرد: کرینت کارگراف ۴۵ سال پیش تاسیس شده است. تولیدات ما شامل دستگاه‌های چاپ فلکسو ۴، ۶، ۸ و ۱۰ رنگ است که به صورت برون‌دنده می‌باشند. بازار ایران برای ما ناشناخته بود اما از یکسال پیش فعالیتیمان را در بازار ایران شروع کردیم.

وی در ادامه با بیان این که اولین سال است که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران شرکت می‌کند یادآور شد در حالی که در آلمان دو شرکت بزرگ وجود داشته و در فرانسه تقریباً هیچ شرکتی مهمی در این زمینه وجود ندارد، در ایتالیا حدود بیست شرکت در بازار چاپ فلکسو با یکدیگر رقابت می‌کنند.

ناصری مدیر عامل شرکت پرشورتکنیک و نماینده کرینت کارگراف در ایران می‌گوید: ما فعالیتیمان را از ۳۳ سال پیش با شرکت ساکورایی ژاپن در زمینه چاپ افسست آغاز کرده‌ایم.

به علت رشد بسته‌بندی در یکی دو سال گذشته و استقبال تولیدکنندگان از ماشین‌آلات ما به خاطر کارایی ماشین‌آلات دست دوم که در گذشته ارائه شد، استقبال خوبی از دستگاه‌های تولید این کارخانه شده است به طوری که در مدت یکسال گذشته که به عنوان نماینده در ایران همکاری خود را با کرینت

کارگراف آغاز کرده‌ایم، یک دستگاه چاپ شش رنگ را به شرکت پرنیان چاپ فروخته‌ایم و قرارداد فروش دو دستگاه دیگر نیز در آینده نزدیک بسته خواهد شد.

اما ناصری از روند برگزاری نمایشگاه ابراز نارضایتی کرد و معتقد بود که نمایشگاه ایران پلاست امسال از نظر مدیریتی بسیار موفق‌تر از چاپ و بسته‌بندی برگزار شد. وی گفت امسال ما با شرکت کرینت کارگراف در ایران پلاست نیز شرکت کرده بودیم اما نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی از لحاظ سرویس‌دهی اعم از تجهیز غرفه‌ها (میز و صندلی و برق سالن) بسیار ضعیف بود در حالی که از ما در ازای هر متر از غرفه مبلغ ۳۰۰ دلار اجاره دریافت کرده بودند، وی ناهماهنگی در روند پیش از نمایشگاه را نیز از دیگر نقاط ضعف چاپ و بسته‌بندی دهم یاد کرد.

### نوین ماشین:

#### ماشین بسته‌بندی میله‌ای با سیستم توزین

نوین ماشین اولین سازنده دستگاه‌های بسته‌بندی در ایران می‌باشد که در تمام دوره‌های نمایشگاهی حضور داشته است و امسال نیز در سالن میلاد با اختصاص فضایی در حدود ۱۵۰ متر در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی حضوری پرشور و فعال داشت.

ریخته‌گران رییس هیئت مدیره نوین ماشین درباره حضور این شرکت در نمایشگاه‌ها گفت: ما تاکنون در ۱۴ دوره نمایشگاهی شرکت کردیم که ۱۰ دوره آن به صورت تخصصی بوده است. وی آخرین دست‌آورد نوین ماشین را ساخت ماشین بسته‌بندی میله‌ای با سیستم توزین عنوان کرد و گفت این ماشین در بسته‌بندی

تبلیغات، این امر میسر خواهد شد. البته این بدان معنا نیست که حضور در نمایشگاه حتماً با تصرف متراژ وسیعی از سالن و یا با دکورهای بسیار گران همراه باشد. هر بخش در حد بودجه تبلیغاتی خود می‌تواند اعلام حضور نموده و ثمره این حضور را ببیند.

### یک گلابه:

صدای اره برقی، بوی چسب، صدای گوشخراش دریل و... تمام اینها مربوط به روز افتتاحیه می‌باشد. بعد از افتتاح نمایشگاه توسط رییس مجمع تشخیص مصلحت نظام و اتمام افتتاحیه، منتظر بازگشایی غرفه‌ها و آغاز به کار نمایشگاه بودیم که تازه با جرتقیل و حمل ماشین‌آلات بزرگ، چسباندن موکت کف غرفه‌ها و... مواجه گشتیم.

ده سال از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی

# پس از یک دهه تجربه

شروین سلیمی

حضور فعال صنعتگران این بخش مهم از صنایع، در نمایشگاه می‌باشد. حضور صنایع بسته‌بندی با قدرت و حضوری چشمگیرتر نسبت به سال و سالهای گذشته باعث قوت قلب و دلگرمی جهت فعالیت مستمر در این صنعت می‌باشد.

حتماً در بدو ورود به سالن میلاد با غرفه بزرگ و زیبایی کارتن توحید مواجه شده‌ و از نظراتان دور نمانده است. علت اصلی این همه هزینه و زمان برای تبلیغات، پیشبرد کیفیت و جذب بخش وسیعتری از بازار بسته‌بندی می‌باشد که حتماً طبق قاعده

دهمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی در هجدهم بهمن ماه به کار خود پایان داد. یک دهه تجربه در این صنعت جهت شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی خود سندی محکم در پیشرفت این صنایع علی‌الخصوص پیشرفت چشمگیر صنعت بسته‌بندی طی یک دهه فعالیت مستمر بوده است.

از قدمت صنعت چاپ و حضور مهم این صنعت در نمایشگاه صحبتی به میان نمی‌آوریم و این مقوله را به جای خود می‌گذاریم. مبحث بر سر صنعت بسته‌بندی و



ماکارونی و محصولات مشابه آن کاربرد فراوانی دارد.

رییس هیئت مدیره نوین ماشین از نحوه برگزاری نمایشگاه دهم ابراز ناخرسندی کرد و گفت: نمایشگاه امسال رضایت ما را جلب نکرد و مانند گذشته باز هم مشکلات گذشته در نمایشگاه موج می‌زد. برگزارکنندگان تا روزهای پایانی هیچ طرح و ماکتی از نمایشگاه ارائه نکرده بودند بلکه ما تا ۵ پنج روز قبل از افتتاح نمی‌دانستیم کجا غرفه داریم تا برای غرفه‌سازی خود تدبیری بیاندیشیم. در حالی که (چهار ماه) قبل پیش پرداخت داده بودیم و قرار بود که ما را در سالن مبنا کنار همکارانمان قرار دهند متأسفانه ما را در سالن میلاد جای دادند. همان طور که می‌دانید سالن میلاد دارای ارتفاع مناسب برای شرکت‌هایی که قصد غرفه‌سازی و معرفی ماشین آلات دارند نیست.

ریخته‌گران خدمات نمایشگاه را نسبتاً مثبت ارزیابی کرد. و در ادامه به هزینه‌های سنگین نمایشگاهی اشاره کرد و افزود: قیمت‌ها در نمایشگاه رشد خوبی داشت اما مشکلات و معضلات در برنامه‌ریزی، مدیریت، اطلاع‌رسانی، تقارن چندین نمایشگاه به صورت همزمان هنوز پابرجاست. او معتقد است زمان نمایشگاه نامناسب است و اظهار داشت که پایان سال معمولاً شرکتی به قصد خرید و انعقاد قرارداد به نمایشگاه نمی‌آید. چون در پایان سال با هزینه‌های جاری، حقوق، عیدی، مالیات، عوارض و... مواجه است.

بنابر این بازدهی نمایشگاه برای سال آینده خواهد بود که در آن صورت بسیاری از مسایل از جمله قیمت، دستمزد، هزینه‌های تولید با

توجه به تورم سالیانه در کشور افزایش می‌یابد. در حالی که مادر نمایشگاه قیمت امسال و الان را اعلام می‌کنیم نه سال آینده را، بنابر این مشتری نیز با توجه به تدابیری که قبل از سال جدید اندیشیده بود متفاوت می‌بیند و متوجه می‌شود که شرایط خرید سخت شده و گاهی اوقات این نوسانات موجب منصرف شدن مشتری از خرید دستگاه می‌شود. امیدوارم مسئولان نمایشگاهی به این موارد توجه کنند که نمایشگاه پایان سال باید مختص مایحتاج عمومی از قبیل خوراک، پوشاک، مبلمان و دکوراسیون و لوازم خانگی باشد.

رییس هیئت مدیره نوین ماشین از اطلاع‌رسانی نمایشگاه به شدت انتقاد کرد و اظهار داشت بیشتر بازدیدکنندگان را خودمان دعوت کرده بودیم و همان‌ها هم از نمایشگاه دیدن کردند. بازدیدکننده جدیدی نداشتیم. وی متذکر شد اگر نمایشگاه‌ها به چنین روشی برگزار شود حضور شرکتها به مرور زمان کم رنگ‌تر خواهد شد اگر امروز ۱۵۰ متر غرفه تقاضا می‌کنیم تنها به خاطر حضور است. در سالهای آتی در غرفه ۲۰ متری شرکت خواهیم کرد.

وی در پایان تسهیلات ویژه برای خریداران دستگاه‌های نوین ماشین را یادآور شد و گفت به جز گارانتی و خدمات پس از فروش تا سقف ۷۰ درصد وام به خریداران اعطا می‌کنیم.

### ماشین پارس: خدمات نمایشگاه بهتر از گذشته بود.

شرکت ماشین پارس سازنده دستگاه‌های منگنه و دوخت کارتن چهارمین حضور خود را با هدف جذب بازارهای جدید و تبادل اطلاعات با همکاران در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تجربه می‌کرد.

حمیدرضا حیدری مدیرعامل شرکت نیز گفت: شرکت ماشین سازی پارس گسترش از سال ۷۱ در زمینه طراحی و ساخت ماشین آلات کارتن‌سازی فعالیت خود را آغاز و با تلاش مستمر در این راستا در سال ۱۳۷۹ موفق به دریافت گواهی فعالیت صنعتی از وزارت محترم صنایع گردید. سالها تجربه موفق و رضایت کامل و اعتماد مشتریان گرامی پشتوانه و مشوق این شرکت در جهت دقت هر چه بیشتر برای ارائه ماشین آلات با کیفیت بسیار بالا در ایران است این شرکت با تولید ماشین آلات چاپ کارتن، برش کارتن، دایکات تخت و ضربه‌ای و منگنه با استفاده از دانش فنی بالا سهم بسزایی در خودکفائی صنعت بسته‌بندی ایران ایفا کرده است.

وی افزود: دستگاههای چاپ این شرکت قابلیت چاپ ترام و تن پلات و وسیع بر روی انواع ورق و کارتن را در تمامی ابعاد دارا می‌باشد. دستگاه منگنه کارتن با سرعت زیاد و

همکارم در غرفه ماشین‌سازی رایفن هویزر (یکی از سازندگان بزرگ ماشین‌آلات بسته‌بندی در دنیا در حال مصاحبه با شخص رایفن هویزر، مدیرعامل شرکت (و رییس نمایشگاه KA۲۰۰۴) بودیم. در حین مصاحبه ناگهان برق سالن ۳۸ صدایی شبیه صدای انفجار و دود غلیظ قطع شد. این موضوع برای ایرانیهای مستقر در غرفه جای ترس و وحشت داشت، چه رسد به شخصی که برای اولین بار به این کشور آمده بود. وی طی مصاحبه با وحشتی که در چشمانش به خوبی قابل رویت بود از وضعیت پیش آمده اظهار تأسف کرد. متأسفانه این موضوع در مورد یک ایبیدی شده و در تمام نمایشگاه‌ها امکان پیش آمدن این قضیه می‌باشد. ما نیز مانند همیشه فقط می‌توانیم آرزو کنیم در نمایشگاه‌های بعدی شاهد این قضایا نباشیم.

بعد از ظهر با صدای یک جرقه تاریکی بخش وسیعی از طبقه دوم سالن را در بر گرفت، جوابی از مسئولان شنیده نشد. این موضوع طی چند بار در آن روز صورت گرفت. روز چهارشنبه پانزدهم بهمن ماه همان اتفاق روز گذشته و تاریکی.

روز پنج شنبه... و تاریکی. روز جمعه، شلوغ‌ترین روز نمایشگاه در جلوی غرفه ماهنامه صنعت بسته‌بندی تقریباً یک ازدحام سی نفره دیده می‌شد. از بلندگوی سالن خبر احتمال قطعی برق داده شد و در پی این اخطار، برقها قطع و تاریکی حاکم بر سالن زحمات تعداد زیادی از شرکت‌کنندگان را به باد داد.

این موضوع خاطره‌ای را به ذهن من آورد. در نمایشگاه ایران پلاست (آذر ماه ۱۳۸۲) ساعت تقریباً سه بعد از ظهر به همراه

می‌گذرد و هنوز در زمان بندی ساخت غرفه با مشکل مواجه می‌شویم. هنگامی که در غروب روز عید قربان با چهره خسته و مضطرب برگزارکنندگان که در تهیه و تدارک برنامه روز افتتاحیه بودند برخورد می‌کردیم و پای درد دل ایشان می‌نشستیم متوجه کوتاهی تعدادی از غرفه‌گذاران در خصوص برپائی غرفه‌هایشان می‌شدیم. البته شایان ذکر است که تعداد زیادی از غرفه‌گذاران بار اول یا دومی بود که در نمایشگاه حاضر می‌شدند.

### خانه در تاریکی:

نمایشگاه بین‌المللی تهران؛ محل برگزاری مهمترین نمایشگاه‌های تخصصی و صنعتی، سالن مبنا (زیباترین سالن نمایشگاه) روز سه شنبه چهاردهم بهمن ماه ساعت یک

قدرت ضربه بالا به دلیل هد متحرک و میز، امکان دوخت انواع کارتن سه‌لا و پنج‌لا، لمینیتی و کارتن پلاستیک در تمامی ابعاد را فراهم می‌آورد. حیدری معتقد است تمام قطعات دستگاه‌های این شرکت با طراحی مهندسی ساخته شده و شماره قطعات به مشتریان این امکان را می‌دهد که با سهولت از سرویس‌دهی و خدمات پس از فروش استفاده کنند. حیدری درباره کیفیت حضور خود در نمایشگاه دهم گفت: این شرکت در نمایشگاه سال ۸۲ به صورت فعال شرکت کرده و در غرفه‌ای به مساحت ۵۰ متر مربع دستگاه‌های خود را عرضه کرده که یکی از پربیننده‌ترین غرفه‌های نمایشگاه بوده است.

کاشانیان مدیر بازرگانی ماشین‌سازی پارس آخرین دست‌آورد این شرکت را ساخت دستگاه منگنه و دوخت کارتن به شیوه مکانیکی و طراحی قسمتهای حساس از جمله چکش، ضربه‌زن و سندان این دستگاه‌ها به شیوه مصرف دو طرفه از این قطعات عنوان کرد. وی افزود برخی از قطعات حساس این دستگاه طوری طراحی شده‌اند که پس از مستهلک شدن نیاز به تعویض آنها نیست بلکه با برگرداندن آن می‌شود از طرف مقابل آن

استفاده کرد.

وی همچنین به دستگاه چاپ دو رنگ اشاره کرد و گفت این دستگاه برای چاپ کارتن یخچال طراحی شده و به خوبی مورد استقبال بازدیدکنندگان قرار گرفت. مدیر بازرگانی پارس ماشین به زمان نمایشگاه انتقاد کرد و گفت: نیمه دوم بهمن‌ماه درست زمان اوج حجم کار و پرداخت هزینه‌های پایان سال می‌باشد. از طرفی بسیاری از شرکتهای کارتن‌سازی اقدام به خرید ورق می‌کنند و دیگر توان خرید دستگاه را ندارند. به نظر من بهترین زمان چنین نمایشگاهی خردادماه می‌باشد. کاشانیان به اطلاع‌رسانی ضعیف نمایشگاه اشاره کرد و گفت: اطلاع‌رسانی نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در مقابل دو نمایشگاه دیگر لوازم خانگی و رنگ رزین به مراتب ضعیف‌تر بود. در حالی که صنعت چاپ و بسته‌بندی بزرگترین گردهمایی خود را در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی رقم می‌زند.

وی غرفه‌بندی سالن‌ها را نامناسب ارزیابی کرد و توضیح داد در سالن میلاد ستونهای بزرگ بین غرفه‌ها قرار داشت که هم چهره سالن را زشت کرده بود و هم مانع دید کامل برخی غرفه‌ها می‌شد. به خاطر همین مسئله

غرفه‌سازی‌ها نامناسب و راهروها کم عرض شده بود و بازدیدکنندگان بدون بازدید از برخی راهروها و غرفه‌ها سالن را ترک می‌کردند و یا برای پیدا کردن غرفه مورد نظر زیاد معطل می‌شدند. وی در پایان افزود: در مجموع از برگزارکنندگان به خاطر زحماتی که کشیده‌اند تشکر می‌کنیم. زیرا آرایه خدمات نسبت به گذشته بهتر بود.

### کارتن‌ماشین:

#### بهمن ماه بهترین زمان نمایشگاه است.

کارتن‌ماشین تولیدکننده دستگاه ورق کارتن برای دومین بار در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شرکت می‌کرد.

نیک فرجام مسئول غرفه بر خلاف بسیاری از شرکت‌کنندگان و همکاران خود زمان نمایشگاه را بسیار مطلوب توصیف کرد و گفت: بهمن ماه بهترین زمان نمایشگاه می‌باشد. زیرا می‌توانیم در این طرف سال سفارش دستگاه بگیریم و فصل بهار که معمولاً فصل رکود می‌باشد به ساخت سفارشات مشغول شویم و بحران بیکاری و رکود را پشت سر بگذاریم.

وی نمایشگاه دهم را نسبت به نمایشگاه‌های دیگر مطلوب و مؤثر ارزیابی کرد

## نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی را جدی بگیریم

س. م. الف

معرفی آن به وسیله صاحبان فن، تحلیلهای موضوعی و کارشناسی در خصوص چگونگی دسترسی به نقطه کیفی بالا از طریق شرکتهای ممتاز آورده می‌شود.

۲. در برپایی هر دوره از نمایشگاه به آوندگان صنایع بسته‌بندی اطلاع‌رسانی می‌شود که در صورت دریافت امتیاز حد نصاب، تسهیلات ویژه‌ای جهت تولید فرآورده محصولی از طریق دولت در اختیارشان گذاشته خواهد شد.

۳. دست‌اندرکاران برپایی نمایشگاه در یک دوره بررسی چند ساله باید عملکردهای این صنایع را ارزیابی کرده باشند و دلایل افت و افزایش کیفی آنها را تحلیل نمایند و به دست‌اندرکاران صنایع اطلاع‌رسانی کنند.

۴. برای بازدیدکنندگان از نمایشگاه نیز شرایطی فراهم آورند که بین بازدیدکنندگان عامه و متخصصان تخصص آنها با دریافت نظرات کتبی یا با برپایی مسابقات علمی بوسیله پرسش‌نامه‌های مخصوص، اختلاف حاصل شود تا ضمن این اختلاف باعث افزایش معلومات و کمک به صنعت داخلی کشور گردد.

صادرکنندگان سنتی به صورت فله به سایر کشورها خصوصاً امارات و اسپانیا صادر می‌شود و پس از بسته‌بندی با بکارگیری برچسبهای انحصاری شرکتهای تابعه تحت عنوان (زعفران اسپانیا) در بازار جهانی عرضه می‌شود و این امر یکی عمده مسائل و مشکلات اطلاع‌رسانی مطلوب نظیر نمایشگاه‌ها و عدم استقبال از بکارگیری مراجع استانداردهای روز جهانی (نظیر ۲۰۰۲/ISO۳۶۳۱) می‌باشد.

البته راه کارهایی نیز برای ارتقاء کیفی نمایشگاه‌های صنعت چاپ و بسته‌بندی وجود دارد که در این جا آورده شده است:

۱. در گزارش اختتامیه هر ساله ضمن ارائه گزارش عملکرد صنایع موجود و

دهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت چاپ و بسته‌بندی بعد از طی پنج روز برگزاری مثل سایر نمایشگاه‌های جاری موجب ذوق و شوق مردم عامه شد. البته این مسئله نباید موجب دلسردی گردد که چرا نمایشگاه‌های تخصصی راه‌اندازی شده است؟ راه‌اندازی چنین نمایشگاه‌های تخصصی در کشور دارای خواهان مخصوص می‌باشد که متخصصان به تناسب نیاز در تاریخهای مخصوص جهت بازدید مراجعه می‌کنند. اما مسئولان برپاکننده نمایشگاه‌ها بعد از گذشت چند سال باید فکری برای ارتقاء سطح کیفی این نمایشگاه‌ها به خصوص نمایشگاه صنعت چاپ و بسته‌بندی که منجر به افزایش صادرات و کمک به نقدینگی ارزی مملکت می‌شود، بکنند.

ایران با تولید سالانه ۱۶۰ تن زعفران، بزرگترین تولیدکننده زعفران جهان است. سطح زیر کشت آن در ایران حدود ۳۶ تا ۴۱ هزار هکتار است و سالانه صادرات (۱) زعفران به ۸۹ تن می‌رسد. در حال حاضر متأسفانه قسمت عمده زعفران ایران توسط







### چابک چاپ:

#### سر و صدای دستگاه‌ها آرامش ما را بر هم زد.

دری صفت مدیرعامل چاپ چابک از برگزارکنندگان نمایشگاه تقدیر و تشکر کرد و گفت: امسال نمایشگاه نسبت به دوره‌های گذشته بهتر برگزار شد. وی نقطه قوس نمایشگاه را نظم و آرایه برخی خدمات اشاره کرد و گفت هر چند در این بین نارسائیهایی هم وجود داشت اما امیدواریم که این نواقص طی دوره‌های آتی برطرف شود.

وی مهمترین نارسایی نمایشگاه را اطلاع‌رسانی ضعیف و عدم تفکیک سالنها یا طبقات بین ماشین‌سازها و شرکتهای چاپ و خدمات بسته‌بندی عنوان کرد و افزود: طی این پنج روز غرفه همسایه ما یک ماشین‌ساز بود که هر روز با روشن کردن دستگاه از صبح تا

دادگر تعداد بازدیدکنندگان را کمتر از سالهای گذشته ارزیابی کرد و گفت در عوض امسال بازدیدکنندگان تخصصی‌تر بودند. وی به خاطر اختصاص سالن میلاد و مینا برای نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اظهار رضایت کرد. دادگر درباره آرایه خدمات گفت ما رضایت داریم و هر چه خواستیم در اختیارمان گذاشتند به عبارت بهتر در نمایشگاه امسال کار دست کاردان بود.

دادگر تنها معایب نمایشگاه را زمان برگزاری و اطلاع‌رسانی تقریباً ضعیف دانست و در ادامه افزود: ما نباید انتظار حل تمام مشکلات را یکدفعه داشته باشیم. باید به مرور زمان مشکلات را حل کنیم. اگر این روند روبه رشد در آینده تداوم داشته باشد مطمئناً نتایج ارزنده‌ای در بر خواهد داشت.

و دلیل آن را اختصاص فضاهای مناسب از جمله سالن مینا و سالن میلاد ذکر کرد و همچنین به نظم نمایشگاهی و آرایه خدمات مناسب این دوره پرداخت و اظهار امیدواری کرد که این حرکت در آینده نیز تداوم داشته باشد.

### پنگوئن پلاست: کار دست کاردان بود

دادگر مدیر سفارشات پنگوئن پلاست از برگزارکنندگان نمایشگاه دهم تقدیر و تشکر نمود و تاکید کرد: امسال نمایشگاه از نظم بهتری برخوردار بود و از این نمایشگاه بسیار راضی و خرسندیم.

وی علت رضایت خود از نمایشگاه دهم را برآورده شدن انتظارات و جا و مکانی که به آنها اختصاص یافته بود ذکر کرد.

در این تلاش گام موثری بردارد. در این راستا نیز در نظر دارد که بانک اطاعات مناسبی در این خصوص فعال کند و اولین اقدامات راهبردی در رسیدن به این هدف را نیز با ایجاد آرایه مقالات فرهنگ بسته‌بندی در ایران برداشته است و سعی و کوشش فراوان دارد که این گامها را قویتر بردارد و در این جا فرصت را مغتنم دانسته و از کلیه صاحب نظران این عرصه دعوت به همکاری می‌نماید.

#### پانوش

۱. در حال حاضر زعفران در ظروف شیشه‌ای، پاکتهای پلی اتیلنی (LD)، قوطی‌های پلی اتیلنی (HD) و یا پاکتهای آلومینیومی لامینیت شده با فیلمهای food grade بسته‌بندی می‌شوند. و پس از آن جهت جلوگیری از فشرده شدن، داخل کارتن قرار می‌گیرند و به هنگام ترابری، آنها را در جعبه‌های چوبی یا فلزی قرار می‌دهند.

۲. البته در ایران موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی در خصوص زعفران، استانداردهای زیر را ارائه داده است:

الف. زعفران. ویژگیها. شماره بروشور ۱. ۲۵۹. سال ۱۳۷۶

ب. زعفران. روشهای آزمون ۱. ۲۵۹. سال ۱۳۷۶

ج. زعفران. ویژگیهای میکروبی و روشهای آزمون ۵۶۸۹. سال ۱۳۸۰

کشور خودشان صادر می‌کنند.

متأسفانه این نمایشگاه نیز مثل سایر نمایشگاههای هر دوره که برپا می‌گردد تا دوره بعد به فراموشی می‌رود و برای جبران این نقیصه همان طور که در راهکارهای ابتدای مقاله ذکر گردید باید تیمی فعال باشد تا با نظارت کامل فعالیت‌های صاحبان صنایع و راه کارهای افزایش کیفی را به آنها مشخص کند. متأسفانه تعداد کثیری از این صنعتگران با محتوای علوم روز بسته‌بندی کالا به دور می‌باشند و از آن جایی که در داخل کشور هم یک کانون فعال و اطلاع‌رسانی قوی در رابطه با بسته‌بندی وجود ندارد مزید بر افزایش عقب افتادگی می‌گردد.

این دوره از نمایشگاه نیز به پایان رسید هر چند که بسیاری از شرکت‌کنندگان در آن پیشرفت حتمی نسبت به دوره قبل را نداشته‌اند ولی باید منتظر بود که شاید در آینده‌ای بسیار نزدیک شاهد تغییر و تحولات گسترده‌ای در این صنعت باشیم و آن میسر نمی‌شود غیر از این که با یک برنامه‌ریزی مدون و داشتن چشم‌اندازی چند ساله و روشن به استقبال آن رویم.

ماهنامه صنعت بسته‌بندی نیز با توجه به رسالت داشتن تنها مرکز اطلاع‌رسانی بسته‌بندی در کشور خود را موظف می‌داند

۵. بعد از برپایی نمایشگاه تک تک غرفه‌ها باید مورد ارزیابی قرار گرفته تا دلایل موفقیت یا ناکامی آنها در طی دوره برگزاری نمایشگاه مشخص گردد که البته این مسئله احتیاج به یک مطالعه میدانی دارد و باعث می‌شود که غرفه‌داران برای دوره بعد نسبت به نواقص فنی و افزایش ارتقاء کیفی خود تلاش نمایند.

برای تعیین موفقیت صنعت چاپ و بسته‌بندی در دنیا، همین اندازه کافی است که گفته شود در حال حاضر دولت‌های مختلف جهان با تقویت این فن توانسته‌اند حجم زیادی از درآمد ناشی از تجارت جهانی را به خود اختصاص دهند. اما در مقابل کشورهایی در جهان وجود دارند که علی‌رغم داشتن مزیت‌های اقتصادی در تولید بسیاری از محصولات داخلی به دلیل ضعف صنعت بسته‌بندی نتوانسته‌اند محصول خودشان را به دنیا معرفی کنند و اطلاع‌رسانی از نام کشورشان داشته باشند. و همان طور که در ابتدای گزارش گفته شد خیلی از تجار ایرانی در صادرات محصولات خود از قبیل: زعفران، خرما، زیتون، انار و غیره را با قیمت پایین‌تر از نرخ‌های جهانی به کشورهای صاحب نام در صنعت بسته‌بندی می‌فروشند و آنان نیز با بسته‌بندی مجدد این محصولات را تا چند برابر قیمت و به اسم

غروب موجب برهم زدن آرامش ما و فضای سالن شده بود. سرو صدای دستگاه واقعاً ما را به تنگ آورده بود. به هر حال آن هم تقصیر نداشت. آنها هم مانند ما با هدف و برنامه خاصی در نمایشگاه شرکت کرده بودند. اما مجریان نمایشگاه باید این مسایل را در نظر بگیرند و غرفه‌ها را از هم تا حد ممکن تفکیک کنند. دری صفت اولین حضور خود را در نمایشگاه مثبت و موثر ارزیابی کرد.

### پرینت و پک:

### در شان یک نمایشگاه بین المللی نیست.

پرینت و پک از شرکتهای عربستان سعودی که در زمینه چاپ و بسته بندی محصولات فعالیت می کند برای دومین بار در نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران شرکت می کرد. نماینده فروش این شرکت در ایران دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی را هم به لحاظ ارایه خدمات و هم به لحاظ بازدیدکننده نامطلوب ارزیابی کرد و گفت: در مقابل هزینه های سرسام آوری که دریافت می شود خدمات بسیار ضعیف بود. به طور مثال هوای داخل سالنها بویژه سالن میلاد طوری بود که باید هر ۳ تا ۴ ساعت یک بار برای هواخوری سالن را ترک می کردیم.

وی اظهار داشت از وضعیت نمایشگاه بسیار ناراضی هستیم. برای هر نوع خدماتی کارگران وجه دریافت می کنند اگر پول هم ندهی کارگران کارشکنیهای متعددی در کار انجام می دهند و بالاخره مجبور هستیم پول را پرداخت کنیم.

تقارن نمایشگاه چاپ و بسته بندی با لوازم خانگی و... موجب غیرتخصصی شدن این نمایشگاه شده است و همه با افراد خانواده بعد از بازدید از نمایشگاه لوازم خانگی به این جا مراجعه می کردند. همین امر موجب ازدحام بی مورد می شد. این ازدحام باعث شد تا

بچه های دوره گرد وارد سالنها شوند و اقدام به فروش آدامس و دیگر تقلات کنند و یا برای دریافت اشناتیون بارها مزاحم غرفه ها شوند. این مسائل در شان یک نمایشگاه بین المللی نیست. وی در ادامه عدم اطلاع رسانی صحیح را مورد انتقاد قرار داد و اظهار داشت واقعاً معلوم نیست که چند بار و چه نوبتهایی، و چگونه و از کدام رسانه های عمومی اطلاع رسانی شده است. حتی اطلاع رسانی در خود نمایشگاه هم وجود نداشت. باید در ورودی سالنها با نصب پارچه و تابلو غرفه هایی که در سالن حضور دارند با فعالیت مشخص می شد. خلاصه معایب نمایشگاه بسیار زیاد بود.

عادل مدیرفروش پرینت و پک سعودی که ملیت هندی دارد درباره نمایشگاه دهم می گوید: این نمایشگاه نسبت به برخی از نمایشگاه های آفریقایی و آسیایی از جمله تانزانیا، کنیا، سوریه و عراق بهتر بود. اما در سطح و شان صنعت ایران نبود.

ما از نمایشگاه هایی که در ایران برگزار می شود انتظار زیادی داریم. زیرا هم شرکتهای بزرگ خارجی حضور پیدا می کنند و هم برخی از شرکتهای بزرگ ایران که حتی در سطح منطقه نیز بزرگ و مطرح هستند شرکت می کنند. عادل مدیرفروش پرینت و پک پیشرفت صنعت بسته بندی در ایران را بسیار خوب ارزیابی کرد و گفت: ایران پله های ترقی این صنعت را بسیار سریع پیموده و همان طور که گفتم شرکتهای بزرگ و مطرحی وجود دارند که سهم زیادی در این پیشرفت داشته اند. منبعیان از بازرگانی منبعیان که به عنوان نماینده شرکت Printopack عربستان در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی شرکت کرده بود در مجموع شرکت در نمایشگاه را مثبت ارزیابی کرد. وی با بیان این نکته که شرکت Printopack با استفاده از تکنولوژی و مواد خام آلمانی به چاپ لیبیل با کیفیت های بسیار بالا مشغول

است خاطر نشان کرد که معرف کار ما کیفیت بالای محصولات تولیدی ماست. منبعیان از سیستم برق نمایشگاه ناراضی بود. او گفت: "برق نداشتیم. نزدیک به ۸ بار با مسولین تماس گرفتیم تا به مشکل رسیدگی کردند."

### آریا: نمایشگاه ایران پلاست آری. چاپ و بسته بندی نه؟

قالیچه چی مدیر عامل شرکت آریا هدف از حضور این شرکت در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران را معرفی بیشتر شرکت و حضور در صحنه و بازار پلاستیک ایران عنوان کرد. مدیرعامل این شرکت تجاری ترک درباره فعالیت این شرکت می گوید: این موسسه سعی می کند تکنولوژی خوب دنیا را با قیمتهای مناسب وارد بازار کند تا همه شرکتهای خرید و استفاده آن را داشته باشند و در این راستا ما همه نوع دستگاه در زمینه بسته بندی پلاستیکی ارایه می کنیم. این دستگاه ها را از کشورهایی صاحب نامی چون ایتالیا، کانادا، اسپانیا، تایوان و... وارد می کنیم. دستگاهی که امسال در معرض دید عموم قرار دادیم تولید نایلکس و دوخت کیسه های دسته رکابی با ظرفیت ۹۰ کیلو در ساعت می باشد.

مدیرعامل آریا درباره نمایشگاه دهم گفت: ما از این نمایشگاه بسیار ناراضی هستیم اما از برگزارکنندگان نمایشگاه ایران پلاست بسیار متشکریم. وی اظهار داشت برای چهارمین بار در نمایشگاه های ایران شرکت می کنیم که هر سال دریغ از پارسال.

امسال نیز مانند گذشته مدیریت نمایشگاه ضعیف بود و مجریان انتظارات ما را برآورده نکردند. به طور مثال ما از خیلی وقت پیش اعلام کرده بودیم به خاطر آوردن دستگاه می خواهیم در طبقه اول مینا حضور داشته باشیم. آنها در روزهای آخر به ما اطلاع دادند که

## در یازدهمین نمایشگاه ماشین آلات چاپ و بسته بندی حضوری متفاوت داشته باشیم

امیر رضا منعم معتمدی

چشم می خورد که غرفه های این گروه بزرگتر و چشم گیرتر از سالهای گذشته با هزینه های گزافی تزئین شده بودند.

### گروه دوم:

سازندگان ماشین آلات چاپ و بسته بندی خارجی که مانند سالهای گذشته حضور یافتند و با نمایش دستگاهها و ماشین آلات صنعتی جدیدی که علاوه بر تکنولوژی فوق العاده از طراحی خوبی نیز برخوردار بودند و بازدیدکنندگان را به

### گروه اول:

شرکت کنندگان داخلی، که البته افتخار آشنایی با این گروه را قبلاً داشتیم، یعنی همان هایی که در نمایشگاه های گذشته شرکت کرده بودند و ماشین آلاتی که اغلب تکراری و بدون هیچ گونه نوآوری و ابتکار بودند، در واقع همان نمونه هایی که در سالهای قبل از روی ماشین آلات قدیمی خارجی کپی شده و با کیفیت پایین تری نسبت به نمونه های اصلی ارائه شده بودند. اما یک تفاوت نسبت به سالهای گذشته به

۱۴-۱۸ بهمن ماه ۱۳۸۲ دهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات چاپ و بسته بندی در محل دائمی نمایشگاهها سالن مینا و میلاد برگزار شد.

بعضی ها می گفتند نماشگاه خوبی بود، اما منظورشان از خوب بودن چه بود؟ اگر شرکت کنندگان را به دو گروه صنعتگران داخلی و خارجی تقسیم و حضور آنان را جداگانه بررسی کنیم به نتایج ذیل دست می یابیم:



شد محصولات تولیدی خود را به نمایش گذاشت. این شرکت در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی با ارائه لاکهای صنعتی هم برای داخل قوطی‌ها و کنسرو مواد غذایی با علامت کاربرد استاندارد ایران و هم مخصوص خارج قوطی‌های کنسرو مواد غذایی حضور یافته و تولیدات وسیع خود را در این زمینه، در معرض نمایش و معرفی قرار داد. شرکت گوهر فام علاوه بر تولید لاک بژ و طلائی مخصوص داخل قوطی‌های کنسرو با مقاومت در مقابل خوردگی بالا، بزودی لاک‌های آلومینیومی مخصوص قوطی‌های تن ماهی و مواد پروتئینی و لاک سفید مخصوص داخل قوطی‌های کنسرو را نیز در ردیف تولیدات خود قرار می‌دهد. وی در خصوص آخرین دست‌آوردهای این شرکت گفت: «از جمله دیگر محصولاتی که در ردیف تولیدات این شرکت قرار گرفته است و به جرات می‌توان گفت که برای اولین بار در ایران تولید خواهد شد، پودر درزجوش (Seam side) داخل قوطی‌های کنسرو مواد غذایی می‌باشد. پودر یادشده هم اکنون با قیمت گزاف از خارج از کشور تهیه می‌شود. از جمله اهداف این شرکت جهت نیل به خودکفائی کشور آن است که ماده مذکور را به زودی با قیمت پائین‌تر از مشابه خارجی، در کشور تولید و عرضه کند.»

وی در خصوص نمایشگاه دهم گفت: «بازدیدکنندگان از غرفه‌های این شرکت را کارشناسان شرکتهای مختلف تشکیل می‌دادند که تعداد آنها قابل توجه بود و متخصصان این



از این غرفه خبر داد و علت آن را نامناسب بودن غرفه (طبقه سوم سالن میلاد) عنوان کرد. وی در این خصوص از نور ضعیف غرفه نیز به عنوان دیگر موضوع ناخوشایند نمایشگاه دهم یاد کرد. اما در مجموع از سایر شرایط فیزیکی ابراز رضایت کرد.

اصفهانی در خصوص فعالیت‌های بسته‌بندی البرز به ماهنامه بسته‌بندی گفت: این شرکت از سال ۱۳۵۳ زیر نظر تولیدارو فعالیت خود را آغاز کرد. ما دارای علامت استاندارد هستیم و ضمناً در تالار بورس نیز حضور داریم. بسته‌بندی البرز پیش از این تیوبهای آلومینیومی و پلاستیکی تولید می‌کرد که از چند سال پیش اقدام به ورود تیوبهای لمینیت چند لایه از کشور سوئیس کرده است.

### گوهر فام، دو غرفه همزمان

این شرکت تولیدکننده لاک داخل قوطی است و پیش از این هم در نمایشگاه‌های مختلف شرکت کرده بود.

سپیده زرین نژاد مدیر فنی شرکت گوهر فام در خصوص مقایسه دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نسبت به نمایشگاه‌های گذشته به وضعیت بهتر سالن‌ها و دکوربندی نمایشگاه و کمبودهایی از نظر امکانات رفاهی، وضعیت پارکینگ‌ها و حمل و نقل اشاره کرد.

وی افزود: «شرکت گوهر فام تولیدکننده انواع رنگها و پوششهای صنعتی، با شرکت در دو غرفه مجزا در نمایشگاه‌های چاپ و بسته‌بندی و رنگ و رزین که همزمان برگزار



این امر میسر نیست و تنها جای باقی مانده طبقه دوم مینا است. به ناچار قبول کردیم و تا چند روز قبل از نمایشگاه نه محل ما مشخص بود و نه از محل کروکی داشتیم. دو روز قبل از نمایشگاه هم فرصت غرفه‌آرایی دادند. ما دستگاه آوردیم از ساعت ۹ صبح تا ۴ بعد از ظهر معطل شدیم. یکی می‌گفت دستگاه را می‌توانید وارد نمایشگاه و سالن کنید و دیگری مجوز او را باطل می‌کرد. خلاصه سرتان را درد نیاورم این جا خیلی رییس داشت. روز قبل از نمایشگاه هم جهت انجام امور تا ۴ صبح این جا بودیم. واقعاً چه پاسخی برای این عملکرد دارند؟ شما در هر جای دنیا برای گرفتن غرفه در نمایشگاه‌ها ثبت نام کنید. در اولین فرصت جا و مکان شما را مشخص می‌کنند. و خدمات قابل ملاحظه‌ای می‌کنند. اما در این جا تنها هزینه‌های سرسام‌آور را تحمیل می‌کنند و با این کار موجب دلسردی شرکت‌کنندگان می‌شوند ما برای هر متر غرفه ۲۸۰ دلار پرداخت کرده‌ایم. نه در ازای آن خدمات مناسب دریافت کردیم و نه اطلاع‌رسانی برای نمایشگاه شده بود.

وی زمان نمایشگاه را به خاطر فاصله زمانی که با نمایشگاه ایران پلاست دارد خوب ارزیابی کرد و گفت: ما در این مدت فرصت مناسبی برای حضور در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی داریم.

### بسته‌بندی البرز: در محل نامناسبی بودیم

اصفهانی مدیر فروش صنایع بسته‌بندی البرز (سهامی عام) از استقبال کم بازدیدکنندگان

تحسین و داشتند. نکته قابل توجه این بود که بر عکس گروه اول، این گروه محصولات و ماشین‌آلات خود را در غرفه‌هایی ساده به نمایش گذاشته بودند که اغلب به غیر از دستگاه‌ها چیز دیگری نداشتند!!

### نتایج:

۱- چون ماشین‌آلات ما کپی نمونه‌های خارجی می‌باشند از محصولات شرکت‌های خارجی همیشه عقب‌تر هستند چون آنها زمانی که طرح خود را ارائه می‌کنند، مشغول طراحی محصولات بعدی نیز بوده و نمونه‌های کاملتر و برتری را برای نمایشگاه آینده ارائه می‌کنند.

حرفه آنان که طراحی محصولات و ماشین‌آلات است به آنان محول نمی‌شود.

### راه کار:

اگر شرکت‌های داخلی به جای هزینه‌های تبلیغات و غرفه‌آرایی از دانش طراحان صنعتی و مهندسان مکانیک و مهندسان صنایع و سایر متخصصان مرتبط استفاده کنند و به جای کپی از محصولات شرکتهای خارجی روند کار آنان را الگوی خویش قرار دهند نه تنها می‌توانند در نمایشگاه بعدی چاپ و بسته‌بندی با شرکتهای خارجی رقابت کنند بلکه در نمایشگاههای بین‌المللی خارج از ایران نیز حضور چشم‌گیر داشته باشند.

