

به نام خدا

جشنواره آگهی‌های ماهنامه صنعت بسته‌بندی

به مناسبت دهمین سال انتشار

تیراژ ۸۰۰۰ جلد!

صنعت بسته‌بندی
نخستین نشریه تخصصی بسته‌بندی در ایران

تعرفه جدید (موقت) درج آگهی در ماهنامه صنعت بسته‌بندی

ردیف	محل چاپ آگهی	تعرفه قبل	تعرفه جدید (جشنواره آگهی‌ها)	
			بهای یک صفحه در یک نوبت	بهای یک صفحه در شش نوبت
۱	روی جلد (رنگی)	۱۰۰۰۰۰۰ ریال	۸۰۰۰۰۰۰ ریال	
۲	پشت جلد (رنگی)	۸۰۰۰۰۰۰ ریال	۶۵۰۰۰۰۰ ریال	۵۴۵۰۰۰۰ ریال
۳	صفحه ۲ جلد (رنگی)	۶۵۰۰۰۰۰ ریال	۵۲۰۰۰۰۰ ریال	۴۴۵۰۰۰۰ ریال
۴	مقابل صفحه ۲ جلد (رنگی)	۵۵۰۰۰۰۰ ریال	۴۴۰۰۰۰۰ ریال	۳۷۵۰۰۰۰ ریال
۵	صفحه ۳ جلد (رنگی)	۵۵۰۰۰۰۰ ریال	۴۴۰۰۰۰۰ ریال	۳۷۵۰۰۰۰ ریال
۶	مقابل صفحه ۳ جلد (رنگی)	۴۵۰۰۰۰۰ ریال	۳۶۰۰۰۰۰ ریال	۳۰۵۰۰۰۰ ریال
۷	صفحه داخلی (رنگی)	۴۰۰۰۰۰۰ ریال	۲۸۰۰۰۰۰ ریال	۲,۵۰۰,۰۰۰ ریال
آگهی‌های سیاه و سفید (متن مجله)				
۸	تمام صفحه (عادی)	۲۲۰۰۰۰۰ ریال	۱۷۵۰۰۰۰ ریال	۱۴۸۰۰۰۰ ریال
۹	تمام صفحه (قبل از شناسنامه)	۲۵۰۰۰۰۰ ریال	۲۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۷۰۰۰۰۰ ریال
۱۰	تمام صفحه (قبل یا بعد از صفحات زرد)	۲۵۰۰۰۰۰ ریال	۲۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۷۰۰۰۰۰ ریال
۱۱	نصف صفحه	۱۱۵۰۰۰۰ ریال	۹۲۰۰۰۰۰ ریال	۸۰۰۰۰۰۰ ریال
۱۲	یک سوم صفحه (عمودی یا افقی)	۷۵۰۰۰۰۰ ریال	۶۰۰۰۰۰۰ ریال	۵۰۰۰۰۰۰ ریال
۱۳	یک چهارم صفحه	۶۰۰۰۰۰۰ ریال	۴۸۰۰۰۰۰ ریال	۴۰۰۰۰۰۰ ریال
۱۴	یک ششم صفحه (عمودی یا افقی)	۴۰۰۰۰۰۰ ریال	۳۲۰۰۰۰۰ ریال	۲۷۰۰۰۰۰ ریال
۱۵	یک دوازدهم صفحه	۲۵۰۰۰۰۰ ریال	۲۰۰۰۰۰۰ ریال	۱۷۰۰۰۰۰ ریال

تعرفه آگهی در صفحات بخش بازار بسته‌بندی (Yellow Page) در مجله

همیشه در صحنه باشید
حتی با یک پیام کوچک
کادر ۳ × ۴ سانتی متر
در راهنمای بسته‌بندی
(Yellow Page)

بخش بازار بسته‌بندی پیام شما را حداقل شش شماره متوالی تکرار می‌کند تا همه آن را ببینند.

هر کادر ۳ × ۴ سانتی متر در هر نوبت ۴۰۰۰ تومان

اندازه آگهی بر اساس مضربی از کادر پایه و به تعداد دلخواه می‌باشد.

فرصت محدود است...