شرکت با استقرار در غرفه‌های یاد شده، پاسخگوی مسائل فنی بازدیدکنندگان بودند.»  
 زرین نژاد زمان برگزاری نمایشگاه در اوایل بهمن ماه را مناسب دانست و گفت: «این زمان به شرکتهای تولیدکننده این امکان را می‌دهد تا با شناسائی مصرف‌کنندگان جهت تولیدات سال آینده برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تری انجام دهند.»

### مسعود مارک و چاپ لمینیت های امنیتی

مهندس دری از شرکت مسعودمارک از تولیدات و دستاوردهای جدید این شرکت خبر داد. وی گفت: تولید لمینیت‌های امنیتی مشابه روکش‌هایی که در خارج از کشور برای پرس کردن گواهینامه، گذرنامه و سایر مدارک با ارزش استفاده می‌شود، در شرکت مسعودمارک آغاز شده است. ما همچنین چاپ بر روی لیبل‌های شرینگ با سیستم نرووب (وب باریک) را هم شروع کرده‌ایم. از مزایای این چاپ امکان سفارش در تعداد پایین است. همچنین از خرداد آینده چاپ روتوگراور بر روی شرینگ را انجام خواهیم داد.

دری در خصوص برگزاری نمایشگاه نیز نظراتی داشت. وی گفت: روز اول نمایشگاه یعنی دوشنبه تا حوالی ظهر عملاً سالن ما تعطیل بود. روزهای قبل نیز برای غرفه‌آرایی دچار مشکل شدیم. اما دسته‌بندی شرکت‌ها بر حسب نوع فعالیت چیزی بود که به هیچ وجه رعایت نشده بود. به عقیده من نمایشگاه رنگ و زرین در این زمینه بسیار موفق‌تر عمل کرد.

### داروپات شرق:

#### نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی نباید صنفی باشد.

شرکت داروپات شرقی امسال بالیوان‌های یک بار مصرف PP و ماده جایگزین پلی‌استایرن در بسته‌بندی غذاهای حاضری، بسته‌بندی آبمیوه و صنایع لبنی در نمایشگاه شرکت کرده بود. به گفته مهندس خدابخش رئیس هیئت مدیره داروپات شرق، این شرکت برای نخستین بار چاپ بر روی لیبل‌های شرینگ در صنعت نوشابه‌سازی در ایران را آغاز کرده است. این کار به واسطه دستگاه چاپ روتوگراور هشت رنگ ژاپنی میسر شده است. خدابخش که پست مدیرعاملی شرکت داروگر را نیز در کارنامه خود دارد درباره کیفیت



ارتباط با شرکت متبوع خود چنین گفت: ما از دو سال پیش کار تولید را آغاز کرده‌ایم. فرق محصولات ما با سایر نمونه‌های موجود در بازار ایران طیف متالیک برجسب‌ها است که البته نازک‌تر و حساسیت بالا در کندن و مخدوش شدن نیز از دیگر مزایای آن است. ضمناً ما می‌توانیم سفارشات را در تعداد کمتر نیز بپذیریم.

میرجهانی از چاپ محصولات دارای کد مخفی و شماره سریال در آینده نزدیک خبر داد و افزود: در حال حاضر برجسب‌ها به صورت ورق تولید می‌شوند که به زودی خط تولید را به رول با امکان چاپ با رنگ‌های طلایی و نقره‌ای تغییر خواهیم داد.

### کارتن پلاست نفیس: تبلیغات بد نبود

رحیم‌زاده مدیر بازرگانی شرکت صنایع کارتن پلاست نفیس از شرکت در نمایشگاه امسال ابراز رضایت کرد و گفت: استقبال از نمایشگاه خوب بود. بیشتر مراجعات به غرفه ما برای تهیه مواد اولیه بود. اما در سال آینده صنایع نفیس هم در زمینه ورق و هم در زمینه چاپ و بسته‌بندی فعالیت خواهد کرد. برای این کار ما از دستگاه‌های ساخت کشورهای ایتالیا و آلمان استفاده خواهیم کرد. وی در ادامه با اشاره به سنتی بودن چاپ سیلک اسکرین در ایران خاطر نشان کرد که این شرکت در تلاش است تا چاپ اسکرین را به صورت مدرن به مشتریان عرضه کند.

برگزاری دهمین نمایشگاه گفت: پنج تا شش سال است که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی شرکت می‌کنیم. در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی دیگری نیز شرکت داشته‌ایم، اما هیچکدام به این بدی نبوده‌اند. ابتدا ما را در طبقه اول سالن میلاد جای دادند که هیچ سنجی‌تی بانوع فعالیت مانداشت. ضمن این که تمامی همکاران و رقیبان مادر طبقه پایین بودند. نمایشگاهی که بیش از ۸۰ درصد آن را صنف بسته‌بندی تشکیل می‌دهد چرا باید اتحادیه چاپخانه‌داران برگزار کند. آقایان تاکنون چند نمایشگاه برگزار کرده‌اند. نمایشگاه که کار صنفی نیست، بین‌المللی است. صحبت دیگر من در خصوص نحوه چیدن غرفه‌هاست. به نظر من باید کسانی که از نظر فعالیت در یک حوزه هستند در کنار هم باشند به عنوان مثال کارتن‌سازها در یک محوطه، ماشین‌سازان در یک محوطه و... در مجموع برگزاری نمایشگاه بسیار ضعیف بود.

### رنگین آرم:

#### همچنان در پی ابداعات جدید هستیم

میرجهانی مدیرعامل شرکت رنگین آرم (رنگین لوگو) تولیدکننده برجسب‌های لیزری (هولوگرام) گفت: امسال سومین سال حضور ما در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی است. از نظر فنی می‌توان به نکاتی اشاره کرد که از آن جمله باید به عدم مدیریت قوی، نقص سیستم تهویه هوا و مشکلاتی از این دست اشاره کرد: وی در



رحیم‌زاده همچنین از چاپ دیجیتال مسطح برای تبلیغات که قابلیت لمینیت شدن را دارد به عنوان کارهای آینده کارتن نفیس یاد کرد. او از تبلیغات برای اطلاع‌رسانی در خصوص دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی ابراز رضایت نسبی کرد و گفت: تبلیغات بد نبود. اما در خصوص خود نمایشگاه باید بگویم که در ابتدا نور کافی نبود. اما با پیگیری‌های ما تکمیل شد. ولی برای ورود وسایل نقلیه به درون پارکینگ دچار مشکل شدیم، چرا که علی‌رغم داشتن کارت پارکینگ، عملاً نمی‌توانستیم اتومبیل‌مان را پارک کنیم چرا که تمامی فضاها از قبل اشغال شده بود. اما در مجموع از مسئولان برگزارکننده نمایشگاه تشکر می‌کنم.

### تحول کالای نوین، دستگاه تمام اتوماتیک شریک PVC

حسین پور مدیر بازرگانی شرکت تحول کالای نوین معتقد است: نمایشگاه امسال در مقایسه با سالهای گذشته از لحاظ ارائه خدمات و امکانات از جهاتی خوب و از جهاتی بسیار بد بود. به عنوان مثال عدم تحویل به موقع زمین، مشخص نبودن مکان غرفه به شکل مهندسی موجب تاخیر در کار گردید. همچنین عدم اعلام حضور آقای رفسنجانی و تحویل غرفه‌ها یک روز زودتر بسیار در کار خلل ایجاد کرد. وی نمایشگاه را از لحاظ کمیت و کیفیت تکنولوژی خوب ارزیابی کرد و گفت: شرکتها با آخرین امکانات خود حاضر شده بودند و نسبت به سالهای گذشته بهتر بود. در خصوص وضعیت بازدیدکنندگان به طور عمومی و تخصصی باید بگویم امسال اکثر بازدیدکنندگان حرفه‌ای بودند و افراد متفرقه و عامه کمتر حضور داشتند. ولی از حیث تعداد نسبت به سالهای گذشته استقبال کمتر بود.

ما در این نمایشگاه دستگاه تمام اتوماتیک شریک PVC را به نمایش گذاشتیم. همچنین دستگاه شریک لیبیل تمام استیل را. متأسفانه همان طور که در سالهای گذشته نیز گفته شد، زمان برگزاری نمایشگاه متأسفانه زمان مناسبی نیست. زیرا با توجه به نزدیک بودن به پایان سال زمان جهت خریداران برای دریافت دستگاه‌ها و همچنین برنامه‌ریزی جهت تولید محصولات جدید بسیار کم بوده



همچنین معمولاً در پایان سال تولیدکنندگان درگیر تولید برای شب عید می‌باشند و کمتر فرصت برنامه‌ریزی برای خرید دستگاه دارند. اگر زمان نمایشگاه به شش ماهه اول سال تغییر یابد مناسبتر خواهد بود.

وی اظهار امیدواری کرد با کمک دست‌اندرکاران و هماهنگی بیشتر بین همکاران، این نمایشگاه توسط صاحبان اصلی آن یعنی صنعت بسته‌بندی برگزار شود تا کیفیت و کارایی آن مطلوبتر باشد.

### مهندسین خبره میهن، عرض کم و تنوع تولیدات

کارتن‌سازی مهندسین خبره میهن در نمایشگاه دهم خود را در اندازه‌هایی بالاتر از گذشته مطرح کرد. محمد رجایی مدیرعامل این شرکت درباره توسعه مهندسین خبره میهن از تبدیل‌کننده به ورق‌ساز گفت: با تامل و دقت بسیار در بازار کارتن و جعبه، طرح توسعه شرکت را بر اساس تولید ورق برنامه‌ریزی و اجرا کردیم. در حال حاضر توانایی تولید ورق کارتن نوع B و C را به صورت سه لایه، پنج لایه و سینگل فیس داریم.

وی در خصوص ویژگی تولید ورق این کارخانه گفت: ما به عمد خط ورق با عرض کم را خریداری و نصب کردیم تا تنوع سفارشات را بالا ببریم. خط ورق ما می‌تواند در عرضهای ۱۱۰، ۱۲۰ و ۱۳۰ سانتی‌متر ورق تولید کند. با چنین عرضهایی امکان کنترل ضایعات و انجام سفارشات با تیراژ متوسط فراهم می‌شود و از نظر اقتصادی به صرفه است. البته ما همچنان کارهای گذشته یعنی چاپ، لمینیت، دایکات و دوخت کارتن را نیز انجام می‌دهیم.

رجایی در ادامه در خصوص برنامه‌های آینده این شرکت به تولید ورق کارتن نوع E اشاره کرد.

مدیرعامل شرکت مهندسین خبره میهن در

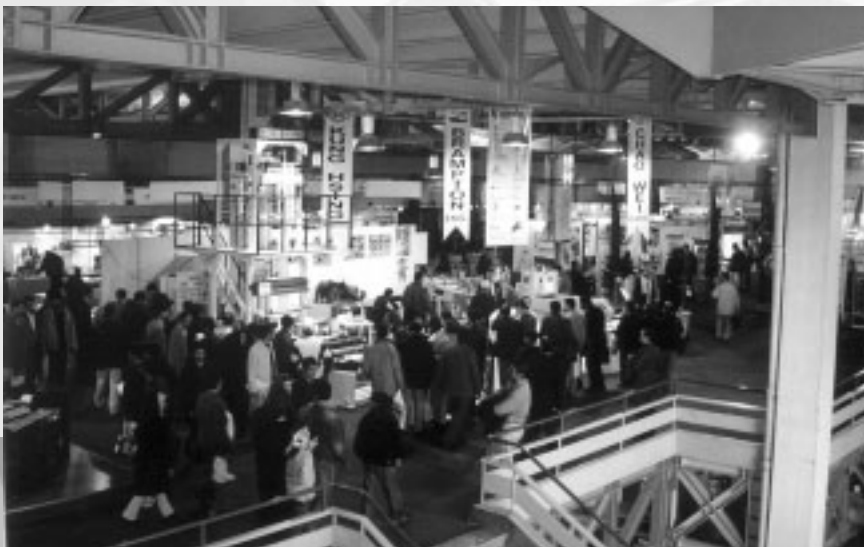
باره چگونگی برگزاری نمایشگاه دهم گفت: ما برگزارکننده بخش عمومی را به بخش خصوصی ترجیح می‌دهیم. از نظر ما اتحادیه چاپخانه‌داران برای برگزاری چنین نمایشگاهی صالحتر از برگزارکننده قبلی است. زیرا هم با موضوع تخصصی‌تر برخورد می‌کند، هم غیرانتفاعی است و هم دارای استراتژی خاص خود برای توسعه این صنعت است که هیچ کدام از اینها در برگزارکننده قبلی وجود نداشت. من نمایشگاه دهم را نسبت به نمایشگاه دو سال پیش که در آن هم غرفه داشتیم بهتر دیدم.

وی درباره بین‌المللی این نمایشگاه را بسیار ضعیف دانست و گفت: این گونه نمایشگاه‌ها در واقع یک میهمانی داخلی است. به دید و بازدید هم می‌رویم و همه کاملاً از فعالیتهای یکدیگر اطلاع داریم. از بازدیدکننده خارجی خبری نیست و نمایشگاه از نظر ما جنبه بین‌المللی ندارد.

### صوبران و کاربردهای PVC سخت

صنایع ورق تهران (صوبران) تولیدکننده فیلم‌های PVC سخت، متوسط و نرم در رنگهای مختلف و با ضخامت‌های متفاوت و نیز عرضهای مختلف جهت کار بسته‌بندی مواد غذایی- دارویی- بهداشتی و غیره با دستگاه‌های تمام اتوماتیک انگلیسی و آلمانی است. همچنین این شرکت سفارشات و کیوم این ورقها را نیز توسط دستگاه ترموفرمینگ خود انجام می‌دهد. مرتضی مهبایی مدیرعامل شرکت صوبران در باره خواص PVC گفت: PVC از چندین فرایند مختلف و معمولاً از اتیلن درست می‌شود. PVC دارای کاربردهایی در بسته‌بندی است. برای مثال شکل (plasticised-UPVC) در ساخت بطری استفاده می‌شود.

وی به PVC سخت که تولید این شرکت می‌باشد اشاره و ادامه داد: این محصول عاری از هرگونه مواد افزودنی نرم‌کننده است. PVC



سخت ماده‌ای است بسیار شفاف و خشک. دارای خاصیت فرم‌پذیری عالی که قابلیت انعطاف بالایی دارد و در برابر عبور چربیها و افزودنی‌های طعم‌دهنده مقاوم است. چاپ‌پذیری خوبی نیز دارد. در صنعت داروسازی معمولاً از فیلم PVC با ضخامت ۲۵۰ میکرون استفاده می‌شود.

مدیر عامل صوبران در خصوص فعالیتهای نمایشگاهی این شرکت گفت: ما در نمایشگاه ایران پلاست امسال نیز حضور داشتیم. اما از برگزاری دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال راضی هستیم و از مسئولان تشکر می‌کنیم.

### کیش سا: رضایتبخش بود

معماریان رییس هیئت مدیره شرکت کیش سا از دهمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی اظهار رضایت و از همکاری‌های افراد مسئول نمایشگاه تشکر کرد.

وی در خصوص فعالیتهای این شرکت گفت: ما مشاور برخی شرکتهای سازنده تجهیزات بسته‌بندی هستیم. این سازندگان عبارتند از:

۱- KALIX فرانسه سازنده ماشین‌آلات پرکن پماد-کرم-خمیر دندان-شامپو-چسب و مایونز سازنده ماشین‌آلات کارتونیگ می‌باشد.

۲- DOTT BONAPACE ایتالیا سازنده ماشین‌آلات R D (پرکن کپسول-پرس قرص و پرکن ساشه) و سازنده ماشین‌آلات پرکن شیف می‌باشد.

۳- ENFLEX اسپانیا سازنده ماشین‌آلات بسته‌بندی و پرکن ساشه پودر و مایع از ۵ گرم تا ۵۰۰ گرم می‌باشد.

۴- HUECK FOLIEN آلمان سازنده فویل آلومینیوم برای صنایع داروسازی که دارای G.M.P Pharmaceutical می‌باشند.

### هدایت کالای فارسی،

### مجموعه‌ای از مواد و ماشین‌آلات

هدایت کالای فارسی ارائه‌کننده انواع خطوط ماشین‌آلات و مواد بسته‌بندی از جمله خطوط تولید و بسته‌بندی آب معدنی، آبمیوه‌های طبیعی (با ذره‌های میوه طبیعی)، نوشابه‌های گازدار، روغن‌های مایع، شیر و غیره شامل دستگاه‌های استریلیزه، پاستوریزه و

هموژنیزه، پرکن، درب‌بند و... همچنین دستگاههای پرکن و سیلر، هات‌سیلر و وکیوم با گاز برای صنایع غذایی و صنایع آرایشی برای تیوبهای پلی‌اتیلنی، لیوان و قوطی‌های پلاستیکی و خط تولید تیوبهای پلی‌اتیلنی، و فیلمهای مختلف بسته‌بندی از جمله پی‌وی‌سی استرچ و دستگاه بسته‌بندی مربوطه، آلومینیوم فویل، دوی پک و غیره می‌باشد که در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی در بهمن ماه سال جاری محصولات خود را ارائه داده است. فرانک طهماسبی مدیر بازرگانی این شرکت درباره نمایشگاه دهم گفت: متأسفانه پاره‌ای از بی‌نظمی‌ها در خلال نمایشگاه به چشم می‌خورد از جمله غرفه‌ها بدون ترتیب حروف الفبا یا اعداد در کنار هم قرار گرفته بودند به عنوان مثال غرفه شماره ۱۱۰ در کنار غرفه ۲۳۶ قرار داشته و اکثر بازدیدکنندگان در پیدا کردن غرفه مورد نظر خود دچار مشکل می‌شدند. همچنین رسیدگی و رفع عیوب غرفه‌ها بسیار با کندی و بعد از بارها پیگیری انجام می‌شد.

### نیکان قوطی:

### چاپ یک تکه بر روی قوطی‌های دوتکه!

شرکت نیکان قوطی تهران برای نخستین بار در ایران سیستم چاپ بر روی قوطی‌های دوتکه را آغاز کرد. فرهاد اسدی مدیرعامل این شرکت گفت: همان‌طور که می‌دانید بسته‌بندی به صورت کنسرو هنوز هم مطمئن‌ترین نوع بسته‌بندی در دنیا است. قوطی‌ها معمولاً به صورت ۲ تکه و ۳ تکه در بازار موجود هستند. قوطی‌های ۳ تکه از ۱ درز و ۲ کف تشکیل شده‌اند. اما در قوطی دوتکه درز و کفی وجود ندارد و تنها از یک درز تشکیل شده است. علی‌رغم ایمنی بالاتر قوطی‌های ۲ تکه امکان چاپ بر روی آنها وجود نداشت. اما ما این امکان را فراهم کرده‌ایم. بدین صورت که ابتدا چاپ بر روی ورق تخت انجام می‌شود. البته اشکال به صورت ناموزون و دفرمه هستند اما پس از این که قوطی شکل می‌گیرد اشکال نیز به صورت عادی دیده می‌شوند.

اسدی مزایای این روش را تشکیل‌تر شدن قوطی ذکر کرد و گفت در این حالت طرح روی قوطی امتداد خود را حفظ می‌کند و قطع نمی‌شود. ضمن این که احتمال زنگ‌زدگی در محیط مربوط را نیز از بین می‌برد و مجموع این

امتیازات باعث افزایش صادرات خواهد شد. محصول جدید دیگر نیکان قوطی، قوطی‌های کونیکال است. این قوطی‌ها می‌توانند در درون یکدیگر قرار گیرند بدون این که هیچ گونه آسیبی به جداره و چاپ قوطی دیگر وارد شود. با این کار هزینه حمل و انبارداری ۲۰ درصد کاهش خواهد یافت.

اسدی راجع به نمایشگاه این چنین نظر می‌دهد: در مجموع شرکت در نمایشگاه مثبت بود. برای برگزاری آن نیز زحمت کشیده شد. اما ایراداتی نیز وجود داشت. از جمله می‌توان به نظافت ضعیف اشاره کرد. همچنین عدم تناسب شماره غرفه‌ها با یکدیگر. مثلاً شماره غرفه ما با غرفه روبروی یا جانی هیچ تناسبی نداشت.

به عقیده من نمایشگاه باید در یک طبقه برگزار شود زیرا ما که در طبقه بالای سالن میلاد بودیم بازدیدکنندگان بسیاری را از دست دادیم.

### بسته‌بندی پارس:

### ماشین چاپ جدید ما در منطقه نظیر ندارد

شرکت بسته‌بندی پارس با عنایت به روند رو به رشد جمعیت و خواسته‌ها و سلاقی مصرف‌کنندگان و تغییر در عوامل تولید از جمله تجهیز فرایند تولید خود به ماشین‌آلات مدرن و تحکیم وضعیت و موقعیت خود در صنایع چاپ و بسته‌بندی در این نمایشگاه شرکت کرد.

دکتر کبیری مدیر امور مالی شرکت بسته‌بندی پارس (سهامی عام) ضمن اعلام مطلب فوق افزود: این شرکت دارای ماشین‌آلات چاپ ۵/۵ و ۴/۵ ورقی ۴ رنگ با یونیت ورنی UV و پای آب به تعداد سه دستگاه و نیز ماشین‌آلات دایکات ۵/۵ ورقی به تعداد دو دستگاه و ماشین‌آلات چسب به تعداد سه دستگاه است که چسب فیلم سیلر آن به صورت انحصاری در ایران برای تولید بسته‌بندی محصولات لبنی تخصیص یافته است. ضمناً شرکت به ماشین‌آلات لاینینگ (لایه چسبانی) و نیز ماشین پنجره‌زنی و سایر تجهیزات مربوط به امور چاپ و بسته‌بندی تجهیز شده است.

ماشین چاپ جدید شرکت از نوع دایموند



۴-۳۰۰LC با یونیت ورنی پای آب بوده که در ایران و حتی کشورهای همسایه نیز بی نظیر و انحصاری می باشد، کیفیت محصولات به دست آمده از ماشین مزبور بی نظیر بوده و از قدرت تولیدی فوق العاده ای برخوردار می باشد. با خرید ماشین مزبور ظرفیت تولیدی شرکت به طرز شگرفی افزایش یافته و شرکت را در ارائه محصولات کیفی و به قیمتی کمتر از بازار توانا نموده است.

وی از همه استفاده کنندگان از محصولات جعبه های مقوایی دعوت کرد از کارخانه شرکت واقع در شهر صنعتی البرز قزوین دیدن کنند و افزود: ما آماده ارائه هرگونه خدمات چاپ و بسته بندی به بهایی درخور و با کیفیتی ممتاز هستیم.

مدیر امور مالی شرکت بسته بندی پارس کیفیت و تنوع محصولات ارائه شده در نمایشگاه چاپ و بسته بندی را به طور نسبی مطلوب دانست و گفت: گرچه تعداد بازدیدکنندگان این نمایشگاه چنگی به دل نمی زد، لکن بر اساس نظرات اغلب غرفه داران بازدیدکنندگان عمدتاً از افراد متخصص و به نوعی دست اندرکاران و استفاده کنندگان این گروه از صنایع بودند. به همین لحاظ این نمایشگاه تا اندازه ای توانست پلی ارتباطی بین استفاده کنندگان محصولات ناشی از تکنولوژی مدرن و شرکت های چاپ و بسته بندی و سایر شرکت های مرتبط با این گروه از صنایع را مستحکم کند.

کبیری یکی از مشکلات اساسی نمایشگاه دهم را عدم طبقه بندی غرفه ها بر اساس نوع فعالیت های عملیاتی آنها معرفی کرد و ادامه داد: این قضیه طوری بود که بازدیدکنندگان از نمایشگاه در بدو امر با توجه به نوع نیاز خود به لحاظ پراکندگی غرفه های مورد نظر به اهداف مورد انتظار خود دست نمی یافتند. امید است این معضل در نمایشگاه بعدی مطمح نظر مسئولان امر قرار گرفته تا کارآیی و بازدهی نمایشگاه را به حداکثر رسانند.

### مطسا، نخستین پلاتر جوهرافشان ایرانی

مرکز طراحی سیستم های الکترونیک (مطسا) نخستین چاپگر جوهرافشان قطع بزرگ خود را ارائه کرد.

همایون شهرستانی مدیرعامل شرکت مطسا



در باره جزییات این خبر گفت: در نمایشگاه چاپ و بسته بندی سال ۸۲ دستگاه جدید مطسا مدل ۷۲۵۲۸ جهت چاپ رنگی Banner و flex با عرض چاپ ۲۰۲cm به معرض نمایش گذاشتیم. این دستگاه اولین دستگاه واید فرمت ایرانی است که تا به حال ساخته شده است. البته تعدادی از قطعات آن را از کشورهایی مثل ژاپن، آلمان و انگلستان وارد کردیم. این دستگاه بازدیدکنندگان زیادی را متوجه خود کرده بود. چرا که هم از نظر قیمت و هم کیفیت چاپ بسیار مناسب بود.

وی نمایشگاه چاپ و بسته بندی سال ۸۲ را برای شرکت خود نمایشگاهی بسیار پربار و با ارزش ارزیابی کرده و معتقد بود در آتی های نه چندان دور بسیاری از شرکتهای تبلیغاتی و همچنین افرادی که درصدد تهیه تابلوهای تبلیغاتی و وینیل و یا فلکس هستند به خاطر کیفیت و قیمت قابل رقابت با شرکت مطسا همکاری خواهند کرد. وی همچنین افزود: دستگاه جدید ما با عرض چاپ ۲/۲۰ سانتیمتر نیز در اردیبهشت ماه تولید و به مصرف کننده عرضه خواهد شد. البته در نمایشگاهی که در پیش داریم (نمایشگاه Ayroopood ۲۰۰۴) چون سختی با محصول تولید شده ندارد از آوردن این دستگاه خودداری می کنم ولی قصد داریم دستگاه P۲۱۲۸ (چاپگر صنعتی) را به معرض نمایش و دستگاه Eggjet (جهت چاپ تاریخ تولید و انقضای روی تخم مرغ) با طراحی جدید را برای مشتریان این صنعت به معرض نمایش



درآوریم. مدیرعامل شرکت مطسا در باره کیفیت نمایشگاه دهم گفت: عملکرد این نمایشگاه نسبت به نمایشگاه سالهای قبل بسیار متفاوت بود و غرفه داران اظهار رضایت خود را به زبان می آوردند. سازماندهی منظم از یک سو و هدفمند بودن اجرای نمایشگاه از سوی دیگر فاکتورهایی بود که این نمایشگاه را نسبت به سال قبل متمایز می کرد. در این جا جا دارد از برگزارکنندگان این نمایشگاه قدردانی و تشکر نمائیم و برای آنها آرزوی سلامتی و موفقیت داریم.

### قالبسازی مدرن:

#### شرکت در نمایشگاه برای ما خوشایند بود.

شرکت در نمایشگاه برای ما خوشایند بود. حسین یدالله پور مدیر قالبسازی مدرن ضمن اعلام مطلب فوق ادامه داد: صرف نظر از موفقیت یا عدم موفقیت شرکت در نمایشگاه این احساس وظیفه نسبت به ارائه تواناییها خود در این نمایشگاه ما را راضی می کند. گرچه امیدواریم شرکت در نمایشگاه دست آوردی به همراه داشته باشد تا مشتریان بتوانند بیشتر با قابلیت های موجود در ایران آشنا شوند. همان طور که تاکنون کسانی که با ما همکاری داشته اند در رابطه با تجربه و تجهیزات ما به این امر واقف شده اند. امسال اولین سال شرکت ما در نمایشگاه چاپ و بسته بندی بود. امیدواریم بتوانیم در سالهای بعد شرکت خود را در نمایشگاه توسعه دهیم تا بازدیدکنندگان محترم راحت تر و بهتر و به طور کامل با تولیدات ما آشنا شوند. در حال حاضر نیز بیشترین امکانات را در سطح ایران دارا هستیم ولی همچنان می کوشیم تا امکانات و تجهیزات بیشتری را در جهت ارتقاء صنعت بسته بندی در ایران مهیا کنیم. وی در خصوص هزینه خدمات این شرکت گفت: با توجه به این که ارائه بهترین و مطمئن ترین محصول مستلزم هزینه های بیشتری خواهد بود ولی ما تاکنون سعی کرده ایم که قیمت تمام شده محصولات ما در حد محصولات شرکت های مشابه ما باشد و این باعث شده است که مشتریان بیشتر از انتظارمان به ما مراجعه کنند و ما از این حیث خورسند هستیم.

یدالله پور یادآوری کرد: اکثر مراجعان به ما



قشر جوان و تحصیلکرده این رشته می باشند و این امر ما را راضی می کند به این دلیل که بیشتر یکدیگر را برای ارتقاء این صنعت یاری می کنیم.

### شیمیدانان فرزانه و ورقهای پلاستیک

مهندس سلمان خجسته مدیر امور نمایشگاهی شرکت شیمیدانان فرزانه در باره فعالیتهای این شرکت گفت: ما واردکننده دستگاههای فرآوری پلاستیک و تولید مصنوعات پلاستیکی اعم از قطعات پلاستیکی و ورقها و... هستیم. در این نمایشگاه خطوط تولید کارتن پلاستیکی و ورقهای چند دیواره به منظور تولید دیواره های صداگیر برای حاشیه مناطق پرسروصدا و سقف گلخانه ها و مراکز فروش و... را ارائه کردیم.

وی از نحوه برگزاری نمایشگاه و خدمات ارائه شده از دست اندرکاران مربوطه تشکر و درخواست کرد ترتیبی اتخاذ شود که غرفه داران از نظر تامین برق مورد نیاز مشکلی نداشته باشند.

وی اظهار امیدواری کرد که شرکت فرزانه در نمایشگاه یازدهم با استفاده از تسهیلات بهتر ارائه شده حضور پررنگ تری داشته باشد.

### بردارشیب:

#### نمایشگاه پربارتر و بهتر از سالهای قبل بود

محمدحسین گرگانی مدیر شرکت بردارشیب شرکت خود را چنین معرفی کرد: بردارشیب در سال ۱۳۶۴ با تولید انواع نوار چسب تحریر فعالیت خود را آغاز کرد. این شرکت در سال ۱۳۶۶ پیرو بازدید وزیر صنایع وقت (مهندس نعمت زاده) شروع به تولید انواع نوار چسب بسته بندی کرده و در حال حاضر انواع نوارچسب کاغذی جهت بسته بندی کارتن، نوار چسب پلاستیکی جهت بسته بندی و تحریر، نوار چسب مسکینگ، نوارهای پلی اتیلنی محافظ، نوار چسب کاغذی مخصوص روکش نجاری، کاغذهای پشت چسب دار رول و شیت با رویه های کاغذی مات، نیمه مات، گلاسه، ترانسپارنت، PVC، آلومینیوم، صدفی، متالایز و... انواع کاغذهای سیلیکونی و نوارهای سیلیکونی جهت صنایع خودروسازی و کارخانجات بهداشتی و غذایی، نوارهای دورچسب و چسب های بدون پایه، چاپ و دای کات اتیکت در ۶ رنگ، چاپ انواع نوار چسب و نیز کاغذهای دیواری حاشیه (Border) تولید می نماید.

وی با اشاره به دریافت مهر استاندارد

تشویقی و نیز گواهینامه ۲۰۰۰-۹۰۰۱ ISO توسط این شرکت می افزاید: شرکت بردارشیب در حال حاضر قادر به تولید و عرضه انواع نوار چسب و لیبل و نوارهای سیلیکونی جهت کل مصرف داخلی می باشد.

مدیر شرکت بردارشیب دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی را پربارتر و بهتر از سالهای قبل دانست و گفت: به طور کلی نمایشگاههای تخصصی مفیدتر از نمایشگاههای عمومی هستند. وی در خصوص حضور خود در نمایشگاه دهم گفت: ما در این نمایشگاه علاوه بر عرضه محصولات تازه خود در زمینه مواد اولیه نیز با بسیاری از شرکتهای داخلی و خارجی مذاکره کرده و در جریان مشکلات خریداران و تامین کنندگان نیز قرار گرفت.

گرگانی ضمن گله از مسئولان ذی ربط گفت: متأسفانه از این نمایشگاه که یکی از مهمترین نمایشگاههای تخصصی می تواند باشد هیچ مسئولی بازدید نکرده و مشخصاً توجه خاصی به نمایشگاه نداشتند. از طرفی گذر بندی غرفه ها نیز مناسب نبود به طوری که برخی از بازدیدکنندگان قادر به بازدید از تمامی غرفه ها نشدند. همچنین محیط نمایشگاه از نظر سر و صدا نیز مناسب مذاکرات تجاری نبود. ولی در

## ما، چه کردیم؟

## گزارش کوتاه از فعالیت ماهنامه صنعت بسته بندی در دهمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران

در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران، ماهنامه صنعت بسته بندی نیز مانند سایر غرفه گذاران با صرف هزینه غرفه ای متوسط برای خود تدارک دید. غرفه ای که علی رغم دهانه هشت متری باز هم برای جوابگویی به مراجعان خود با کمبود فضا مواجه بود. پیش از برگزاری نمایشگاه،

عزیزان مجری نمایشگاه گاهی با تعجب و ناباوری با مترژ و محل درخواستی غرفه ماهنامه برخورد می کردند. در حالی که در عمل دیدیم، دیدید و دیدند که غرفه بیست و چهارمتری و ده نفر! افراد داخل غرفه نیز از پس پاسخگویی به مراجعان و انجام فعالیتهای این ماهنامه در نمایشگاه بر نمی آمدند.

قرارهای ملاقات داخل و خارج غرفه، عرضه کتب و نشریات تخصصی، عقد اشتراکهای جدید، ارائه مشاوره های سرپایی!، مصاحبه ها، توزیع ویژه نامه ده هزار جلدی نمایشگاه دهم، ارائه توضیحات و ثبت نام تور درویا ۲۰۰۴ و بسیاری امور متفرقه، غرفه ماهنامه صنعت بسته بندی را به غرفه ای پر





جهت شرکت در نمایشگاه‌های بسته‌بندی و صنایع پلاستیک اعلام می‌دارد.

### به بند یزد:

#### راه‌حلهای جدید ما مورد استقبال قرار گرفت

صنایع بسته‌بندی به بند یزد عرضه‌کننده تجهیزات و مواد تسمه‌کشی است. به گفته جراحی مدیر این شرکت، صنایع به بند یزد سعی دارد با ایجاد تنوع در ارائه دستگاه‌های تسمه‌کش اتوماتیک، نیمه اتوماتیک و دستی پاسخگوی نیازهای بسته‌بندی صنایع گوناگون باشد. وی در ادامه مثالی می‌آورد: ما در بررسی‌هایی که در خصوص تسمه‌کشی محصولات سنگین و حجیم به عمل آورده بودیم متوجه این موضوع شدیم که در تیراژهای متوسط بسته‌بندی (۵۰۰ تا ۸۰۰ کالا در روز) معمولاً دو سیستم مختلف پرتابل و تمام اتوماتیک استفاده می‌شوند که اولی به دلیل هزینه بالای تعمیر و نگهداری و دومی به دلیل سرمایه‌گذاری زیاد صاحبان صنایع مصرف‌کننده (مثل لوازم خانگی) ایشان را دچار مشکل کرده است. ما سعی کردیم با طراحی سیستم نیمه اتوماتیک کارآمدی که قابلیت‌های لازم (سرعت مطلوب، تحمل اوزان سنگین و...) را داشته باشد تا حد زیادی این مشکل را حل

از خواص فیلم استرچ در حمل و نقل کالا با پالت خاصیت چسبندگی آن می‌باشد که از اصطکاک بین پالتها در تکانهای جاده‌ای در حین حمل و نقل جلوگیری کرده و به کالا آسیب نمی‌رساند.

سلمانی افزود: فیلم پایپکس استرچ برای استفاده در بسته‌بندیهای مواد غذایی مناسب بوده و مواد اولیه آن به دلیل برخوردار بودن از معتبرترین گواهیهای معتبر بهداشتی بین‌المللی، صلاحیت تماس مستقیم با مواد غذایی را دارد، قدرت چسبندگی، در حرارت‌های پایین فیزیکی دیگر از خواص فیلم استرچ پایپکس می‌باشد. وی با اشاره به مشکلات موجود فیلمهای استرچ گفت: متأسفانه در صنایع داخل کشور اکثراً به دلیل خاصیت چسبندگی بالا فیلم P.V.C، از این نوع فیلم استفاده بسیار زیادی می‌شود حال آن‌که این نوع فیلم به دلیل داشتن روغن D.O.P بسیار خطرناک و سرطان‌زا است و در اکثر کشورهای دنیا مخصوصاً در اروپا و آمریکا استفاده از آن ممنوع می‌باشد.

سلمانی به توان تولید شرکت پایپکس اشاره کرده و گفت: توان تولیدی این شرکت در ضخامت بین ۱۰ تا ۵۰ میکرون و از نظر عرضی از ۱۰ تا ۱۵۰ سانتیمتر است و آمادگی خود را



کل از نظر غرفه‌بندی و تنوع شرکت‌کنندگان و ساعات بازدید مناسب و درخور ستایش بود.

### پایپکس:

#### فیلم استرچ PVC مصرف نکنید. سرطان‌زا است

رضا سلمانی از واحد مهندسی فروش شرکت پلی اتیلن پرتو (پایپکس) درباره تولیدات این شرکت گفت: ما تولیدکننده فیلم استرچ (PE Castfilm) در ایران هستیم. این فیلم با انواع مشابه خارجی خود قابل رقابت و از نظر ظاهری بسیار شفاف و صاف، و دارای خاصیت کشسانی (تا ۵۰۰٪) و چسبندگی مطلوب (در حد استاندارد) می‌باشد.

وی در خصوص کاربرد فیلم استرچ گفت: این فیلم قابل استفاده در بسته‌بندی پالت‌های صنعتی (توسط دستگاه Wrapper) می‌باشد. یکی

بسته‌بندی رسانده، ده هزار نفر را از طریق ویژه‌نامه رایگان خود با دست‌اندرکاران بسته‌بندی آشنا کرده، چهار هزار نفر را از طریق انتشار اطلاعیه مخصوص و مشاوره حضوری برای بازدید از نمایشگاه دروفا ۲۰۰۴ دعوت کرده و پای درددل و اخبار ده‌ها نفر از دست‌اندرکاران بسته‌بندی و چاپ کشور بنشیند. در این میان افراد بسیاری نیز برای نخستین بار با این مرکز اطلاعات و راهبری بسته‌بندی آشنا شدند که امیدواریم ثمرات خیر آن در آینده به همگان برسد.

ناچار از آن است که با صرف هزینه‌های هنگفت با استفاده از انواع روش‌ها نظیر وسعت و محل قرارگیری، خود را هر چه بیشتر در معرض دید و سر راه جویندگان اطلاعات قرار دهد و این نکته‌ای است که اغلب اوقات برای مجریان نمایشگاه قدری پیچیده و اغراق‌آمیز به نظر می‌آید.

به هر حال ماهنامه صنعت بسته‌بندی در نمایشگاه دهم در حد توان خود توانست بیش از یک هزار و هشتصد نسخه کتاب، مجله و سی‌دی را به دست جویندگان اطلاعات

جنب و جوش و شلوغ تبدیل کرده بود. وجود دو کارشناس طراحی جعبه مقوایی و ظروف پلاستیکی نیز به حرارت گفت و گوها و مشاوره‌های داخل غرفه دامن زده بود. ماهنامه صنعت بسته‌بندی تنها پایگاه اطلاع‌رسانی و راهبری صنعت و خدمات بسته‌بندی در ایران است که وظیفه خود را با انتشار نشریه و کتاب، تهیه و عرضه کتب تخصصی مفید، تدوین برنامه‌های آموزشی دولتی و غیردولتی، اعزام هیئتهای ایرانی به خارج، ارائه سرویس مشاوره و کارشناسی و رایزنی با سازمانهای ذی‌ربط در دولت انجام می‌دهد. به همین دلیل حضور وسیع و موثر در نمایشگاه‌های بسته‌بندی تا جایی که در توان این ماهنامه باشد جزء برنامه‌های محوری این دفتر است که بخش از بازتاب آن در نمایشگاه به صورت ازدحام مقابل غرفه قابل درک می‌باشد. به همین دلیل این دفتر



## نظم در نمایشگاه دهم

می گویند امنیت و سلامت دو موهبتی هستند که تنها وقتی نباشند وجودشان درک می شود. فارغ از برخی مشکلات فنی، نمایشگاه دهم را می توان نمایشگاهی منظم دانست. لایه های نازک اما واقعی از نظم و اطمینان بر نمایشگاه دهم افتاده بود که در راندمان نمایشگاه و آرامش غرفه گذاران بی تاثیر نبود. حضور فعال مدیران سالنها یکی از پررنگ ترین تفاوت های نمایشگاه دهم با دوره های قبل است. تعداد افراد متفرقه و اشانتیون بگیر در این دوره کمتر از قبل بود که البته باید دید دلیل واقعی آن چیست.

سیستم جداکننده آخال (ضایعات) مجهز می شود.

دستگاه سوم ما چاپ بزرگ فلکسو دو رنگ تا چهار رنگ کارتن مجهز به دایکات روتاری با دهانه ۳۷۰ سانتیمتر و عرض و طول چاپ ۳۵۰×۲۲۰ سانتیمتر است که هم اینک در یکی از واحدهای بزرگ تولیدی مورد بهره برداری قرار گرفته است.

وی تاکید کرد: بسیاری از دست اندرکاران و ماشین سازان، ساخت این ماشین را خارج از توان و تصور می دانستند که این کار مهم نیز در سال ۱۳۸۲ توسط ماشین سازی اندیشه به تحقق پیوست.

## پایتخت گستر تهران:

### در نمایشگاه بعدی بهتر خواهیم بود

شرکت پایتخت گستر تهران عرضه کننده کلیشه های دیجیتال و ژلاتین Okahafen سازگار با شرایط چاپخانه ها و آب و هوای ایران است. مرتضی بابایی مدیر عامل این شرکت نظر خود راجع به نمایشگاه دهم را چنین بیان کرد: نمایشگاه خوب بود، استقبال خوبی شد. فقط اگر زمان برگزاری تغییر پیدا کند خیلی بهتر است. چون این زمان به شب عید می خورد و چون حجم کاری شرکتها پیش از عید زیاد است دیگر جوابگوی مشتری های بعد از نمایشگاه نمی توانند باشند و یا اصلاً نمی توانند به کارهایی که به بازدیدکنندگان قول داده اند (از قبیل: لیست قیمت، نمونه کار و...) رسیدگی کنند. وی همچنین افزود: سعی می کنیم در نمایشگاه بعدی نیز حضور بهتری داشته باشیم.



مستقیم بر روی کارتن است. روند فوق زمان تولید یک جعبه برای تیراژ چند هزار تایی را که حداقل ۲۰ دقیقه نفر ساعت می باشد به کمتر از یک دقیقه کاهش می دهد. این روش برای اولین بار و با طراحی ویژه و سیستم تغذیه انحصاری ماشین سازی اندیشه به بازار عرضه می شود.

در این دستگاه شیت کارتن توسط پنجه ورق گیر پس از عبور از واحدهای چهار رنگ اصلی زرد، قرمز، آبی و مشکی توسط کلیشه های ژلاتینی ترام دار نقش لازم را پذیرفته و پس از درهم آمیختن رنگها جلوه ای زیبا و زنده را به خود می گیرد که این تکنولوژی را می توان با افزودن واحدهای رنگ اضافی دلخواه و واحد UV زنی به اوج رساند. در حقیقت مزیت اصلی این ماشین در مقایسه با انواع مشابه خارجی که به بهای گزاف میلیاردی خریداری می شوند دقت چاپ و روی هم نشستن ترامها به دلیل بکارگیری پنجه ورق گیر می باشد که از کلیه نوسانات و حرکات اضافی و لغزشهای ذاتی کارتن در مسیر عبور خود جلوگیری می کند.

دستگاه بعدی دایکات تخت اتوماتیک طرح بوبست (BOBST) است که با قالب تخت و به صورت ضربه ای (پرسی) و با استفاده از میز آپارات (فوت مک) و با امکان زیر چسبانی قادر است انواع مقوا سبک از ۲۰۰ گرمی تا کارتن های ۵ لا را تیغ زنی کرده و با تولید ۳۰۰ عدد در ساعت برای کارهای دقیق مورد استفاده قرار گیرد. این دستگاه در سه اندازه ۷۰×۱۰۰ برای چاپخانه ها و جعبه سازیها ۷۵×۱۷۰ برای کارهای معمولی ۱۰۰×۲۴۰ برای کارهای بزرگ تولید خواهد شد و به سفارش مشتری به



کنیم که استقبال در نمایشگاه نشانگر این ادعا بود. مدیر عامل شرکت به بند یزد در خصوص کیفیت نمایشگاه دهم گفت: کیفیت نمایشگاه دهم با وجود بعضی ابتکاراتی که انجام داده بودند رضایت بخش نبود. اشکالات بزرگی از جمله قطع مستمر برق، عدم نظارت دقیق پیمانکاران جانبی، مفقود شدن بعضی لوازم و عدم پاسخگویی مسئولان، به کار بردن تدابیر نامفهوم به اصطلاح امنیتی (در معذوریت گذاردن غرفه داران) و عدم اطلاع رسانی در ورودی های سالنها در این نمایشگاه به چشم می خورد.

## ماشین سازی اندیشه،

### شکستن حصار کم باوری و خود کم بینی ایرانی

داریوش راستی مدیرعامل ماشین سازی اندیشه گفت: در ادامه تعهد و رسالت خود مبنی بر شکستن حصارهای کم باوری و خود کم بینی ایرانی و در پی ارائه محصولات جدید خود در گذشته مانند دایکات تخت اتوماتیک ایستاده در سال ۱۳۷۹، دایکات روتاری در سال ۱۳۸۰ و دستگاه چاپ چهار رنگ فلکسو مجهز به دایکات روتاری در سال ۱۳۸۱ که همگی برای اولین بار در ایران تولید شد امسال در دهمین نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی تهران سه محصول جدید خود را به بازار معرفی کردیم.

نخستین دستگاه ما چاپ تمام اتوماتیک چهار رنگ ترکیبی فلکسو کارتن و جعبه مجهز به پنجه ورق گیر، جایگزین لامینیت، که با توان تولید بیش از ۱۰ هزار شیت در ساعت و مستقیماً تصاویر دلخواه را با کیفیتی مناسب با اندازه های دلخواه چاپ می کند. در این فرآیند هزینه تولید یک جعبه از یک دوم تا یک سوم کاهش پیدا می کند. این کاهش در پی تبدیل هزینه مراحل لیتوگرافی، فیلم، زینک و چاپ و یووی و لامینیت به هزینه تهیه کلیشه فلکسو و چاپ



# سوالاتی که آقای رفسنجانی نرسید!



این نمایشگاه چه برکاتی برای این بخش از صنعت (بخش بسته بندی) خواهد داشت. اما بازدید سریع و سخنرانی کوتاه آقای رفسنجانی که بدون برآوردن انتظارات بخش بزرگی از صنعت به نام بخش بسته بندی و بدون هیچ نوید و امیدی برای این بخش برگزار شد بلافاصله همگان را به یاد سختگیری های نیروهای حفاظتی و امنیتی انداخت که این همه اخلاف در برگزاری عادی نمایشگاه به خاطر همین چند دقیقه بود!

البته این را باید از دعوت کننده آقای رفسنجانی پرسید که نتوانست آن طور که باید از حضور و توانایی های این شخصیت با نفوذ و مقتدر به نفع صنایع بسته بندی و چاپ استفاده ببرد.



متأسفانه در سخنرانی آقای رفسنجانی نیز مطالبی که حاکی از اطلاعات کافی از آمارها و نقش و وضعیت فعلی صنعت بسته بندی در کشور باشد دیده نشد. البته آنهایی نیز که باید چنین اطلاعاتی را می دادند وقت و اجازه آن را هم داشتند چنین کاری نکردند و بیشتر به نکاتی پرداختند که خارج از این موضوع بود.

صنعت بسته بندی صنعت بزرگی است و دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی فرصت بسیار خوبی برای معرفی شایسته این صنعت به یکی از افراد با نفوذ کشور در صحنه اقتصاد بود. اما ظواهر امر چیزی جز این را نشان می داد.

از مجموعه بازدید و مراسم افتتاحیه به نظر آمد این بخش از صنعت چندان چشم سردار سازندگی را نگرفته است. بسیاری از غرفه گذاران که از روز قبل به دلیل مراقبتهای امنیتی ناشی از حضور آقای رفسنجانی در سالن با محدودیتها و گاهی ضرر و زیانهایی مواجه شده بودند بسیار علاقه مند بودند بدانند که حضور مرد اول سازندگی کشور در



آقای اکبر هاشمی رفسنجانی رئیس مجمع تشخیص مصلحت به غرفه ماهنامه صنعت بسته بندی آمد. ایشان که چندان سر ذوق و با حوصله به نظر نمی آمد راجع به تیراژ ماهنامه و مخاطبان آن پرسید. همچنین وی درباره وضعیت آگهی در این ماهنامه سوال کرد که همه سوالات در کوتاه ترین زمان ممکن توسط رضا نورانی مدیر ماهنامه پاسخ داده شد. اما رئیس مجمع مصلحت نظام که به سردار سازندگی معروف است از این تنها مرکز اطلاع رسانی بسته بندی در کشور سوالاتی را که باید می پرسید نپرسید:

- حجم سرمایه گذاری در این بخش از صنعت  
- منابع ملی و صنایع بالا دست این صنعت

- حجم واردات مواد و تجهیزات برای این صنعت

- سطح آموزش در این صنعت  
- تعداد افراد شاغل در این صنعت و بخشهای مختلف آن

- و سایر مطالبی که ایشان همواره در سخنرانی های خود به آنها اشاره می کند و به نظر می آید برایشان مهم است.



BOPP از مواد مصرفی در بسته‌بندی بسیاری از کالاهای خوراکی به ویژه در گروه شیرینی و شکلات و اسنکها است. با توجه به سرمایه‌گذاری‌های موجود در صنایع غذایی و در کنار آن توسعه واحدهای چاپ بسته‌بندی در ایران مصرف این نوع فیلم پلاستیک طی سالیان گذشته رو به افزایش بوده است. با توجه به رشد وابستگی واحدهای چاپ بسته‌بندی ایران به فیلم BOPP احساس نیاز به ثبات و امنیت نزد واحدهای وابسته به این نوع فیلم پلاستیک شدت یافته است. عدم تعادل منطقی در بازار BOPP ایران که از نیمه دوم سال گذشته افزایش پیدا کرد باعث به هم ریختگی برنامه بسیاری از واحدهای ذی‌ربط شد. تا جایی که تعدادی از این واحدها دست به دامن اداره کل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شدند بلکه مشکلات این ماده پلاستیک را حل کند. نظر به این که این مسئله تأثیر مستقیم بر صنعت بسته‌بندی ایران دارد ماهنامه صنعت بسته‌بندی بر آن شد تا با پرداختن به این موضوع و به وسیله طرح نظرات و دیدگاه‌های طرفهای ذی‌ربط و ذی‌نفع گامی در جهت رفع این معضل بردارد.

در شماره‌های گذشته گزارش ویژه اداره کل چاپ و نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و گفته‌های تنی چند از دست‌اندرکاران درباره وضعیت BOPP. پاسخ شرکت پوشینه منتشر شد. انتشار گزارشات فوق موجب واکنشهایی از سوی طرفهای ذی‌ربط نسبت به یکدیگر شد. در این شماره نظرات سردبیر ماهنامه صنعت بسته‌بندی و مهندس حسین ابویی مهریزی مدیرکل دفتر صنایع غیر فلزی وزارت صنایع و معادن را در این رابطه می‌خوانید.

## نظر مدیرکل دفتر صنایع غیر فلزی وزارت صنایع

### در باره وضع تولید و عرضه فیلم BOPP در ایران

صنعت بسته‌بندی - منظور از واحدهای تحت پوشش، تحت پوشش وزارت صنایع است؟  
ابویی - بله  
صنعت بسته‌بندی - غیر از آن تحت پوشش چه نهاد دیگری هستند؟

ابویی - واحدهایی که ممکن است تحت پوشش وزارت ارشاد باشند.

صنعت بسته‌بندی - اما ما در حوزه واحدهای چاپ لفاف بسته‌بندی صحبت می‌کنیم.

ابویی - من در مجله شما دیدم که بحث غیر از واحدهای مورد بحث ما هم مطرح بوده است. ما با مصرف‌کنندگان عمده این محصول سر و کار داریم. ما نمی‌توانیم همه مصرف‌کنندگان را دعوت کنیم. اگر انجمن داشته باشند انجمن را دعوت می‌کنیم. به عنوان مثال تعداد واحدهای صنف شیرینی و شکلات زیاد است ولی ما مسئولان انجمن آنها را دعوت کردیم. در مورد چاپخانه‌ها نیز تعدادی از چاپخانه‌ها که در ضمن تولید فیلم BOPP نداشتند را دعوت کردیم. همه اینها دعوت شدند. چندین جلسه نیز برگزار شد. از نظر سهم این کالا در قیمت تمام شده محصول ایشان بحث شد و بر اساس فرمولها و موازینی که مادر وزارت صنایع و معادن داشتیم تعرفه مربوطه که از سال ۱۳۷۹ برقرار بود تصویب شد. البته تعرفه سال ۱۳۷۹ بر اساس دلار ۱۷۵ تومان بود که در جلسات ما بر پایه دلار ۸۰۰ تومان وضع شد. در زمان مدیریت بنده این تعرفه تغییر چندانی نکرد. می‌توانید تعرفه‌ها را از سال ۱۳۷۹ تاکنون بررسی کنید.

اما در خصوص پیشنهاد کاهش تعرفه از سوی یکی از تولیدکنندگان فیلم BOPP که شما گفتید، باید ظرفیت اینها را با هم مقایسه کرد. ایشان خودش مصرف‌کننده تولید BOPP خود است.

اما ما باز هم حاضر هستیم در این مورد جلسه بگذاریم. با مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان که سه واحد هستند و البته میزان مصرف دو واحد از اینها از تولیدشان بیشتر است. ما حاضریم جلسه بگذاریم، مسائل را بررسی

در پی طرح موضوع فیلم BOPP و گفته‌های طرفهای ذی‌ربط و ذی‌نفع به سراغ حسین ابویی مهریزی مدیرکل دفتر صنایع غیر فلزی وزارت صنایع رفتیم و نظر وی را در این رابطه جویا شدیم. وی سابقه ذهنی کاملی از این موضوع داشت و از پیش آماده پاسخگویی به سوالات بود.

صنعت بسته‌بندی - آقای ابویی بسیاری از اعتراضات در قضیه فیلم BOPP بر محور تعرفه بالای واردات این فیلم است که به نظر می‌آید با هدف شکستن انحصار عرضه BOPP و تعدیل قیمت‌ها صورت می‌گیرد. با توجه به گفته‌های خودتان در مصاحبه منتشره در شماره ۵۳ ماهنامه صنعت بسته‌بندی مبنی بر این که پیش از تعیین تعرفه برای کالاهای مورد مناقشه جلساتی با حضور طرفهای ذی‌نفع در وزارت صنایع برپا می‌شود به نظر می‌آید نظر مصرف‌کنندگان فیلم BOPP در این خصوص تأمین نشده و اصولاً جلسه‌ای در کار نبوده است. آیا جلسه‌ای برگزار شده است؟

ابویی - بله  
صنعت بسته‌بندی - بخش زیادی از مصرف‌کنندگان با استناد به نامه ارسالی به وزارت ارشاد مخالف نرخ تعرفه فعلی هستند و یکی از تولیدکنندگان BOPP نیز طی نامه‌ای به این اداره خواستار کاهش نرخ تعرفه بوده است. پس تعرفه فعلی بر چه اساسی است؟

ابویی - به طور کلی اصل تعرفه جدا از مقدار یا نرخ آن در تمام دنیا رایج است. این کار برای حمایت منطقی از تولید داخلی و فضای کسب و کار در کشور انجام می‌شود. فیلم BOPP نیز یکی از همین موارد است. طبق قانون ۱۱۵ برنامه سوم توسعه حرکتی به نام نظام تعرفه‌ای آغاز شد. پیش از آن نظام دستوری واردات وجود داشت. بر

اساس قانون ۱۱۵ برنامه سوم، واردات توسط دو اهرم یعنی تعرفه و الزامات فنی مدیریت می‌شود. تاکنون ما بر این اساس کار کرده‌ایم.

در خصوص فیلم BOPP نیز نه یک نوبت بلکه چندین نوبت با اعضای صنف شیرینی و شکلات به عنوان مصرف‌کننده نهایی و با واحدهای چاپ تحت پوشش که مصرف آنها بالا بوده است جلسه داشته‌ایم.

**مدیرکل دفتر صنایع غیر فلزی:  
ما حاضریم جلسه بگذاریم،  
مسائل را بررسی کنند و  
شرایط روز را در نظر بگیریم  
و اگر قرار است تصمیمی  
اتخاذ کنیم این کار را زودتر  
انجام دهیم.**

کنند و شرایط روز را در نظر بگیریم و اگر قرار است تصمیمی اتخاذ کنیم این کار را زودتر انجام دهیم. اما با حضور هر دو طرف یعنی تولیدکننده و مصرف کننده. در گذشته نیز به هیچ وجه جلسات یک طرفه نبوده است و من این را با مدرک و سند ثابت می‌کنم. اما در کنار این حرکت باید حرکت‌های دیگری نیز بشود. می‌خواهم بگویم ما باید سطح رقابت را در تولید و عرضه فیلم BOPP بالا ببریم. این اتفاق خواهد افتاد. به این علت که تعدادی از واحدها که پیش از این در امور چاپ یا تبدیل لفافهای بسته‌بندی اشتغال داشتند در این مورد اقدام کرده‌اند. ایشان از جمله واحدهایی هستند که پیش از این امکان تولید BOPP نداشتند. البته بیشتر از این نمی‌توانم توضیح دهم چون هنوز نهایی نشده است. یعنی ادامه کار در جای دیگری در حال پی‌گیری است. فقط می‌توانم بگویم به زودی تولید فیلم BOPP دیگر به این حالت Monopol یا شبیه آن نخواهد بود. دست زیاد خواهد شد.

گذشته از آن، دور نخواهد بود که همین تولیدکننده (پوشینه) که در حال حاضر خط جدیدی نیز اضافه کرده است برای فروش محصول خود باید به اصل توافق و در نظر گرفتن نظرات مشتری و تعامل با مشتری بیش از گذشته توجه کند. من در جلسات گذشته نیز این مطلب را چند بار تذکر دادم و این اتفاق خواهد افتاد. یعنی در این بخش از صنعت کسی متکلم‌الوحد نخواهد بود. چند ماه دیگر وقتی که موضوع عملیاتی شد من این موارد را با مدرک و سند خواهم گفت.

چندی پیش یکی از بخش‌ها از بنده اظهار نظر خواستند و من گفتم که بله، در آینده فرآیند مصرف کالاهای بسته‌بندی شده افزایش خواهد یافت. شما خود می‌بینید که بسیاری از کالاهای مورد نیاز مردم که باید به صورت بسته‌بندی شده عرضه شود به صورت فله فروخته می‌شود. وزارت بهداشت نیز فعالیتهایی را در این زمینه شروع کرده و الزاماتی برای بسته‌بندی کالاها گذاشته است. این یعنی افزایش نیاز.

از این گذشته شما خود می‌دانید که روند جایگزینی مواد فلزی و سلولزی با مواد پلیمری شتابی روزافزون دارد. بنابر این اگر در این مورد (BOPP) سرمایه‌گذاری شود تأثیرات چند بعدی و چند منظوره خواهد داشت که یکی از آنها می‌تواند رفع انحصار موجود در این خصوص باشد.

نگرش دیگر این است که با توجه به راه‌اندازی پروژه‌های تولید پلی‌پروپیلن توسط پتروشیمی در آینده ما می‌توانیم صادرکننده

فرآورده‌های PP باشیم. یعنی این بخش از صنعت را به عنوان صنعتی متکی بر منابع موجود مطرح کنیم. ما کشوری با منابع نفت و گاز داریم. صنایع پائین دست پتروشیمی باید به تناسب بالادست خود توسعه پیدا کنند و مزیت‌های داخلی خود را به مزیت‌های رقابتی در سطح بین‌المللی تبدیل کنند.

اما نکته‌ای دیگر که باید به آن اشاره کنم و در مجله شما دیدم بحث نیاز چاپخانه‌ها است که رقمی حدود چهل و هشت هزار تن را نشان می‌دهد. واقعیت واردات این است. پیش از سال ۱۳۷۹ که تعرفه‌ای وجود نداشت.

در سال ۱۳۷۶ پانصد تن تولید داخلی و چهارده هزار و پانصد تن واردات داشتیم. سال ۱۳۷۷ دوهزار و پانصد تن تولید داخلی و هجده هزار و دویست تن واردات بود. سال ۱۳۷۸ که واحد پوشینه راه‌اندازی شد دوازده هزار تن تولید داخلی و چهارهزار و ششصد تن واردات داشتیم. در این سال تعرفه بالایی نیز برای واردات وجود نداشته است. سال ۱۳۷۹ پانزده هزار تن تولید داخلی و هزار و سیصد تن واردات بوده است. سال ۱۳۸۱ بیست و یک هزار و پانصد تن تولید داخل و سه هزارتن واردات داشتیم.

باید نکته دیگری را نیز در نظر داشت. پیش از تولید فیلم BOPP در ایران عمده لفافهای بسته‌بندی ایران به صورت چاپ شده وارد می‌شد. اما با تولید BOPP در داخل چاپخانه‌ها توان رقابت با خارج را پیدا کردند و این باعث توسعه کارگاه‌های ایشان نیز شد. اکنون خوب است چاپخانه‌داران میزان تولید خود را با گذشته (پیش از تولید داخلی) مقایسه کنند.

اگر فیلم BOPP در ایران نبود چاپخانه‌داران چگونه جرات می‌کردند بازار را از ترکیه بگیرند؟ اگر منصفانه تنها ده دقیقه به مسائل فکر کنیم می‌بینیم این سرمایه‌گذاری‌ها بوده که توانسته جلوی کارهای چاپ شده وارداتی را بگیرد.

از طرفی معمولاً هشتاد تا نود درصد واردات هر کالایی توسط افراد معدودی انجام می‌شود. اما به چه بهایی به دست مصرف‌کننده (چاپخانه‌دار) کوچک می‌رسد؟

من معتقد هستم اگر شرایط رقابتی را تشدید کنیم شرایط عرضه و تقاضا سهل‌تر می‌شود. اثربخش‌ترین اقدام، افزایش سطح رقابت است. اگر چنین شود تمام این مسائل مستقل از تعرفه خواهد شد. اگر واحد دیگری راه‌اندازی شود اصل رقابت همه چیز را حل خواهد کرد.



مدیر کل دفتر صنایع غیر فلزی:

## اگر فیلم BOPP در ایران نبود چاپخانه‌داران چگونه جرات می‌کردند بازار را از ترکیه بگیرند؟

اگر در این مورد (BOPP) سرمایه‌گذاری شود تأثیرات چند بعدی و چند منظوره خواهد داشت که یکی از آنها می‌تواند رفع انحصار موجود در این خصوص باشد.

آن است که از رفتارهای مقطعی و منافع زودگذر چشم ببوشیم و یادگارهایی از خود به جا بگذاریم که تا ابد ماندنی باشد. متأسفانه بعضی در ایران بزرگ بودن را با پدرخوانده بودن آن هم از نوع ایتالیایی آن اشتباه می‌گیرند. در حالی که بزرگ بودن از نوع ایرانی آن با الگوهای چون پهلوانان و افراد خیر و فروتن نمونه‌های بهتری هستند. نظیر سرمایه‌داران و کارخانه‌دارانی که سفره‌ای را برای نخستین بار گشودند اما حتی دست زیردستان خود را گرفته و کنار خود بر سر همان سفره نشانند.

چرا باید به گونه‌ای عمل کنیم که دیگران تنها راه چاره را رقابت ببینند؟ و چرا طوری رقابت کنیم که غیر منطقی، ضد توسعه و کارشکنانه باشد.

متأسفانه برخی جایگاه و معنای «پیشگیری بهتر از درمان است» را اشتباه برداشت می‌کنند. می‌گوئیم اشتباه چون معتقد هستیم

سرمایه‌داران و صنعتگران ایرانی آن قدر مفید و موثر و مثبت هستند که اعمال غیر منطقی و منفی ایشان را تنها باید به حساب اشتباهی در میان کارهای صحیح آنها گذاشت. آیا هزینه تعامل، تحمل و سر یک سفره نشستن، از میلیونها دلار پر کردن جیب خارجی‌ها برای منافع زودگذر

کمتر نیست؟ خریدن و نگاه داشتن نام خوش و صفت «بزرگوار» با کمتر از اینها امکان دارد و هیچ گاه نیز فراموش نمی‌شود.

### اسباب بزرگی

آن گاه که به لطف خدا و تلاش و کوشش و همت، بخشی از اسباب بزرگی برای کسی فراهم می‌شود باید بر این نعمت شکرگزار بود و شکر آن گرفتن دست دیگران است که همین کار باقی اسباب بزرگی را نیز فراهم می‌کند.

وقتی کسی در کشور صنعتی را می‌آورد و بسیاری از افراد بزرگ و محترم دیگر مصرف‌کننده او می‌شوند باید قدر این جایگاه را بداند و با سخاوت و بزرگواری در رفتار خود به یاد روزی باشد که بالاخره دیگرانی هم خواهند آمد و این دوران یکه‌تازی تمام خواهد شد. نام خوش و صفت «بزرگوار» و «پیش‌کسوت» در آن روزگار بسیار موثر و کارآمد خواهد بود. نه آن که وقتی به هر کس رجوع کنی چاره کار را رقابت و انحصار شکنی ببیند.

آرزوی ادب شدن و سر جای خود نشستن شایسته مردان بزرگی که صنعتی را در کشور متحول می‌کنند نیست.

مردان بزرگی که برای جبران زحماتی که برای تحول یک صنعت در کشور کشیده‌اند گاهی انتخاب اشتباه کرده و جایگاه پیشکسوتی خود را به آسانی با تصویر یک زورگو عوض می‌کنند. زورگویی که تحمل انتقاد و ندای مخالف را نداشته و منتقدان خود را با تحریمهای اقتصادی جریمه می‌کند.

شاید جمله «همه این مسائل با آمدن رقیب حل خواهد شد» از مدیران مسئول صنعت در دولت اصلاً شایسته شرکت پوشینه نیست. شرکتی که باعث تحولی بزرگ در صنعت بسته‌بندی کشور شد. حیف از این نام و سابقه درخشان که به خاطر روش‌های مقطعی و ناپخته به هدر می‌رود.

خوانندگان محترم می‌دانند که ماهنامه صنعت بسته‌بندی از چندی پیش به موضوع فیلم BOPP و مسائل موجود در بازار داخلی آن پرداخته است. هر چند که علی‌رغم طرح دیدگاه‌های موافق و مخالف هنوز مسئله اصلی حل نشده است اما با عقده‌گشایی و گفتمان از طریق این ماهنامه لایه‌ای جدید از وضعیت توزیع و عرضه فیلم BOPP در ایران نمایان شد.

این لایه جدید طرفهای قضیه را یک قدم به حقایق موجود در میان آنها نزدیکتر کرد و پرده‌ای دیگر را از روی واقعیت نیت و عمل هر یک کنار زد.

بازار پر از تعارفات و ملاحظات است و پی بردن به حقیقت صحبت‌هایی که بین طرفین رد و بدل می‌شود خود هنری است که ضامن بود و نبود در بازار خواهد شد. آن چه در گذشته منتشر شد بعضی را بر آن داشت که کمی از قالب تعارف و ملاحظه بیرون آمده

و آن چه را در دل دارند واضحتر بیان کنند. این خود یک قدم مثبت است.

### شفافیت

ایجاد شفافیت در روابط، ابتدای کار گروهی و حرکت به سوی توسعه است. تمام تلاش ماهنامه صنعت بسته‌بندی در حل معضلات از طریق

راه کاری به نام «شفافیت» بوده و هست. این کار پیش از این نیز انجام شده و اثرات مثبتی در صنعت بسته‌بندی ایران داشته است. شاید بتوان گفت یکی از پیچیده‌ترین و کدرترین روابط موجود در مجموعه صنایع و خدمات بسته‌بندی در ایران متعلق به گروه تولید و چاپ لفافهای بسته‌بندی است. صنعتی پر از ملاحظه و محافظه کاری.

در این جا مجال پرداختن به ریشه‌های این نوع رابطه نیست. در ضمن باید بر این نکته تاکید کرد که منظور از کدر بودن روابط، «دشمنی» نیست بلکه به طور دقیق معنی خود واژگان «کدر» و «شفافیت» مدنظر است که در نهایت به واژه‌هایی نظیر «صدافت»، «استاندارد»، «کار گروهی» و امثال اینها منتهی می‌شود.

ما معتقد به پاک‌ی ذات و ضمیر مردم هستیم. ما معتقد هستیم همه انسانها دوست دارند خوب باشند و از ایشان به نیکی یاد شود. ما اعتقاد داریم مجموعه صنعتگران و تولیدکنندگان ایرانی به ویژه مخاطبان اصلی این مطلب که در زمره صنعت لفاف بسته‌بندی هستند افرادی سختی کشیده، با اراده و با هدفهای مفید می‌باشند. همه ما در پیشرفت هم سهیم هستیم حتی اگر یکدیگر را نشناسیم.

اغلب ما نسبت به جامعه و همکاران صنعتی خود نوعی احساس مسئولیت داریم و این احساس مسئولیت در توصیه‌ها، انتقادهای و یا دخالت مستقیم در بعضی کارها نمایان می‌شود.

سرمایه‌داران بزرگ معتقد هستند با راه‌اندازی و تامین مواد یا فن‌آوری‌های برتر جهش‌هایی را در توسعه کشور ایجاد کرده‌اند. مصرف‌کنندگان نیز معتقد هستند با استفاده از حاصل سرمایه این سرمایه‌داران باعث چرخیدن چرخ سرمایه و سودآوری آنها شده‌اند. بدین سان همه به هم مدیون بوده و در کار یکدیگر موثر هستیم.

### بزرگ کیست؟

بزرگ بودن مستلزم بزرگواری بودن است و بزرگواری بودن مستلزم



# توجه اطلاعیه توجه

## چهارمین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران

چهارمین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران در نیمه اول سال ۱۳۸۳ تهیه و منتشر خواهد شد.

از تمام واحدهای صنعتی و خدماتی بخش بسته بندی دعوت می شود از هم اکنون اطلاعات مربوط به واحد خود را آماده و برای ارسال آن به دفتر ماهنامه منتظر اطلاعیه بعدی باشند.

**چاپ اطلاعات واحدها در این کتاب مانند گذشته رایگان است.**

**در ادامه فهرست کلی طبقه بندی مشاغل موجود در کتاب چهارم بسته بندی ایران ارائه شده است:**

ساخت ماشین آلات صنعتی در داخل کشور/ تعمیرات و قطعات تجهیزات صنعتی/ ساخت قالب دایکات/ ساخت قالبهای بادی، تزریق و.../ تولید و تبدیل لفافهای بسته بندی/ تولید ظروف پلاستیکی/ تولید فوم و ضربه گیر (مواد مختلف)/ سایر پلاستیکهای بسته بندی/ لوازم تسمه کشی/ تولید کاغذ و مقوا/ کارتن سازی/ بسته بندی کاغذی و مقوایی (غیر کارتن)/ ساخت انواع پاکت، کیسه و ساک/ بسته بندی فلزی/ بسته بندی شیشه ای/ بسته بندی چوبی/ انواع چسب/ انواع رزین، مرکب، ورنی (مربوط به چاپ یا بسته بندی)/ انواع مواد شیمیایی جانبی/ خدمات چاپ فلکسو و گراور/ خدمات چاپ آفست و لترپرس/ خدمات چاپهای ویژه (تامپو، اسکرین، آفست خشک، هلوگرافی، ورنی، طلا کوب و...)/ خدمات چاپ برجسب (حرفه ای)/ خدمات بسته بندی کالاها/ خدمات طراحی صنعتی و گرافیک/ مشاوره و بازرگانی مواد و ماشین آلات/ تشکلهای/ رسانه ها و مراکز تحقیقاتی





# من و ارزشهای افزوده

## گفت و گو با علی رضا اسماعیلی بازرگان موفق ایرانی

شاید به یاد داشته باشید آن زمان که هنوز نام این ماهنامه «چاپ و بسته بندی» بود در شماره ۱۱ گفت و گویی داشتیم با علی رضا اسماعیلی بازرگان موفق ایرانی که محصولات ایرانی را با نام ایران و بسته بندی هایی که کلمات فارسی نیز بر آن چاپ شده در بازارهای اروپا و بویژه اطریش عرضه می کند. در آن گفت و گو به نکات بسیار جالبی اشاره شد و پس از انتشار آن تماسهای زیادی با دفتر مجله برای ارتباط با این بازرگان موفق ایرانی گرفته شد. این در حالی بود که این ماهنامه سالهای ابتدایی عمر خود را می گذارند و بسیاری هنوز موفق به شناسایی و خواندن آن نشده بودند. اینک اسماعیلی پس از سالها مقابل غرفه ماهنامه چاپ و بسته بندی تهران ایستاده و به نروائی مدیر ماهنامه نگاه می کند تا ببیند آیا او را به یاد می آورد. البته نگاه های خاص اسماعیلی به این زودی ها از یاد نمی رود و خیلی زود سلام و احوالپرسی گرم هر دو نفر را روی مبلهای چرمی داخل غرفه می نشاند.

تازه چه خبر؟

اسماعیلی - پس از سالها که تنها ارتباط ما با ایران صادرات محصولات ایرانی به صورت بسته بندی محصولات در خارج از کشور بود اکنون آمده ایم تا برخی از کالاها را در ایران تولید کرده و تمام کارهای آن را از ابتدا تا آخر در ایران انجام دهیم. ما در خصوص صادرات خرما حتی رقیبانی چون تونس و مراکش را در نظر نگرفتیم. ما خرمای آمریکا و اسرائیل را به عنوان رقیب اصلی برگزیدیم و توانستیم بهترین بسته بندی را برای خرمای ایرانی در مقابل آنها ارائه دهیم. اما متأسفانه دوباره داخل خرماها برای ما در دسترس کرد. در آن هشت سالی که خود من روی خرماها کار می کردم کار از نظر کیفیت عالی بود. اما در این سال آخر که به آقایان وابسته شدیم خرماها کیفیت مطلوب را نداشت.

منظور از آقایان چیست؟

اسماعیلی - تجار عزیز و محترمی که در خیابان تختی هستند. می توانم اسمشان را هم بگویم. می توانید از خودشان پرسید. ایشان نه تنها از اصل خرما زدند (کم کردند) بلکه حتی از جنس بسته بندی یعنی کاغذی

### بخش نخست این گفت و گو پنج سال پیش منتشر شد!

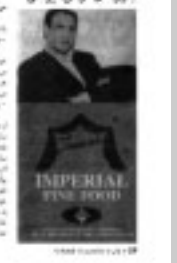


ایران را به عنوان یک کشور موفق در زمینه بسته بندی می شناسد. این کشور در سال ۱۳۸۵ موفق شد در زمینه بسته بندی محصولات خود به رتبه نخست در بین کشورهای منطقه برسد. این موفقیت را می توان به عوامل مختلفی مانند سرمایه گذاری در بخش بسته بندی، استفاده از مواد اولیه با کیفیت و توجه به استانداردهای بین المللی نسبت داد. در این گفت و گو با آقای اسماعیلی در مورد تجربیات و چالش های این صنعت در ایران صحبت خواهیم کرد.

در این گفت و گو با آقای اسماعیلی در مورد تجربیات و چالش های این صنعت در ایران صحبت خواهیم کرد. ایشان به اهمیت بسته بندی در موفقیت کسب و کار اشاره می کند و به چالش های موجود در این زمینه در ایران می پردازد. همچنین به راهکارهای عملی برای بهبود کیفیت بسته بندی و افزایش رقابت پذیری محصولات ایرانی در بازارهای جهانی می پردازد.

### من و ارزشهای افزوده

یان صنعتی  
علیرضا اسماعیلی  
بازرگان موفق ایرانی







**- آیا فعالیت شما تنها کشور به اطریش محدود می شود؟**

**اسماعیلی** - منطقه کاری من در آسیانیز وجود دارد که ایران هیچ گاه توجهی به آنها نداشته است. ما در اطریش اقدامات زیادی برای بازارهای آسیایی انجام دادیم. خوشبختانه یا متأسفانه اتاق بازرگانی و وزارت بازرگانی اطریش برای کنترل آن بازارهای آسیایی خیلی بیشتر از نهادهای مربوطه ایرانی به ما یاری دادند. ما یک شرکت اطریشی هستیم ولی محصولات ما مربوط به ایران است. این خیلی ناگوار است که ما محصولات ایرانی را باید از اطریش که کشوری کوچک است به آسیا صادر کنیم. فقط به خاطر این که در ایران آن طور که باید از ما حمایت نمی شود.

**- اوضاع بسته بندی در ایران را چگونه دیدید؟**

**اسماعیلی** - من خیلی خوشحال هستم که می بینم برخی تجهیزات بسته بندی در ایران ساخته و به کشورهای دیگر فروخته می شود. من چند شرکت را دیدم که ساخته های خود را به آفریقا و آسیا صادر کرده اند. حتماً نباید به دنبال بازارهای اروپایی باشیم. شانزده کشور شمالی ایران بهترین بازار مصرف تولیدات ایران هستند. اروپایی ها ساخته های ما را با شک و تردید می خردند و باید به آنها التماس کنیم. اما کشورهای شمال ایران با دل و جان محصولات ایرانی را استقبال می کنند. البته من در آن جا هم که بودم با محصولات نامرغوب ایرانی برخورد کردم که از نظر محتوی یا بسته بندی مشکل داشتند.

**- در زمینه برنج ایرانی چه کرده اید؟**

**اسماعیلی** - سال ۲۰۰۴ میلادی از سوی سازمان ملل به عنوان سال برنج نامگذاری شده است. من طی چند روز گذشته افتخار داشتم که با چند شرکت ایرانی مذاکراتی برای صدور برنج ایران به کشورهای همسایه انجام دهم. شاید ندانید که حتی در هندوستان هم برنج دودی ایران طرفداران زیادی دارد. از نظر من موفقیت برنج ایران در کشورهای همسایه شرقی و شمالی صد در صد است. اما تاکنون کار خاصی نشده و متأسفانه بازار بین هند و پاکستان تقسیم شده است. طی تحقیقاتی که من انجام داده ام برنج ایران به طور حرفه ای سهمی در این بازارها ندارد.

کار به نحو احسن انجام می شود. دلیل آن هم این است که کسی که محصول را برای ما تامین می کند به عهد خود وفادار است.

**- در حال حاضر در رابطه با عرضه انار یا فرآورده های آن چه کرده اید؟**

**اسماعیلی** - آب انار را در بطری شیشه ای، قوطی فلزی و بسته های تترایک بسته بندی می کنیم. متأسفانه در خصوص بطری شیشه ای، در ایران هر جا رفتیم گفتند مقرون به صرفه نیست. در حالی که ما در کار خود تبحر داریم و می دانیم شفافیت رنگ قرمز آب انار جاذبه بسیار زیادی دارد که تنها در بطری شیشه ای تاثیر خود را می گذارد. این موضوع در رابطه با توریسم و خدمات مسافرتی تاثیر خوبی دارد.

این بطری آب انار که ما به بازار اروپا عرضه می کنیم از نظر لیبل چندان تعریفی ندارد اما به دلیل شیشه ای بودن بسیار موفق بوده است. من امیدوارم بتوانم برای محصولات کشاورزی کشور کار مثبتی انجام دهم. خوشبختانه در وزارت کشاورزی نیز از کار ما استقبال شد و چه درباره محصول و چه بسته بندی آن به ما قولهایی دادند. امیدواریم بتوانیم تا آخر امسال کاری را با ایشان در خصوص جلوگیری از صدور کالاهای نامرغوب آغاز کنیم تا نام محصول و نام ایران به وسیله محصولات صادراتی نامرغوب لکه دار نشود.

**- آیا این ظرف شیشه ای آب انار در ایران تهیه شده است؟**

**اسماعیلی** - خیر. پنج سال است که ما این بسته بندی را در اطریش انجام می دهیم. از شهریورماه امسال به ایران آمدیم و در این باره با چند کارخانه صحبت کردیم.



که ما تعیین کرده بودیم نیز کم گذاشتند. برای مثال از لایه های کاغذ کم گذاشته و به اصطلاح صرفه جویی کرده بودند!

**- یعنی هم جنسی را که شما سفارش داده بودید ندادند و هم بسته بندی را که شما خواسته بودید انجام ندادند؟**

**اسماعیلی** - بله. ایشان در وزن محصول نیز ما را مورد لطف قرار دادند! ما روی بسته ها نوشته بودیم «دویست گرم» اما وقتی بسته ها را روی ترازو کشیدیم، نه یکی و دو تا، سی بسته را وزن کردیم. هیچ کدام بالاتر از یکصد و هفتاد گرم نبودند!

**- خب شما چه کردید؟**

**اسماعیلی** - مجبور شدیم به ایران بیایم و خودمان خرماها را بسته بندی کنیم و به جای دویست گرم، دویست و بیست گرم خرما درون بسته بگذاریم تا به مسلمانی خود عمل کرده باشیم. شاید اروپایی ها برای اموات ما فاتحه ای بخوانند! (البته این شوخی بود). در واقع این افزایش وزن را برای تبلیغات کردیم. روی هر بسته هم نوشتیم که وزن این بسته بالای دویست و بیست گرم است اما شما بهای دویست گرم را پردازید. این بیست گرم اضافه برای تبلیغات ما خیلی موثر بود.

**- تکلیف خرماهای بسته بندی شده آن آقایان چه شد؟**

**اسماعیلی** - گزارشات آن در بخش اقتصادی سفارت ایران موجود است. جلساتی برگزار شد. ولی متأسفانه هیچ نتیجه ای نداشت. در این میان ما متحمل ضرر مالی شدیم و وقتی هم که به ایشان مراجعه کردیم جواب قانع کننده ای که به ما ندادند هیچ، مورد تهدید نیز قرار گرفتیم.

**- از طرف همان آقایان خیابان تختی؟**

**اسماعیلی** - بله

**- حالا چه می کنید؟**

**اسماعیلی** - آن جریان مربوط به خرما بود. اکنون با یکی از بهترین صادرکنندگان ایران بر روی صادرات انار کار می کنیم. البته ما صادرات انار را از سال ۱۹۹۳ شروع کردیم و آرام آرام آن را توسعه دادیم. در ابتدا صادرات انار را با سه پالت آغاز کردیم. یعنی سال اول سی تا چهل کارتن انار به اروپا برده و تبلیغات وسیعی روی آن انجام دادیم. اکنون آن مقدار به بیش از شش کامیون رسیده و

# طراحی بسته بندی آرایشی و بهداشتی

## PACKAGING DESIGN



بسته بندی کادویی به نحوی طراحی شده است که محتویات آن (سه چیز) را نمایش دهد. اما نکته قابل توجه سنگ پای است که در زیر صابون جای دارد.



درپوش غیر شفاف این بسته بندی در بیننده ایجاد اشتیاق و صفت ناپذیری می کند و به طرز نامحسوسی محتویات داخل جعبه را نیز به نمایش می گذارد.

نیویورک و طراح (Tomatsu Yagi) در سان فرانسیسکو نقش اصلی را در این جریان ایفا کردند.

### نوع محصول

هماهنگی و تناسب و برنامه ریزی بسیار خوبی که از James Berard در Nicosia و Tomatsu نیویورک تا Nicosia صورت گرفت. باعث خلق محصولی خلاقانه شد. Davide که طراحی جعبه و فضای جایگزینی مواد آرایشی را بر عهده داشت و Tomatsu که بطری را طراحی کرد.

شعبه های بسیاری در سرتاسر جهان دارد. toscani از شرکت Benetton برای تایید و عرضه دسته ای از عطرها و لوازم بهداشتی، به دنبال تایید از صاحب اصلی علامت بود. یعنی یک همکاری بین المللی در زمینه نژادها و فرهنگ ها. Tribu مواد اولیه طبیعی را از سرتاسر جهان جمع آوری می کند و محصول تولید شده را با کیفیت عالی و قیمت بسیار مناسب به گروه سنی جوان به فروش می رساند. خلق برند (علامت تجاری) تماماً بین المللی بود و دفتر مرکزی Benetton در ایتالیا و شعب موجود در پاریس و

راهی دیگر برای پی بردن به ارزش طراحی، نگاه به شخصیت و ارزش کالا به تنهایی است. این نگرش نخستین بار توسط یک طراح به نام Howard Milton که نگرش های کل نگرانه خاص به طراحی بسته بندی داشت عنوان شد. به جای تمایز گذاشتن بین ویژگی های خاص، طراحی باید به محصول و نگرش بازار آن به طور کلی و همزمان توجه کند. البته ویژگی های خاص کالا نقشی کلیدی در شناسایی شخصیت آن دارد. Milton معتقد است توجه به خواست و گرایشات جهانی بهترین روش برای تولید یک کالا و حضور موفق در بازار است/ مترجم



طراحی بطری که توسط Yagi Tomatsu انجام شد حاوی نکات بسیاری در بیان نقش جلوه های دیداری در طراحی بطری می باشد.