ماهنامه صنعت بسته‌بندی

تهران. صندوق پستی ۱۱۴۸۷-۱۳۱۴۵ | تلفن دفتر مرکزی: ۷۷۵۱۳۳۴۱ - ۷۷۶۰۷۹۶۳ | فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹

مهره‌ای (تهران) ۰۹۱۲۲۰۵۳۴۱۷ - قدرت (تهران) ۰۹۳۲۶۹۴۱۷۶۳۹ - نامی (تهران) ۰۹۳۵۹۷۰۴۷۸۰

مهرابی (تهران) ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - زائری (اصفهان) ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵



روی جلد:

شرکت تولیکا

سازنده ماشین آلات کارتن سازی
خط و برش، دایکات، فلکسو تک رنگ تا چهار رنگ،
لب چسب تاکن و پرس آخال
جاده کرج- قزوین، پلیس راه کمال شهر (چهارباغ)،
خیابان لاله، شماره ۵، تلفن: ۴۷۰۰۹۶۷ - ۴۷۰۰۹۶۵ (۰۲۶۱)

امور مشترکان: هدی قاسمی

دبیر سرویس ترجمه:

سهیل چهره‌ای ۱۷ ۳۴ ۲۰۵ ۰۹۱۲

سرویس خبر:

سیده اکرم قدرت ۰۹۳۲۹۴۱۷۶۳۹

همکاران این شماره:

مهندس مصطفی امام‌پور، مهندس فاطمه

حاجی صولت، مهندس نوشین بیات،

مهندس محسن اشجاری، سوسن خاکبیز،

هلیا ارغند، آذر کهوایی، مهندس نازنین زند،

مهندس حسین ناظرانی هوشمند، دکتر

علی رضا خاکی فیروز، مهندس منیژه عبدی

دکتر سیدحبیب‌الله طباطبائی، مهندس

رضا ابرار، مهندس سعید صنعتی

سیداقبال وکیل زاده، هدی قاسمی

امور اداری: زهرا مهرابی

تدارکات: فرهاد کارگرزاده

به نام خداوند بخشنده مهربان

به جز خدا هیچ کس کامل نیست

صنعت بسته بندی

ماهنامه صنعت بسته بندی

(چاپ و بسته بندی سابق)

فرهنگی، اقتصادی

ISSN 1735-4749

مهر ۱۳۸۶ شماره ۹۳

صفحه ۱۶۸

در تیراژ نسخه

صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر

رضا نورائی

نشانی مراسلات پستی:

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

نشانی دفتر ماهنامه:

تهران، خیابان سپاه، پایین تر از میدان سپاه،

جنب قنادی شیرین، پلاک ۲۲۲، طبقه دوم

تلفن: ۷۷۵۱۳۳۴۱-۷۷۶۰۷۹۶۳

فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹

نمایندگی اصفهان:

امیرهوشنگ زائری ۲۵ ۷۵ ۳۱۴ ۰۹۱۳

www.iranpack.org

info@iranpack.org

اسکن: ماهنامه صنعت بسته بندی

پیش از چاپ: رایان پارس ۸۸۷۴۰۰۷۳

چاپ و صحافی: افست ۷۷۳۳۹۰۹۴

تهران، جاده آبعلی، شرکت چاپ افست (سهامی عام)

مطالب منتشره بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است

مهر ۱۳۸۶
شماره ۹۳
آن چه در این شماره
می خوانید

صفحه ۴

مردم و بسته بندی

گردآوری

صفحه ۵

استانداردبازی!