گونه: بسته بندی های مخصوص کادویی برای عطرها و مواد آرایشی موجود محصول: سری کامل محصولات آرایشی ماده اولیه: مقوای بازیافت شده با درپوش پلاستیکی با رنگی تار و مه گرفته

اندازه: به قطر ۱۴ اینچ

زمان: ۶ ماه

ویژگی ها: عنوان تجاری TRIBU بازار: خانم ها، بین سنین ۲۱ تا ۳۹ پشتیبانی: تبلیغات درون فروشگاه ها، تلویزیون های عمومی و مجلات و روزنامه ها لغات کلیدی: جهانی، حافظ محیط زیست، اصلی

طراح:

Nicosia Creative Espresso Ltd.  
New York, USA

سفارش دهنده:

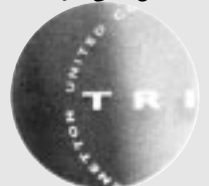
United Colors of Benetton, Italy



مواد اولیه برای بسته بندی کاملاً قابل بازیافت هستند، اولین نیاز در شرح وظایف

### عوامل کلیدی

<p><b>طراحی</b> طراحی های بین المللی نیازمند داشتن دانش و آگاهی در خصوص خصوصیات ملی هر بخش از مشتریان است.</p>	<p><b>ویژگیها</b> مواد تبلیغاتی و خاص باید به گونه ای باشند که توازن بین فرم کلی بسته بندی و برند اصلی ایجاد کنند.</p>	<p><b>مواد اولیه</b> انتخاب مواد اولیه (به خصوص آنها که قابل بازیافت هستند) می تواند به عنوان یکی از اهداف اصلی سفارش تلقی شوند.</p>
--	--	--





تویی از دو شیت جداگانه که از مقوای بازیافت شده ساخته شده‌اند، تشکیل شده است.

## مواد اولیه

طراحی بسته بندی برای Tribu به عنوان نمونه ای دائمی توسط موزه هنرهای مدرن سان فرانسیسکو انتخاب شد و محصولات عطری آن نیز توسط انجمن حمایت از حیوانات PETA به عنوان محصول فاقد هرگونه ماده آسیب رسان به محیط زیست پذیرفته شد. کل محصول و بسته بندی آن در سرتاسر جهان پذیرفته شد و استفاده کنندگان خود را در تماس بیشتری با جهان احساس می کردند.

الگوهای برش نشان می دهد که چگونه مقوای بازیافت شده تا می خورد تا تویی و جعبه با یکدیگر جفت شوند. بسته حاوی عطر Tribu در شیشه ای که توسط Tomatsu طراحی شده بود، لوسیون بدن، صابون و سنگ پا (زیر صابون) می باشد.

طراح:

Nicosia Creative Espresso Ltd.  
New York, USA

سفارش دهنده:

United Colors of Benetton, Italy  
محصول: Toiletries gift set

## ارتقاء بسته بندی

گرافیک بر روی جعبه به نحوی است که از گرافیک اصلی Tribu پشتیبانی کند. این پشتیبانی به صورت چاپ با حروف چاپی Sans serif (حروف چاپی که انتهای خطوط آنها زواید تزئینی ندارند) با رنگ سیاه یا سفید است. برش و شکل جعبه امکان قراردادن راحت آن درون قفسه ها را فراهم می سازد (درج جعبه نیز به خوبی بر روی آن چفت می شود). جعبه اصلی بخشی است که بخش مقوایی فرعی را در بر گرفته است. (این کار باعث صرفه جویی در هزینه ها و مصرف مواد اولیه خواهد شد). این بخش مقوایی نوعی است که محصول را در درون خود نگه می دارد. همان طوری که در فرم گسترده آن دیده اید، نحوه مهندسی ساخت این تویی ها

مصرف مواد اولیه را در آن به حداقل رسانده است. جعبه بیرونی از مقوای قهوه ای بازیافت شده ساخته شده است که حروف با چاپ مشکی بر روی آن قرار گرفته است.

## پشتیبانی

عوامل تعیین کننده در طراحی کل بسته بندی عبارت بودند از: اول حدود قیمتی و میزان پذیرش خرده فروشی آن. دوم ترکیب محصول ارائه شده، سوم نوع بسته بندی و در آخر نحوه پشتیبانی علامت Tribu، تمامی بسته بندی قابل بازیافت از SAN plastic (به جای استفاده از تویی های پلاستیکی) مقوای قابل بازیافت که از نظر قیمت نیز مناسب است ساخته شده. نتیجه به دست آمده حاکی از ۹۶ درصد فروش در فروشگاه ها بود. اما نکته جالب تر این بود که بیش از ۳۰ درصد از خریداران این کالا بسته بندی بسیار مناسب آن را عامل خرید کالا ذکر کردند.



شکل بیرونی جعبه که بازیافت شده است و قابل بازیافت نیز می باشد، به طور حساب شده ای ساده در عین حال موقرانه است.



لوگوی نوشته United Colors of Benetton مانند علامت Tribu و به خوبی آن قابل دیدن است. این روند بر روی درب جعبه و قوطی نگه دارنده محصول نیز عیناً تکرار شده است.

## دوسسه اروپایی تولیدکنندگان ورق کارتن و جعبه های مقوایی

منبع: ProCarton

گونگونی در ارتباط با بسته بندی کالا که دانستن آن در هنگام تصمیم گیری بسیار حیاتی است را در اختیار دست اندرکاران قرار می دهد.

### ProCarton: وقایع

کنگره ها، سمینارها، میزگردها، نمایشگاه ها، مسابقات طراحی برای دانشجویان و حرفه ها نمونه هایی از فعالیت های ProCarton برای ملاقات فعالان در طراحی بسته بندی، تولید بسته بندی و استفاده از بسته بندی است.

### ProCarton: در تفکر برای آینده

هر کسی در چرخه بسته بندی نیازمند داشتن اطلاعات در کلیه جنبه های بسته بندی است تا بتواند به اهداف مورد نظر خود دست یابد. بر این اساس، ProCarton پشتیبانی، خدمات و اطلاعات ضروری بازار را در اختیار تمامی کسانی که علاقه مند و فعال به بسته بندی مقوایی هستند می گذارد. اطلاعاتی که مصرف کنندگان به دنبال آن هستند.

### ProCarton

حقایق، راه کارها، گرایشات و خواست های مصرف کنندگان در قالب اطلاعاتی که توسط ProCarton جمع آوری می شود در اختیار علاقه مندان قرار می گیرد تا به آنها در تصمیم گیری و بررسی انواع بسته بندی ها و نحوه کارکردشان کمک کند.

### ProCarton: کشورهای عضو

بلژیک (دفتر مرکزی)، اتریش، فرانسه، آلمان، هلند، سوئد، اسپانیا، سوئیس، انگلستان

### ProCarton: چند منظوری

از این طرز تفکر که کارتن ها تنها به صورت مستطیلی شکل و زاویه دار هستند سال ها گذشته است. کارتن بسیار بیش از آن چیزی که مردم معتقدند قابلیت انعطاف پذیری و تغییر شکل دارد. طرح و برش های جدید و زیبا و کارکردها و خصوصیات خلاقانه جدید به طور پیوسته در حال تکوین و ارتقاء هستند. در بسیاری از کالاها، انعطاف پذیری ذاتی بسته بندی نهایی باعث پذیرش و تثبیت آن در بازار شده است.

### ProCarton: توانایی

توانایی به یادآوری و شناسایی Brand (نشان تجاری) اصلی ترین عامل موفقیت در فروش یک کالا است. مطالعات نشان می دهد که کالاهایی که در کارتن (جعبه های مقوایی) بسته بندی می شوند دقیقتر از کالاهایی که در سایر موارد بسته بندی شده اند توسط خریداران به خاطر آورده می شوند. توجه به این موضوع بسیار مهم است چرا که بیش از ۷۰ درصد از خریدها بدون برنامه قبلی هستند و تنها در هنگام قرار گرفتن خریدار در جلوی قفسه توسط وی انتخاب می شوند.

### ProCarton: مهارت

به خاطر توجه روز افزون به اهمیت بسته بندی به عنوان ابزار بازاریابی و فروش، نوآوری های کارکردی و عاطفی آن نیز به همان میزان مهم به نظر می رسد. البته این موضوع در گرو توجه کافی به مسایل محیط زیستی و کیفیت محصول و استفاده از فن آوری نوین در این صنعت است. به همین علت است که ProCarton مهارت های

### ProCarton: بین الملل

ProCarton موسسه اروپایی تولیدکنندگان و عرضه کنندگان ورق کارتن و جعبه های مقوایی است. این انجمن یا بیش از ۵۰۰ عضو از ۱۴ کشور اروپایی حقیقتاً نماینده ای شایسته برای صنعت بسته بندی مقوایی می باشد. دفتر مرکزی انجمن در بروکسل است که با داشتن ۱۰ دفتر ملی در کشورهای مختلف به الویت بندی و مدیریت صنعت کارتن سازی در اروپا می پردازد. این مدیریت شامل دادن ایده ها، راه کارها، اطلاعات در خصوص این صنعت به زنجیره تولیدکنندگان بسته بندی از تولیدکنندگان مواد اولیه تا مصرف کنندگان نهایی است.

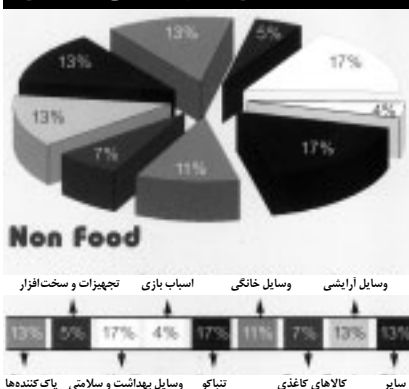
### ProCarton: بازار

بازار جهانی بسته بندی ارزشی معادل ۴۵۰ میلیارد یورو دارد و تولیدات آن نیز وزنی در حدود ۷۳۵۰ میلیون تن. از این میزان حدود ۷ درصد جعبه های مقوایی Folding Cartons و حدود ۳۰ درصد سایر اقسام بسته بندی کاغذی و مقوایی (مثل بسته بندی های کارتنی Corrugated، کیف ها و پاکت های کاغذی) را شامل می شود.

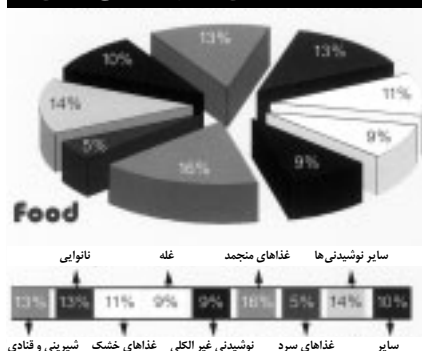
حدود ۸۰۰۰۰ کارمند و کارفرما در صنعت جعبه مقوایی اروپا مشغول به کار هستند که سالانه بیش از ۲/۶ میلیون تن جعبه به ارزش ۷/۵ میلیارد یورو تولید می کنند.

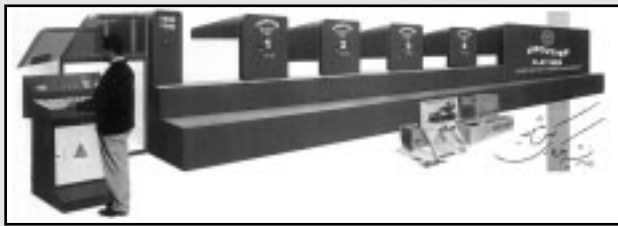


### میزان استفاده تقریبی کارتن در صنایع غیر غذایی



### میزان استفاده تقریبی کارتن در صنایع غذایی





## پایان سلطه پرهزینه و مشقت بار لمینیت

جاذبه های بصری بسته بندی های شیک و ویتترین پسند سالها خیل عظیمی از دست اندرکاران صنایع چاپ و بسته بندی و جعبه سازی را در سراسر دنیا با صرف هزینه های سنگین و زمان طولانی (از طراحی، عکاسی، لیتوگرافی، فیلم زینک، چاپ، یووی گرفته تا جعبه بندی، پرس، خشک شدن و تیغ زنی جعبه) به خود مشغول کرده و سرمایه های سنگینی را در چنبره پروسه این نوع تولید گرفتار کرده است. این در حالی است که شاید بیشتر از چند درصد از این نوع بسته بندی وارد ویتترین نمی شوند و به این هزینه ها نیاز ندارند. بسیاری از تولیدکنندگان لوازم صنعتی، مواد خوراکی، مصالح ساختمانی و غیره به منظور در اختیار گرفتن سهم بیشتری از بازار فروش در این دوره از نابسامانی های اقتصادی و بحران مالی به این رشته پرهزینه و ارزبر صنعت بسته بندی رو آورده اند و این امر بار مضاعف هزینه های سنگین مالی را به شانه های خمیده بازار اعمال می کند.

مدیریت شرکت ماشین سازی اندیشه طی تماسی با دفتر ماهنامه ضمن اعلام مطالب فوق گفت: با چاره اندیشی برای کمک به این صنعت این جدیدترین محصول خود یعنی چاپ چهار رنگ ترکیبی مستقیم روی کارتن مجهز به پنجه ورق گیر را با طراحی ویژه و تکنولوژی جدید و انحصاری خود به بازار معرفی کرده است. داریوش راستی تاکید کرد: چاپ مستقیم چهار رنگ ترکیبی با استفاده از «پنجه ورق گیر» برای نخستین بار در جهان توسط این شرکت ساخته شده است.

وی افزود: هنگامی که سال گذشته در نهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران نخستین ایده و حرکت جسورانه خود یعنی چاپ چهار رنگ ترکیبی توسط یک دستگاه چاپ فلکسو معمولی غیر ترکیبی را در معرض نمایش گذاشت بسیاری از دست اندرکاران این صنعت به فکر راهی از بند لمینیت افتادند. با این ایده تعدادی از مدیران واحدهای بزرگ تولید کارتن راهی اروپا شده و در این جستجو شمار اندکی به دام ماشین سازی بنام اروپایی افتادند که بسیار ناامیدانه ایده چاپ ترکیبی را

توسط ماشین آلاتی محک زدند که مناسب این کار نبوده است و فاقده طراحی مناسب برای چاپ ترکیبی هستند. زیرا ماشین آلات مذکور خریداری شده پنجه ورق گیر جهت انتقال کارتن نداشته و این مطلب با مراجعه به کاتالوگ ها و بروشورهای آنها قابل اثبات است.

راستی گفت: «باعث افتخار ماست که دنیا به ایران به عنوان منشاء این تحول و انقلاب در صنعت بسته بندی نگریسته و با نگرانی از دست دادن بازار ایران و منطقه پس از سالها تحریم و دوری جستن از بازار و نمایشگاه ایران، شرکت های معروف اروپایی عجولانه حضور خود را اعلام کردند. همچنین کارشناسان و نمایندگان فروش شرکت های مختلف خارجی هنگام بازدید از غرفه ماشین سازی اندیشه ناباورانه به تصویر کاتالوگ این ماشین و کارهای چاپ شده توسط اولین نمونه آن خیره می شدند و از خود می پرسیدند که آیا برای ارائه یک بسته بندی شیک به غیر از راه پر پیچ و خم



نمونه چاپ چهار رنگ ارائه شده توسط شرکت اندیشه در دهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی تهران

و درازی که از لابه لای تونلها و سیلندرهای چاپ افسست می گذرد راه مستقیم و کم هزینه تری هست؟ که این راه از درون ماشین چاپ چهار رنگ ترکیبی ماشین سازی اندیشه می گذرد.



ثبت: ۱۰۴۴۵



## شرکت ماشینهای بسته بندی اصفهان PACK COMPANY L.T.D

دارای پروانه بهره برداری: ۴۲۲۱۳۰۱۰۰۵ با تایید بازرسی و کیفیت استاندارد به شماره: ۷۱/۵۴۹ ثبت: ۱۰۵۵۴

● ماشینهای بسته بندی شرینگ پک برای بسته بندی انواع قطعات بدون تعویض قالب به صورت اتوماتیک و نیمه اتوماتیک و به طریقه مکانیکی و پنوماتیکی برای بسته بندی قطعات صنعتی و شیمیایی و غیره ...

● ماشین بسته بندی پالت در ابعاد مختلف (تا وزن ۱۸۰۰ کیلوگرم)

شرکت ماشینهای بسته بندی اصفهان (پک) با علامت تجاری شعبه دیگری در هیچ نقطه ایران ندارد و وابسته به هیچ گروه صنعتی نمی باشد.

اصفهان - منطقه صنعتی جی - خیابان سوم - فرعی دوم - سمت چپ www.packesfahan.com تلفن: ۰۳۱۱-۵۲۲۳۸۲۸ تلفکس: ۰۳۱۱-۵۲۱۳۸۲۸ صندوق پستی: ۸۱۵۹۵/۱۱۴

### شرکت سپیده کویر کاشان

اولین تولید کننده ورقهای سه لایه پلاستیکی در ضخامت های ۲ تا ۱۰ میلیمتر  
با نام تجاری پلاست پک

# پلاست پک

**قابل استفاده در:**

- صنایع بسته بندی بعنوان کارتن پلاستیکی با مزایای کاربردی بسیار، صنایع خودرو سازی و شینات.
- صنایع ساختمان بعنوان عایق و پوششهای سقف و دیوار با قابلیت بک لایت کردن.
- صنایع کشاورزی بعنوان پوشش گلخانه های صنعتی.
- لوازم التحریر مثل کیف و کلاسور.
- تزیینات و ساخت تابلو های تبلیغاتی و در بسیاری موارد دیگر.

آدرس: تهران، خیابان سهروردی شمالی، هیوزه شرقی، پلاک ۴۴، طبقه دوم، واحد دوم.  
تلفن مستقیم فروش: ۸۷۳۹۴۷۵، تلفن: ۰۴-۸۷۳۳۳۱۳، فاکس: ۸۷۴۴۰۳۰

E-mail: sepidkavir@yahoo.com

# نوسازی در کارتن ایران

## گفت و گو با چند تن از مدیران شرکت کارتن ایران

### گفت و گو: عیسی نجفی

#### اشاره

کارتن ایران با سابقه‌ای قریب به نیم قرن تجربه از متولیان صنعت کارتن کشور می‌باشد که تاکنون در رشد و توسعه این صنعت تاثیر بسزایی داشته است و هنوز هم با توجه به امکانات موجود و سابقه خود با ارایه برنامه‌های مدرن و توسعه‌ای به صنعت کارتن کشور کمک کند.

صنعتی که با مشکلات بیشماری از قبیل تهیه مواد اولیه مناسب، فقدان فن آوری روز دنیا در جهت ارایه محصولات با کیفیت و ارزان و تنوع تولید جهت انجام هر گونه سفارشی، عدم استانداردهای کیفی مناسب در بسته‌بندی و... روبرو است.

هر چه پیش می‌رویم شرایط بازار رقابتی، تنگاتنگ و نقش بسته‌بندی کالا نسبت به گذشته انکارناپذیرتر می‌شود و در این شرایط عرصه برای کسانی مهیا است که بتوانند خود را با شرایط سرمایه‌گذاری، کاهش هزینه‌ها، استفاده از مواد اولیه مناسب، رعایت الگوهای مصرف و تنوع تولید با ماشین آلات جدید و... هماهنگ کنند.

تمام این مباحث صنعت کارتن در ایران را با چالش‌هایی جدید مواجه می‌سازد. در شرایط موجود انتظار می‌رود تا متولیان صنعت قدم در راه نهند و به رشد این صنعت کمک کنند. به همین سبب با تنی چند از مدیران ارشد شرکت کارتن ایران به گفت و گو نشستیم.

سیامک پورثابت مدیر بازرگانی و ناظم زاده مدیر فروش و محمدرضا میرزمانی مدیر تولید در خصوص وضعیت بازار کارتن، جایگاه و نقش این صنعت در بسته‌بندی و آشنایی با طرح‌های توسعه‌ای کارتن ایران صحبت‌هایی انجام داده‌اند.

**مجله:** در شرایط فعلی وضعیت بازار و صنعت کارتن را چگونه ارزیابی می‌کنید و به نظر شما تا چه زمانی شرایط موجود ادامه می‌یابد:

**پورثابت:** وضعیت بازار کارتن بسیار نامطلوب است. رقابت در بازار به خاطر مشکلات و محدودیتهای موجود در این صنعت عرصه رقابت منطقی و صحیح را از بین برده است. آیا در بازاری که انحصار کاغذ و عدم انتخاب آزادانه مواد اولیه وجود دارد انتظار بازار گرم و فعال و پویا یک رویا نیست؟ ما در کشور توان بیش از سه برابر ظرفیت تولید داریم یعنی تعدد کارتن‌سازها آن قدر زیاد است که می‌توانیم سه برابر ظرفیت کشور کارتن تولید کنیم در حالی که ما در کشور کارتن وارد می‌کنیم. به خاطر افت کیفیت کارتن‌های داخلی که دلایل آن از مواد اولیه تا عدم تخصص برخی واحدها و نداشتن فن آوری روز و... می‌باشد ما برای بقا در بازار امروز باید فعالیتها را منسجم تر و بنیادی و علمی تر دنبال کنیم باید به سراغ کیفیت و کاهش هزینه‌ها پیش برویم و خود را برای رقابت سالم و کسب موقعیتهای بهتر قرار دهیم.

وی با اشاره به کارتن‌سازهای کارگاهی افزود با توسعه کارتن‌سازی به شیوه کارگاهی مخالفیم زیرا در بسیاری از این واحدها افراد غیر متخصص با سرمایه‌گذاری اندک و خرید چند ماشین فرسوده دست دوم و با عدم تخصص لازم شروع به تولید کارتن در فضاهای کوچک می‌کنند و به خاطر نداشتن فاکتورهای لازم برای افزایش کیفیت و کاهش هزینه‌ها همواره از کورس رقابت باز خواهند ماند و هم خود را در خطر می‌افکنند و هم صنعت را با مشکلاتی مواجه می‌سازند. این واحدها برای خرید ماشین آلات خود از کشور ارز خارج کرده‌اند و اگر شرایط رقابت شدیدتر از شرایط موجود باشد بسیاری از اینها از دور خارج خواهند شد. لازم به ذکر است که بسیاری از اینها هم اکنون نیز با حداقل ظرفیت تولید کار می‌کنند. باید امروزه بپذیریم که جایگاه توسعه یک صنعت در چنین فضاهایی نیست باید کمی منطقی باشیم. شاید در برهه‌ای از بین رفتن بیکاری و شاید به مقضی فن آوری آن روز نیاز به نیروی انسانی فراوان و ارایه تسهیلات و موافقت‌های اصولی بی رویه بود. اما اکنون شرایط فرق کرده و رقابت تنگاتنگ شده و شرایط امروز سرمایه‌گذاری، تجهیز به فن آوری روز و داشتن آزمایشگاه‌های مدرن و پیشرفته و نیروی متخصص و... را می‌طلبد.

ناظم زاده مدیر فروش کارتن ایران در پاسخ به این پرسش که محدودیتهای و تنگناهای صنعت کارتن چیست می‌گوید: واحدهای تولیدی که برای بقای خود با قیمتهای نازل و بدون توجه به کیفیت فعالیت می‌کنند، ورود ماشین آلات دست دوم و فرسوده که موجب افزایش هزینه‌ها و کاهش کیفیت و راندمان تولید می‌شوند، عدم توجه به استانداردها و فقدان استانداردهای کیفی روز در بسته‌بندی، عدم حمایت منطقی از کارتن‌سازها چه در موارد وضع قوانین و تعرفه‌ها و چه در زمینه تهیه مواد اولیه و...، آشفته‌گی بازار فعلی و وجود افراد غیر متخصص در این صنعت از مهمترین محدودیت و تنگناهای موجود این صنعت می‌باشد که اگر به موقع فکر حل این معضلات نباشیم در آینده تاوان سنگین تری را باید بپردازیم.

پورثابت مدیر بازرگانی کارتن ایران در مورد اقداماتی که می‌تواند به رونق صنعت کارتن کمک کند می‌گوید من معتقدم باید قدرت انتخاب در تهیه مواد اولیه گسترش یابد و از طرفی انحصار کاغذسازها شکسته شود و آنها در حاشیه امنیت قرار بگیرند تا کاغذ خوب و مرغوب تولید کنند و به دست مشتری دهند.

کاغذسازها را یا مجبور کنند و یا حمایت کنند تا طرح‌های توسعه‌ای خود را هر چه زودتر انجام

دهند تا نیاز کارتن‌سازهای داخلی برآورده شود. در غیر این صورت با توجه به مشکلات فراوانی که وجود دارد. کارتن‌سازها باید همواره با مشکلات دست و پنجه نرم کنند و به شرایط نابرابر رقابت بویژه با خارجی‌ان تن در دهند.

ناظم زاده پیرو صحبت‌های پورثابت در خصوص برون رفت از مشکلات به اجباری کردن استاندارد کالاها اشاره می‌کند و می‌افزاید. باید استاندارد را جدی بشماریم و حتی در صدد افزایش کیفی آنها برآیم و از طرفی دیگر به تجهیز شرکتها به فن آوری روز و ارتقاء دانش فنی نیروی انسانی و تعدیل نیروی انسانی در شرکت‌های دولتی اهمیت دهیم زیرا سرانه استفاده از نیروی انسانی در فن آوری روز دنیا بسیار کم است.

وی در ادامه می‌افزاید فعالیتهایی در رونق صنعت انجام شده در واحدهای کلیشه‌سازی، قالب‌سازی، تهیه مواد اولیه و چاپ که در آینده نزدیکتر شاهد شکوفایی آنها خواهیم بود. اما این حرکتها بسیار دیر زمان و کند بوده است.

وی در پاسخ به این پرسش که کارتن ایران چه قدمهایی را برای بهبود وضعیت صنعت کارتن برداشته اظهار می‌دارد: از آن جا که ما خود را متولی صنعت کارتن می‌دانیم برای رونق آن نیز از هیچ کوششی فروگذار نبودیم. برای افزایش کیفیت تولیدات کاغذی آزمایشگاه کارتن ایران را که همگان می‌دانند مجهزترین آزمایشگاه با افراد متخصص و خبره در ایران می‌باشد و هم اکنون همکار موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران و مرجع می‌باشد را در اختیار سایر همکاران به صورت رایگان قرار داده‌ایم تا بتوانند آزمایشات مختلف بر روی کاغذ، نشاسته و رنگ انجام دهند. همچنین به معرفی کاغذهای جدید در بازار و تامین کنندگان کاغذ پرداختیم.

به طور مثال کاغذهای کرافت لاینر برزیلی، تایلندی و اندونزی را کارتن ایران در بازار جا انداخت. همچنین حضور موثر کارتن ایران و انجمن کارتن در کاهش تعرفه و سود بازرگانی کاغذ کرافت لاینر موثر بود. وی با تقدیر از ماهنامه صنعت بسته‌بندی که به این مهم در شماره‌های گذشته پرداخته بود گفت این کار بازتاب خوبی در صنعت داشته است. ما معتقد بودیم که سود بازرگانی در کاغذ کرافت لاینر غیر منطقی است. زیرا در کشور ما تولیدکننده کرافت لاینر نداریم. هر چند که برخی ادعای تولید دارند اما عملاً خبری نیست. ما معتقد بودیم که وضع سود بازرگانی برای این نوع کاغذ برای چیست و با وضع سود بازرگانی از کدام تولید داخلی حمایت می‌کنید؟ آقایان هم پذیرفتند که سود بازرگانی این نوع کاغذ را منتفی سازند و تنها نرخ تجمیع عوارض را دریافت کنند.

مدیر فروش کارتن ایران به جایگزینی بسته‌بندی کارتنی اشاره کرد و گفت که حمایت‌های بی‌رویه از کاغذ و کارتن موجب افزایش قیمت و کاهش کیفیت شد. این امر مصرف‌کننده را به فکر بسته‌بندی جایگزین انداخت و آنان را به سوی شریک پک، کارتن پلاست و... کشاند.

**مجله:** البته بسته‌بندی جایگزین تنها در ایران مطرح نبود. بلکه در تمام دنیا مطرح بود و انگهی در کشورهای دیگر بحث عدم کیفیت و افزایش

قیمت کاغذ وجود نداشت.

**ناظم زاده:** بله درست است، در سالهای ۹۱ تا ۹۶ نگرانی از کاهش منابع سلولزی موجب شد تا بحث بسته بندی جایگزین قوت بگیرد و طی این سالها هم بسته بندی کارتنی با افت مواجه بود.

اما پس از کنفرانس کیوتو و تحقیقات دانشمندان مشخص شد که عوارض زیست محیطی بسته بندیهای پلاستیکی و... از جمله عدم بازیافت سریع، هنگام دفن، سمی بودن آن و خسارات فراوانی که به منابع طبیعی وارد می شود و موجب رشد ۲۷ درصدی تولید بسته بندی کارتنی شد.

امروز مصرف سرانه کاغذ در ایران ۱۴/۸ کیلو و کارتن ۵ کیلو می باشد در حالی که در آمریکا مصرف سرانه کاغذ ۳۸۰ کیلو و کارتن ۱۰۰ کیلو و در اروپا کاغذ ۲۰۸ کیلو و کارتن ۶۸ کیلو می باشد. خود این آمار اهمیت مصرف و فاصله ما با دنیا را نشان می دهد.

در ادامه این نشست با محمدرضا میرزمانی مدیر تولید شرکت کارتن ایران در خصوص وضعیت فعلی و برنامه های توسعه ای کارتن ایران گفتگو شد. میرزمانی درباره وضعیت فعلی و میزان تولید شرکت کارتن ایران گفت: شرکت کارتن ایران در حال حاضر سالانه ۶۴ هزار تن انواع مقوا جهت مصرف در بخشهای مختلف کشاورزی را تولید می کند. همچنین تولید انواع شیت مقوای کنگره ای شامل سه لایه و پنج لایه را بر عهده دارد. همچنین توان انجام کلیه سفارشات چاپی بر روی کارتن ها و جعبه ها را با در اختیار داشتن ماشینهای چاپ چهار رنگ اتوماتیک و چاپ فلکسو داراست و ۵ ماشین دایکات برای تولید انواع کارتن دایکاتی دارد. این شرکت برای مصارف صنایع کشاورزی، غذایی، بهداشتی و دارویی انواع جعبه های فلوتی تولید می کند.

**مجله:** چه ضرورتی باعث نوسازی ماشین آلات کارخانه شده و چه تصمیماتی اتخاذ شده است؟

**میرزمانی:** هیئت مدیره کارتن ایران با توجه به تجربه و آگاهی که در صنعت کارتن دارند ضرورت نوسازی و آینده نگری در این صنعت را بیش از پیش احساس کرده اند و در این راستای سالیان اخیر کارهای کارشناسی و بنیادی برای تحول این صنعت بویژه در این شرکت انجام داده اند. سهامداران کارتن ایران که عمده آنها نهادهای دولتی و یا اجتماعی و عام المنفعه می باشند طی دو سال گذشته با انباشت سرمایه و جذب اعتبارات لازم در عملی کردن طرحهای توسعه ای شرکت کوشیده اند و در این رهگذر چندین طرح در قالب برنامه های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت ۵ ساله را مد نظر دارند.

شرکت کارتن ایران در راستای نوسازی ماشین آلات خود ماشین چاپ جدیدی را خریده است. در این مورد توضیحاتی بدهید.

**میرزمانی:** اولین طرح توسعه شرکت به بخش چاپ اختصاص یافته است و بر اساس این طرح هزینه های بالغ بر ۷۲ میلیون یورو گشایش اعتبار شده است. در این راستا شرکت کارتن ایران یک دستگاه چاپ از ورق تا کارتن با قابلیت های فراوان و چهار رنگ بسیار مدرن از کشور سوئد و از یکی از

معتبرترین سازندگان ماشین آلات چاپ در جهان خریده است که مراحل پی سازی آن در شرکت انجام شده و دستگاه در اسفند ماه وارد ایران خواهد شد. سعی بر این است که در ایام تعطیلات نوروز نصب شود و تا اوایل اردیبهشت سال آینده راه اندازی و به بهره برداری برسد. در فاز بعدی طرح توسعه ماشین چاپ چهار رنگ دیگری با اعتبار ارزی حدود نیم میلیون یورو برای استفاده در کارتن معمولی در نظر گرفته شده و گشایش اعتبار آن در حال انجام است. که پیش بینی می شود در نیمه نخست سال آینده به بهره برداری برسد. مجموع این دو پروژه با لوازم جانبی به ارزش ۲۰۰ هزار یورو و در نهایت ۲ میلیون یورو سرمایه گذاری تا پایان شهریور ۸۳ به سرانجام خواهد رسید. این کوشش عظیم وضعیت چاپ روی کارتن را در کشور متحول خواهد ساخت.

**مجله:** مزیت این ماشین چاپ نسبت به ماشین آلات موجود داخلی چیست؟

**میرزمانی:** در حال حاضر تولیدکنندگان صادرکنندگان برای دستیابی به چاپ مطلوب از روش لمینه که پر هزینه تر از دستگاه جدیدی است که ما وارد خواهیم کرد استفاده می کنند. مزیت این دستگاه کاهش هزینه های تولید، افزایش کیفیت دوخت، تیراژ بالا و حتی در تعداد پایین برای انجام کارهای نمونه است. این دستگاه در امکان ترکیب دو رنگ و ایجاد رنگهای جدید، ترکیبی و تنوع رنگی جهت زیبایی ظاهر کالا بسیار مؤثر می باشد. مزیت دیگر این ماشین چاپ مستقیم تصاویر هافتن (سایه روشن دار) بر روی کارتن است و موجب حذف مرحله اضافی چسباندن کاغذ چاپ شده به روش افست بر روی کارتن است. این امر در کاهش هزینه های چاپ و افزایش سود شرکت تاثیر مستقیمی خواهد داشت. کارتن ایران با راه اندازی این دستگاه چاپ در خاورمیانه منحصر به فرد خواهد شد. مجله: چه تمهیداتی برای تعمیر و نگهداری و نصب و راه اندازی و خدمات جانبی دستگاه در نظر گرفته اید؟

**میرزمانی:** هزینه ای بالغ بر ۲۰۰ هزار یورو به منظور نصب و راه اندازی و تعمیر و نگهداری، قطعات یدکی و لوازم جانبی و آموزش نیروی انسانی پیش بینی شده است و در این خصوص یک هیئت از کارخانه کارتن ایران برای آموزش اپراتوری و نصب و راه اندازی و نگهداری عازم سوئد می شوند و تدابیر لازم هم برای استفاده بهینه از ماشین اندیشیده شده است. از قبیل سایت نصب، چگونگی تهیه مواد مصرفی مانند کلیشه و مرکب و... به طوری که به محض ورود، استفاده در پروسه تولید قرار خواهد گرفت.

**مجله:** خرید دستگاه دوم بر چه مبنایی بوده است؟

**میرزمانی:** دستگاه دوم هم جهت مصرف چاپ عمومی خریداری شده تا از بار کاری دستگاه اول کم کند و با توجه به این که خصوصیات ماشین قبلی را داراست تنها در برخی موارد از قبیل دقت و ترکیب رنگها با دستگاه اولی تفاوت دارد. با اتمام این پروژه ها تحولی عظیم رادر صنعت

چاپ بر روی کارتن شاهد خواهیم شد این تحول نه تنها نیازهای داخلی بلکه در بخش صادرات نیز چاپ با کیفیت روی کارتن و جعبه را هم تامین

خواهد کرد. تا آن جا که نیاز سفارش دادن به انواع کارتن چاپ دار به کشورهای دیگر را منتفی خواهد کرد.

**مجله:** شرکت کارتن ایران برای توسعه بخشهای برش و اتصال خود چه تدابیری اندیشیده است؟

بخش های برش و دایکات از نقاط قوت کارتن ایران است. در حال حاضر ضرورتی برای سرمایه گذاری در این بخش محسوس نیست اما اقدامی برای ایجاد تنوع قالبها و متنوع کردن فرمهای برش در دستور کار قرار گرفته است.

در بخش اتصال نیز در سال آینده روش اتوماتیک جایگزین روش دوخت دستی با منگنه خواهد شد که مهمترین مزیت آن کاهش ضریب خطا و هزینه و افزایش کیفیت خواهد بود.

**مجله:** در مزیت ماشین چاپ خریداری شده به توان انجام کلیه سفارشات بازار با تیراژهای بالا و پایین اشاره شد. آیا این توان انجام سفارش با هدف تصاحب بازار کارتن سازهای کوچک نیست؟ و مخالف پیشنهاد خود کارتن ایران در انجمن همگن مبنی بر این که باید حوزه فعالیت کارتن سازهای بزرگ از کوچک تفکیک شود تا هیچ کس به بازار یکدیگر تعرض نکند نیست؟

**میرزمانی:** خیر ما با خرید این ماشین در صدد به دست آوردن بازار کارتن سازهای کوچک نیستیم و نمی خواهیم با آنها رقابت کنیم. چشم داشتی هم به بازار آنها نداریم. ما توان خود را به بخش صادرات و تامین نیاز داخلی که کار خود را از خارج تهیه می کنند معطوف خواهیم کرد. تیراژهای پایین برای این دستگاه مقرون به صرفه نیست. اگر من تیراژ ۱۰۰ عدد را ذکر کردم برای این نیست که ما در بازار برای تیراژ پایین فعالیت خواهیم کرد بلکه تنها برای نمونه از آن استفاده می کنیم.

**مجله:** برای ماشین آلات قدیمی خود چه فکری کرده اید؟

**میرزمانی:** هدف ما نوسازی ماشین آلات چاپ قدیمی می باشد. زیرا معتقدیم که این ماشین آلات سرمایه های شرکت هستند و با نوسازی قابلیت های آنها افزایش می یابد و به همین منظور با یک شرکت صاحب نام ایتالیایی رایزنی و مذاکراتی انجام شده تا مقدمات کار نوسازی و تبدیل ماشینهای چاپ تریپرس ما را به چاپ فلکسو فراهم کند. انتظار می رود با برنامه های موجود، طرح نوسازی و تبدیل ماشین آلات تا پایان سال جاری یا اوایل سال آینده انجام گیرد.

**مجله:** آیا طرح های دیگری برای توسعه و تجهیز ماشین آلات کارخانه مدنظر دارید؟

**میرزمانی:** بر اساس تصمیمات هیئت مدیره شرکت اعتباری بالغ بر ۳۷۵ میلیون یورو برای خرید ماشین های مقواسازی پیشرفته برای کارخانه در نظر گرفته و مهمترین ویژگی های این ماشین آلات افزایش کیفیت و ظرفیت تولید آن که معادل ۷۵ برابر ماشین های فعلی است، اشغال فضای کم و کاهش نقش نیروی انسانی به خاطر داشتن افزایش کیفیت می باشد.

همچنین بر اساس مصوبه هیات مدیره شرکت طی ۵ سال آینده ۳ ماشین مقواسازی فعلی با یک ماشین مدرن تعویض خواهد شد.

**گفت و گویی را که در پی می‌خوانید**  
صحبت‌های Frank Romano (برجسته‌ترین عضو موسسه فن آوری روچستر واقع در آمریکا) در خصوص آینده چاپ دیجیتال است. نظر به اهمیت موضوع و صاحب نظر بودن Romano، آگاهی از نظرات وی می‌تواند حایز اهمیت باشد. مترجم

**drupa report:** نظرات متفاوتی در مورد آینده چاپ دیجیتال وجود دارد. به عنوان مثال در حالی که Oce بر روی سیستم‌های تونری سرمایه‌گذاری می‌کند، موسسه چاپ هایدلبرگ به سمت چاپ افست دیجیتال در حرکت است. رقیبان هایدلبرگ، از سویی دیگر، شایعه مرگ چاپ افست دیجیتال را می‌پراکنند و آینده را در سیستم‌های inkjet می‌بینند. نظر شما در این خصوص چیست؟  
**Frank Romano:** چیزی که می‌توانم به طور یقین بگویم این است که تمامی انواع چاپی که شما از آنها نام بردید کماکان در آینده

صنعت چاپ نقش خود را ایفا خواهند کرد و هیچ کدام از آنها به سادگی ناپدید نخواهند شد. ما هم فرآیندهای سنتی چاپ را داریم و هم چاپ افست دیجیتال را، یعنی ماشین‌های DI که پلیت به صورت دیجیتال درون ماشین جای می‌گیرد. به موازات آن، ما چاپ دیجیتال خالص را داریم که اغلب آنان تونری هستند. اگر چه تعدادی فرآیندهای inkjet وجود دارند که سهم عمده‌ای از بازار را به خود اختصاص داده‌اند. علاوه بر این، فرآیندهای جدید چاپی در حال ادغام با یکدیگرند، مانند Elcorsy در مونترال. تمامی این فن‌آوری‌ها پیشرفت‌های آینده را از سر خواهند گذراند. هر کدام از آنان گوشه‌هایی از تجارت آینده را به خود اختصاص خواهند داد و جای پای محکمی برای خود ایجاد خواهند کرد. یک نمونه خوب از این گونه مسایل، چاپ گراور سنتی است که برای چاپ‌های عریض، کاتالوگ‌ها و تبلیغات استفاده می‌شود. اگر امروزه چاپ افست

است که بر دنیای چاپ سایه افکنده، در ۱۹۵۰ لترپرس حالتی مشابه امروز داشت. چاپ دیجیتال نیز تنها در دهه گذشته بوده است که خود را به عنوان یک انتخاب برای داشتن چاپ با کیفیت بالا مطرح کرده است. پس هر فرآیند چاپی زمان، جایگاه و کاربرد خاص خود را دارد.

**drupa report:** اجازه بدهید به چاپ افست دیجیتال بازگردیم. از محسنات این نوع چاپ می‌توان به اقتصادی بودن آن در تعداد چاپ‌های پایین اشاره کرد. موافق نیستید؟  
**Romano:** بله، پلیت به صورت مستقیم درون ماشین قرار می‌گیرد. این موضوع باعث کوتاهتر شدن زمان عملیات خواهد شد. با استفاده از روش‌های مرسوم چاپی (با احتساب مزایا و مضرات هر دو سیستم) چه چاپ‌های تعداد پایین و چه موارد جداگانه و تک تک می‌توان به حد مناسبی از کاهش هزینه‌ها دست یافت.

بدین ترتیب تا این جا ما دو نحوه تولید داریم که در آن چاپ دیجیتال نسبت به چاپ سنتی برتری داشته است، اصلاً مهم هم نیست که راجع به چه فن‌آوری صحبت می‌کنیم. اولی چاپ به تعداد دلخواه و دومی چاپ در تنوع بالا و کاملاً مطابق با خواست مشتری. این موضوعات را می‌توان از مزایای بارز چاپ دیجیتال در بازار نام برد: زمان پاسخگویی کوتاه و زمان‌های آماده‌سازی کوتاهتر، به خصوص هنگامی که تعداد چاپ کمتر از ۵۰۰ عدد است.

هر فن‌آوری چاپی کاربردهای خاص خود را دارد. ما در گذشته به این موضوع معتقد بودیم که چاپ‌های دیجیتال باعث افزایش کیفیت و سرعت خواهند شد، هزینه‌ها را کاهش خواهند داد و نهایتاً بسیاری از معیارهای چاپ‌های قدیمی را پشت سر خواهند گذاشت. ولی اکنون ماشین‌های

# آینده چاپ دیجیتال

برگردان از خبرنامه drupa



افست دیجیتال جای خود را در بین ماشین‌های سنتی و دیجیتال پیدا کرده‌اند، چرا که تعداد چاپ بین ۵۰۰ تا ۲۰۰۰ تیراژ نمی‌تواند به طور قابل قبولی در چاپ افست تولید شود (عدم صرفه اقتصادی). من معتقدم تمامی این فرایندها جایگاه خود را حفظ خواهند کرد چرا که کارکردها و نیازها بسیار متفاوتند.

**drupa report:** آیا هنگامی که یک چاپچی، یک سرویس پردازشگر اطلاعات یا حتی همانند موردی که به تازگی در امریکا اتفاق افتاد یک آژانس تبلیغاتی، در زمینه چاپ دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کند، در واقع برای دستیابی به بخش خاصی از بازار تلاش می‌کند یا به دنبال گروه هدف خاصی می‌گردد؟

**Romano:** من فکر می‌کنم چیزی که در آینده در بخش مجلات اتفاق خواهد افتاد همان نظر مشتری است، یعنی این که خریدار نشریه از کیوسک، یا مشتری و سفارش دهنده چاپی ممکن است نتواند بگوید که چاپخانه از چاپ گراور استفاده می‌کند یا افست و یا ترکیب این دو. این چیزی است که در آینده نه چندان دور برای بنگاه‌های تبلیغاتی یا سایر مشتریان چاپ‌های دیجیتال اتفاق خواهد افتاد. آنان به چاپچی خود ماموریت می‌دهند تا تعدادی نسخه از محصول را تولید کند. انتخاب فن‌آوری به عهده متخصص خواهد بود. یعنی یک چاپچی و نه لزوماً خود مشتری. با این وجود بسیار مهم است که مشتری از فن‌آوری‌های تولید مطلع باشد. من معتقدم که این روند اطلاع‌رسانی به خریدار خدمات چاپ در آینده نیز امکان‌پذیر خواهد بود.

بسیار خوب، ما هنوز هم موضوع تفاوت‌های کیفیتی بین سیستم‌های تونری و جوهرافشان را داریم، اما اگر نگاهی به عنوان مثال به راه‌کارهای مقطعی یا آتی HP مثل جوهرافشان‌های شش‌رنگ یا بیش از شش‌رنگ NewGen, NewPress بیندازیم، خواهیم دید که کیفیت کار بسیار بالاست. ما در جهت تثبیت کیفیت در آینده حرکت می‌کنیم و اقدام بعدی ما این خواهد بود که روند کاری را پیش بگیریم که بتوانیم از اطلاعات داده شده یکسان به دستگاه، خروجی‌های متفاوتی بگیریم. چالش در اینجاست. من فکر نمی‌کنم که در آینده طراح صراحتاً مشخص کند که به چاپ افست نیاز دارد یا چاپ دیجیتال. چرا که او سفارش چاپی خوب مثلاً در حد ۱۰۰۰ نسخه



افست دیجیتال، مرحله واقعی چاپ به تنهایی در زمان اندکی انجام می‌پذیرد. اما از آن جایی که فرستادن کار به یک تشکیلات خارج از چاپخانه برای انجام مرحله پس از چاپ بسیار گران است اغلب آنان خودشان دارای سیستمی تلفیقی برای پس از چاپ هستند. اغلب چاپخانه‌داران امریکایی که خدمات چاپ دیجیتال را عرضه می‌کنند، دارای سیستم تکمیلی پس از چاپ نیز هستند.

**drupa report:** آیا این گونه چاپچی‌ها دارای یک سیستم پس از چاپ کامل هستند یا فقط روی کارهای خاصی متمرکزند؟

**Romano:** خب این بستگی به کاری دارد که انجام می‌دهند. اگر آنها کتاب چاپ کنند، تمرکزشان را بر روی کتاب قرار می‌دهند، اگر آنها بولتن یا خبرنامه چاپ کنند، باید که ماشین‌های تازن، برش زن و صحافی را در اختیار داشته باشند. ولی اغلب سیستم‌های پس از چاپ دارای محدودیت هستند. اما این را بگویم که محدوده خدمات قابل ارائه در حال گسترش خواهد بود و این جا جایی است که هایدلبرگ، اشتال، مولرمارتینی، استاندارد، بورگ و شرکت‌های مشابه آنها آینده را در اختیار خواهند گرفت. راز موفقیت در چاپ دیجیتال در تلفیق سیستم‌های تکمیل‌کننده نهفته است.

**drupa report:** چرا که بازار به یک تولید کامل نیاز دارد.

**Romano:** شما به تکمیل تولید یک محصول نیازمندید، نه فقط تولید بخشی از محصول، و این مشکلی است که شرکت‌هایی همچون زیراکس و سایر شرکت‌های مشابه در حال تجربه کردن آن هستند. آنها می‌توانند بر روی شیت یا کاغذ در زمان بسیار کوتاهی چاپ چهار رنگ بزنند اما این برای یک چاپخانه‌دار کافی نیست. او می‌گوید من باید بر روی این شیت یا کاغذ چاپ بزنم، آن را تا کنم، آن را با سایر شیت‌های چاپ شده مخلوط کنم، آن را چسب بزنم و برش دهم. در آن زمان می‌گویم آیا می‌توانم به مشتری نهایی یک بروشور عرضه کنم؟ چالش اصلی برای تولیدکنندگان این است که جوابی برای این مشکل بیابند. چاپچی که باید یک بروشور تولید کند، از یک کاغذ چاپ نشده شروع کرده و تا تولید یک محصول کامل کار را ادامه می‌دهد: تفاوت در اینجاست. داشتن سیستم‌های تکمیل‌کننده مناسب برای محصولات چاپی گوناگون بسیار ضروری است.

را می‌دهد و این چاپچی است که پس از آن تصمیم می‌گیرد که از چه نوع چاپ یا حتی از ترکیب چه چاپ‌هایی استفاده کند.

**drupa report:** اما هنگامی که به بحث "مراحل پس از چاپ" می‌رسیم، چاپگر با محدودیت‌هایی مواجه می‌شود.

**Romano:** نه ضرورتاً. یکی از مشکلات مطرح شده در بحث چاپ دیجیتال این است که شما با محدودیت‌هایی در انجام خواسته‌هایمان مواجه هستید. اگر شما از سیستم پس از چاپ دیجیتال برای جعبه‌ها استفاده کنید، تمام چیزی را قادر به تولید آن هستید جعبه خواهد بود. اگر از سیستم پس از چاپ دیجیتال برای خبرنامه‌ها و بولتن‌ها استفاده کنید، بولتن تنها چیزی خواهد بود که قادر به تولید آن هستید. اغلب شرکت‌های چاپی زمینه گسترده‌ای از خدمات را ارائه می‌دهند و محصولات چاپ شده باید در مراحل پس از چاپ به تولید نهایی برسند.

**drupa report:** چه چیزی ما را به جایگاهی مناسب در فعالیت و بازاریابی می‌رساند؟ کاربردهای اختصاصی؟

**Romano:** دقیقاً **drupa report:** این بدین معناست که چنان چه من خودم را به مرحله چاپ محدود کنم و مراحل پس از چاپ را در نظر نداشته باشم یا از یک مرکز یا شبکه دیگری این خدمات را بگیرم، ممکن است سهم زیادی از بازار را از دست بدهم.

**Romano:** بله، درست است. اغلب کسانی که خدمات چاپی ارائه می‌دهند باید سیستم پس از چاپ کاملی را به مشتریان ارائه دهند چرا که در چاپ دیجیتال درست مانند چاپ

**drupa report**: جنبه دیگر، کیفیت است. **Romano** من فکر می‌کنم اغلب خریداران کارهای چاپی بیشتر از آن که به کیفیت اهمیت دهند به چیزی که ما به آن کیفیت طراحی می‌گوییم توجه می‌کنند که طبیعتاً این موضوع تا حد زیادی به خود محصول نیز بستگی دارد. امروزه اغلب چاپ‌های دیجیتال برای مشتریان نهایی پذیرفته شده‌اند. این که محصول مورد پسند قرار بگیرد یا خیر تا حد زیادی به توقعاتی که خریدار محصول از کیفیت دارد مشروط است. اجازه دهید داستان جالبی که در منچستر اتفاق افتاده است را برایتان بگویم. یک شرکت چاپی یک سیستم چاپ رنگی زیراکس را نصب کرد. مدت کوتاهی پس از آن آژانس تبلیغاتی زیراکس چند کار چاپی به این شرکت سفارش داد اما آنها را پس فرستاد چرا که دارای کیفیت چندان مطلوبی نبودند. مدیر شرکت چاپی نیز در جواب گفت: "ما کارها را با ماشین‌های سفارشی خودتان چاپ کردیم." داستان‌های زیادی از این قبیل اتفاق می‌افتد چرا که خریداران هنوز کارهای چاپی را با معیارهای کیفیتی سنتی می‌سنجند. مصرف‌کننده نهایی به تنهایی نمی‌تواند تفاوت‌ها را تشخیص دهد. بهترین حرفه‌ای‌ها هستند که بر روی این گونه مسائل تاکید می‌کنند و این علت گسترش چاپ دیجیتال است. علت این است که اگر من بتوانم با بالا بردن سرعت چاپ از هزینه‌ها بکاهم آن گاه به پایین بودن کیفیت (البته تا حد بسیار کم) رضایت خواهیم داد.

**drupa report**: بحث ساختاری دیگر در چاپ دیجیتال نحوه آمادگی پیش از چاپ است. چاپگرها باید قادر باشند تا اطلاعات را از مشتریان دریافت کنند و مطمئن باشند که آنها به درستی در فرآیند چاپ مورد استفاده قرار می‌گیرند. تعداد زیادی از استانداردهای جدید همانند PDF/X، PPML/VDX و JDF و غیره

این روزها کاربرد پیدا کرده‌اند. اینها خیلی گیج‌کننده می‌باشند. آیا این استانداردها به راستی کمک‌کننده هستند؟

**Romano**: البته، این استانداردها گیج‌کننده‌اند و دقیقاً به همین خاطر است که مشتریان مجبور نیستند با همه آنها کار کنند. من عضو کمیته‌ای بودم که کار ارتقاء و طراحی VDX را بر عهده داشتند چرا که PPML به تنهایی چاره‌ساز نبود. اگر شما در پی چاپ‌های گوناگون باشید، احتیاج به داده‌ها و الگوها دارید که هر دو آنها از اهمیت یکسانی برخوردار هستند. تا این لحظه که با شما صحبت می‌کنم این موضوع بسیار پیچیده بوده است. ما فکر می‌کنیم این کار باید به سادگی وارد کردن یک فرمان در یک برنامه Xpress Quark یا InDesign باشد که به طور خودکار داده‌ای را از میان داده‌ها با الگوهایی که در قالب PDF هستند تلفیق می‌کند و نهایتاً فایل‌های PPML/VDX را به دست چاپ دیجیتال می‌دهد.

روند کار باید شفاف باشد. به عنوان مثال، اگر چاپخانه‌ای فایل PDF را دریافت کند، می‌توان برای چاپ در دستگاه Creo به صورت CTP (کامپیوتر به پلِت) یا کلیشه و سیلندر در چاپ گراور استفاده کرد. در حالی که خریدار نهایی نظر خاصی در خصوص این که این فرآیند به چه صورت انجام می‌شود ندارد. به این ترتیب چاپچی‌ها مشتری را آموزش می‌دهند که چگونه یک فایل PDF را تهیه کند و چاپگر تصمیم می‌گیرد که چگونه آن را چاپ کند. ما باید در چاپ دیجیتال نیز همین کار را انجام دهیم. ما باید از استانداردهای تازه موجود موردی را انتخاب کنیم که بتوان با آن هر چاپی را از هر ماشینی گرفت. با تمامی این اوصاف تمامی این فرآیند باید برای مشتری کار چاپی شفاف و روشن باشد.

**drupa report**: شما چه فرمت اطلاعاتی را برای این موضوع کامل تر از بقیه می‌دانید؟

**Romano**: در حال حاضر هیچ فرمت اطلاعاتی کاملی وجود ندارد. نزدیک‌ترین مورد در حال حاضر PDF است و من در چشم‌انداز آینده نیز مورد دیگری که بخواهد وضعیت را تغییر دهد نمی‌بینم.

**drupa report**: در مجموع آینده را در مورد PDF، PDF/X و... چگونه می‌بینید؟ آیا فکر می‌کنید PDF/X ما را به سوی آینده‌ای روشن تر هدایت می‌کند؟

**Romano**: هم اکنون، بیشترین کاربرد PDF/X در کارهای تبلیغاتی است، زیرا تمامی مجلات نیاز به گردش کاری دارند که تماماً الکترونیکی می‌باشد، نه تنها برای عملیات چاپ بلکه در مورد توزیع، جمع کردن مجله و آرشیو آن نیز این نیاز احساس می‌شود. اگر شما به من آگهی را به صورت فایل TIFF بدهید و من تصویری کوچکتر یا بزرگتر از اندازه اصلی بر روی صفحه نمایشگر بسازم، تصویر تغییر خواهد کرد و به موازات آن سطح چاپ نیز. فونت‌ها یا علامت‌های طراحی شده در آگهی PDF دارای مقیاس مشخص و درجه‌بندی شده است که بنابر این انعطاف‌پذیری بیشتری دارد. علاوه بر این، PDF/X می‌تواند به صورت مستقیم برای CTP آماده شود و در آینده نیز برای انتشار دیجیتال مجله مورد استفاده قرار گیرد.

به عنوان یک مزیت دیگر، این روش می‌تواند از هزینه‌های اضافی پست جلوگیری کند. در طول بیست سال گذشته در آمریکا هزینه چاپ پستی پایین آمده است اما هزینه ارسال پستی بالا رفته است. این بدین خاطر است که تقریباً هزینه چاپ و پست به یک میزان رسیده است. علت این که ناشران و متخصصان تبلیغاتی در پی راهی برای اجتناب از استفاده سرویس‌های پستی هستند نیز همین است. چنان چه کسی بخواهد چیزی را در فرم الکترونیکی بخواند یا ببیند، می‌تواند از PDF/X استفاده کند چرا که اندازه‌ها قابلیت بزرگ شدن و کوچک شدن



## زایکن و استاندارد جدید در چاپ دیجیتال

زایکن با معرفی ماشین Xeikon 5000 استاندارد جدیدی را در چاپ دیجیتال بنیان می‌گذارد.

دفتر نمایندگی زایکن در ایران (شرکت سیستان) ضمن اعلام این خبر افزود: شرکت زایکن روز ۱۹ فوریه ۲۰۰۴ با حضور جمع کثیری را خبرنگاران صنعت چاپ ماشین جدید خود را به دنیا عرضه کرد. این ماشین استاندارد جدیدی در کیفیت و قدرت تولید و هزینه‌ی تمام شده در چاپ دیجیتال می‌باشد. این نخستین ماشین چاپ دیجیتال است که با کیفیت بسیار بالا قادر به چاپ تیراژهای پایین تا تیراژهای چند میلیونی است.

آزمون نسخه بتای این محصول از سپتامبر ۲۰۰۳ توسط دو مشتری بسیار موفق زایکن انجام شد که کلیات آن را در ادامه می‌خوانید. ۱ - چاپخانه Inprimerie LV فرانسه که به خاطر تخصص در کیفیت بسیار بالای کارهای چاپی بسیار معروف است. مدیر این چاپخانه می‌گوید: ماشین جدید زایکن بالاترین کیفیت را بدون هیچ گونه عملیات سرویس روزانه تولید می‌کند و در مدت پنج ماه تست دستگاه تنها یک بار در ماشین را باز کرده‌اند که آن هم به علت عادت اشتباه اپراتور بود اگر نه نیازی نداشت.

۲ - چاپخانه Moore در هلند با چاپ ۴۰۰۰۰۰۰ نسخه در روز بالاترین تیراژ چاپ دیجیتال را در دنیا دارد. مدیر این چاپخانه می‌گوید: بیزنس ما وابستگی زیادی به پشتیبانی مطمئن، حداقل زمان سرویس دستگاه و حداکثر زمان تولید روزانه ماشین (uptime) دارد. ما ماشین جدید زایکن را زیر شدیدترین فشارهای تولید قرار دادیم و از همه آزمایشها به طرز باشکوهی موفق بیرون آمد. کیفیت تولید آن همواره فوق‌العاده بالا بود.



**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٪  
تلفن: ۲۲۲۶۹۰ - ۲۹۰۰۶۰۲ فکس: ۲۹۰۱۱۵۷  
bastapoosh@systemgroup.net

کردن تجهیزات هوشمندانه‌ترین کاری است که می‌تواند انجام دهند، حتی اگر در حال حاضر سفارشات کمی برای کار دارند باید خود را برای زمانی که اوضاع بهتر می‌شود، آماده سازند. چنان چه آنان نسبت به رقبای خود فعالیت بیشتری داشته باشند مسلماً نتیجه برتر آن را در آینده خواهند دید.

**drupa report**: آیا بهترین کار در حال حاضر به روز کردن همه چیز اعم از نحوه نگرش، نرم افزار و سخت افزارهاست؟

**Romano**: این یعنی به روز کردن همه چیز. تنها ارتقاء دستگاه چاپ کافی نیست، شما ممکن است احتیاج به شبکه‌هایی با سرعت بالاتر، ایستگاه‌های کاری (workstation) با سرعت بالا و سیستم‌های نمونه‌زنی مناسب‌تر نیز داشته باشید. امروزه بسیاری از چاپخانه‌ها دارای ملغمه‌ای از سیستم‌ها هستند.

**drupa report**: منظور شما از ملغمه چیست؟ **Romano**: گروهی از ماشین‌آلات کهنه و متفاوت که به هر ترتیب با هم جفت و جور شده‌اند تا کار را راه بیندازند. در حالی که این سیستم نمی‌تواند منسجم و یکپارچه باشد. شرکت‌های چاپی باید سیستم‌های هماهنگ و گسترده‌ای داشته باشند که هر چیزی در جای خود باشد و این به معنای تجهیزات جدید است. البته توجیه هزینه‌های ماشین‌آلات جدید کمی سخت است در حالی که سفارشات در سال آینده روند رو به نزولی را طی می‌کند اما اگر بخواهیم در رقابت باقی بمانیم چاره دیگری نداریم. **drupa report**: اینترنت در این سناریو چه نقشی را بازی می‌کند؟ آیا تنها برای توزیع اطلاعات کاربرد دارد یا به عنوان یک کنترل‌کننده از راه دور برای صنعت چاپ؟

**Romano**: اینترنت یکی از پیچیده‌ترین چیزهایی است که تاکنون مجبور به کار با آن بوده‌ایم. از طرفی، اینترنت یکی فن آوری بسیار توانایی است که به شرکت‌های چاپی امکان ارتباط مناسب را می‌دهد. از طرف دیگر، اینترنت رقیب چاپ است. در آمریکا، ما مقادیر زیادی از کارهای چاپی را در مقابله با اینترنت از دست داده‌ایم.

اینترنت وسیله‌ای جالب و قابل اعتماد است در عین حال با چاپ در رقابت است و در رقابت هم خواهد ماند. وضعیت برای ما بهتر نخواهد شد که رو به وخامت نیز خواهد گذارد. پس این ماییم که مجبور به یافتن راه‌های بهتر برای زندگی در "دنیای جدید" خواهیم بود.

را دارند بدون این که در اندازه اصلی تغییری حاصل شود. علاوه بر این، PDF/X آزمایش شده و روندی بدون اشتباه را در طول فرآیند تولید طی خواهد کرد. به همین علت است که PDF/X هنوز زنده است. PDF در آمریکا به صورت استاندارد همگانی در آمده است و روند رو به رشدی را طی می‌کند.

**drupa report**: از طرف دیگر، ما VDX, PPML, PDF, جا به جایی و XML را نیز داریم. آیا آنها قابل قیاس هستند؟

**Romano**: PPML/VDX واقعاً مشابه یکدیگرند. VDX یک PPML درون PDF است و PPML نیز کاملاً شبیه XML می‌باشد. می‌بینید همگی آنها مشابهند. XML به تنهایی غیر قابل استفاده است چرا که هیچ کس نمی‌خواهد فقط با XML کار کند. پس XML به PDF ترجمه می‌شود یا PDF به XML.

**drupa report**: ترجمه می‌شود یا جانشین؟ **Romano**: هر دوی آنها، PDF استاندارد آینده خواهد بود. فرقی نمی‌کند که شما آن را برای انواع مختلف چاپ به کار برید، خواه چاپ سنتی مثل افست و گراور یا برای نشر الکترونیکی. PDF مهمترین ابزار در فضای تولید چاپی امروز است.

**drupa report**: آیا سرمایه‌گذاری در زمینه این نوع فن آوری منطقی است یا چاپچی‌ها باید منتظر نسل‌های آینده و فن آوری‌های دیگری باشند؟

**Romano**: شما پیش از این به JDF اشاره کردید. JDF و CIP-۳/CIP-۴ از PDF برای راه‌اندازی کار و تمامی اطلاعات ورودی به فرآیند چاپ استفاده می‌کند، اما این موضوع هنگامی کارایی دارد که دستگاه چاپ، ماشین برش و ماشین صحافی و چسب‌زنی همگی طریقه استفاده از این نوع داده‌ها را بدانند. تعداد کمی از چاپچی‌ها امروزه تجهیزاتی دارند که بتوانند در کارشان از JDF استفاده کنند و باقی افراد باید سیستم‌های خود را بر این پایه به‌روز کنند. در حال حاضر چاپخانه‌ها به این موضوع فکر می‌کنند که چگونه باید برای خرید و نصب تجهیزات جدید سرمایه‌گذاری کنند در حالی که از تعداد سفارشات کاسته می‌شود. در ایالات متحده آمریکا در حال حاضر، تعداد سفارشات در حال کاهش در تمامی سطح بازار می‌باشد. با این وجود من ایمان دارم که بازار تا پایان سال ۲۰۰۳ مجدداً احیا شده و سپس چاپخانه‌ها فعالیت مجدد در بازار را خواهند دید. حرکتی که باعث زنده نگه داشتن آنان خواهد شد. با این ترتیب به روز

بسته‌بندی‌های آماده و راحت به همان میزان که بی‌شمارند، متفاوت نیز هستند؛ آنها سبکند و از این جهت قابل حمل هستند، به سادگی و بدون احتیاج به کمک گرفتن از ابزار باز می‌شوند. ولی می‌توان آنها را مجدداً بست. برچسب‌های امنیتی دارند، پس صحت و سلامت کالا را تضمین می‌کنند. غذاهای حاضری آماده شده در بسته‌بندی توانایی گرم شدن مجدد یا پخته شدن در مایکروویو یا فر را دارند و بسته‌بندی نیز به طور کلی قابل بازیافت است که این خود مزیتی دوگانه است. اندازه بسته‌ها تعداد انتخاب را بالا برده‌اند و محتویات بسته‌ها دارای عمر زیادی می‌باشند. تحت عنوان راحتی، این بسته‌بندی‌ها البته هنوز راهی طولانی را در پیش دارند. در بسیاری از موارد، مصرف‌کنندگان آمریکایی به خوبی به مزایای این نوع بسته‌بندی پی برده‌اند. دستگاه‌های پرکن امروزی باید در آینده خود را با این نوع بسته‌بندی و مزایای آن هماهنگ کنند اگر بخواهند در بازار رقابتی باقی بمانند. نتیجه این که بسته‌بندی و مواد اولیه مورد استفاده در آن به سمتی پیش می‌روند که شرایط را برای مصرف‌کنندگان برای داشتن زندگی راحت‌تر مهیا سازند.

غالباً، شکل‌های جدید غذا و نوشیدنی‌های موجود به گونه‌ای است که توسط خود بسته‌بندی سرد یا گرم می‌شوند، بدون این که احتیاج به هیچ وسیله خارجی داشته باشند. مصرف‌کنندگان آمریکایی ظاهراً اشتهای سیری ناپذیری در این خصوص دارند. البته شاید بتوان گفت که این گرایش منحصر به آمریکایی‌ها نیست و به موضوعی بین‌المللی تبدیل شده است.

توجه به این حقیقت که تمامی فن‌آوری‌های بسته‌بندی تنها ریشه در آمریکا ندارد، نشانگر گرایش و توجه جهانی به این موضوع است. بسته‌بندی اسپتیک قابل نگهداری در انبار، ظروف سردکننده با اتمسفر تعیین و تعدیل شده، کیسه‌های ایستاده، کیسه‌های قابل در بندی مجدد و بطری‌های پلاستیکی آبجو همگی بیرون از آمریکا طراحی و تولید شده‌اند. در بازار جهانی، صنعت تولید به این مسئله پی برده است که تنها تولید و ثبت کالای خوب نمی‌تواند کافی باشد؛ بنابراین سایر فاکتورها نیز باید مو به مو مورد بررسی قرار گیرند. برای موفقیت، صنایع بطری و قوطی‌سازی باید هماهنگی کاملی را با صنعت بسته‌بندی داشته باشند تا بتوانند کاملاً مطابق با خواست مشتری بازار را پیش ببرند.

راه‌کارها روز به روز با نیازهای مشتریان در سوپرمارکت‌ها همگام‌تر می‌شوند.

یکی از نمونه‌های خوب در این مورد بسته‌بندی‌هایی هستند که مجهز به وسایل گرم‌کننده یا سردکننده می‌باشد سالهاست بخش‌های طراحی در صنعت بسته‌بندی بر روی چنین پیشرفت‌هایی کار می‌کنند. با این وجود در گذشته، سفارشات تنها به گروه هدفی خاص محدود می‌شد و کالاها اصولاً برای استفاده در صنایع نظامی یا اردوهای گروهی خارج از شهر طراحی می‌شدند. در نتیجه، میزان نفوذ این نوع از کالاها در بازار نسبتاً پایین است و قدرت انتخاب برای مصرف‌کننده نهایی تا حد زیادی کاهش می‌یابد. امروزه اما به نظر می‌رسد کالا‌های بسته‌بندی شده با بسته‌بندی‌هایی که راحتی در آن به طرز چشمگیری افزایش یافته است راه خود را به سوی قفسه‌های فروشگاه‌های بزرگ پیدا کرده‌اند. مهمترین کالاهایی که می‌توان در این مورد به آنها اشاره کرد قهوه، چای و سوپ هستند. نوشیدنی‌های

# راحتی

## بسته‌بندی آینده خلاق و هوشمند است

## بسته‌های خود گرمایی، خود سرمایی و...

برگردان از اینترنت



می‌کنند. از بعد فنی، این یک کیسه vinyl پر شده از آب است. هنگامی که بسته‌بندی باز می‌شود، مایع درون کیسه سردکننده تحت فشار قرار گرفته و بخار می‌شود. بخار، گرمای کالای درون محصول را جذب می‌کند و با این کار آن را سرد می‌کند. بخاری که در درون کیسه ته‌نشین شده است توسط بخش خشک‌کننده که کار آن بر پایه خاک رس (clay-based) است جذب می‌شود. "CoolBev" می‌تواند در مدت زمان ۲ تا ۳ دقیقه دمای محصول را تا ۱۸ درجه سانتی‌گراد (۳۲ درجه فارنهایت) کاهش دهد.

آخرین پیشرفت‌هایی که توسط صنعت بسته‌بندی انجام شده است در پاسخ به نیاز کسانی است که اهمیت فراوانی برای نحوه گذراندن اوقات فراغتشان قایل هستند: دوچرخه‌سواران، کسانی که در حال سپری کردن تعطیلات هستند، طرفداران ماهیگیری

در پایین بسته جمع می‌شوند. این تکنیک می‌تواند هم بر روی ظروف سخت مانند قوطی‌ها و بطری‌ها به کار گرفته شود و هم در مورد کیسه‌ها و پاکت‌ها. طراحان ادعا می‌کنند که این سیستم می‌تواند دمای بسته‌بندی و محتویاتش را در کمتر از چند دقیقه به حدود ۱۷ درجه سانتی‌گراد (۳۰ درجه فارنهایت) برساند. کارشناسان بازار پیش‌بینی می‌کنند که دو شرکت آمریکایی که این تکنیک را ابداع کرده‌اند، امتیاز تولید انحصاری آن در نقاط مختلف جهان را به دست خواهند آورد.

پیشرفت دیگری که به سردکننده‌ها اختصاص دارد "Instacool" است. این وسیله کوچک افزوده شده به بسته‌بندی می‌تواند به بطری‌های استاندارد، قوطی‌ها و بسته‌بندی‌های کارتنی اضافه شود جایی که حدود یک سوم از حجم ظرف را اشغال

الکلی نیز شامل این گرایش تازه می‌شوند. به خصوص، اشته‌آورها و هضم‌کننده‌ها که به صورت گرم نوشیده می‌شوند توسط صنعت بطری‌سازی و قوطی‌سازی که به دنبال یافتن راه حل‌های مناسب و جدید برای بسته‌بندی هستند، به خوبی مورد توجه قرار می‌گیرند.

یکی از انواع بسته‌بندی‌های دارای گرم‌کننده سر خود در آینده نزدیک بازار آمریکا و کانادا را به تسخیر در خواهد آورد. این بسته‌بندی ظرف پلاستیکی، چند لایه، یک تکه و بدون درز و شیار است که به صورت تزریقی قالب‌گیری می‌شود. این ظرف از درون، مخازنی دارد که بسته را قادر می‌سازد به طور خودکار خود را گرم کند. این عمل با یک عکس‌العمل گرم‌مازایی آغاز می‌شود. هنگامی که خریدار پوشش فویل بسته را بر می‌دارد و قسمت پایین ظرف را فشار می‌دهد، عملیات خود به خود آغاز شده است. آهک و آب خالص دو عنصری هستند که در این فرآیند شیمیایی شرکت دارند. این نوع محصول در پایان سال ۲۰۰۱ در انگلستان و آمریکا توزیع شده است.

به خاطر توجه بیشتر به عادات مصرف‌کنندگان در آمریکا، فن‌آوری سردکننده (Cooling) به صورت قابل توجهی در صنعت بسته‌بندی آمریکا گسترش یافته است. سردکننده فوری "Instant Cool I.C" که آخرین نوع از این فن‌آوری است با کمک یک کندانسور، خزینه تبخیر و بخش خشک‌کننده بر پایه نمک (salt-based) که به بسته‌بندی افزوده می‌شوند عملیات سردکردن محصول را انجام می‌دهد. مایعات و بخارات تبخیر شده بر اثر فرآیند سردکردن



## هدف نهایی ایجاد بسته بندی هایی است که پیغام هایی را در خود نگه می دارند و ارسال می کنند

کردن یا آماده سازی غذا نخواهند بود. تولیدکنندگان به خصوص در پی این هستند که مشتریانی که دارای توانایی محدودی در خواندن هستند را مورد توجه بیشتری قرار دهند. بارکدهای جدید اطلاعات ایمنی و امنیتی ضروری را با خود خواهند داشت. به عنوان مثال، یک نحوه استفاده قابل تصور می تواند این باشد که اطلاعات لازم برای کسانی که دارای حساسیت هستند یا عمر مفید کالا در انبار در درجه حرارت های مختلف بر روی بسته بندی ثبت شود.

ارتقاء و پیشرفت هنوز در ابتدای راه است. با این وجود، طراحان بی نهایت نسبت به فرصت ها و امکاناتی که بسته بندی های هوشمند در اختیار می گذارند علاقمند هستند و صنعت بطری و قوطی سازی نیز علاقه شدید خود را به این موضوع ابراز داشته است. در آینده، مصرف کنندگانی که به دنبال راحتی بیشتر هستند، غذای خود را در این نوع از بسته بندی طلب می کنند.

و شکار، کسانی که به پیک نیک می روند، یا کسانی که دوستدار داشتن اوقاتی خوش در چهار دیواری منزلشان هستند شامل این بخش می شوند. با این وجود، آینده نشان خواهد داد که کدام نوع از انواع بسته بندی به یکباره رشد خواهد داشت. بازار هنوز در آغاز راه توسعه است.

این مثال ها نشانگر مسیر بسته بندی های راحت در آینده هستند. ظروف آینده به فن آوری های پیشرفته ای مجهز خواهند بود که به عنوان دستیار ما در آشپزی و خانه داری عمل خواهند کرد. فرصت ها و موقعیت ها هیچ گونه محدودیتی نخواهند داشت. تولیدکنندگان لوازم برقی به تازگی همکاری نزدیکی را با دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی آغاز کرده اند تا مهارت خود در بسته بندی را افزایش دهند و بتوانند نقش بیشتری در ایجاد آسایش برای مصرف کنندگان ایفا کنند.

بر پایه تحقیقات دانشگاه Rutgers واقع در نیوجرسی، نوآوری های آینده تلفیقی از فن آوری غذا، ارتقاء بسته بندی و تکنولوژی اطلاعات خواهد بود.

هدف نهایی ایجاد بسته بندی هایی است که پیغام هایی را در خود نگه می دارند و ارسال می کنند. تصور کنید، به عنوان مثال، این وسایل با تجهیزاتی مثل بارکدهایی که دستورات ضروری آشپزی و طریقه مصرف وسایل مختلف آشپزخانه مجهز شده باشند.

این فرایندها باعث سهولت در حمل و نقل و استفاده کالاها توسط مشتریان می شوند. کسانی که دیگر نگران انبار



# قوطی های خود گرمایی ویژه خوردن مواد غذایی

تهیه کننده: س.م.الف

آیا تاکنون به مسافرت‌های کوتاه مدت و یک روزه رفته‌اید؟ در مواقعی که استفاده بهینه از زمان برای انجام امور تفریحی، ورزشی و کاری برای شما حائز اهمیت است و فرصت کافی برای تهیه یک غذای گرم و دلپذیر را ندارید و یا در شرایطی هستید که امکانات آشپزخانه‌ای در دسترس نیست و نیاز به خوردن یک غذای گرم را دارید به عنوان مثال در هنگام کوهنوردی و یا ماموریت‌های مهم پرسنلی یک سازمان عملیاتی (آتش نشانی، کلانتریها، نظامی و...) در چنین شرایطی استفاده از غذای آماده و گرم قوطی‌های خود گرمایی بسیار موثر و کارساز خواهد بود زیرا قوطی‌های خود گرمایی ویژگی‌هایی دارند که غذا را به سادگی آماده و گرم می‌کنند و هیچ گونه گاز سمی و دود از خود بیرون نمی‌دهند و در عین حال در کمترین زمان ممکن آماده می‌شوند

این قوطی‌ها مثل سایر قوطی‌ها از تین پلیت که دارای بدنه، کف و درب با حلقه‌ای جهت آسان باز کردن می‌باشد، تهیه گردیده است.

قوطی‌های HOT CAN در طول گذشته نشان داده‌اند، زمانی که منطقه‌ای دچار حوادث بحرانی و میکروبی می‌شود، می‌تواند مواد غذایی را بدون آلودگی به

دست مصرف کننده برساند و یا در مواقعی که گروهی از شهروندان در زیرزمین پناه گرفته‌اند و شدیداً



نیاز به غذای گرم دارند و در عین حال به دلیل کمبود اکسیژن، امکان گرم کردن غذا با وسیله گرم‌آزایی برایشان مقدور نیست، استفاده از این قوطی‌ها توصیه می‌شود.

از کاربردهای دیگر محصول قوطی‌های HOT CAN می‌توان به موارد زیر اشاره کرد. توزیع کردن راحت مواد غذایی توسط گروه‌های نجات (هلال احمر) برای نیازمندان، استفاده کردن این محصول توسط نیروهای گارد ساحلی زمانی که قایقها در معرض خطر قرار می‌گیرند، غواصانی که برای مدت طولانی در زیر آب به سر می‌برند و احتیاج به مواد غذایی گرم و فرایند شده دارند. همچنین ساختمانهای مهم نظامی و سفارتخانه‌های مختلف دنیا که امکان تهدید برای آنها وجود دارد، می‌توانند از قوطی‌های خود گرمایی مواد غذایی که به مدت سه سال قابل نگهداری می‌باشند، استفاده نمایند زمانی که نیروهای نظامی قصد استقرار در یک منطقه را دارند و امکان یک آشپزخانه سیار گرانتیتم برای آنها غیر ممکن است و همچنین برای تیمهای عملیاتی. گروههای کمکی در یک بحران برای تغذیه دادن به نیازمندان در یک منطقه جغرافیایی مساعد نیز می‌توان استفاده کرد.

در ضمن این قوطی‌ها توسط دولت عربستان سعودی به عنوان یک راه حل در برنامه مواد غذایی برای حاجیانی که در معرض آتش‌های مرگبار قرار می‌گیرند، گنجانده شده است.

قوطی HOT CAN یک قوطی ایده آل برای مواد غذایی است و سلامتی و ایمنی فرد مصرف کننده را تضمین می‌نماید و برخلاف بقیه انواع جیره‌های غذایی، نیازی به نگهداری در یخچال نمی‌باشد.

## خصوصیت قوطی های HOT CAN

۱. این قوطی‌ها کاملاً غیر سمی بوده و هیچگونه بوی تند و زننده‌ای از خود خارج نمی‌کنند.
۲. خیلی سریع، ساده و آسان کار می‌کنند.
۳. دارای قابلیت اطمینان و سرعت گرمایی بالایی هستند.

۴. با توجه به عایق بندی مناسب صورت گرفته در قوطی، می‌توان مواد غذایی را به مدت ۴۵ تا ۶۰ دقیقه گرم نگهداشت.
۵. این قوطی‌ها می‌توانند مواد غذایی را در انبارها به مدت سه سال حفظ نمایند.

## طریقه گرم کردن مواد غذایی توسط قوطی های HOT CAN



۱. ابتدا با میله همراه قوطی در محل‌های از پیش تعیین شده، سوراخ‌هایی ایجاد می‌شود.
  ۲. با باز کردن درب قوطی که از نوع آسان باز شو می‌باشد، مواد غذایی آماده خوردن می‌شود.
  ۳. با تکان دادن خیلی ملایم (یا با هم‌زدن آرام) و دائم، مواد غذایی گرم می‌شود. در ضمن به مدت ۱۵-۱۲ دقیقه طول می‌کشد تا قوطی HOT CAN مواد غذایی را گرم نماید و یک غذایی خوشمزه و گرم در اختیار شما قرار دهد. و این روش ساده و آسان باعث می‌شود که شما در شرایطی سخت و بحرانی با آسودگی خاطر از یک غذای گرم و لذیذ بهره‌مند شوید.
- گرمای ایجاد شده در جداره بیرونی قوطی صورت می‌گیرد و این انتقال گرما، هیچگونه آلودگی برای غذای داخل قوطی به وجود نمی‌آورد. این انتقال گرما حدود ۷۵.۶۵ درجه سانتی گراد حرارت را به همراه دارد. همچنین این قوطی‌ها، استریل و واترپروف می‌باشند.

## اجزای تشکیل دهنده قوطی

۱. آب
۲. پودر
۳. قوطی از نوع استاندارد و مخصوص مواد غذایی
۴. بست سیل شده (محیطی روی قوطی جهت حفظ مواد آهکی در داخل جداره آن)
۵. درب قوطی، آسان باز شو
۶. عایق گرمایی
۷. جداره ضد آب
۸. میله برای سوراخ کردن منفذهای تعبیه شده در روی قوطی



# بسته بندی ترکیبی (کامپوزیت)

تهیه کننده: س.م.الف

اتصال داغ (Hot Tack) بهبود یافته، خواص عالی سیل در آلاینده ها  
-PP و کوپلیمرهای PP: تراوایی بسیار پایین نسبت به بخار آب، مقاومت سیل حرارتی نسبت به استرلیزه کردن توسط بخار، استحکام مکانیکی در دماهای پایین به نوع کوپلیمر و محتوا بستگی دارد.

-OPP: جلا و شفافیت خوب، خواص نفوذ ناپذیری بسیار خوب در برابر بخار آب، استحکام مکانیکی خوب، انواع آکرلیک دمای آغازی (Threshold) پایین در سیل دارند. فیلم های با روکش PVDC خواص نفوذ ناپذیری بسیار خوب در برابر گاز و بو دارند و قابل سیل حرارتی هستند.

-OPP متالایز شده: انواع متالایز شده خواص نفوذ ناپذیری بهبود یافته ای در برابر گاز، رطوبت، UV و نور دارند و از جلوه فلزی برخوردارند.

-OPP پر لایز شده: اغلب به صورت لایه کواکستروید می شوند؛ لایه های بیرونی هومو یا کوپلیمرهایی از PP هستند، لایه وسط اغلب یک هوموپلیمر PP است که در طی به عمل آمدن پوک (Void) می شود، در نتیجه حد تسلیم بالا دارد، فیلم مات بوده و اثری از عبور محصولات چرب و روغنی در آن دیده نمی شود.

انتظار می رود که بسته بندیهای کامپوزیت نیازهای بسیاری را برآورده سازند؛ از جمله:

- محافظت از تاثیر رطوبت بر روی کالاهای خشک بسته بندی شده

- محافظت کالاهای مرطوب

برای این که این رطوبت را از دست ندهند.

- محافظت از کالاهای حساس به اکسیداسیون نسبت به اکسیژن اتمسفر

- محافظت از گازهای CO<sub>2</sub> و N<sub>2</sub> موجود در بسته بندی هایی با اتمسفر کنترل شده (این گازها در آنها تزریق شده اند)

- محافظت کالاهای از بوهای موجود در محیط و محافظت از کاهش اجزای مطلوب و فرار محصولات از بسته (نظیر طعم، بو و...)

خصوصیات نفوذ ناپذیری مواد در این قسمت محدود به ساختارهای ویژه ای است که در مواد کامپوزیت به کار می روند.