صفحه ۶

سیرتکوینی
رشته مهندسی فن آوری
بسته بندی در ایران

صفحه ۱۶

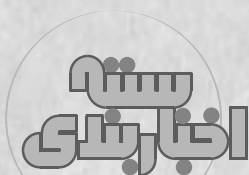
نشیشه

صفحه ۳۶

کاسی و BCT

فاکتورهایی موثر در حفظ کیفیت
مقوای کنگره ای و کارتن

صفحه ۷۰



۲۶ صفحه

ماهنامه صنعت بسته بندی
پذیرای نوشته ها، اخبار
و تبلیغات شماست

- مردم و بسته بندی ◀ ۴
- استانداردهای بازی! ◀ ۵
- سیرتکوینی رشته مهندسی فن آوری بسته بندی در ایران ◀ ۶
- از متخصصان و اساتید انتظار همکاری داریم ◀ ۸
- تدوین ۸۰ استاندارد جدید بسته بندی در سال جاری ◀ ۹
- ایران از اعضای فعال در تدوین استانداردهای بین المللی ISO است ◀ ۱۰
- رعایت نکردن بهداشت به چه قیمتی ◀ ۱۲
- اهمیت و نقش بسته بندی میوه جات و سبزیجات در حفظ کیفیت محصول ◀ ۱۴
- شیشه طبیعی ترین و سالم ترین بسته بندی (بخش نخست) ◀ ۱۶
- شناخت علمی بسته بندی بر اساس مدارک ◀ ۲۰
- پلاستیک ها نسخه ای برای درمان مشکل داروهای قلبی ◀ ۲۵
- تضمین کننده تازگی نوشیدنی ها ◀ ۲۶
- رنگ دانه های جوهرافشان، سرزمین کوتوله ها ◀ ۲۹
- عرضه کالا ◀ ۳۰
- تاثیر رنگ در بسته بندی (بخش پایانی) ◀ ۳۲
- کاسی و BCT فاکتورهایی موثر در کیفیت مقوای کنگره ای و کارتن ◀ ۳۶
- زبان مشترک، به مناسبت ۲۲ مهر روز جهانی استاندارد ◀ ۳۸
- بسته بندی پیش زمینه توسعه صادرات ◀ ۴۰
- سلامت و امنیت غذایی ◀ ۴۲
- سرب در رنگ عروسک ◀ ۴۵
- چگونگی کاهش مشکلات دفرمگی و اختلاف ابعادی در قطعات پلی پروپیلنی با رنگ های مختلف ◀ ۴۶
- برخی از قوانین طراحی قطعات پلاستیکی تزریقی و اهمیت آنها ◀ ۴۸
- پذیرش همگانی فناوری نانو برای مواد غذایی و بسته بندی، تاثیر برخورد و اعتماد (بخش نخست) ◀ ۵۰
- تویی های جداشونده ◀ ۵۲
- ایمنی در کانورتینگ ◀ ۵۴
- پیشرفته ترین و بزرگترین خط کلندر خاورمیانه در بهینه پوشش جم ◀ ۵۶
- تک و کیبوم، صنعت و هنر در کنار هم ◀ ۵۸
- کتاب های بسته بندی ◀ ۶۰
- نمایه مقالات بسته بندی در نشریات تخصصی ◀ ۶۱
- معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی ◀ ۶۸
- اخبار بسته بندی ◀ ۷۰
- آخرین وضعیت ◀ ۷۰
- اخبار داخلی ◀ ۷۴
- چاپ ◀ ۷۴
- صنایع دستی ◀ ۷۶
- گل و گیاه ◀ ۷۷
- پتروشیمی ◀ ۷۷
- بازیافت ◀ ۷۸
- سایر خبرها ◀ ۷۹
- اخبار خارجی ◀ ۸۶

مردم و بسته بندی

هدی قاسمی

PEOPLE & PACKING



بسته بندی استاندارد

کارمند بازنشسته (آقا)

بسته بندی مواد پروتئینی مناسب نیست.

بسته بندی مواد پروتئینی خصوصا گوشت چندان مناسب نیست. برای مثال: سلفون کشیده شده بر روی گوشت های بسته بندی شده بسیار سست است و زود پاره می شود، ظروف یکبار مصرفی که برای بسته بندی گوشت استفاده می شود بهتر است در پوش داشته باشد که به راحتی پاره نشود. همچنین ظروف یکبار مصرفی که برای بسته بندی گوشت استفاده شود بهتر است از جنس شفاف ساخته شود تا قسمت زیر محصول به راحتی دیده شود و جلوی سودجویی و کم فروشی گرفته شود. از سوی دیگر محصول بسته بندی شده سطح کیفیت پایین تری نسبت به موارد درج شده روی بسته بندی دارد.