مختلف، یک دوجین یا بیشتر از انواع کاغذ، فویل های فلزی و چند نوع پارچه بافته و غیر بافته، تعداد این ترکیب رو به گسترش است. از دیدگاه علمی، تعداد این ترکیبات چندان سرسام آور نیست اما هنوز هم چشمگیر است.

خواص حاصل از مواد مختلف به کار رفته در ساختارهای کامپوزیت به شرح ذیل است:

- کاغذ: سختی، استحکام، مات بودن، چاپ و قابلیت متالایز شدن

- فویل آلومینیوم: تراوایی ناچیز نسبت به بخار آب، گازها و بوها، مقاومت در برابر چربی، مات بودن، بازتاب، خصوصیات تا شدن (fold Dead)

- فیلم سلولز (پوشش شده): قابلیت استفاده در ماشین و استحکام، شفافیت، براقیت، مقاومت در برابر روغن ها و چربی ها، تراوایی نسبت به بخار آب، گازها و بوها که البته بنا بر روکش مورد استفاده متفاوت است (قابلیت سیل حرارتی).

- کوپلیمرهای PE و اتیلن: دوام با قابلیت سیل از نوع جوش با تراوایی پایین نسبت به بخار آب، مقاومت خوب در برابر مواد شیمیایی، عملکرد بالا در دمای پایین، قابلیت متالایز شدن

- LLDPE و آئینورها: چقرمگی بهبود یافته و

مواد کامپوزیت در بسته بندی بسیاری از محصولات کاربرد دارد. کاغذها، فیلم ها، فویل ها و پارچه ها بسیار متنوع اند و گزینش بهترین ماده برای هدف خاص، تمام دانش، مهارت و تخصص بسته بندی را می طلبد. این انتخاب با ترکیب ها و اصطلاحات زیادی ارتباط پیدا می کند که به دلیل تنوع این مواد است.

مواد اولیه ای که در ساختار یک بسته بندی کامپوزیت به کار می روند، هر کدام با توجه به قابلیت های ویژه ای که دارند، انتخاب می شوند. با ادغام این قابلیت ها به مجموعه ای از خصوصیات مورد نظر دسترسی پیدا می کنیم. البته یافتن همه این مزایا در یک نوع ماده اولیه، بسیار دور از انتظار است. بسته بندیهای تک لایه ای که به خاطر پایین آوردن هزینه ها استفاده می شوند، دارای نقاط ضعف بیشتری نسبت به بسته های کامپوزیت هستند. قابلیت های مورد انتظار می توانند قابلیت سیل شدن و چاپ خوب، شفافیت، قابلیت کار با ماشین بسته بندی چقرمگی، نفوذ ناپذیری، مقاومت مکانیکی و... باشند.

سالهاست که از روش لامینه (چسباندن دو یا چند فیلم به یکدیگر) برای استحکام بسته بندیهای مختلف و نیز فراهم کردن شرایط مناسب برای نگهداری محصولات مختلف به وسیله مواد اولیه کامپوزیت استفاده می شود. کامپوزیت ها (چند لایه ها) بیش از ۵۰ سال است که مصرف تجاری پیدا کرده اند اما از اوایل دهه ۱۹۵۰ تنوع فراوانی در ترکیبات آنها صورت گرفته است.

با بهره گیری از حدود ۲۰ نوع فیلم







ساختار کامپوزیت، ماده‌ای مرکب است که از اتصال و چسباندن سطح دو یا چند لایه حاصل می‌شود. اغلب ساختارهای چند لایه در اصل برای افزایش قدرت یا استحکام طراحی شده بودند. امروزه با گوناگونی موادی که در دسترس هستند و فناوری‌های مختلفی که برای ترکیب این مواد وجود دارد، اغلب ساختارها را برای ارائه خواص کاربردی ویژه‌ای می‌سازند.

دو یا چند ماده را می‌توان با یکدیگر ترکیب کرد و ساختارهای مختلفی به دست آورد. اما کیفیت‌های کارکردی مورد نیاز و هزینه ترکیب مواد در عمل دامنه کار را محدود می‌کند. خواص هر کدام از لایه‌ها اغلب در ساختار نهایی بر یکدیگر تأثیر می‌گذارد و ممکن است با خواص عامل ترکیبی Agent Combining تکمیل و دگرگون شود.

### کاربرد ساختارهای کامپوزیت

انواع مختلف محصولات و الزامات هر یک از آنها باعث شده که سازندگان مواد مصرفی و فیلم‌های بسته‌بندی، مواد مختلفی را برای بسته‌ها ارائه دهند. برخی از این لایه‌ها برای ثبات ابعاد و تعدادی دیگر برای مقاومت در برابر رطوبت، نور یا برای حفظ

عطر مواد و غیره تولید شده‌اند. هر یک از لایه‌های مختلف برای ساخت کامپوزیت‌ها، ممکن است علاوه بر استحکام بسته‌بندی، یکی از خواص گفته شده را نیز دارا باشد.

می‌توان کاغذ سبک (با ۲۶ تا ۳۰ گرم بر متر مربع) و پلی اتیلن (با ۱۶ گرم بر متر مربع) را یک بسته‌بندی لمینت اقتصادی و مناسب قلمداد کرد. کاغذ قابلیت چاپی خوبی دارد و پلی اتیلن نیز محصول را در مقابل جذب رطوبت محافظت می‌کند و یک سیل مناسب را در دستگاه بسته‌بندی تضمین می‌کند.

### معرفی ساختار کامپوزیت‌های عمده و کاربرد آنها

**کاغذ/فویل آلومینیوم:** بیسکویت‌ها، شیرینی‌ها، بستنی، کره، مارگارین، صابون و سیگارها.

**فیلم سلولز/فیلم سلولز:** بیسکویت‌ها، و مواد قندی که سیل‌های هم‌پوش Overlap دارند.

**PE/فیلم سلولزی:** مواد قنادی، خشکبار، ادویه جات و چاشنی‌ها.

**PE/کوپلیمر وینیلیدین کلراید/نایلون:** مثل PE/نایلون برای موادی غیر از گوشت و پنیر به کار می‌روند. گوشت پخته شده و بسته‌های انعطاف‌پذیر با هوای اصلاح شده. **PE/اتصال/EVOH/اتصال/نایلون:** محصولات حساس به اکسیداسیون برای مثال مایع‌های کیسه‌ای در جعبه Bag in box پودر شیر و مواد دارویی.

**PE/پلی‌استر:** لایه بالایی بسته‌بندی پنیر، کیسه‌های دارویی، مواد قنادی و غذاهای منجمد.

**PE/پلی‌استر پوشش شده:** بسته‌هایی با اتمسفر اصلاح شده با لایه بالا، بسته‌بندی‌های واکيومی، مغزها، قهوه، غذاهای سبک و پودرهای خشک.

**PE/پلی‌استر متالایز شده:** غذاهای سبک، قهوه، پودرهای خشک، لایه بالایی، بسته‌بندی‌های واکيومی و غذاهای خشک.

**PE/PET/متالایز شده/PE:** مایعات مخصوص بسته‌های کیسه در جعبه In box Bag OPP/PE: مواد قنادی، خشکبارها، گوشت منجمد و غذاهای منجمد

**OPP/کواکسترود شده/OPE/کواکسترود شده:** غذاهای سبک، بیسکویت‌ها و مواد قنادی

**OPP/کواکسترود شده/متالایز شده/OPP/کواکسترود شده:** غذاهای سبک، بیسکویت‌ها، مواد قنادی که باید بسته آنها نفوذناپذیر به نور باشد و جلوه خوبی داشته باشند.

**PP/پوشش شده/نایلون:** اقلام دارویی استرلیزه

**PE/نایلون اورینت شده دو محوری:** مثل PE/پلی‌استر پوشش نشده

**PE/PVLC:** لایه‌های پایه برای بسته‌های با اتمسفر اصلاح شده گوشت و...

**PE/فویل پلی‌استر:** مغزها، غذاهای سبک، محصولات دارویی مایعات و پاک‌کننده‌ها **PE/PP/پوشش نشده:** خشکبارها و مواد قنادی **PE/HDPE/LDPE:** مواد قنادی، فله

### بسته‌بندی‌های جدید

امروزه نگهداری و سالم رساندن کالا به دست مصرف‌کننده از اهمیت خاصی برخوردار است. بسته‌بندی‌های جدید ضامن حفظ کیفیت بوده و می‌توان در شرایط مختلف مصرف به سهولت و با کیفیت عالی از کالا نگهداری و استفاده کرد. استفاده از بسته‌بندی‌های جدید ضمن ایجاد سهولت در مصرف، بهداشتی بوده و تحت کلیه شرایط، استفاده از اقلام را میسر می‌سازد.

## رِسا ماشین پیشگام در تولید انواع دستگاه‌های بسته‌بندی

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

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

# خواص شیمیایی مواد پلاستیکی

تهیه کننده: سوسن خاکبیز



در یک سطح تنش پایین تر از انتظار عاجز خواهد شد. الکل ها، هیدروکربن های مایع و استرهای آلی همگی می توانند به عنوان محیط فعال روی پلیمرهای حساس به ESC مثل پلی اتیلن، پلی استایرن و ABS عمل نمایند.

تنشی که باعث درماندگی از طریق ESC می شود، ممکن است از بیرون بکار رود، یا تنش باقیمانده از فرایند قالبگیری باشد که در بسیاری از حالت ها ناشی از همین تنش باقی مانده است. اگر ظروف پر شده از HDPE ساخته شده باشند که باید در هوای گرم و فواصل طولانی حمل شوند، باید از HDPE مقاوم در برابر ESC استفاده کرد، به عنوان مثال: دانسیته بزرگتر از ۹۵ و MFI کوچکتر از ۳۳ تمایل برای وجود ESC در دانسیته MFI پایین تر کاهش می یابد.

پلاستیکها به مدت طولانی در معرض هوا قرار بگیرند. این می تواند باعث بوجود آمدن مشکلاتی شود. در تحت این شرایط پلیمر ممکن است بوسیله اشعه ماورای بنفش، آب و اکسیژن مورد حمله قرار گیرد.

اشعه ماوراء بنفش می تواند باعث پاره شدن زنجیرهای پلیمری شده و ساختار پلیمری را از بین ببرد در نتیجه خواص مکانیکی پلیمر، کاهش می یابد. ضمن این که شفافیت مواد نیز می تواند مورد تأثیر قرار گیرد. مقادیر آب جذب شده کم، می تواند به عنوان نرم کننده عمل کند و انعطاف پذیری افزایش یابد اما وقتی آب زیاد می شود، پلیمر ترد می گردد و ثبات ابعادی آن کاهش می یابد. همچنین ترکیب با اکسیژن باعث کاهش در شفافیت و انعطاف پذیری پلیمر می شود.



یک مجموعه از افزودنی ها شامل: تثبیت کننده های UV و آنتی اکسیدانت (Anti Oxidant) برای ترکیب با پلیمر موجود می باشند که از تأثیر هوا جلوگیری می کنند.

## الف - حلالیت (Solubility)

یک ماده شیمیایی به عنوان حلال برای دیگر مواد عمل می کند، اگر آنها از نظر شیمیایی مشابه باشند، پیش بینی درباره تداخل پلیمر و حلال بوسیله رجوع به پارامترهای حلالیت آنها امکان پذیر است. در مواقعی حل شدن پلیمر در حلال خواسته و مطلوب می باشد. ولی حالتی که ممکن است به مواد بسته بندی شده حمله نمایند، نیز باید در نظر گرفته شود.

در این گونه موارد حلال می تواند به سطح بسته جذب شده و باعث خرابی محصول و بسته بندی گردد. در بین پلیمرها، پلی اولفین ها از همه خنثی تر می باشند و در مقابل اکثر محلول های آبی، ترکیب های غیرآلی و بیشتر اسیدها و بازهای قوی مقاومت می کنند. به هر حال اینها بوسیله هالوژن ها مورد حمله قرار می گیرند و به آسانی مقداری از حلال های غیرقطبی را جذب می کنند.

## ب. مقاومت در برابر هوازدگی (Weather Resistance)

در بسیاری از کاربردها لازم است که

جدول شماره (۲) پارامتر حلالیت برخی از حلال های رایج

Solvent Solubility Parameter (MPa)	
Pentane	۱۲/۸
Cyclohexane	۱۶/۷
Carbon tetrachloride	۱۷/۶
Toluene	۱۷/۲
Benzene	۱۷/۷
Chloroform	۱۹
Acetone	۲۰/۴
Isopropanol	۲۳/۴
Ethanol	۲۶
Phenol	۲۹/۶
Water	۴۷/۷

جدول شماره (۱) پارامتر حلالیت برخی از پلیمرها

Polymer Solubility parameter (MPa)	
PE	۱۶/۳
PP	۱۶/۳
PS	۱۸/۷
PMMA	۱۹/۴
PVC	۱۹/۴
PC	۱۹/۴
Nylon	۲۷/۸
PETP	۲۱/۸
PAN	۲۸/۷

## پ- شکست در اثر تنش محیطی (ESC) (Environ mental Stress Cracking)

برخی از پلیمرها به مشکلی به نام ESC دچار هستند. اگر چنین پلاستیکی در معرض تنش مکانیکی قرار گیرد، در یک محیط شیمیایی خاص، پلاستیک خیلی زودتر و یا

# صنایع ماشین سازی حرفه وفن

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

تلفن دفتر: ۳۹۲۲۲۶۱ تلفاکس: ۳۹۲۲۲۶۰  
کارخانه: ۰۲۹۲۳۳۲۳۶۵





ماشینهای صنعت بسته بندی

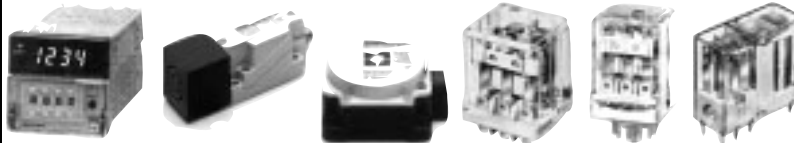
مهر چرخان دستی

مدل : ۹۹



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

تهران - خیابان ستارخان - خیابان شادمهر - شماره ۳۵۱ کد پستی : ۱۳۵۶۹۱  
تلفاکس: ۶۵۱۳۱۶۶ - ۶۵۱۳۱۷۷ - E-MAIL : WIDDERCO@APADANA.COM



**Sick**

Pepperl+Fuchs

**OMRON**

**finder**

**SIEMENS**

**BALLUFF**

**AEG**

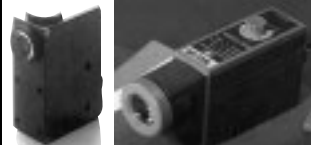
**GENERAL**

**ELECTRIC**

**Crouzet**

**SCHIELE**

**welon**



**سرو**



چشمهای حساس به رنگ/ مارک  
سنسور/ قطعات برق صنعتی/  
اتوماسیون صنعتی/ سنسور/ چشم/  
رله/ کنتاکتور/ بی متال/ سیم و کابل  
خراسان/ ترموستات/ PLC/ سیستم  
زنجیری انتقال سیم و کابل/ چشم  
رنگ/ کنترل فاز شیله/ کنترل فاز  
کروزت/ رله کنترل سطح مایعات/  
چشمهای کنتراست (تطابق)

تلفن: ۶۲۵۲۸۷۸  
۶۶۳۱۷۵۹  
همراه: ۰۹۱۱۲۳۰۸۰۸۵  
فکس: ۶۶۳۱۷۵۹



سیستم زنجیری انتقال سیم و کابل



# بسته بندی خرما برای اولین بار بدون استفاده از مواد شیمیایی افزودنی

پژوهشگر: سیدمصطفی ایران منش

پذیرفته شده در اولین همایش فن آوری و بسته بندی خرما - اهواز

## پیش درآمد

نظر به اهمیت اقتصاد تولید در بخش صنعت خرما و با توجه به مقاله ای علمی- کاربردی در این زمینه که به دنبال این مصاحبه آمده توضیحات زیر به قلم سیدمصطفی ایران منش (نویسنده مقاله) تنظیم شده که در ادامه می خوانید:

به اعتقاد بنده همان طوری که در پایان نامه کارشناسی ارشد خود برای نخستین بار (چه در زمانی که در دانشگاه آمریکا تحصیل میکردم، و چه بعداً که ادامه این کار را در دانشگاه تهران به انجام رسانیدم) موضوع فعالیت آبی در خصوص پسته و نقش بسیار بسزایی که در پیدایش، رشد و حتی پیشگیری افلاتوکسین پسته Aflatoxin مورد استقبال اتحادیه اروپا و بخصوص برای سخنرانی در دانشگاه کالیفرنیا از سوی انجمن علمی جهانی خشکبار قرار گرفت که در نهایت منجر به تولید روغن پسته شد.

همین موضوع را در پژوهشکده مهندسی جهاد مطرح کردم و با کمک همکاران عزیز در خوزستان، به خصوص شهر شادگان به صورت حضوری و یا با ارسال نمونه های خرمای برحی توانستم با امکانات معمولی و طرح Chamber خلاء را پیاده کرده و با ارزیابی روی اندازه گیری ها، معادلات موجود مطابق آن چه که در پسته صورت گرفت برای خرما را انجام داده و نمودارهای مربوطه به دست آمد.

اصل مقاله حدود هفتاد صفحه است، و در آینده نه چندان دور در معرض استفاده علاقه مندان قرار خواهد گرفت. برای کشمش، برگه زردآلو، گردو و فندق نیز مجموعه مشابهی به شکل علمی- کاربردی به رشته تحریر در خواهد آمد که هر کدام یک طرح تحقیقاتی است.

نکته حائز اهمیت موضوع Organic یعنی

"مطالعه و بررسی روی فعالیت آبی  $a_w$  در خرما بدون استفاده از گاز متیل بروماید در بسته بندی و نگهداری آن"

مقدمه:

خرما یکی از محصولات عمده کشورمان، که از لحاظ تولید و صادرات در سال ۱۳۸۱ طبق آمار سازمان خواروبار کشاورزی (FAO) ایران با تولید ۹۰۰ هزار تن رتبه اول تولید خرما را در جهان کسب کرد؛ که ۱۷۵ درصد از کل تولید خرما در جهان است. خوزستان یکی از قطب های مهم و عمده تولید خرمای کشور است.

به طوری که فقط تولید خرمای شهرستان شادگان بویژه از نوع خرما برحی توانسته سال ۱۳۸۱ حدود ۳۴ هزار تن تولید داشته باشد، که این بسیار قابل توجه است. اقلام مختلف خرمای ایران حدود ۲۰۰ نوع می باشد. مقدار ۳/۶ درصد خرمای دیم و ۹۶/۴ درصد آن خرمای آبی است. تولید خرمای ایران در پنج استان: خوزستان، کرمان (جیرفت و کهنوج، بم) هرمزگان، فارس، سیستان و بلوچستان می باشد.

در سال ۱۳۷۳ مقدار خرمای صادراتی کشور ۷۷ درصد از وزن کل صادرات غیر نفتی و ۶/۲ درصد از وزن کل آن را شامل می شده است.

سیر صعودی صادرات آن در سال ۱۳۷۵، ۵۷۲ هزار تن بوده که ۵/۹۸ درصد از مقادیر تولید داخلی به ارزش ۱۹۴ میلیون دلار از قرار کیلویی ۳۷ سنت بوده است. از آن جایی که تعیین قطب های تولید با هدف مکان یابی برای پروژه های تبدیل و فراوری صورت می گیرد، ضروری است در قطب بندی مذکور عوامل دیگری را نیز مد نظر قرار داد. واریته های مختلف خرما واجد خصوصیات متفاوت و منحصر به خود هستند که علاوه بر تاثیر بر روی سهولت حمل و نقل محصول بر روی الگوی مصرف صنعتی و غیر صنعتی آنها نیز موثر می باشند.

رقم استعمران (سایر، سعیر) به طور سنتی عمده ترین رقم صادراتی خرمای ایران بوده است که عموماً به واسطه رطوبتی نسبی کمتری است، که این میوه در مقایسه با واریته های دیگر دارد. این رقم در شکل گیری صنعت شستشو و

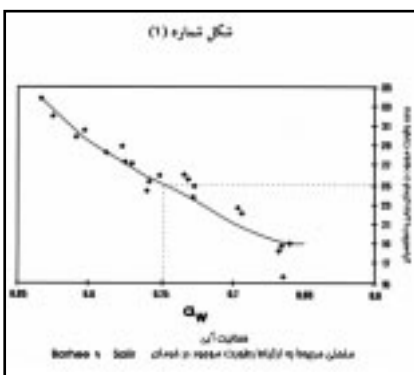
عدم استفاده از ترکیبات شیمیایی و افزودنی هاست که بیشتر برای افزایش طول عمر نگهداری محصولاتی است که پیش از بسته بندی محصول مورد استفاده قرار می گیرد. امروزه خطرات و مضرات ناشی از این گونه افزودنی ها مثل گاز متیل بروماید در خرما از سوی مجامع بین المللی بهداشت جهانی WHO منع شده و توصیه می شود از استفاده این گونه مواد شیمیایی Chemical additives که خطر و ضررش ثابت شده خودداری شود. لکن افراد بسیاری برای ثروت اندوزی هنوز دست به چنین سوءاستفاده هایی می زنند.

ولی آیا روی فعالیت آبی  $a_w$  و استفاده از سرما یا گرما درمانی تحت دما و زمان های مناسب چه کاری انجام شده؟ با همین تفکر بود که با سابقه تحقیقاتی که در سالهای اقامت در آمریکا و سوئد و سپس ادامه آن در کشورمان روی خرما داشتم این طرح را برای اولین بار پیاده کردم که خوشبختانه در مقیاس «پایلو ت پلنت» نتیجه گرفتیم و برای تولید انبوه (Mass product) نیاز به طراحی و ساخت تونل عمودی برای همین منظور داریم و چنان چه پشتوانه سرمایه گذاری خوبی داشته باشیم، قابلیت اجرای صد در صد موفق را خواهیم داشت.

## چه کسی می تواند به ما کمک کند؟

ما همه به صورت گروهی موفق خواهیم شد. از این رو اول از همه معتقدیم این کار بر عهده وزارت جهاد کشاورزی و در هماهنگی با وزارت صنایع می باشد. خوشبختانه وزارت جهاد کشاورزی از هر نظر محققان و دانشمندان توانمند با کارآیی بالا را دارد.

نیاز به یکدلی، صمیمیت، و برنامه ریزی به صورت گروهی داریم، استادان خوب بنده که در کنارشان شاگردی می کنم خوشبختانه از افراد عزیز و با ارزش این آب و خاک هستند.



بسته بندی خرما نیز واجد نقش پراهمیت تری در مقایسه با دیگر وارته‌ها بوده است. این رقم سهمی برابر ۳/۸ درصد از کل تولید خرماي کشور را به خود اختصاص می‌دهد و ۸۶/۴ درصد از کل تولید این رقم در استان خوزستان قرار دارد از این رو این استان به دلایل مذکور رتبه اول را در کشور دارا می‌باشد.

اکنون که بخش عمده‌ای از خرماي ایران به بیش از ۴۶ کشور صادر می‌شود، مطالعه و بررسی روی گلوگاه‌های ضایعات این محصول از اهمیت خاصی برخوردار است.

- (۱) ضایعات هنگام دریافت خرما.
- (۲) ضایعات در انبارها، خرماهای ضد عفونی شده.
- (۳) ضایعات در مرحله ضد عفونی.
- (۴) ضایعات در مرحله جداسازی اولیه.
- (۵) ضایعات در مرحله شستشو و خشک کردن.
- (۶) ضایعات بسته بندی.

**هدف اصلی بسته بندی کلیه محصولات منجمده خرما، نگهداری و محافظت کیفیت مطلوب ماده غذایی تازمان مصرف می‌باشد.** مرحله بسته بندی یکی از اساسی ترین عوامل بازاریابی خرما و نحوه ارایه آن به بازار بشمار می‌آید. که چگونه به دست مصرف کننده رسیده و مطلوب خریدار قرار گیرد.

آخرین اطلاعات به دست آمده ممنوعیت استفاده از گاز متیل بروماید از سوی مجامع بهداشت جهانی (WHO) می‌باشد، که با توجه به این خرما در خارج از سردخانه، از تکنولوژی جدید استفاده می‌کنند. بدین معنی که در این روش رطوبت رادر بسته های ۱۰۰، ۲۵۰، ۵۰۰ گرمی درون بسته‌ها ریخته، هوای بین رطب‌ها را تخلیه کرده، و سپس گاز محافظ به داخل آنها تزریق می‌کنند، و سران‌را به صورت اتوماتیک می‌بندند. این روش که به نام Modified Atmospher معروف است، توانسته بسیاری از مشکلات نگهداری و انبارداری خرما را حل کند. از دیرباز روش پرتو دهی نیز که به رادیواکتیو معروف است استفاده شده است. در این روش محصول را در برابر مقدار کنترل شده‌ای از تشعشع یک منبع انرژی قرار می‌دهند، عملکرد این روش باعث

گردیده تا نسبت به سایر روشها برتری یابد. این روش باعث افزایش انبارمانی میوه‌های تازه از جمله خرما می‌شود.

در مورد تحقیق روی فعالیت آبی این دورقم خرما (برخی و سعیر) که برای نخستین بار در ایران صورت گرفت مبنای کار مطالعه و بررسی حفظ کیفیت محصول خرما با کنترل  $a_w$  در بسته بندی‌های مورد نظر و عدم استفاده از گازهای منسوخ شده‌ای مثل متیل بروماید می‌باشد. مقدار رطوبت قابل قبول استانداردهای جهانی به شرح جدول ۱ است.

مراجعه به این استانداردها نشان می‌دهد که خرما بایستی در موقع برداشت و چیدن، رسیده باشد و چیدن آن بتدریج که می‌رسد، صورت می‌گیرد. بهنگام برداشت رطوبت خرما بایستی حداکثر ۱۸ درصد باشد (به استثنای برخی وارته‌ها) و چنانچه رطوبت خرما در زمان برداشت بیشتر از ۱۸ درصد باشد باعث ترشیدگی و تخمیر و فساد محصول برداشت شده می‌شود. به هر تقدیر بر اساس دانش فنی موجود در کشور در حال آلودگیهای زیست محیطی عمده در کارخانجات ضد عفونی و بسته بندی خرما شامل آلودگیهای هوا و آلودگیهای آب در این دسته از کارخانجات به کار می‌رود.

این ماده به طور معمول گاز متیل بروماید به فرمول شیمیایی  $BrCH_3$  است که در تحت فشار مایع بیرنگی است و بعلت نقطه غلیان پایین به آسانی در حرارتهای عادی باز می‌شود. در غلظت‌های معمولی ضد عفونی بی بو است، ولی در غلظت‌های زیاد بوی شیرین نامطبوع و تهوع آور دارد، و حداکثر غلظتی از متیل بروماید که توقف در آن برای انسان ایجاد مسمومیت نمی‌کند ۱۵ قسمت در میلیون است.

چند ساعت توقف در غلظت‌های بین ۱۰۰ تا ۴۰۰ قسمت در میلیون موجب مسمومیت شدید و حتی مرگ می‌شود. ضمن این، امکان آلودگی که در آب و کاربرد این گونه سموم ایجاد مقاومتی است، که تدریجاً و به واسطه سلکسیون ناشی از حذف آفات حساس به سم و به نفع حشرات و آفات مقاوم بوجود می‌آید.

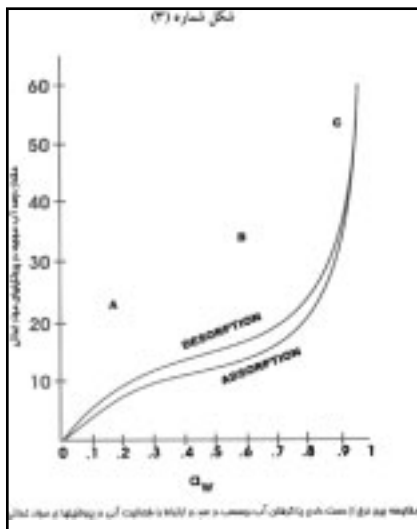
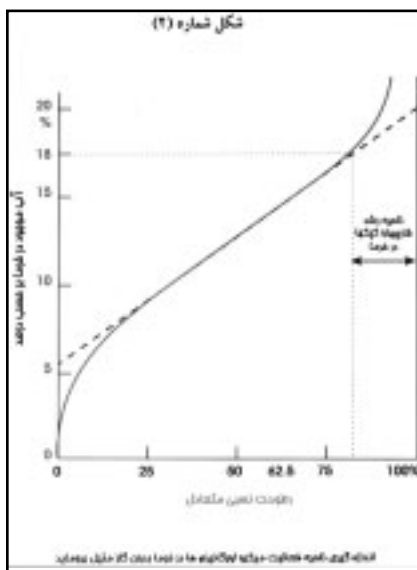
به همین دلیل است که سازمان بهداشت جهانی و سازمان حمایت از محیط زیست به

شدت مصرف چنین ترکیباتی را منع کرده‌اند. لذا استفاده از سایر روشهای ارگانیک مانند سرما، گرما و محاسبات روی تاثیر آنها در  $a_w$  خرما در این تحقیق منظور گردید، که بدون استفاده از گاز متیل بروماید، عملیات فراوری و بسته بندی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت و نتایجی حاصل شد. (جدول ۲)

### روش بررسی

ارقام موجود در استان خوزستان: خضراوی، برخی، بریم، کنگار، کبکاب، دیری، زاهدی نمونه برداری از خرماهای برداشت شده بدون طی مراحل بعدی:

- ۲ نمونه از ۲ تا ۸ جعبه
- ۳ نمونه از ۹ تا ۲۷ جعبه
- ۴ نمونه از ۲۸ تا ۶۴ جعبه
- ۵ نمونه از ۶۵ تا ۱۲۵ جعبه
- ۶ نمونه از ۱۲۶ تا ۱۲۶ جعبه
- ۷ نمونه از ۲۱۷ تا ۳۴۳ جعبه
- ۸ نمونه از ۳۴۴ تا ۵۱۲ جعبه
- ۹ نمونه از ۵۱۳ تا ۷۲۹ جعبه



جدول شماره ۱- میزان رطوبت خرما در استانداردهای جهانی

انواع خرما	سعیر	مضافتی	شاهانی	خاصه	خشک	رطب	خارک پخته
درصد رطوبت	۱۸	۲۳	۲۳	۲۳	۱۸	-	۱۰

جدول شماره ۲- قطب‌های تولید رقم استعمران (سعیر) به تفکیک استان

رقم	وضعیت	خوزستان	بوشهر	فارس	کرمان	هرمزگان	سیستان
سهم از تولید کل کشور		۸۶/۶	۱۲/۹	ناچیز		۰/۱۰	چاربهار
استعمران (سعیر)	رتبه شهرستان در استان	اهواز ۳۳/۴٪ شادگان ۲۹/۸٪ آبادان ۱۵/۳٪	تنگستان ۱۸/۳٪ گناوه ۱۴/۸٪	-	-	بندر لنگه ۱۰۰٪	-

**منابع مورد استفاده:**

1. Code of federal regulations, 1999. USA.
2. CODEX ALIMENTARIUS. (1996): vol.2B (Revised 1996) FAO Rome.
3. DOWSON V.H.W.&A.ATEN.(1962): dates. handling, processing and packing. FAO. Rome.
4. EFFRON.H..(1975): Marketing and Economic Aspects of date production and processing. 3 FAO Rech. Conf.on Imp Date. prod..proc.and Marketing. Background paper, Item#8.
5. GLASNER.B.,R.BEN TZVI,& D. WEGMESTER.(1996): Growing and Marketing Barhee, Ministry of Agriculture and Rural Development, Extension Service.(In Hebrew).
6. Ibrahain Y.Hamdan, FAO/RNE, Date-plam "post-harvest processing Technology"
7. KORATI , E.(1998): Harvesting, Packaging and Marketing of Dates. Third annual training course on date palms, Namibia.
8. Stanley E. Charm, Sc.D "The Fundamentals of Food Engineerin". Boston, Mass.University Avi publishing.
9. Soroka, Walter. (2003): "Packagig Technology".
10. Barrowld,W.H."Date-palm products", (1993)F.A.O publication.

۱۱. **منتجات نخیل البلیح (۱۰۱) نشره الخدمات الزراعیه منظمه الاغذیه و الزراعه الامم المتحد سنه ۲۰۰۱**

۱۲. **مقاله تحقیقاتی بررسی روی فعالیت آبی پسته برای بسته بندی و صادرات دانشگاه بر کلی و دیویس کالیفرنیا سال ۱۹۹۵ از سید مصطفی ایران منش (استخراج شده از پایان نامه کارشناسی ارشد).**

**"Investigation on the determination of the Iranian date - palm fruit water activities (a<sub>w</sub>), without using Methyl bromide fumigation, during the packaging, and storage"**  
By: Seyed Mustapha Iranmanesh. (2002-2004)

Iran is the first date- palm producer in the world. There is 900,000 tons production of this fruit through the years of 2002 -2003. (FAO) It is 18.5% of the all date - palm productions in the world.

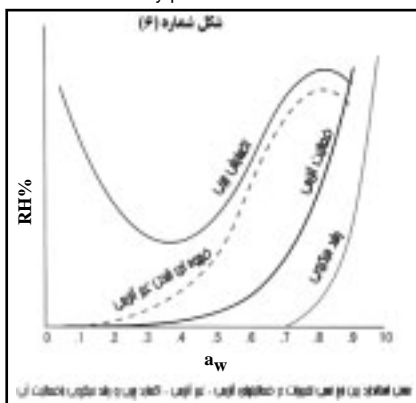
Khuzestan province has an important role in this country as a main part of the date - palm producer. Shadegan city is located in this province is one of the most essential date - palm fruit producer, i.e., there are 34,000 tons/ year. Date- palm fruits will be destroyed when its , RH>25% ; unless the harvesting, handling, transportation, and the processing consists of sorting and, grading, must be done mechanically as well as a full mechanized agriculture. (Methyl bromide fumigation is restricted now. (WHO)

There are two varieties in Khuzestan (1)Barhee, (2)Estamaran, (Saiir). Both of them have low moisture contents. According to this investigation, we measured the:

$$(1) \quad a_w = \frac{p}{p_s} = \frac{ERH}{100} \quad (2) \quad a_w = \gamma \frac{n_1}{n_1 + n_2}$$

The most of their measurements exhibited a type of II isotherm (sigmoid shape). The range of moulds, yeast, fungi activities were found out 0.8, 0.88, and 0.91.

In the case of random sampling. We treated them, under the thermal treatment (temp<450°C for <20 min) and the second group were treated under the cold conditions (0°C-3°C), by the manometer method. Then they packed in the small sizes.



اندازه های a<sub>w</sub> هر دو گروه به روش treatment-cooling یا سرمادرمانی بر مبنای فرضیات کاربرد قانون راولت انجام پذیرفت که در آن فشار بخار خرماها از طریق روش مانومتریک اندازه گیری شد.

فعالیت آبی در دمای ثابت، مقدار آب جذب شده را مشخص می کند (شکل سیگموئیدی) از نوع II را نشان داد. ایزوترم II را می توان به سه بخش براساس وضعیت آب موجود تقسیم کرد. بهر جهت از فن آوری جدید همان طوری که می دانیم a<sub>w</sub> تقریبی که باکتریها، مخمرها، قارچها و کپکها در آن امکان رشد دارند به ترتیب دو مورد نمونه ها به شکل های زیر نیز به دست آمد.

**بحث و نتیجه گیری:**

نمونه های خرما ی برخی و سعیری که از نقطه نظر کیفیت خوراکی، مطلوب بازارهای جهان است همچنین مقدار رطوبت برخی در آنها قابلیت ماندگاری قابل توجهی دارند. بر اساس محاسبات a<sub>w</sub> فنی مهندسی به دست آمده روی هر دو رقم نتایج زیر حاصل گردید:

۱ - با توجه به منسوخ شدن مصرف متیل بروماید که با هدف ماندگاری بیشتر خرما مطرح گردید می توان با شرط رعایت Organic یعنی بدون افزودنیهای شیمیایی تنها با استفاده از روش های گرمادرمانی و یا سرمادرمانی، کنترل رطوبت و فعالیت آبی در شرایط آزمایشگاهی یا پایلوت پلنت موفقیت حاصل کرد.

۲- در چنین روشی برای اولین بار آن هم در ایران نیاز به سیر تکاملی و آزمایشهای مکرر دارد، طراحی و ساخت سیستم های کامل Continous برای ظرفیت های بالا در فراوری و بسته بندی خرما (بخصوص این دو رقم) نیاز است. بهر حال عدم استفاده از هر ماده شیمیایی دیگری نیاز مبرمی به گسترش اجرای چنین طرح تحقیقاتی را در کشورمان که ضایعات بسیاری در این بخش دارد می طلبد.

طبق نمونه برداری استاندارد چنان چه جعبه ها (بسته ها) بیش از هزار باشد آنها را به قسمتهای هزارتایی تقسیم و مستقیماً از نخلستان بعد از برداشت به شکلی که در بالا گفته شد نمونه برداری می کنیم.

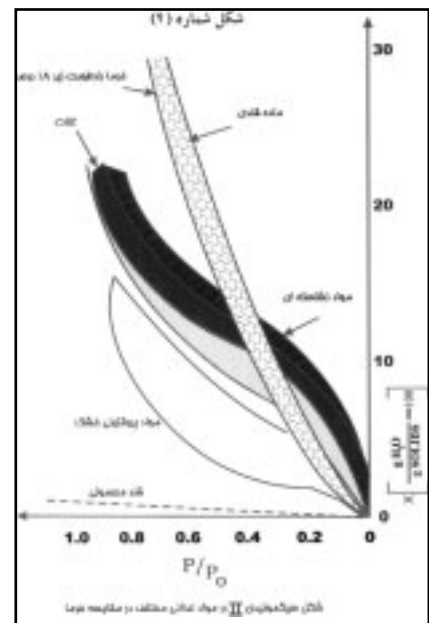
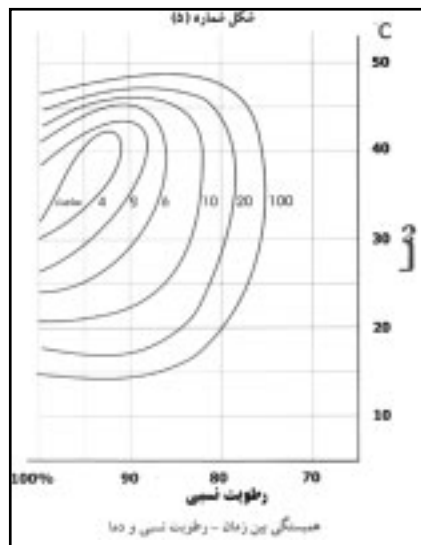
**روش های آزمون:**

روش اندازه گیری رطوبت: مقداری از نمونه خرما را برداشته و آن را به قطعات ریز در می آورند، سپس ۳۳/۳ گرم را وزن کرده (درمورد خرما ی هسته دار قبل از توزین باید هسته آن را خارج کرد) و در ارلن مایر دارای دستگاه رطوبت سنج می ریزند و روی آن آنقدر گزیلول یا تالون اضافه می کنند تا سطح آن را بپوشاند، سپس آن را روی دستگاه حرارتی قرار داده و رطوبت سنج را به جریان آب سرد متصل می کنیم، بعد از آن که محتوی ارلن مایر به جوش آمد از زمان جوش ۴۵ دقیقه به حرارت دادن ادامه می دهیم تا خرما به رنگ قهوه ای تیره یا سیاه درآید.

چون گزیلول یا تالون از آب سبکتر است، روی آن قرار خواهد گرفت و از روی لوله مندرج میزان آب نمونه را خوانده و برحسب درصد حساب می کنند. با اندازه گیری رطوبت نسبی و فعالیت آبی منحنی (۱) به دست می آید.

دو رقم سعیر (سایر) که همان استعمران خوانده می شود و برخی از هر کدام به مقدار یکصد کیلوگرم تحت شرایط زیر با استفاده از گرما و سرما به طور جداگانه پیش از عملیات بسته بندی عملیات گرمادرمانی زیر دمای ۴۵ درجه سانتی گراد با کنترل رطوبت در اطاقکی که توسط پمپ تخلیه هوا صورت می گیرد، زمان لازم و مناسب به دست می آید به نحوی که لطمه ای به طعم، رنگ و بافت خرما نرزد بیست و پنج دقیقه به طور متوسط به دست آمد.

در مقیاس با عملیات سرمادرمانی پیش از بسته بندی دمای ۰-۳ درجه سانتی گراد با



# معیارهای انتخاب صادرکنندگان نمونه اعلام شد

## بسته بندی ۱۰ امتیاز

صادرکنندگان محترم درخواست می‌شود چنانچه تمایل دارند در این رقابت ملی که همه ساله به منظور معرفی بنگاه‌های اقتصادی برتر در عرصه صادرات سامان می‌یابد، شرکت نمایند. جهت دریافت فرمهای مربوطه و کسب اطلاعات بیشتر به دفتر مدیریت پشتیبانی و حمایت از صادرکنندگان واقع در مرکز توسعه صادرات ایران، دبیرخانه کمیته توسعه صادرات استانها مستقر در ادارات کل بازرگانی استانها، تشکلها و انجمنهای صادراتی ذیربط وب سایت [www.tpo.ir](http://www.tpo.ir) مراجعه نمایند.

تبصره ۲ - آخرین مهلت جهت ارائه مدارک به مرکز توسعه صادرات ایران ۱۳۸۳/۳/۱۵ می‌باشد.

تبصره ۳ - بدیهی است مدارکی که پس از تاریخ فوق و یا به صورت ناقص تحویل گردد فاقد اعتبار بوده و ثبت نام انجام نخواهد شد.

تبصره ۴ - برای احراز هر یک از معیارهای نه گانه فوق و پارامترهای فرعی آن ارائه مدارک مثبت از سوی بنگاه‌های تولیدی- صادراتی متقاضی صادرکنندگان نمونه در سال ۱۳۸۲ ضروری می‌باشد.

### گروههای مختلف کالا و خدمات مورد نظر جهت انتخاب صادرکنندگان نمونه

- ردیف: ۱، گروه کالایی: خدمات فنی و مهندسی
- ردیف: ۲، گروه کالایی: توریسم
- ردیف: ۳، گروه کالایی: حمل و نقل و ترانزیت
- ردیف: ۴، گروه کالایی: محصولات معدنی
- ردیف: ۵، گروه کالایی: صادرات نرم افزار، ICT، IT
- ردیف: ۶، گروه کالایی: پسته
- ردیف: ۷، گروه کالایی: خشکبار (به جز پسته)
- ردیف: ۸، گروه کالایی: میوه و تره بار
- ردیف: ۹، گروه کالایی: گل و گیاه
- ردیف: ۱۰، گروه کالایی: گیاهان صنعتی و دارویی
- ردیف: ۱۱، گروه کالایی: محصولات حیوانی
- ردیف: ۱۲، گروه کالایی: فرآورده‌های دریایی
- ردیف: ۱۳، گروه کالایی: سایر محصولات کشاورزی
- ردیف: ۱۴، گروه کالایی: شیرینی و شکلات
- ردیف: ۱۵، گروه کالایی: محصولات صنایع غذایی
- ردیف: ۱۶، گروه کالایی: مصالح ساختمانی
- ردیف: ۱۷، گروه کالایی: مواد دارویی
- ردیف: ۱۸، گروه کالایی: مواد شوینده و بهداشتی/آرایشی
- ردیف: ۱۹، گروه کالایی: فرآورده‌های صنعتی پایه نفتی
- ردیف: ۲۰، گروه کالایی: پتروشیمی
- ردیف: ۲۱، گروه کالایی: مواد شیمیایی
- ردیف: ۲۲، گروه کالایی: پوشاک
- ردیف: ۲۳، گروه کالایی: فرش ماشینی و موکت
- ردیف: ۲۴، گروه کالایی: سایر محصولات نساجی
- ردیف: ۲۵، گروه کالایی: لوازم خانگی و برقی
- ردیف: ۲۶، گروه کالایی: کیف و کفش و چرم
- ردیف: ۲۷، گروه کالایی: قطعات یدکی
- ردیف: ۲۸، گروه کالایی: تجهیزات پزشکی و بیمارستانی
- ردیف: ۲۹، گروه کالایی: آلومینیوم
- ردیف: ۳۰، گروه کالایی: آهن آلات و فولاد
- ردیف: ۳۱، گروه کالایی: مصنوعات مسی
- ردیف: ۳۲، گروه کالایی: مصنوعات پلاستیکی ملایم
- ردیف: ۳۳، گروه کالایی: سایر کالاهای صنعتی
- ردیف: ۳۴، گروه کالایی: فرش دستباف
- ردیف: ۳۵، گروه کالایی: صنایع دستی (غیر فرش)

مرکز توسعه صادرات معیارهای انتخاب صادرکنندگان نمونه سال ۱۳۸۳ را اعلام کرد.

به گزارش خبرنگار رفاه، مرکز توسعه صادرات ایران به منظور شناسایی صادرکنندگان فعال و تشویق آنان به صادرات بیشتر و معرفی آنها به جامعه به عنوان الگوهای موفق در عرصه صادرات با در نظر گرفتن معیارهای ذیل اقدام به شناسایی و انتخاب صادرکنندگان نمونه سال ۱۳۸۳ در ۳۵ گروه مختلف کالا و خدمات و معرفی آنان در هشتمین سالروز ملی صادرات (۱۳۸۳/۷/۲۹) خواهد کرد.

### معیارهای انتخاب صادرکنندگان نمونه سال ۱۳۸۳

۱- دارا بودن بیشترین ارزش صادرات در گروه کالایی مربوطه: جمع کل ۲۵ امتیاز

الف - بیشترین ارزش صادرات در گروه کالایی مربوطه: ۱۰ امتیاز  
ب - نسبت وزنی میزان صادرات به میزان تولید: ۱۰ امتیاز  
ج - دارا بودن صادرات بیش از ۱۰ میلیون دلار جهت شرکتهای غیر دولتی: ۵ امتیاز

۲- داشتن روند صعودی در صادرات طی سه سال اخیر: ۱۰ امتیاز  
۳- صادرات کالا با ارزش افزوده بیشتر. جمع کل: ۱۰ امتیاز

الف - متوسط ارزش هر واحد از کالای صادر شده: ۵ امتیاز  
ب - ارزش افزوده کالای صادراتی (بر اساس محصول نهایی، واسطه‌ای و یا مواد اولیه): ۵ امتیاز

۴ - بهبود مستمر روند بسته بندی و کیفیت کالاهای صادراتی و دستیابی به استاندارد جهانی. جمع کل ۱۰ امتیاز

الف - نوع بسته بندی کالای صادراتی: ۵ امتیاز  
ب - داشتن گواهی نامه استاندارد ملی و بین المللی: ۵ امتیاز شامل استانداردهای کیفی: ۳ امتیاز و استانداردهای مدیریتی: ۲ امتیاز

۵ - گسترده‌گی بازارهای هدف و نفوذ در بازارهای جدید. جمع کل ۱۰ امتیاز  
الف - بازار جدید (حداقل میزان ۵۰ هزار دلار در طی سه سال گذشته به آن کشور صادرات داشته باشند): ۵ امتیاز  
ب - گسترده‌گی بازارهای هدف: ۵ امتیاز

۶ - تلاش در جهت کاهش هزینه‌ها به منظور بر خورداری از مزیت رقابتی در بازارهای جهانی. جمع کل ۱۰ امتیاز

الف - نسبت ظرفیت تولید به افراد شاغل بر اساس لیست بیمه: ۵ امتیاز  
ب - داشتن واحد R D (مطابق با گواهینامه وزارت صنایع و معادن): ۲ امتیاز  
ج - نوسازی ماشین آلات و اتوماسیون خط تولید: ۳ امتیاز

۷ - کارآفرینی، ایجاد اشتغال بیشتر و نوآوری در عرصه صادرات. جمع کل ۱۰ امتیاز

الف - تعداد افراد شاغل بر اساس آخرین لیست بیمه: ۳ امتیاز  
ب - توسعه واحد تولیدی در طول یکسال گذشته: ۳ امتیاز  
ج - صادرکنندگان فعال در مناطق محروم: ۴ امتیاز

۸ - مهارت فنی و تخصصی شرکت در امر صادرات. جمع کل ۱۰ امتیاز  
الف - فهرست عملیات بانکی شرکت در یک سال گذشته و درصد صادرات به روش LC: ۳ امتیاز

ب - تعداد افراد لیسانس به بالا بر اساس لیست بیمه: ۲ امتیاز  
ج - داشتن وب سایت فعال و پست الکترونیک و بروشور و کاتالوگ صادراتی: ۳ امتیاز

د - سابقه صادرات شرکت بر اساس سالهای فعالیت (به ازای هر سال یک اظهارنامه مربوط به همان سال به عنوان سند ارائه می‌شود): ۲ امتیاز  
۹ - عضویت در تشکل صادراتی مربوطه: ۵ امتیاز.

تبصره ۱ - صادرکنندگان در گروههای مختلف به استثنای گروههای تجهیزات پزشکی و صنایع دستی (غیر فرش) در صورتی می‌توانند متقاضی صادرکننده نمونه باشند که صادرات آنها در سال ۱۳۸۲ حداقل یک میلیون دلار باشد. لذا از

# معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی

تهیه کننده: ر.م.الف

## بخش چهارم

می کند و برای انواع آن از جداول مقایسه ای چند نوع از قفسه ها استفاده شده است.

**Z 0701**

Silicagel desiccants for packaging

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات خشک کن های سیلیکاژل را که برای استفاده در بسته بندی کردن بکار می رود، تعیین می کند. برای بهتر ارایه کردن مطالب در این استاندارد ۲ نوع مختلف را با هم (توسط جداول) مقایسه کرده اند.

**Z 0104**

Glossary of terms used in corrugated fibre-board industry

این استاندارد برای تعریف واژگان اصلی و مفاهیمی که در صنایع مقواسبازی فلوت دار کنگره ای کاربرد دارد، تهیه شده است.

**Z 1528**

Pressure sensitive adhesive double coated tapes

این استاندارد مشخصات نوار چسبهای دورویه را که دارای پوشش چسبی می باشند، تعیین می نماید. این چسبها به منظور اتصال، سیل کردن، نگه داشتن و غیره استفاده می شود.

**Z 0601**

Wooden flat pallets for through transit

این استاندارد صنعتی ژاپنی ویژگیهای پالتهای مسطح چوبی که قابلیت تغییر (تناوب) دارند و به منظور پالت بندی و استفاده دو طرفه متداول در هر نوع تسهیلات حمل و نقلی، بکار می روند، تعیین می کند.

**Z 0610**

Box pallets

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات باکس پالتهای چرخ دار چند بار مصرف را تعیین می کند.

**Z 0611**

Box pallets for through transit

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات باکس پالتهای چند بار مصرف را که بطور عمده در طی حمل و نقل استفاده می گردند، تعیین می کند. این باکس پالتها در حمل و نقل بطور متداول از نقطه شروع تا مقصد و در طی خطوط انواع مختلف حمل و نقل (نظیر راه آهن ها، کامیونها و کشتی ها) کاربرد دارند. همچنین این استاندارد پایه ابعاد ویژه استاندارد Z 0601 (پالت) می باشد.

شده است. با آوردن این جداول و تصویر بسته های فوق به بیان خصوصیات ابعادی آنها پرداخته شده است.

**Z 1529**

Pressure sensitive adhesive films for printing

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات فیلمهای چسبی حساس به فشار (خود چسب) را که به منظور چاپ (برای برجسب زنی و...) مصرف می شوند، تعیین می کند. در یک طرف این فیلمها به صورت یکنواخت با چسب پوشش شده است. (همچنین برای درک بهتر مطالب از جدولهای راهنمایی کننده نیز استفاده شده است.)

**Z 1408**

Crates, slatted, wirebound Boxes

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات صندوقها و جعبه های ساخته شده از تخته های باریک را که به منظور بسته بندی حمل و نقلی استفاده می گردند، ارایه می دهد. (این استاندارد دارای جداول نمودار و یادداشتهای تصویری نیز می باشد.)

**Z 0606**

Plastic flat pallets

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات پالتهای مسطح پلاستیکی چند بار مصرف را ارایه می دهد. در این استاندارد از دیگرام، جداول و تصاویر چند وجهی جهت توجیه بهتر استفاده شده است.

**Z 0605**

Metal flat pallets

این استاندارد صنعتی ژاپنی تعیین کننده مشخصات پالتهای مسطح فلزی می باشد که چند بار مصرف هستند.

**Z 1708**

Sprayable and strippable protective plastis coatings

این استاندارد خصوصیات فیلم های پلاستیکی محافظ را که بوسیله عملیات پاشیدن مواد محافظ تهیه شده اند، ارایه می دهد.

**Z 0620**

Pallet packs

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات قفسه (پالتها، راکها) را که برای انبار کردن کالاهای سنگین استفاده می شوند، تعیین

استانداردهای صنعتی ژاپن (JIS) استانداردهایی هستند که در سطح ملی ابتدا در خصوص محصولات صنعتی یا معدنی تهیه می شدند و سپس توسط وزرای مربوطه تحت عنوان ضابطه استانداردسازی صنعتی اعلام شد و در سال ۱۹۴۹ به طور رسمی به عنوان استانداردهای صنعتی ژاپن شناخته شدند. البته علاوه بر JIS استانداردهای ملی دیگری نیز در ژاپن وجود دارد که معروف به استانداردهای کشاورزی (JAS) می باشند. (JAS) استانداردهایی در سطح ملی برای محصولات کشاورزی، جنگل کاری، خواروبار و برجسب گذاری صحیح محصولات کشاورزی می باشد. در جامعه ژاپن نه تنها رعایت استاندارد به صورت یک فرهنگ جا افتاده، بلکه تدوین استاندارد نیز در نزد شرکتهای و کارخانجات صنعتی و تحقیقاتی رواج یافته است و استانداردهای آنها نیز به عنوان یک منبع ورودی در مؤسسه استاندارد این کشور می باشد.

در حال حاضر استانداردهای JIS در خصوص صنایع نساجی، کاغذ و خمیر، کالاهای خانگی، وسایل پزشکی، خودرو، برق، مکانیک و عمران می باشد و مبحث تدوین استاندارد بسته بندی نیز به عنوان یک فعالیت در بخش اقلام اصلی تهیه می گردد.

در ذیل معروف ترین استانداردهای این مؤسسه که در خصوص بسته بندی می باشد، معرفی شده اند:

**Z 0161**

Dimensions of unit load sizes

این استاندارد ژاپنی ابعاد استاندارد واحد بار (چیدمان) بسته بندیها را برای توزیع، حمل و نقل مناسب و راحت ارایه می دهد.

**Z-1525**

Volatile corrosion inhibitor treated

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات کاغذهای عمل آورده شده ای را که برای کمک و جلوگیری از خوردگی و زنگ زدگی فلزات (فولاد) بکار می رود، تعیین می کند.

**Z-1710**

Blow moulded polyethylene containers for kerosine

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات ظروف پلی اتیلنی را که برای حمل و نقل و انبار کردن نفت استفاده می شود، تعیین می کند. در پایان برای انواع مختلف آن با توجه به ظرفیتهای متفاوت جداولی ارایه



Z-0150

Pictorial marking for handling of goods

این استاندارد ژاپنی علائم مورد استفاده برای حمل و نقل و جابجایی مناسب با هدف محافظت از کالا و حمل و نقل مشخص در فرآیند توزیع را تعیین می نماید.

Z 1615

Coding identification and marking of freight containers for international trade

این استاندارد صنعتی ژاپنی قوانین، شناسایی و علامت گذاری ظروف حمل و نقلی را که به منظور حمل و نقل کالاها در یک یا چند بار مصرف حمل و نقلی مورد استفاده قرار می گیرند، در تجارت بین المللی تعیین می کند. همچنین از جداول و فرمولهای محاسباتی نیز استفاده شده و در انتها در خصوص علائم و برچسبهای راهنمایی کننده نیز مطالبی آورده شده است.

Z 1622

Flat rack containers for international trade with certain limitation

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات ظروف مسطح تجارت بین المللی را که به منظور توزیع (چه با خودرو، راه آهن و کشتی) استفاده می گردند، تعیین می کند. از جداول و دیاگرامهای راهنمایی کننده نیز استفاده شده است.

Z 1601

Steel drums for liquid

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات بشکه های فولادی با ظرفیت اسمی ۵۰-۲۰۰ لیتر را که برای حمل و نقل و انبار کردن مایعات خطرناک و غیر خطرناک استفاده می شوند، تعیین می کند. به نحوه ساخت بشکه های فلزی با آوردن جداول مختلف نیز پرداخته شده است.

Z 1600

Full removable head steel drums

در این استاندارد صنعتی ژاپنی به ویژگیهای بشکه های فولادی با (درب) متحرک کامل با ظرفیت اسمی ۲۰۰-۲۰ لیتر که برای حمل و نقل و به عنوان ظروف محصولات جامد خطرناک، مایعات خطرناک و اشیای غیر خطرناک استفاده می گردد، پرداخته است. درباره خصوصیات این بشکه ها از جداول نیز استفاده شده است. به نحوه ساخت و دیاگرامهای توضیحی انواع مختلف بسته ها با ظرفیتهای متفاوت نیز پرداخته شده است.

Z 1604

Plugs and flanges for steel drums

این استاندارد ژاپنی به ویژگیهای بشکه های فولادی با ارایه جداول استاندارد که از مواد اولیه فلزی می باشند، پرداخته شده است.

Z 1901

Pressure sensitive adhesive polyvinyl chloride tapes for corrosion protection

این استاندارد صنعتی ژاپنی خصوصیات نوار چسبهای حساس به فشار (پلی وینیل کلراید) را که برای محافظت از لوله های فولادی، شمش های فولادی و دیگر قطعات خوردگی و بدنه های فلزی کاربرد دارد، بیان می کند. در ضمن حاوی جداول ویژگیهای بی نیز می باشد.

Z 0235

Testing methods of dynamic compression for package cushioning materials

این استاندارد صنعتی ژاپنی روشهای آزمایش فشار دینامیک را برای خواص ضربه گیری مواد به شکل های ورق، بلوکهای کوچک، گرانولها و مواد شکل گرفته به جز فنرهای مارپیچی و لاستیکهایی را که به منظور محافظت کالا از لرزش بکار می روند، شامل می شود.

Z 1402

Wooden boxes for packing

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات جعبه های چوبی را که به منظور بسته بندی حمل و نقلی کالاهایی با وزن ۵/۱ تن و با ابعاد کمتر از ۶ متر طول ۶/۱ متر عرض و ۵/۱ متر ارتفاع و با مجموع طول + عرض + ارتفاع کمتر از ۷ متر بکار می روند را تعیین می کند. از تصاویر انواع بسته ها نسبت به هم، طرز ساخت بسته های چوبی، ابعاد استاندارد، خصوصیت انواع مواد اولیه چوبی

و شناسایی عوامل مخرب چوبها مطالبی آورده شده است.

Z 0301

Method of moisture proof packaging

این استاندارد ژاپنی روش بسته بندی ضد رطوبت برای نگهداری در وضعیت خشک با استفاده از مواد ضد رطوبت را بیان می کند.

Z 0302

Water proof packaging

این استاندارد صنعتی ژاپنی بسته بندی ضد آب را برای محافظت کالا از ورود آب به درون بسته با استفاده از مواد ضد آب، چسبهای ضد آب و غیره معرفی می کند. این استاندارد با هدف محافظت از محتویات داخل بسته در مقابل اثر آب تازه، آب دریا باران، ریزش آب و غیره تدوین گردیده است

برای بیان این موضوع از جداول راهنمایی کننده نیز استفاده شده است.

Z 0234

Testing methods of static compression for package cushioning materials

این استاندارد ژاپنی روشهای آزمایش فشار استاتیک را برای خواص ضربه گیری مواد به شکل های ورق، ورقه های کوچک بلوکی، گرانولها و مواد شکل گرفته فنرهای مارپیچی و لاستیکهایی را که به منظور محافظت کالا از لرزش بکار می روند، شامل می شود.

Z 0607

Sheet pallets

این استاندارد صنعتی ژاپنی مشخصات پالتهایی را که برای ترتیب دادن کالاها به صورت واحد بار (صفحه) استفاده می شود، بیان می کند.

به منظور جابجایی، حمل و نقل و انبار کردن پالتها، مطالبی نیز آورده شده است.



## 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 پر تابل ZAPAK با منبع تغذیه برق و باطری
- 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

در نمونه تولید شده به وسیله محققان اسپانیایی از شمار کمتری از مولکولهای ریحان استفاده شده و از این گذشته مولکولهای ریحان بر خلاف مولکولهای ترب کوهی جذب آب موجود در مواد غذایی نمی شود و طعم و مزه این مواد را تغییر نمی دهد.

**وزیر بازرگانی خبر داد:**

## صادرات دو میلیاردی محصولات پتروشیمی و واردات کاغذ از اندونزی در سال آینده

وزیر بازرگانی به سرمایه گذاری ۱۰ میلیارد دلاری در صنعت پتروشیمی کشور اشاره کرد و گفت: صادرات محصولات پتروشیمی در سال جاری به حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار می رسد و پیش بینی می شود که این میزان سال آینده به مرز ۲ میلیارد دلار برسد. به گزارش ایسنا، وی ادامه داد: صنعت نفت و پتروشیمی یکی از بهترین حوزه های همکاری ایران با اندونزی به شمار می رود. وی گفت: ما آماده همکاری با اندونزی در زمینه فروش مواد اولیه به این کشور و نیز خرید کالای ساخته شده از اندونزی هستیم.

شریعتمداری اظهار کرد: ایران کشور واردکننده کاغذ به شمار می رود و اندونزی نیز تولیدکننده این کالا است بنابراین شرکت بازرگانی دولتی ایران آماده خرید کاغذ از اندونزی از سال ۲۰۰۴ است. وزیر بازرگانی در ادامه افزود: با توجه به صادرات ۷ میلیارد دلاری منسوجات اندونزی و سابقه ۱۰۰ سال حضور ایران در این عرصه بنابراین این زمینه های همکاری های مشترک فراوانی وجود دارد.

وی در پایان گفت: ایران عضو مقتدر اکو و اندونزی نیز عضو تاثیرگذار آ.سه. آن به شمار می رود بنابراین همکاری دو کشور در عرصه بین المللی برای افزایش رقابت اقتصاد پیچیده شمال و جنوب بسیار حائز اهمیت است.

## نخستین واحد تولیدکننده اسفنج های صنعتی و غیر صنعتی در شیراز به بهره برداری رسید

نخستین واحد صنعتی تولیدکننده اسفنج های صنعتی و غیر صنعتی به همت متخصصان ایرانی در شیراز طرحی و به بهره برداری رسید.

به گزارش (ایسنا)، این واحد صنعتی با سرمایه ای معادل سه میلیارد و ۲۰۰ میلیون ریال از سوی بخش خصوصی و با مشارکت بانک صنعت و معدن توانایی تولید سالانه ۱۵۰۰ تن اسفنج های صنعتی و غیر صنعتی با وزن های مخصوص را دارد که این دستگاه در ساعت حداقل سه و نیم تن و حداکثر ۱۰ تن توانایی تولید را دارد.

مسعود ابراهیم پور مدیر عامل شرکت صنعتی جنوب ایر، در گفت و گو با خبرنگار صنعتی ایسنا در شیراز گفت: «دستگاه تولید به وسیله متخصصان ایرانی طرحی و ساخته شده است که از نظر قیمت نسبت به نوع خارجی بسیار ارزان تمام شده که حدوداً یک میلیون دلار صرفه جویی به همراه داشته است ضمن آن که برق مصرفی این دستگاه یک سوم مشابه خارجی است که در بهینه سازی مصرف برق تاثیر بسزایی دارد».

وی گفت: «این دستگاه کاملاً اتوماتیک بوده که قسمت میکس آن حدود شش هزار دور در دقیقه و قسمت های تزریقی مواد به صورت پمپ های متغیر و قابل کنترل است.» ابراهیم پور با بیان این که ماشین

## ۶۰۰۰۰۰۰ کیلو ضایعات توت فرنگی به خاطر مشکلات بسته بندی

چهل سال از ورود گیاه توت فرنگی و پانزده سال از کشت آن به عنوان یک محصول پر درآمد و اشتغال زا در بین باغداران و روستاییان استان کردستان می گذرد و در طی این مدت توانسته است استان کردستان را از لحاظ سطح زیر کشت و تولید در مقام اول کشور قرار دهد، از لحاظ سطح زیر کشت ۲۲۸۶ هکتار (۱۲۲ غیر بارور ۲۱۴۶ بارور) از اراضی کوهستانی و کوهپایه ای و همچنین میانگین عملکرد تولید این محصول در هکتار ۱۱۰۹۳/۸۱ کیلوگرم می باشد. جمع کل تولید این محصول در سال ۱۳۸۱ بالغ بر ۲۴۰۰۰ تن بوده است.

به گفته مدیر اداره تنظیم بازار محصولات کشاورزی جهاد استان: توت فرنگی محصولی سریع الفساد بوده و به علت نبود صنایع فرآوری، بسته بندی در استان و عدم وجود سیستمی مناسب جهت نگهداری و حمل و نقل سریع این محصول به بازارهای مصرف، میانگین تلفات و ضایعات این محصول ۲۵٪ و رقمی معادل ۶۰۰۰ تن از تولید استان در سال ۱۳۸۱ را شامل می شود.

**ماهنامه صنعت بسته بندی:**

۶۰۰۰ تن = ۶۰۰۰۰۰۰ کیلو = ۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰ گرم

۶۰۰۰ تن = حدود ۶۰۰۰۰۰۰۰۰ دانه توت فرنگی متوسط

۶۰۰۰ تن = ۱۲۰۰۰۰۰۰۰ میلیون بسته نیم کیلویی

۶۰۰۰ تن = ۰۰۰۰۰۰۰۰۰ تومان درآمد!

## استفاده از ریحان برای بسته بندی مواد غذایی

دانشمندان اسپانیایی موفق شده اند با استفاده از سبزی ریحان، نوعی ورقه نازک پلاستیکی برای بسته بندی گوشت و پنیر و دیگر مواد غذایی تولید کنند. مواد ضد باکتریایی ریحان برای مقابله با آلودگی مواد غذایی مفید بوده و تاریخ مصرف مواد غذایی را طولانی تر می کند.

به نوشته هفته نامه علمی نیوساینتیست چاپ انگلیس محققان اسپانیایی با یک اقدام ابتکاری پلیمرهای تازه ای تولید کرده اند که مولکولهای آنها از ترکیب مولکولهای سبزی ریحان و مولکولهای مواد شیمیایی پلاستیکی نظیر متیل چاویکول و لینالول درست شده است. زمانی که از این ورقه ها برای بسته بندی مواد غذایی استفاده می شود، ذرات آب درون ماده غذایی و مولکولهای ضد باکتری ریحان را به خود جذب می کند و موجب می شود ماده غذایی از وجود باکتریها عاری شود.

محققان برای آن که مولکولهای ریحان تنها به درون ماده غذایی نفوذ کند و در فضای آزاد بیرون بسته بندی پراکنده نشود، سطح بیرونی ورقه پلاستیکی را با لایه نفوذناپذیری پوشش داده اند که از فرار مولکولهای ریحان جلوگیری به عمل می آورد.

استفاده از خاصیت میکرب کش سبزیجات برای تولید بسته بندیها و پوششها مواد غذایی در برخی دیگر از کشورهای پیشرفته نظیر ژاپن، سابقه داشته است.

در ژاپن از ترب کوهی برای تولید ورقه های بسته بندی استفاده می شود، اما مصرف کنندگان از این امر گلایه مند بوده اند که طعم و بوی ترب کوهی از پوشش پلاستیکی به درون مواد غذایی سرایت می کند و طعم این مواد را تغییر می دهد.

## اخبار بسته بندی

مدیر عامل این واحد تولیدی با بیان این که هم اکنون نوشابه های دوهزار و ۵۰۰ سی سی در بسته بندی های PET تولید می شود پیش بینی کرد: به زودی صنعت نوشابه در ایران در اختیار ظروف PET قرار می گیرد. وی گفت: یکی از مشکلات استفاده از این ظروف عدم تجزیه و برگشت به محیط زیست است که در ایران در ارتباط با بازیافت این مواد اقداماتی صورت گرفته است.

وی ادامه داد: این آمارها در کشور ایتالیا در مورد بسته بندی PET ۶۶ درصد، قوطی ۲۴ درصد و شیشه ۵ درصد اعلام شده است. کشور انگلستان نیز با بسته بندی ۷۰ درصد از مجموع نوشابه های گازدار خود در بسته بندی های PET و ۱۹ درصد در قوطی تنها یک درصد از نوشابه های خود را با شیشه به بازار عرضه کرده است. چناری روند رشد مصرف نوشابه در کشور را ۵ درصد ذکر و تصریح کرد: مصرف سرانه جهان نیز در سال ۱۴ درصد رشد خواهد داشت. وی معتقد است تا سال ۲۰۰۶ سرانه مصرف نوشابه در جهان به ۳۲ لیتر افزایش یابد وی همچنین مصرف سرانه نوشابه در اروپای غربی و آمریکای شمالی را تا سال ۲۰۰۶ به ترتیب ۱۲۲ و ۲۲۰ لیتر عنوان کرد.

### فهرست کالاهای تولیدی به عنوان محصول نهایی اعلام شد

رفاه: برای افزایش و رونق تولید برای سال آینده فهرست کالاهایی که قرار است به عنوان محصول نهایی تولید شوند اعلام شد. فهرست کالاهای تولیدی که امکان استفاده از آنها به عنوان محصول نهایی برای سال ۱۳۸۳ وجود دارد، در راستای چگونگی برقراری و وصول عوارض و سایر وجوه از تولیدکنندگان کالا، ارائه دهندگان خدمات و کالاهای وارداتی مصوب ۸۱ تعیین شد.

به گزارش ایرنا، هیئت وزیران این فهرست را در جلسه ۱۲ بهمن ماه امسال بنا به پیشنهاد وزارتخانه های امور اقتصادی و دارایی، صنایع و معادن، بازرگانی، کشور و سازمان مدیریت و برنامه ریزی و به استناد بند (ه) ماده (۳) قانون اصلاح موادی از قانون برنامه سوم توسعه تصویب کرد. در مواردی که کالاهای یاد شده به صورت بسته بندی شده و یا مطروف به فروش می رسند، از ماحذ قیمت فروش، مشمول مالیات و عوارض مقرر خواهند بود و حاصل فروش آنها قابل تفکیک به اجزا نمی باشد. بر اساس این مصوبه، در مواردی که کالاهای یاد شده به صورت کارمزدی تولید می شوند از حیث تعریف و تطبیق با مقررات در رابطه با نحوه وصول مالیات و عوارض یاد شده از طریق صاحب کالا (سفارش دهنده) به موجب دستورالعملی خواهد بود که توسط سازمان امور مالیاتی کشور تهیه و اجرا خواهد شد. بنابر این گزارش انواع فرآورده های لبنی، روغن نباتی خوراکی، ماکارونی، کمپوت، کنسرو، بلورجات و ظروف شیشه ای، ظروف سرمایی، قیر، آسفالت، ظروف فلزی و انواع لوازم و محصولات بهداشتی و آرایشی جزو این فهرست هستند. همچنین انواع لوازم و محصولات لاستیکی، مصنوعات چوبی ساختمانی، تیرآهن، تاسیسات حرارت مرکزی، باتری، لوازم آشپزخانه و خانگی برقی، دستگاه های تهویه، کلید و پریز، خودرو، کانتینر، محصولات فایبرگلاس، دستگاهها و لوازم صوتی و تصویری، ابزارآلات و تجهیزات پزشکی، شناورهای آبی، دستگاهها و وسایل اندازه گیری و سنجش زمان، الکل صنعتی، ماشین آلات خبازی و خشکشویی از جمله دیگر اقلام این فهرست هستند.

تولید اسفنج از سیستم های هیدرولیک و پنوماتیک و الکترونیک بهره مند است، اضافه کرد: «قسمت کانوایر دارای تسمه ای به طول ۲۲ متر و قالبی متحرک و قابل کنترل است.»

وی اضافه کرد: «تولید فوم از نوع پلی اورتان برای تهیه تشک های خواب، ورزشی و در صنایع اتومبیل سازی، نساجی، کفایشی و مصارف خانگی کاربرد فراوانی دارد. پیش از این طراحی و اجرای واحدهای تولیدکننده انواع اسفنج در ایران به دست متخصصان غیر ایرانی صورت می گرفت.»

### اولین همایش فناوری فرآوری بسته بندی خرما در ایران

با توجه به توانمندی کشور ایران در امر تولید و صادرات خرما، بررسی تنگناها، مشکلات و چالشهای فرآوری و بسته بندی خرما و شناخت راهکارهای علمی و عملی و توسعه این فناوری ها به عنوان یک ضرورت و استراتژیک در دستور کار طرح تحقیقات صنعتی آموزش و اطلاع رسانی وزارت صنایع و معادن قرار گرفت. به همین منظور اولین همایش های فناوری فرآوری و بسته بندی خرما از سوی دانشگاه شهید چمران اهواز و طرح تحقیقات صنعتی، آموزشی و اطلاع رسانی در تاریخ ۱۶ و ۱۷ اسفند سال جاری در دانشگاه شهید چمران اهواز برگزار شد.

ماهنامه صنعت بسته بندی در صدد است در صورت همکاری برگزار کنندگان این همایش برخی از آثار ارائه شده در این همایش را به صورت مبسوط منتشر کند. همچنین یکی از مقالات پذیرفته شده در همایش فوق نیز در همین شماره به چاپ رسیده است.

### ایرانی ها در سال ۵ میلیارد بطری نوشابه مصرف می کنند

مصرف نوشابه در کشور ۵ میلیارد و ۲۰۰ میلیون بطری در سال برآورده شده است. به گزارش خبرنگار عصر اقتصاد مدیر عامل یک واحد تولیدی نوشابه در اصفهان با اعلام این مطلب افزود: مصرف سرانه نوشابه در ایران ۲۲ لیتر، متوسط جهان ۳۱ لیتر، اروپای غربی ۷۷ لیتر و آمریکای شمالی ۱۹۵ لیتر می باشد.

عبدالحمید چناری تصریح کرد: افزایش سرانه مصرف این محصول نیاز به فضای باز در کشور دارد. وی اظهار داشت: سهم این واحد تولیدی در تولید نوشابه کشور ۲ میلیارد و ۱۳۰ میلیون بطر است که ۴۷۶ درصد از کل مصرف سالانه در کشور می باشد. وی اضافه کرد: ۲۹ درصد مصرف کشور را نیز بخش خصوصی تولید می کند. چناری با اشاره به صدور یک میلیون بطری نوشابه به کشور عراق خاطر نشان ساخت: طی چند سال اخیر با ایجاد بازار رقابتی تنها شرکتی می تواند در این بازار حضوری مستمر داشته باشد که دارای کیفیت برتر و قیمت متعادل باشد.

به گفته وی این شرکت تولیدی با ۳۳۰ نفر پرسنل ثابت ۵۵ درصد بازار استانهای اصفهان، چهار محال بختیاری و مرکزی را در اختیار دارد. چناری یادآور شد: ظرفیت تولیدی این شرکت در ظروف شیشه ای برگشت پذیر حدوداً ۳۰ هزار بطری در ساعت و در طی سال متجاوز از ۱۵۰ میلیون بطر است. وی ادامه داد: ظرفیت تولیدی نوشابه ۷۵ لیتری در ظروف یکبار مصرف (PET) با تجهیزات پیشرفته موجود حدود شش هزار بطری در ساعت می باشد که با توجه به کشش بازار هم اکنون سالانه حدود ۱۲ میلیون بطر تولید می شود.

# ..... بسته بندی سهم خود را بگیرد .....

اخوان در آستانه برگزاری همایش بین المللی صنایع فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی، بر معرفی ۱۰ طرح مطالعه شده مورد توجه بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این همایش تاکید کرد.

اخوان با اشاره به ارزش افزوده بالای موجود در صنایع پایین دستی پتروشیمی بر عزم شرکت ملی صنایع پتروشیمی برای کمک به توسعه صنایع پایین دستی این صنعت تاکید کرد.

وی گفت: در حال حاضر حدود نصف محصولات تولیدی شرکت ملی صنایع پتروشیمی به خارج صادر می شود که در صورت تبدیل آنها به محصولات واسطه ای و نهایی می توان ضمن ایجاد ارزش افزوده بالاتر به توسعه اشتغال در کشور کمک کرد.

اخوان با اشاره به این که در چند سال آتی میزان تولیدات پتروشیمی ایران به بیش از سه برابر میزان کنونی افزایش خواهد یافت، تاسیس دفتر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی را در راستای کمک به تسریع در رشد مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این بخش خصوصی، تلاش دارد ضمن آشنا ساختن سرمایه گذاران به مزیت های این صنعت، طرح ها و اطلاعات لازم را در اختیار آنان قرار دهد.

اخوان گفت: با توجه به هم جهت بودن سازمان گسترش و نوسازی صنایع با شرکت ملی صنایع پتروشیمی در توسعه صنایع پایین دستی این صنعت، شرکت گسترش توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی با مشارکت شرکت ملی صنایع پتروشیمی و سازمان گسترش و نوسازی صنایع تاسیس شده است که این شرکت حمایت از سرمایه گذاری و توسعه صنایع پایین دستی را هدف قرار داده است. وی برگزاری «همایش بین المللی فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی ایران» در کیش را فرصت مناسبی برای معرفی مزیت های ایران در جذب سرمایه گذاری در این بخش خواند و ابراز امیدواری کرد با آشنایی سرمایه گذاران داخلی و خارجی با امکانات ایران در تامین خوراک صنایع پایین دستی و جاذبه بازار داخلی و منطقه ای برای خرید محصولات تولیدی، زمینه تسریع در توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی در کشور مهیا شود.

## ۱۴ کشور خارجی در همایش فرصت های

### سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی

همایش بین المللی فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی با شرکت بیش از ۳۰۰ نماینده از شرکت های داخلی و ۴۰ نماینده شرکت خارجی از ۱۴ کشور جهان در کیش آغاز برگزار شد.

در این همایش دو روزه بالغ بر ۵۰ طرح در صنایع پایین دستی پتروشیمی به ارزش بیش از ۲/۵ میلیارد دلار برای سرمایه گذاری معرفی خواهد شد.

همایش فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی با همکاری سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و شرکت ملی صنایع پتروشیمی به منظور تسریع در سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی برگزار شد.

## پرداخت تسهیلات ویژه برای گسترش فعالیت صنایع پایین دستی پتروشیمی

شرکت بازرگانی پتروشیمی برای حمایت از تولید و ارتقای کیفیت محصولات تولیدی صنایع پایین دستی پتروشیمی و گسترش توان رقابت شرکت های داخلی در بازارهای جهانی تسهیلات ویژه ای قایل شده است.

به گزارش ابرار اقتصادی، محمد احتیاطی مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی در آستانه برگزاری همایش بین المللی فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی بر تقبل بخشی از هزینه های آموزش نیروی انسانی، کنترل کیفیت، انتشارات و حضور در نمایشگاه های داخلی و خارجی صنایع پایین دستی پتروشیمی از سوی این شرکت تاکید کرد.

وی گفت: شرکت بازرگانی پتروشیمی به منظور تشویق صنایع پایین دستی ۵۰ درصد از هزینه آزمایشات کیفی محصولات تولیدی در آزمایشگاه های مورد تایید این شرکت را به تولیدکنندگان محصولات صنایع پایین دستی پتروشیمی پرداخت می کند.

احتیاطی، پرداخت ۵۰ درصد از هزینه دریافت گواهینامه های کیفیت مدیریتی سری ۹۰۰۰ و گواهینامه های محیط زیستی سری ۱۴۰۰۰ را از جمله دیگر اقدامات این شرکت برای رشد صنایع پایین دستی پتروشیمی خواند.

مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی افزود: شرکت ملی صنایع پتروشیمی همچنین به منظور آموزش نیروی انسانی شرکت های فعال در زمینه تولید محصولات پایین دستی پتروشیمی، آماده ارائه خدمات آموزشی در مراکز آموزش کشور و صنایع پتروشیمی است. وی پرداخت ۳۰ درصد از هزینه تجهیزات کنترل کیفیت آزمایشگاه های صنایع پایین دستی، حمایت مالی از برگزاری همایش ها و انتشارات تخصصی، تشکل های صنایع پایین دستی پتروشیمی و پرداخت ۷۵ درصد از هزینه ایجاد غرفه نمایشگاهی در خارج از کشور را از جمله اقدامات شرکت ملی بازرگانی پتروشیمی برای حمایت از صنایع پایین دستی اعلام کرد.

وی در عین حال توان شرکت های فعال در زمینه صنایع پایین دستی پتروشیمی را برای جذب کامل تولیدات صنایع بالادستی ناکافی دانست و ابراز امیدواری کرد با برگزاری «همایش بین المللی فرصت های سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی» زمینه معرفی توانمندی های ایران در جذب سرمایه گذاری در این بخش و امکانات صنایع بالادستی برای تامین نیاز شرکت های داخلی و خارجی فعال در این زمینه فراهم شود.

## شرکت ملی صنایع پتروشیمی آماده معرفی ۵۰ طرح صنایع پایین دستی این صنعت به سرمایه گذاران است

رئیس دفتر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی (وابسته به شرکت ملی صنایع پتروشیمی) گفت: این دفتر تاکنون مطالعه ۵۰ طرح صنایع پایین دستی پتروشیمی را انجام داده و کار مطالعه ۲۶ طرح دیگر نیز در حال انجام است که از ویژگی های خوبی برای سرمایه گذاری برخوردارند.

## مدیران جدید کارتن مشهد انتخاب شدند

کارتن مشهد مدیران جدید این شرکت را با حضور ۵۷ درصد سهامداران انتخاب کرد.

روز ۸۲/۱۷/۲۸ گزارش جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت کارتن مشهد که با حضور ۵۷ درصد سهامداران برگزار شد، انتشار یافت.

بر اساس این گزارش در آغاز دستور جلسه طرح و بررسی شد آن گاه انتخابات برای تعیین مدیران جدید برگزار و مجمع به اتفاق آراء شرکت صنایع پارت کاغذ (سهامی خاص)، شرکت سرمایه گذاری ملی ایران (سهامی عام) و آقایان حسین متین راد، امیرحسین متین راد و محمدحسین حقی را به عنوان اعضای اصلی هیات مدیره برای مدت دو سال انتخاب کرد.

۵۷/۸۵ درصد سهامداران حاضر در جلسه با درصد سهام به این شرح: حسین متین راد، اصالتاً و وکالتاً با ۴۵/۳۲ درصد، شرکت سرمایه گذاری ملی ایران (سهامی عام) با ۸/۵۳ درصد و دیگر سهامداران ۳/۹۹ درصد.

این جلسه را آقایان حسین متین راد به عنوان رئیس مجمع، ابوالحسن اعتضاد به عنوان ناظر، رمضان دوراندیش به عنوان ناظر، محسن محمدآبادی به عنوان دبیر جلسه اداره کردند.

## ۵۱ درصد سهام بسته بندی پارس را شرکت خریدند

روز ۸۲/۱۷/۲۸ بیشترین حجم ریالی معاملات را در تالار فرعی بورس سهام شرکت بسته بندی پارس با ۲۳ میلیارد و ۴۰۳ میلیون و ۳۳۵ هزار و ۵۰۰ ریال داشت.

تعداد ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار و ۶۰۰ سهم این شرکت را ۳ متقاضی در ۱۷ نوبت خریدند. نرخ سهام آن با ۲۸ ریال افزایش قیمت ثبت شد. تعداد ۶ میلیون و ۶۵۹ هزار و ۴۹ سهم از شرکت این شرکت به نرخ هر سهم ۳۵۰۰ ریال مربوط به دو معامله عمده جداگانه بود که یکی توسط شرکت سرمایه گذاری بانک ملی ایران (به تعداد ۱۵۵۷۷۴۳ سهم) هر دو به صورت یکجا عرضه و توسط شرکت صنایع لاستیکی سهند و شرکت دیگری خریداری شد.

## کاغذسازی کاوه با ۱۸۷۵ ریال سود هر سهم در آستانه مجمع قرار گرفت

شرکت کاغذسازی کاوه درآمد هر سهم را برای سال مالی ۸۲ مبلغ ۱۸۷۵ ریال به طور خالص پیش بینی کرد سود پس از کسر مالیات این

شرکت ۱۶۴ درصد افزایش دارد. روز ۸۲/۱۷/۲۸ مدیریت نظارت بر شرکت ها و بررسی سهام دلایل تعدیل پیش بینی درآمد هر سهم کاغذسازی را منتشر کرد.