دانشجوی کارشناسی ارشد (خانم)

اگر تاریخ تولید و انقضاء در جای مخصوصی

روی بسته بندی درج شود بهتر است.

از آن جایی که مشاهده مشخصات کالا خصوصا تاریخ تولید و انقضاء برای مصرف کنندگان بسیار مهم است، اما برای دیدن این اطلاعات (تاریخ تولید و انقضاء) روی بسته بندی ها باید دقت زیادی کرد تا آن را پیدا کرد. این نوع اطلاعات ضروری بهتر است روی بسته بندی تمام کالاهای مصرفی خصوصا اقلام خوراکی در جایی مخصوص درج شود. تا مصرف کننده برای پیدا کردن این مشخصات دچار سردرگمی و مشکل نشود.

پزشک (آقا)

تنوع در بسته بندی باعث ایجاد رغبت و انگیزه خرید

در مصرف کننده می شود.

برای داشتن یک بسته بندی خوب که بتواند ایجاد رغبت و انگیزه در مصرف کننده کند، بهتر است که تنوع در بسته بندی وجود داشته باشد. به عنوان مثال یک نوع بسته بندی در محصولات مشابه بسیار تکرار شده است و این امر پیدا کردن محصول با نام مورد نظر را برای خریدار مشکل می کند. همچنین عکس ها و نقش های چاپ شده روی بسته بندی ها شباهتی با محصول ارائه شده ندارد به طوری که محصول ایرانی و عکس روی بسته بندی خارجی است.

کارمند بازنشسته (آقا)

توری های استفاده شده برای بسته بندی میوه

از استحکام کمی برخوردار است.

عرضه میوه بسته بندی شده، کار جدیدی است. اما این شیوه عرضه میوه دچار نارسایی هایی است. چراکه توری هایی که برای بسته بندی میوه استفاده می شوند از مقاومت کمی برخوردارند و زود پاره می شود. برای عرضه میوه به صورت بسته بندی بهتر است از نوعی بسته بندی استفاده کرد که از مقاومت بیشتری داشته باشد. در غیر این صورت بهتر است از مشمع های پلاستیکی استفاده کرد. من به شخصه استفاده از مشمع های پلاستیکی را ترجیح می دهم چون میوه های بسته بندی شده قیمت تقریبا بالاتری نسبت به میوه های بسته بندی نشده دارند.

کارمند (خانم)

مقوله استاندارد در بسته بندی جدی گرفته نمی شود.

با توجه به این که مقوله استاندارد بسیار مهم و در خور توجه است، در بسته بندی چندان گرفته نمی شود و نظارت دقیقی روی آن وجود ندارد، به عنوان مثال: روی بسته بندی برخی از مواد غذایی وزن خالص محصول ذکر شده است، ولی با کمی دقت مشخص می شود که وزن خالص محصول چیزی کمتر از وزن ذکر شده بر روی بسته بندی است.

معلم (خانم)

بسته بندی شیرهایی که در پلاستیک بسته بندی شده اند

مناسب نیست.

شیرهایی که در کیسه های پلاستیکی قرار دارند، بسته بندی های مناسبی ندارند. چرا که این نوع محصولات بعد از باز شدن پلاستیک، برای استفاده باید حتما در یک ظرف ریخته شوند و همچنین احتمال این که این نوع از بسته بندی در جریان حمل و نقل بر اثر ضربه خوردن پاره شود بسیار زیاد است. بهترین و استانداردترین نوع بسته بندی برای محصولات لبنی خصوصا شیر استفاده از پاکت های سلولزی است. البته اگر زمینه ای ایجاد شود که استفاده از این نوع بسته بندی بر روی قیمت شیر تاثیر نگذارد.

دانشجوی رشته طراحی صنعتی (آقا)

برای داشتن بسته بندی استاندارد

باید از نظر متخصصین استفاده شود.

یک بسته بندی خوب و استاندارد شامل خصوصیات زیادی چون کیفیت، زیبایی، استحکام، بسته بندی مخصوص محصول و بسته بندی عامه پسند است. برای این که بسته بندی استاندارد داشته باشیم، باید از نظرات متخصصین و صاحب نظران این عرصه بیشتر استفاده شود.