کاغذسازی کاوه روز ۸۲/۱۷/۲۸ درآمد هر سهم را برای سال مالی ۸۲/۹/۳۰ با سرمایه ۷۱ میلیارد تومان مبلغ ۱۸۷۵ ریال به طور خالص پیش بینی کرد. این شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۱/۹/۳۰ را (به طور ناخالص) در تاریخ های ۸۰/۱۲/۱۸ مبلغ ۱۵۰۰ ریال و در تاریخ ۸۱/۵/۲۳ مبلغ ۱۰۰۰ ریال و در تاریخ ۸۱/۷/۱۲ مبلغ ۷۰۰ ریال اعلام نموده بود که (به طور خالص) مبلغ ریال محقق شد. همچنین پیش بینی عملکرد سال مالی منتهی به در مقایسه با عملکرد واقعی سال مالی قبل به ترتیب فروش ۴۲ درصد افزایش، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۲۰ درصد افزایش، سود عملیاتی ۲۲۹ درصد افزایش و سود پس از کسر مالیات ۱۶۴ درصد افزایش نشان می دهد.

شرکت پیش بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۲/۹/۳۰ را (به طور خالص) در تاریخ ۸۲/۲/۱۷ مبلغ ۹۲۴ ریال و در تاریخ ۸۲/۷/۲۳ مبلغ ۱۳۹۵ ریال، در تاریخ ۸۲/۹/۴ مبلغ ۱۶۲۸ ریال و در تاریخ مبلغ ریال اعلام نموده بود که دلایل تعدیل را تغییر در ترکیب فروش، کاهش بهای تمام شده ناشی از برگشت ذخیره خرید مواد با توجه به نظر حسابرسی و افزایش درآمدهای غیر عملیاتی ناشی از افزایش سود سپرده سرمایه گذاری کوتاه مدت بانکی و سود ناشی از اوراق مشارکت اعلام کرده است.

## کاغذسازی قائمشهر در آستانه انحلال قرار گرفت

شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر در آستانه انحلال قرار گرفت. روز ۸۲/۱۷/۲۰ مدیریت نظارت بر شرکت ها و بررسی سهام، سازمان بورس بر اساس نامه روز ۸۲/۱۷/۲۰ شرکت صنایع کاغذسازی قائمشهر اعلام کرد که «پیرو مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۸۲/۰۶/۳۰ نسبت به آگهی مزایده و فروش بخشی از دارایی و نیز وصول مطالبات و تسویه بدهی ها اقدام گردیده و در این رابطه بدهی بانک ها و اکثر پرسنل شرکت پرداخت گردیده و تسویه حساب تعداد ۱۷ نفر از کارگران که به کار آنها خاتمه داده است در دستور کار شرکت قرار دارد»

گفتنی است مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۸۲/۰۶/۳۰ ادامه فعالیت شرکت را فاقد توجیه اقتصادی دانسته و هیات مدیره را مکلف نموده نسبت به فروش اموال شرکت، وصول مطالبات و تسویه بدهی های شرکت اقدام و انحلال شرکت را متعاقب فروش کلیه دارایی ها و تسویه بدهی ها در دستور کار خود قرار دهد.

## «پلی پروپیلن شفاف برای اولین بار در ایران تولید شد»

برای اولین بار در ایران، محصول پلی پروپیلن شفاف در مجتمع پتروشیمی اراک تولید شد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی صنایع پتروشیمی، این محصول که در تولید بطری ها و ظروف مختلف و قطعات تزریقی مورد استفاده قرار می گیرد. شفافیتی قابل مقایسه با مواد گران تر مانند پی ئی تی و پلی کربنات دارد.

طبق این گزارش: آزمایشات مختلف به روی محصول تولیدی نشان می دهد که «پلی پروپیلن شفاف» در صنایع پایین دستی مانند بسته بندی مواد غذایی، لوازم التحریر، مواد شوینده و تولید بطری با فن آوری پیشرفته کاربرد دارد. بر اساس این گزارش، ظروف ساخته شده از این پلیمر، قابلیت پر شدن با مایعات داغ تا دمای ۱۰۰ درجه سانتیگراد را دارد و از درجه شفافیت بیشتری نسبت به پلی پروپیلن معمولی، برخوردار است.

این گزارش حاکیست: تولید انبوه این محصول به زودی در واحد پلی پروپیلن مجتمع پتروشیمی اراک، آغاز می شود.

حضور مسوولان بلندپایه شرکت ملی صنایع پتروشیمی و سازمان گسترش و نوسازی کشور و نمایندگان بخشی از بانک های داخلی و خارجی در همایش فرصت مناسبی برای ملاقات حضوری سرمایه گذاران داخلی و خارجی با طرف های اصلی سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی پتروشیمی را فراهم کرد.

حضور شرکت هایی از امارات متحده عربی، اتریش، ژاپن، ایتالیا، انگلیس، آلمان، کانادا، فرانسه، بلژیک، پاکستان، یونان، هند، چین و هلند توجه شرکت های مختلف جهان به بخش صنایع پایین دستی پتروشیمی را نشان می دهد.

ایران به دلیل وجود منابع عظیم نفت و گاز و سرمایه گذاری های انجام شده در بخش صنایع بالادستی پتروشیمی از مزیت فراوان برای جذب سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی این صنعت برخوردار است.

وجود بازار بزرگ محصولات بالادستی و پایین دستی پتروشیمی در منطقه و نیروی کار متخصص و جوان در ایران از جمله مزیت های دیگر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی در کشور به شمار می رود.

## واژه‌شناسی بسته‌بندی

### ویژگیهای مواد پلیمری

#### دانسیته

خاصیت اساسی هر ماده‌ای می‌باشد. مواد پلاستیکی دارای یک دانسیته خیلی پایین در مقایسه با دیگر مواد نظیر فلزات و شیشه می‌باشد و این می‌تواند یک راهنمای قابل قبول جهت صرفه‌جویی در بسته‌بندی محصولات باشد که به صورت هزینه انتقال می‌یابد.

#### درجه تبلور (crystallinity)

پلیمرها بر اساس این که آمورف یا کریستالی هستند، دسته‌بندی می‌شوند و این نشان می‌دهد که ساختار پلیمری به صورت منظم و یا رندم می‌باشد.

#### شفافیت (clarity)

شفافیت برای بسته‌بندی برخی از کالاها مهم است. به ویژه مواد غذایی و در موادی که لازم باشد مشتری محصول را ببیند. با این وجود موادی هم وجود دارند که مواد نیمه شفاف بر شفاف ترجیح داده می‌شوند.

#### شاخص جریان مذاب (MFI melt flow index)

تست MFI خیلی ساده است و معیاری برای لزجت مذاب پلیمری در یک شرایط خاص می‌باشد و کاربرد گسترده‌ای در فرایند پلیمرها دارد.



#### آرایش مندی (Tacticity)

تمام پلیمرها دارای زنجیرهای طولانی می‌باشند که گروههای جانبی با فواصل منظم در طول زنجیره متصل شده‌اند. به عنوان مثال پلی‌پروپیلن دارای گروههای جانبی متیل و پلی‌استایرن دارای حلقه بنزن متصل به کربن به صورت یک در میان می‌باشد. شیوه قرارگرفتن این گروههای جانبی به عنوان آرایش مندی شناخته می‌شود.

#### قابلیت اشتعال (Flammability)

برخی از پلیمرها به آسانی در شرایط محیطی می‌سوزند در صورتی که برخی دیگر شعله را در صورت برداشتن منبع شعله حفظ نمی‌کنند و برخی دیگر در شرایط نهایی نیز مشتعل نمی‌شوند.

#### جهت‌دار شدن (Orientation)

وقتی پلیمری کشیده می‌شود زنجیرهای مولکولی موجود در پلیمر در جهت کشیده شدن تغییر طول می‌دهند. و خواص مکانیکی نظیر

سختی به میزان زیادی بهبود می‌یابند.

#### خواص ممانعتی (Barrier properties)

فلزات و شیشه خواص ممانعتی ایده‌آلی ارائه می‌کنند و در مقابل همه چیز قابل نفوذ می‌باشند. در صورتی که پلاستیکها در برابر برخی نفوذکننده‌ها مقاوم بوده و در برابر برخی دیگر ضعیف می‌باشند.

#### خواص مکانیکی

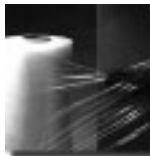
پلاستیکی که برای بسته‌بندی بکار برده می‌شود در تمام عمر مفیدش تحت اثر



انواع گوناگون تنش‌ها و نیروها قرار می‌گیرد. در طی زمان انبارکردن کاربرد و حمل و نقل بارها می‌تواند باعث تنش فشاری و کششی شوند. افتادن باعث تنش ضربه و سوراخ کردن با اشیاء تیز می‌تواند موجب پارگی گردد. رفتاری که یک پلاستیک تحت تنش ارائه می‌کند در طراحی ترکیب پلیمری مهم است.

#### استحکام کششی (Tensile strength)

وقتی یک ماده پلاستیکی در معرض تنش کششی قرار می‌گیرد طولش افزایش می‌یابد. در مقادیر کم افزایش طول ماده به صورت الاستیک عمل کرده و به محض این که تنش برداشته شود به حالت اولیه‌اش بر می‌گردد. در کرنش‌های بیشتر از این ماده تغییر شکل می‌دهد. به طوری که وقتی تنش برداشته شود ماده شکل تغییر یافته خود را حفظ می‌کند.



#### سفتی (Rigidity)

سفتی می‌تواند به عنوان مقاومت یک فیلم ورق و یا دیواره ظروف در مقابل خم کردن، تعریف شود. بار زیادی در خطوط پرکردن انبارکردن و انتقال وجود دارد. طراحی مناسب ظروف بسته‌بندی یک فاکتور مهم در جلوگیری از خراب شدن محصولات می‌باشد.

#### استحکام ضربه (Impact strength)

برخی از مواد مواد پلاستیکی هستند و در برابر ضربه مقاوم می‌باشند، و برخی دیگر ذاتا شکننده هستند.

#### استحکام پارگی (Tear strength)

منشاء ایجاد پارگی، ضربه، سوراخ کاری یا برش می‌باشد. این خاصیت در مورد ظروف سخت از اهمیت زیادی برخوردار نیست ولی در مورد فیلم‌ها و ورقها از اهمیت زیادی برخوردار است.

#### خزش (Creep)

تغییر شکل آرام یک ماده، تحت تنش بکار رفته در مدت زمان طولانی تحت عنوان خزش

شناخته می‌شود.

#### خواص حرارتی (Thermal properties)

یکی از مزایای پلاستیکها در بسته‌بندی، درجه حرارت پایین فرایندی آنها می‌باشد که منجر به اقتصادی شدن انرژی مصرفی می‌گردد.

#### درجه حرارت انتقال شیشه‌ای

#### (Glass transition temperature Tg)

درجه حرارت انتقال شیشه‌ای یک پلیمر، ابتدا برای پلاستیکهای آمورف مطرح می‌شود هر چند که برای پلاستیکهای نیمه‌کریستالی نیز می‌تواند اندازه‌گیری شود.

#### درجه حرارت ذوب

#### (Melting temperature Tm)

وقتی یک پلیمر نیمه کریستالی از حالت مذاب سرد می‌شود، شروع به جامد شدن می‌کند. وقتی به نقطه ذوبش رسید، قسمتهایی از آن کریستالی می‌شود. در نتیجه وقتی یک پلیمر جامد نیمه کریستالی گرم می‌شود، قسمت کریستالی ذوب خواهد شد و پلیمر به حالت مذابش بر می‌گردد.

#### آزمون درجه حرارت تغییر فرم

#### (Heat deflection temperature test hdt)

تست درجه حرارت کج شدن به طور معمول برای تعیین و توصیف خواص حرارتی یک پلاستیک استفاده می‌شود

#### حلالیت (Solubility)

یک ماده شیمیایی به عنوان حلال برای دیگر مواد عمل می‌کند، اگر آنها از نظر شیمیایی مشابه باشند. پیش‌بینی درباره تداخل پلیمر و حلال به وسیله رجوع به پارامترهای حلالیت آنها امکان‌پذیر است.

#### مقاومت در برابر هوازدگی

#### (Weather resistance)

در بسیاری از کاربردها لازم است که پلاستیکها به مدت طولانی در معرض هوا قرار بگیرند. این می‌تواند باعث به وجود آمدن مشکلاتی شود، در تحت این شرایط پلیمر ممکن است به وسیله اشعه ماورای بنفش، آب و اکسیژن مورد حمله قرار گیرد.

#### شکست در اثر تنش محیطی

#### (Environmental Stress Cracking ESC)

برخی از پلیمرها به مشکلی نام ESC دچار هستند. اگر چنین پلاستیکی در معرض تنش مکانیکی قرار گیرد، در یک محیط شیمیایی خاص، پلاستیک خیلی زودتر و یا در یک سطح تنش پایین‌تر از انتظار عاجز خواهد شد. الکل‌ها، هیدروکربن‌های مایع و استرها آل‌ی همگی می‌توانند به عنوان محیط فعال روی پلیمرهای حساس به ESC مثل پلی‌اتیلن، پلی‌استایرن و ABS عمل نمایند.

# شرکت ورق کارتن کرج

سهامی خاص شماره ثبت ۵۵۵۳

## تولیدکننده انواع ورق کارتن سه لا تا عرض ۲ متر

نشانی: کرج، مهر ویلا، میدان مادر، ساختمان سروناز، طبقه اول، تلفن: ۲۷۰۳۹۹۳ (۰۲۶۱) تلفکس: ۲۷۰۴۵۵۵ (۰۲۶۱)  
کارخانه: جاده اشتهارد، ناحیه صنعتی کوثر، تلفن: ۲۸۲۲۲۹۰ (۰۲۶۲) تلفکس: ۲۸۲۲۲۹۱ (۰۲۶۱)

## استرچ فیلم - فویل آلومینیوم

واردات و فروش انواع استرچ فیلم مخصوص بسته بندی پالت و مواد غذایی  
فروش انواع فویل آلومینیوم از ۱۲ میکرون تا ۱۰۰ میکرون

مخصوص مصارف خانگی و صنعتی

تلفن: ۰۹۱۱۲۱۹۵۲۳۴ - ۸۳۱۴۱۲۹ - ۸۳۱۲۷۲۹

پنساره  
PENSAREH



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

فلکسو  
دایکات  
لمینت  
برش  
لب چسب  
خط تولید ورق  
و ...

سر جایه ای برای آینده و منبع درآمد برای حال

دکتر: تلفن ۸۷۳۹۷۵۸  
تلفکس ۸۷۳۹۲۵۲ ص.پ ۳۱۴-۳۱۷۴۶  
کارخانه: تلفن ۴-۰۲۶۲۱۳۳۳۳۷۷۲  
فکس ۰۲۶۲۱۳۳۳۳۲۰۰  
۰۹۱۱۲۷۸۹۵۲۵ - ۰۹۱۱۲۶۶۵۷۳۵ - ۰۹۱۱۲۲۵۱۳۷۷



## فرایند اسپتیک از غذاهای حاوی

### ذرات جامد

نویسنده: Sudhir k. Sastry, Bill D. Cornelius

تعداد صفحه: ۲۵۰

سال چاپ: ۲۰۰۳ میلادی

قیمت: ۱۳۵ دلار

با ظهور تکنولوژی اسپتیک در طی دهه اخیر، صادرات کالاها نیز توسعه روزافزون پیدا کرده است. تهیه بسته‌های استریل با محصولات استریل شده، بسته‌بندی مواد غذایی نیمه سیکلوئید (نظیر رب،



محصولات لبنی و...) نیز عملی شده است. این کتاب اشاره می‌کند که اسپتیک توانسته ماده غذایی مورد استفاده را با همان خواص و ویژگیهای ذاتی و به دور از هر گونه فشارهای مکانیکی مخرب و آلودگی به گازها و بوهای میکروبی نگهداری کند. این در شرایطی است که اسپتیک منجر به کاهش هزینه‌های نگهداری و بسته‌بندی شد و بالا بردن کیفیت غذا و از جمله مهمتر از آن ایمنی را برای محصولات غذایی و مصرف کننده به ارمغان آورده است. موضوعات مهمی که در این کتاب به آنها پرداخته شده است به شرح زیر می‌باشد:

۱. اهمیت و تأثیر اسپتیک در توزیع محصولات غذایی
۲. نحوه بسته‌بندی ذرات معلق در محلول
۳. روش استریل کردن مواد بسته‌بندی نگهدارنده ماده غذایی
۴. پر کردن

## پلاستیک و محیط اطراف آن

نویسنده: Anthony L. Andrady

تعداد صفحه: ۷۹۲

سال چاپ: ۲۰۰۳ میلادی

قیمت: ۱۳۲ دلار

در این کتاب به شرح اقسام گوناگون محصولات پلاستیکی که در محیط اطراف بکار گرفته می‌شوند، پرداخته شده است و دلیل استفاده از این مواد اولیه پلاستیکی را استفاده از هنر تکنولوژی دستگاههای جدید دانسته و علت تحمل فشارهای مکانیکی را بکارگیری از پلیمرهای مقاوم می‌داند.



همچنین در این کتاب به موضوعات زیر

پرداخته شده است:

- پلیمرهای مناسب
- نقش پلاستیک در حمل و نقل و جابجایی راحت
- رفتار حرارتی پلیمرها
- سوزاندن پلاستیکها و بازیابی آنها
- الیاف پارچه‌ای از فیلمهای پلاستیکی
- فیلم‌های مناسب برای کشاورزی
- تقابل پلاستیکها و محیط اطراف
- نقش طراحی، گرافیک و نقاشی در پلاستیکها
- کوئینگ کردن
- کاوش در پلاستیکها

## راهنمای ایمنی مواد غذایی

نویسنده:

Ronald H. Schmidt, Gary E. Rodrick

تعداد صفحه: ۸۶۴

سال انتشار: ۲۰۰۳ میلادی

قیمت: ۱۵۰ دلار

با شروع قرن بیستم و اهمیت ایمنی در تغذیه انسانها، ایمنی مواد غذایی از اهمیت بالایی برخوردار گردید. در تکمیل آن در قرن بیست و یکم نیز بیشتر مورد توجه صنایع غذایی قرار گرفته تا ضامن سلامتی انسانها شود. کتاب



راهنمای ایمنی مواد غذایی به تنهایی می‌تواند یک منبع جامع و عمده‌ای باشد که در رابطه با ایمنی مواد غذایی انتشار پیدا کرده است. این مجموعه با توجه به صنایع غذایی کشور ایالات متحده و سایر ملل پیشرفته دنیا تنظیم و تهیه شده است و برای انواع مواد غذایی که مورد هجوم هزاران خطر آلودگی قرار دارند بسیار مناسب بوده و ایمنی بخش انسانها می‌باشد. این کتاب به تجار و بازرگانان آگاهی لازم را می‌دهد که چگونه محصولات غذایی خود را به راحتی صادر کرده تا به سهولت به دست خرده فروشها برسد. همچنین این کتاب راهنمای می‌کند که چگونه به ایمنی غذا توجه شود به گونه‌ای که بتوان دفاع کرد تا میکروب وارد بدن نشود.

موضوعات مهم این کتاب به شرح زیر میباشد:

۱. مقدمه و تعاریف
۲. تاریخچه و اهمیت آن
۳. تعاریف لغات و مفاهیم علمی
۴. برآورد میزان خطر و اپیدیمولوژی

۵. مخاطرات زیستی، شیمی و خسارات فیزیکی
۶. سیستم‌های کنترل کیفیت و استراتژی‌های جلوگیری کننده
۷. رژیم گرفتن، تندرستی و ایمنی
۸. اهمیت مواد غذایی تقویت کننده و مواد غذایی مکمل و وابسته به آن

## تکنولوژی‌های پیشرفته برای پلیمرها

انتشارات: J - Wiley

سال انتشار: ۲۰۰۴ میلادی

قیمت: ۱۹۴۵ دلار

با چاپ کتاب تکنولوژی‌های پیشرفته برای پلیمرها اکنون می‌توان به سوالات مبهم و زیادی که در خصوص مواد پلیمری و کولپیرها مطرح است، پاسخ داد. در پهنه (عرصه) جهان امروز مواد پلیمری در حال رشد و توسعه فراوان و روز افزون است و به همین دلیل دارای کاربری گسترده‌ای نیز می‌باشد. مهمترین موضوعات این کتاب در فصول زیر آورده شده است:



## الف - تشعشع و پلیمرها

- پلیمرهای مقاوم در برابر تشعشعات
- پلیمرهای بکار گرفته شده برای بسته‌بندی میکروویو
- تصاویر الکترونیکی پلیمرهای رسانا
- علوم پلیمرهای غیر خطی

## ب - ساختارهای پیشرفته

- بلورهای مایع، پلیمرهایی با برجستگی بالا و الیاف پلیمری
- مواد چند لایه و شبکه‌های آن
- ترکیبات و آلیاژهای مرکب
- مهندسی پلیمر
- الاستومرهای جدید، کوئینگ و لایه‌های پوشاننده
- چسب‌ها و مواد ترکیبی
- لایه‌های پلیمری و فیلمهای با ضخامت میکرونی
- پلیمرهای سازمان دهنده

## ج - ساختمان پلیمرها

- پلیمر برای حفظ محیط زیست
- پلیمرهای سطحی و پلیمرهای مرتبط با محیط پیرامون
- بیوتکنولوژی در پلیمر



اکنون صفحه‌ای از این کتاب را به عنوان نمونه می‌خوانید:

### فروش یخچال به اسکیمو

فرض کنید که شما فروشنده یخچال خانگی هستید و منطقه فروش شما، قسمتهای فوق‌العاده سرد کانادا یا آلاسکای آمریکا می‌باشد. در چنین شرایطی فروش یخچال به یک ساکن بومی منطقه یا به یک اسکیمو، ممکن است مشکل به نظر برسد. در وهله اول همه تصور می‌کنند که در چنین نقاطی از دنیا به یخچال نیازی نیست و هوا نه تنها سرد، بلکه یخبندان است و نمی‌توان برای یخچال خریداری پیدا کرد. شما چه طور فکر می‌کنید؟

شما در روش F.A.B. با مشخصات، مزایا و منافع هر محصول آشنا شدید و خوب متوجه شدید که مشتری، منافع ناشی از تملک یک محصول را می‌خرد. اکنون ببینیم منافع مشتری در استفاده از یک یخچال چیست؟

در قسمت اول، یعنی مشخصات محصول، شما به خریدار می‌گویید که این یک یخچال است، برقی است یا نفتی است، کوچک است یا بزرگ است، اما این اطلاعات در خریدار شما انگیزه‌ای ایجاد نمی‌کند. در قسمت دوم، یعنی مزایا، شما به خریدار می‌گویید که این یخچال، مدل جدیدی است، بدون برق و یا به کمک باتری یا نفت کار می‌کند، زیباست، قیمت آن ارزان است، روی چهار چرخ خود حرکت می‌کند و... ولی باز هم در خریدار شما انگیزه‌ای ایجاد نمی‌شود. در قسمت سوم، یعنی منافع ناشی از در اختیار داشتن محصول، شما به خریدار می‌گویید که برای سلامتی و تندرستی خود به شیر تازه، سبزی تازه، گوشت تازه و سالم و میوه‌ها احتیاج دارد.

در قطب شمال یا آلاسکا و در برودت منفی ۳۰ درجه، همه چیز منجمد است و از شیر و سبزی و گوشت و میوه تازه نمی‌توان استفاده کرد. ضمناً یخچال، محفظه‌ای است که درجه حرارت داخلی آن بین ۱+ تا ۲+ درجه است و شیر و گوشت و سبزی و میوه در این درجه حرارت، تا چند روز تازه و سالم باقی می‌ماند و سلامت ما در گرو تازه بودن و سالم بودن مواد غذایی است. این محفظه قادر است مواد غذایی را در درجه حرارت بهداشتی در هر محیط و منطقه‌ای نگهداری کند. اگر درجه حرارت بیرون منفی ۳۰ تا مثبت ۵۰ درجه هم باشد، باز هم درجه حرارت داخل یخچال روی مثبت یک تا مثبت دو درجه قابل تنظیم است.

اکنون خریدار شما، منافع ناشی از تملک یک یخچال و رمز سلامتی و شادابی مواد غذایی و نهایتاً سلامتی و بهداشت خود را درک می‌کند و آماده خرید است.

ظرافت، هر موضوع را در یک پاراگراف مستقل و با قید شماره ترتیب بیان کرده است. حسن این روش نگارش در آن است که خواننده در حداقل فرصت و زمان هم می‌تواند موضوع مورد نظر را به سهولت یافته و آن را مطالعه کند.

در بخش دوم (۴۹ صفحه و ۴۸ موضوع)، مفاهیم برنامه‌ریزی و مدیریت فروش بحث شده است. برخی از این مفاهیم عبارتند از: ویژگی‌های یک مدیر فروش، هدفهای فروش، استراتژی سیاست‌های فروش، برنامه‌ریزی، تبلیغات بازرگانی پیش‌بینی فروش در آینده، وظایف مدیر فروش، ارزیابی فروشندگان، اصول انتخاب نماینده، ساختارهای سازمان فروش و...

در بخش سوم (در ۳۳ صفحه و ۳۴ عنوان)، استراتژی‌های فروش به تفکیک و بازاریابی بسیار روان ارائه شده است. برخی از عناوین این بخش به قرار زیر است:

طراحی استراتژی‌های فروش، تجزیه و تحلیل SWTO مدل ۴C، رقابت‌پذیری، مزیت‌های نسبی و رقابتی، توصیه‌های مهم برای فروش موفق، شرح وظایف یک فروشنده، شرح وظایف یک مدیر فروش، شرح یک ویزیتور و...

در بخش چهارم (۱۵ صفحه و ۲۴ عنوان)، رابطه بین IT و بازاریابی به اختصار و فقط به قصد معرفی مفاهیم ارائه شده است.

در این بخش، تجارت الکترونیک، بازاریابی الکترونیک، اینترنت، اینترنت، اکسپرت، سیستم‌های اطلاعات بازاریابی الکترونیک، نمونه‌های از اطلاعات لازم برای درج در سایتهای اینترنتی... ارائه شده است.

در بخش پنجم (۱۲۷ صفحه و ۱۲۰ عنوان)، فروش حضوری و فروشنده‌گری حرفه‌ای مورد بحث قرار گرفته است برخی از مفاهیم مورد بحث در این بخش عبارتند از:

تفاوت فروش شخصی از فروش ستادی، ویژگی‌های فروشندگان، اعمالی که یک فروشنده باید انجام دهد. روش‌های داد و ستد، آموزش، باور، ذهنیت، ادراک، انگیزه، احساس، تکنیک‌های پاسخ‌گویی به سوالات و ایرادات مشتری، خاتمه فروش، شخصیت، فروشنده و بالاخره چندین مسئله در فروش حضوری.

توصیه اساتید بازاریابی و هم چنین ماهنامه صنعت بسته‌بندی به همه علاقمندان، دانشجویان مقاطع مختلف و پژوهشگران بازاریابی این است که از نکات دقیق و ظریف این کتاب که حاصل اندیشه متفکران و نویسندگان گوناگون داخلی و خارجی است و با همت و پشتکار مولف جمع‌آوری شده است، استفاده کنند.



### طراحی استراتژی، برنامه‌ریزی و مهارتهای فروش و فروشنده‌گری حرفه‌ای

نویسنده: محمد بلوریان تهرانی  
ناشر شرکت چاپ و نشر بازرگانی  
قیمت: ۲۳۰۰ ریال

مولف کتاب با استفاده از تجارب و سابقه طولانی خود در زمینه‌های بازاریابی فروش، تبلیغات، تحقیقات و پختگی و اشرافی که در نتیجه فعالیت‌های مشاورتی و مشاوره‌ای با صنایع به دست آورده است. این کتاب را که راهنمای مفید و موثری برای کلیه تصمیم‌گیرندگان در زمینه‌های یاد شده است را، به رشته تحریر در آورده است. پیشگفتار فشرده و پرمغز دکتر احمد روستا و نظریه و توصیه ارزنده دکتر ابراهیمی در این کتاب، مویذ این نظر است که محمد بلوریان تهرانی با تهیه و تالیف این اثر، جای خالی آن را به بهترین وجه پر کرده است.

### کتاب طراحی استراتژی... حاوی پنج بخش زیر است.

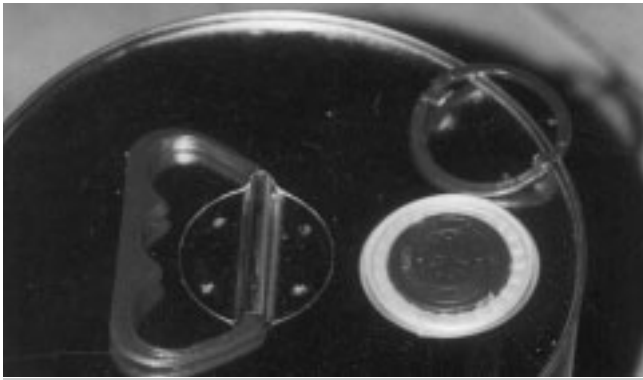
در بخش اول (در ۱۷ صفحه و ۱۸ موضوع) به مفاهیم اساسی بازاریابی مانند تعاریف بازاریابی، فروش، مشتری‌یابی، فرصت‌های بازار، نوسانات اقتصادی، آمیخته بازاریابی، سهم بازار، رضایت مشتری و... اشاره شده و نویسنده در کمال دقت و

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

# گرافیک طاهها

طراح و سازنده ماشین آلات مهر سازی، کلیشه سازی و لیتوگرافی  
طراحی و ساخت انواع کلیشه های لاستیکی، ژلاتینی  
وتایلون پرینت (ابعاد ۸۰ x ۱۱۰) جهت چاپ کارتن  
چاپ فلکسو و ظروف یکبار مصرف (مجهز به Post Exposure)

دفتر مرکزی : خیابان انقلاب ، مقابل خیابان خارک ، شماره ۸۲۹ ، طبقه دوم ، شماره ۴ تلفن : ۲۲۴۹۰۵۶ - ۲۲۴۹۲۱۵  
کارگاه : تهران - خیابان شهید نادجو (گرگان) ، مقابل کوچه زینا ، شماره ۱۰۵ ، تلفن : ۷۵۲۹۷۳۸ - ۲۲۴۹۲۱۵



## بازار بطری PET نابسامان است

خریداران بطری نمی‌دانند در کجا باید به دنبال نیاز خود بگردند. آمار مشخصی از تولید و تولیدکنندگان بطری PET نیز در دست نیست و این بخش از صنایع بسته‌بندی کم کم به سمت هرج و مرج می‌رود. یکی از تولیدکنندگان بطری و پریفرم PET ضمن اعلام مطلب فوق به نابسامانی در بازار این محصول اشاره کرد و دلیل اصلی آن را فقدان اطلاع‌رسانی مناسب در این زمینه دانست. وی معتقد است خریداران بطری PET در حال افزایش هستند و بعضی از ایشان به دلیل آن که اطلاعاتی از وضعیت تولید و تجهیزات بطری و پریفرم PET و فرآیندهای آن ندارند در بازار سردرگم می‌شوند.

مهرداد رونقی عضو هیئت مدیره شرکت بستاپوش گفت: وزارت صنایع آمار مدونی از فروشندگان بطری و پریفرم، فروشندگان تجهیزات، تامین‌کنندگان مواد و اصولاً بازار PET ندارد. در این راستا بعضی از مصرف‌کنندگان بطری PET که وام ارزی در اختیار دارند به دلیل فقدان آمارهای واقعی از وضعیت تولید PET در ایران یکسره به سراغ خرید تجهیزات تولید بطری و پریفرم می‌روند. نکته قابل توجه این است که تجهیزات تولید بطری و پریفرم معمولاً برای تولید انبوه است و این دسته از واحدهای تولیدی که با هدف رفع نیاز خود دست به راه‌اندازی خط تولید بطری یا پریفرم می‌زنند با مازاد تولید روبرو می‌شوند. ایشان برای ایجاد صرفه اقتصادی در سرمایه‌گذاری که کرده‌اند ناچار از ورود به بازار و فروش بطری یا پریفرم خود هستند. وی ادامه می‌دهد: در حال حاضر به دلیل تصور اغراق‌آمیز برخی در خصوص سودآوری بازار PET هجوم برای سرمایه‌گذاری در این بخش افزایش یافته و متأسفانه اغلب تقاضاها از سوی واحدهای مصرف‌کننده بطری است و این موج بنا به دلایلی که در بالا رفت در میان مدت موجب مشکلاتی برای ایشان و دیگران خواهد شد. زیرا رشته فعالیت اکثر این عزیزان چیز دیگری است و آشنایی و جافتادن در بازار پلاستیک برای ایشان هزینه‌هایی خواهد داشت.

رونقی افزود: تمام این مشکلات به خاطر بی‌خبری و فقدان اطلاعات از ظرفیتهای موجود این صنعت است. به طوری که مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بطری و پریفرم PET به جز نمایشگاه‌ها و نشریات تخصصی هیچ مسیر مشخصی برای شناسایی و پیدا کردن یکدیگر ندارند.

## هنوز با کیفیت مطلوب فاصله داریم

همان‌طور که در تصویر پیداست حلقه پلاستیکی که باید به وسیله آنان نازل یا مجرای خروج روغن را بیرون کشید پیش از آن که کار مفیدی انجام دهد کنده شده است. حتی بدون یک میلی‌متر جا به جایی در درب یا مجرای خروجی قوطی. شاید اگر به طور کلی چنین دربی در قوطی تعبیه نشده بود مصرف‌کننده می‌پذیرفت که باید مانند قدیم قوطی را سوراخ کند.

اما با وجود چنین درب و مجرای خروجی که جزو مظاهر فن‌آوری و پیشرفت و مشتری‌مداری به حساب می‌آید توقع مصرف‌کننده بالا می‌رود و با عمل نکردن این قطعه به ظاهر پیشرفته چنان احساس بدی به مصرف‌کننده دست می‌دهد که ضرر آن بیشتر از ضرر نبودن چنین قطعه‌ای است.

بارها در این ماهنامه تاکید شده است که بسیاری از تولیدکنندگان داخلی تنها ادای پیشرفت را در می‌آورند. ایشان در واقع سرمایه خود را به هدر می‌دهند. از این جهت احتمال می‌رود که بسیاری از این مسائل به دلیل ناآگاهی به وجود آید.

تمام یا بخش زیادی از هنر و زحمت مجموعه‌ای که این روغن را تولید و به بازار ارائه کرده‌اند هنگام کنده شدن حلقه بازشو قوطی و ناسازی که مصرف‌کنندگان به زبان می‌آورند به باد می‌رود.

به هر حال باید دلایل فنی ناکارایی این درب جست و جو شود. استفاده از مواد نامرغوب و نامناسب، نقص در طراحی و ساخت و یا هر چه که باشد به تنهایی باعث عصبانی کردن مصرف‌کننده و تاثیر بد در او می‌شود. به طوری که کل کالا و به وجود آوردندگان آن را تحت شعاع قرار می‌دهد.

## یک نمایشگاه در عربستان، یک نمایشگاه در آلمان

### نمایشگاه بین‌المللی تخصصی IFFA پرورش، نگهداری، کشتار و بسته‌بندی مواد گوشتی

IFFA در تاریخ ۲۶ تا ۳۱ اردیبهشت ۸۳ در فرانکفورت در مرکز نمایشگاه بین‌المللی این شهر برگزار می‌شود. زمینه فعالیت این نمایشگاه لوازم تولید-پرورش-ذبح-پوست‌کنی-فریز کردن-دودی کردن-بسته‌بندی و حمل و نقل و امور جانبی فرآورده‌های گوشتی خواهد بود.

از آن جایی که کارت ورودی نمایشگاه (انحصاراً) در اختیار اتاق بازرگانی ایران و آلمان است، علاقمندان می‌توانند حداکثر تا

تاریخ پانزدهم فروردین ۸۳ با این اتاق بازرگانی تماس بگیرند.

### نهمین نمایشگاه بین‌المللی-تخصصی صنایع تجهیزات و وسایل چاپ و بسته‌بندی جده-عربستان

نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی عربستان در تاریخ ۱۹ تا ۲۳ اردیبهشت سال ۸۳ در شهر جده این کشور برگزار خواهد شد. این نمایشگاه که با مجوز وزارت صنایع و تجارت عربستان و همکاری اتاق بازرگانی و صنایع جده برگزار می‌شود در زمینه‌های زیر ارائه خدمات می‌کند:

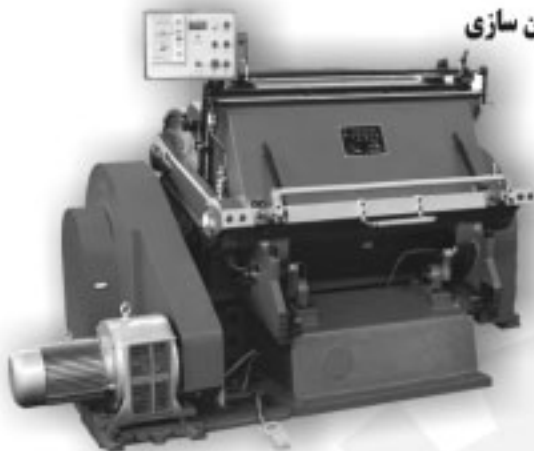
تجهیزات و ماشین‌آلات مربوط به

بسته‌بندی مواد غذایی، تولید نوشیدنی و آب معدنی، کنسروسازی، برچسب‌زنی و تشک‌زنی، تولید کیسه، مواد غذایی و سیستم‌های بسته‌بندی، وسایل توزین، محافظ‌ها، تجهیزات و مواد اولیه لاستیک و پلاستیک‌سازی و...

هزینه پارتیشن‌بندی به ازاء هر مترمربع (حداقل ۱۲ متر مربع) ۲۷۵ دلار اعلام شده است. به گفته مسئولان بیش از ۲۵ کشور خارجی در این نمایشگاه غرفه خواهند داشت. برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۱۴-۸۷۴۸۷۱۳-۸۷۳۳۱۸۳ تماس حاصل فرمایید.

# پارس ماشین سازی

سازنده ماشین آلات کارتن سازی



چاپ (تگ رنگ و دورنگ)، دایکات، منگنه کارتن، برش، دایکات ضربه ای و .....

تلفن: ۰۵-۷۳۳۵۲۴۶ فاکس: ۷۳۴۸۳۷۷

پست الکترونیک: Info@Parsmachinery.com

وب سایت: Http://www.Parsmachinery.com

آدرس: تهران، جاده ابعلی، خیابان اتحاد، خیابان ۱۹ غربی، پلاک ۳۴

## کیفیت رمز ماندگار است

در امور بسته بندی با ما مشورت کنید

## بازرگانی تهرانی

- توزیع کننده انواع ورقهای PVC جهت جعبه های طلقی و وکیومی
- شرینگ پک های ایتالیا، تایوان (نرم و خشک) در ضخامتهای مختلف
- ورقهای ترسبافون B.O.P.P
- استرچ فیلم (غذایی و صنعتی)
- غلافهای شیشه ای

تلفن: ۵۸۱۶۳۴۶ - ۵۶۰۵۶۳۶ - ۵۶۱۸۳۶۴ فکس: ۵۸۰۲۵۹۴

دفتر تهران: خیابان ۱۵ خرداد (بازار)، پله های نوروزخان، نبش پاساژ بوذرجمهری، پلاک ۱۱ و ۸۹

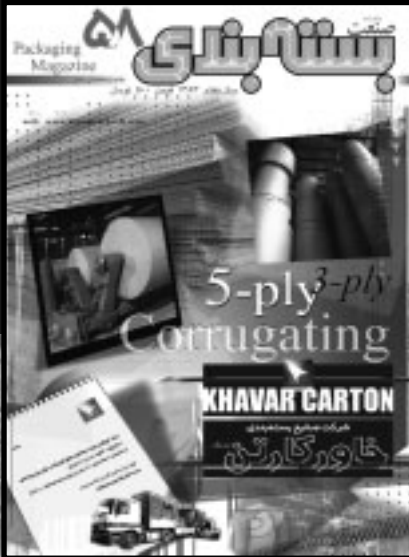
masoud\_a\_tehrani@yahoo.com

In the name of God  
the Beneficent the merciful

More than 1000  
names and addresses  
of Packaging industry  
and services in Iran  
By Sanat Bastebandi magazine  
With:  
Alphabetical search  
and Print option



# IranPack 2004



Cover:

**Khavar Carton Co.**  
Producer of C, B, and E  
flute Corrugated boards.  
Manufacturer of  
Corrugated board line.

Unit 3, Floor 2, No. 306, Motahhari  
Ave. Tehran, Iran  
Tel/Fax: (+98 21) 8309789 - 8837119  
- 8845739  
[www.khavarcarton-h.com](http://www.khavarcarton-h.com)  
[info@khavarcarton-h.com](mailto:info@khavarcarton-h.com)

SANAT BASTEBANDI  
(Packaging monthly magazine)

6th year, No.58, 2004

Editor: **Reza Nooraei**  
[editor@iranpack.org](mailto:editor@iranpack.org)

P.O.Box: 13145-1487 Tehran, Iran  
Tel: +98 21 8975827-8  
Fax: +98 21 7512899

Email: [info@iranpack.org](mailto:info@iranpack.org)  
Web: [www.iranpack.org](http://www.iranpack.org)

Public relations: **Shervin Salimi**  
[shervin@iranpack.org](mailto:shervin@iranpack.org)

Writers: **Reza Nooraei**  
[Soheil.Chehrehei@iranpack.org](mailto:Soheil.Chehrehei@iranpack.org)  
**Mustapha Iranmanesh**  
[mustafa@iranpack.org](mailto:mustafa@iranpack.org)  
**Hojjat Salmani - Hashem habibi -**  
**Soosan Khakbiz - Zynab Sadeghi**

## موسسه سلفون کشی روشک

تولید ساک های تبلیغاتی در اندازه های مختلف  
با نازل ترین قیمت، لامینیت سلفون بر روی انواع  
کاغذ و مقوا گلاسه و مقوا فرنگی پذیرفته می شود  
لامینیت سلفون رول به رول جعبه های پنجره ای انجام می شود

۰۹۱۳۲۲۰۲۸۲۶-۳۶۹۹۳۱-۳۵۱۷۳۶ ☎

قابل توجه کارخانجات کارتن سازی، چاپ و بسته بندی

شرکت بازرگانی سان کالر اولین و تنها  
عرضه کننده مرکب فلکسو اروپایی در ایران  
با قیمت های کاملا رقابتی



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

[www.suncolour2000.com](http://www.suncolour2000.com) [suncolour2000@yahoo.com](mailto:suncolour2000@yahoo.com)



## صنایع بسته بندی عمرانی

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

انواع کارتن های لمینت و دایکات

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