استانداردبازی

رضا نورائی

سردبیر

فرایند یا گروهی از کالاها را تعیین می‌کنند به دلیل گستره وسیعتر کاربران جنبه‌های عمومی‌بیشتر داشته و جوانب آن گاهی مردم عادی را هم شامل می‌شود.

واقعیت این است خیلی‌ها دوست دارند بگویند "فلان استاندارد را من نوشته‌ام." زیرا استاندارد مقوله‌ای ارزشمند و دارای جایگاهی بالا است و نوشتن استاندارد افتخاری محسوب می‌شود بخصوص اگر مردم شاهد اجرای آن استاندارد باشند.

موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی کشور با تغییر رویکرد خود به سمت پژوهش و تغییر نام ادارات خود به گروه‌های پژوهشی (مانند گروه پژوهشی بسته‌بندی و سلولزی) شخصیتی را که شبیه داروغه شده و اخلاص در امور تولید کشور می‌کرد اصلاح و در این بخش آرامشی نسبی ایجاد کرده است. این موسسه در حال حاضر با وجود اشکالاتی که هنوز در کار تدوین و تصویب استانداردهای خود دارد باز هم بهترین و حرفه‌ای‌ترین مرجع استاندارد کشور می‌باشد. اما سازمانهای مستقلی نیز وجود دارند که بنا به دلایلی خود به طور مستقل اقدام به تدوین استانداردهای حوزه کاری خود می‌کنند. ایشان هرچند از نظر اطلاعات تخصصی مربوط به موضوع استاندارد بیشتر از استانداردنویسان حرفه‌ای می‌دانند اما استانداردنویس نیستند. اغلب اوقات این نقیصه با روشی ساده پوشانده می‌شود. این روش ساده ترجمه کردن از روی یک استاندارد خارجی است.

از تجربه‌های خود می‌گوییم. در بسیاری از موارد متأسفانه خود ترجمه اشکال دارد! توجه داشته باشید قانونی می‌خواهد نوشته شود که در عرصه ملی آن را به کار گیرند. در جریان این کار قانون دیگری مبنا قرار می‌گیرد و عملاً در همان ابتدا در فهم قانون مبدا اشکالاتی دیده می‌شود.

مسئولان کشور همواره باید مراقب این باشند که خودسری جای خودباوری را نگیرد زیرا کشور در وضعیتی نیست که فرصت آزمون و خطا داشته باشد. استانداردسازی و استانداردنویسی کاری ریشه‌ای است. هدف از استانداردسازی نظم دادن به اموری است که بی‌نظم هستند. نظم بستر لازم برای برنامه‌ریزی و رشد را فراهم می‌آورد. حال اگر این هدف مهم بر پایه سلیقه، مصلحت‌طلبی و توأم با بی‌تجربگی شکل بگیرد ممکن است حتی نتیجه معکوس بار آورد. این‌گونه استانداردها عمدتاً در سازمانهایی خارج از موسسه استاندارد نوشته و تصویب می‌شوند.

موج گرایش به استاندارد در مردم و مسئولان می‌تواند منجر به استانداردسازی‌های بی‌ریشه و ناکارآمدی شود که کاربران نبودن آنها را بهتر از بودن آنها بدانند. متأسفانه بسته‌بندی به دلیل نداشتن انسجام و نظم حرفه‌ای و تخصصی یکی از موضوعات هدف این‌گونه استانداردها است.

استاندارد کلمه خوبی است و خیلی جاها به کار می‌آید. خیلی‌ها خود را منتسب به آن می‌دانند. این واژه معمولاً مثبت تلقی می‌شود و هم‌ردیف کیفیت و قانونمند بودن است. اما این وجه بیرونی استاندارد است. یعنی آن چیزی که مردم از استاندارد می‌بینند یا می‌دانند.

مانند بسیاری از چیزهایی که در اطراف ما وجود دارد استاندارد هم بیرونش با درونش تفاوت دارد. درست مانند ساندویچی که حاضر و آماده به دست ما می‌دهند تا بخوریم و ما واقعاً نمی‌دانیم آن پشت مغازه که این ساندویچ را سر هم کرده‌اند با چه کیفیتی این کار را انجام داده‌اند.

گفتنی است اکنون در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که استاندارد بودن و استاندارد شدن مورد توجه همه مردم است و همه سعی می‌کنند همه چیزشان استاندارد باشد. بازار استانداردهای کیفیت نیز بسیار داغ است. در واقع بازار استاندارد فروشان داغ است. توجه روزافزون به موضوع استاندارد که رابطه مستقیم با کیفیت تولیدات داخلی داشته و یکی از سمبل‌های آن مشکلات مردم با خودروهایی داخلی است تا پایین‌ترین سطوح جامعه نیز گسترش یافته و روزی نیست که در اطرافمان از شهروندی نشنومیم که فلان تولید داخلی استاندارد نیست!

اوضاع کنونی بستر خوبی برای توجه به استاندارد و استانداردنویسی است. اما این موضوع هم مانند هر موضوع مهم و ملی می‌تواند در فضای پر از تقاضا تبدیل به کار و کسبی بازاری شده و از جایگاه بالای خود دور شود. به عنوان کسی که در جریان تدوین و تصویب استانداردهای گوناگون ملی و غیرملی در زمینه کاری خود یعنی بسته‌بندی بوده‌ام در بسیاری از مواقع آن عزم و توجه کافی را در مسیر تهیه و تصویب استانداردهای مربوطه ندیده‌ام.

فراموش نکنیم استانداردنویسی یعنی نوشتن قانون یا راه‌حلی قابل استناد. استاندارد نویسی به جز آشنایی با موضوع طرح شده در استاندارد نیاز به درک و فهم حوزه‌های اصول و منطق نیز دارد. استانداردنویسی نوعی شریعت‌نویسی است و حدودی را معین می‌کند که عمل نکردن به آن پیامدهایی برای فرد و جامعه دارد.

این روزها می‌بینم نهادها و سازمانهای مستقل در کشور دست به کار تدوین استانداردهایی برای خود می‌شوند که تدوین‌کنندگان آنها در سیستمی بسته رشد کرده و نه تنها دایره کوچکی از حوزه کاری خود را می‌شناسند بلکه با استانداردنویسی نیز آشنایی ندارند.

تعداد زیادی از استانداردها یک قلم کالای خاص و یا یک فرایند خاص را در بر می‌گیرند که می‌تواند حوزه‌ای تخصصی باشد و کیفیت استاندارد نوشته شده تأثیرات عمومی ندارد. اما استانداردهایی که وضعیت عمومی یک

سیر تکوینی رشته مهندسی فن آوری بسته‌بندی در ایران

به مناسبت تصویب رشته مهندسی فن آوری بسته‌بندی (گرایش کشاورزی) در دانشگاه علمی کاربردی



دکتر سید حبیب اله طباطبائی
دکترای مدیریت تکنولوژی
متولد ۱۳۴۴
عضو هیات علمی دانشگاه طباطبایی

بالاخره نخستین رشته دانشگاهی بسته‌بندی آن هم در مقطع کارشناسی تصویب شد و از سال آینده دو مرکز دانشگاهی در کرج و خراسان رضوی برای این رشته دانشجو خواهند گرفت. اما به طور قطع و یقین بسیاری از دست اندرکاران یا بهره‌وران بسته‌بندی در کشور نمی‌دانند که چگونه این رشته دانشگاهی مهم و موثر به مرحله تصویب و پذیرش دانشجو رسید. این که رشته مهندسی فن آوری بسته‌بندی چگونه و به وسیله چه کسانی پدید آمد خود حکایتی خواندنی و دانستنی است. ماهنامه صنعت بسته‌بندی در راستای مستند کردن این بخش از تاریخ صنعت بسته‌بندی در کشور ایران اقدام به تهیه گزارشی مفصل از این ماجرا کرده است که به تدریج از این شماره منتشر می‌شود. ابتدا السابقون السابقون...

خریداری کاتالوگ، تورق کتاب‌ها و تحقیق در خصوص pack متوجه شدیم که هیچ اطلاع و آگاهی در مورد بسته‌بندی نداشته ولی با این حال فهمیدیم که در دنیا مراکز و انجمن‌هایی در مورد بسته‌بندی وجود دارد که، ضمن تماس، مکاتبه و فرستادن کارت پستال به ۶۰ کشور، از آنها خواستیم اطلاعاتی را در مورد بسته‌بندی در اختیار ما قرار دهند هر چند ارسال این کارت پستالها به خاطر هزینه‌بر بودن پست آنها با مخالفت‌هایی مواجه شد ولی از بین این ۶۰ کشور، تنها ۴ کشور به ویژه دو شرکت انگلیسی با فرستادن بروشورهای (کاتالوگ‌های) دوره‌های آموزشی کمک فراوانی به ما کردند. بعد از طی شدن این مراحل، تازه متوجه شدیم که موضوع بسته‌بندی، مبحث کاملاً جداگانه با حوزه‌های مشخص و متفاوت است که وجه مشترکی بین صنایع غذایی، ساخت و تولید، گرافیک و چاپ دارد.

از این رو بعد از ۶-۵ ماه تحقیق و بررسی در ایران در مورد بسته‌بندی، گرایش‌های بسته‌بندی کاغذی، سلولزی، شیشه‌ای و... مشخص شد و به این نتیجه رسیدیم که بر اساس ماهیت بسته‌بندی برای مواد غذایی، شیمیایی و... گرایش به سمت لفاف‌ها هدف اصلی ماست ولی اگر بخواهیم بر اساس محتوای موضوع بسته‌بندی فعالیت کنیم از رشته بسته‌بندی دور می‌شویم بنابراین روی موضوع لفاف‌ها تمرکز کرده و تبلیغات و گرافیک را به عنوان دروس پایه در نظر گرفتیم.

هم‌زمان با قبول شدن اینجانب در مقطع دکترای دانشگاه تربیت مدرس سال ۷۴، از مرکز آموزش تحقیقات جهاد به مرکز آموزش امام خمینی رفتم، طبقه بالا این مرکز، موسسه آموزشی جهاد به ریاست مهندس مهر فرد (که هم‌زمان قائم مقام معاون وزیر نیز بود) قرار داشت. خوشحالی من در مورد فارغ شدن از کارهای اجرایی و رسیدگی به تحصیلاتم زیاد طول نکشید و مهندس مهر فرد از من خواست تا موضوع بسته‌بندی را پیگیری کنم ضمن این که مهندس ابرار نیز اصرار داشتند که بسته‌بندی از موضوعات صنایع غذایی جداست و باید به طور مجزا مورد بررسی قرار بگیرد. ولی من علی‌رغم تمام اصرارهای مهندس مهر فرد به خاطر نداشتن تخصص در زمینه بسته‌بندی و عدم آشنایی با آن مسولیت این بخش را قبول نکردم تا این که روز بعد، به عنوان رئیس گروه بسته‌بندی انتخاب شده و با وجود رفتن به دفتر ریاست مرکز و مخالفت‌های بی در پی، این کار بر عهده من گذاشته شد. با کمک یک فرد به عنوان کارشناس (که وی نیز در مورد بسته‌بندی هیچ اطلاعی و علمی نداشت) یک دفتر دو نفری تشکیل داده و موضوع بسته‌بندی از همان زمان آغاز شد. بعد از یکی دو ماه با رفتن به نمایشگاه کتاب و

در همان ایام بود که مطلع شدیم یک خانم در موسسه استاندارد در مورد صنایع غذایی مواد فاسدشدنی، اسپتیک و مواد دارویی فعالیت می‌کند که ضمن دعوت از ایشان، از مهندس امین که در آن زمان جزء مدرسان دانشگاه آزاد بود و در زمینه ساخت و تولید کار می‌کرد، مهندس رحیمی دانشجوی مهندسی صنایع (که بیشترین تلاش را در مورد تدوین رشته بسته‌بندی متحمل شدند)، مهندس ابرار به عنوان کارشناس صنایع غذایی و آقای نثاری به عنوان کارشناس تبلیغات، گرافیک و چاپ نیز درخواست همکاری کرده و با هم یک گروه ۵-۴ نفره را تشکیل دادیم.

ما با استفاده از موادی که از کشورهای دیگر (مواد اولیه) گرفته بودیم و همچنین با همکاری گروه مذکور، ۵ رشته را در قالب کارشناسی طراحی کردیم ولی انجام این کار با مخالفت‌ها و نارضایتی‌هایی همراه بود و دلیل آنها نیز این بود که رویه غالب دوره‌های علمی کاربردی طراحی به صورت کاردانی سپس کارشناسی ناپیوسته است و به همین خاطر این رشته باید به صورت کاردانی و سپس کارشناسی طراحی و تدوین شود. ولی اصرار ما مبتنی بر این بود که طراحی این رشته به صورت کارشناسی باعث یکپارچگی این رشته شده و در نهایت کار به نحو احسن انجام می‌شود.

با مطرح شدن این رشته به صورت کارشناسی

در شورای گسترش گروه هشتم، در سال ۷۶ تصمیم گرفته شد که این رشته در اساس کارشناسی پیوسته نباشد و دلیل آنها این بود که ماموریت دانشگاه به طور رسمی بر این اساس است که رشته‌ها در ابتدای کاردانی و بعد کارشناسی باشد.

ولی به اعتقاد من، تصمیم آنها درست و منطقی نبود و آنها علی‌رغم این که نتوانستند به محتوای طراحی این رشته ایراد بگیرند، شکل ظاهری آن را زیر سوال بردند و به هر حال آن را تصویب نکردند. در سال ۷۷ نیز تصویب این رشته در مقطع کارشناسی و با ۵ گرایش مجدداً رد شد و در همان زمان بود که اینجانب از آن مکان رفته و دیگر ارتباطی با این موضوعات نداشتم تا این که چند روز قبل خبر تصویب این رشته را از طریق مجله صنعت بسته‌بندی دریافت کردم.

البته فکر می‌کنم دوره‌هایی که در سال‌های گذشته طراحی و تدوین شد دارای طیف معنادار و تکنولوژی محور بود به همین خاطر به آن لقب مهندسی داده شد ولی برداشت کلی من این است که به خاطر اجبار کردن افراد، بسیاری از گرایش‌ها حذف شده و به جای این که به طرف توجه شود بیشتر روی مظلوم تأکید شده است. همچنین وقتی در سال ۷۶، (به خاطر مسایل سیاسی) این دوره را تصویب نکرد این دوره‌ها با پیشنهاد ما به دانشگاه علم و صنعت رفت و مذاکرات اولیه نیز در این خصوص صورت گرفت اما متأسفانه به خاطر تنگ‌نظری در بین برخی از افراد موسسه جهاد، تصویب نشد در حالی که اگر تدوین این رشته در همان زمان به نتیجه می‌رسید در حال حاضر نیروهای فارغ‌التحصیل این رشته وارد بازار کار شده بودند و معیارهای پایه‌ای و اساسی در نظر گرفته شده نیز برحسب شرایط، دستخوش تغییرات نمی‌شد.

از سوی دیگر ما با برگزاری این رشته در دانشگاه‌های شهرستان‌ها به خاطر نبود زیرساخت‌ها، امکانات و آزمایشگاه تا حدودی مخالف بوده و قصد داشتیم گرایش‌های مختلف را بر اساس شرایط در شهرستان‌های متفاوت ارائه دهیم به طور مثال چوب و کاغذ در شمال، پوشش‌های فلزی در تبریز، ولی در حال حاضر شاهد آن هستیم که مکان‌یابی رشته‌ها نیز نقض شده است. در هر صورت ضمن عرض خسته نباشید به همکاران، معتقدم تصویب رشته به صورت فعلی یک گام رو به جلوست که ان‌شاءالله در ادامه تصحیح خواهد شد.



مهندس رضا ابرار کارشناس ارشد صنایع غذایی متولد ۱۳۳۵ معاون آموزشی و پژوهشی مجتمع آموزش جهاد کشاورزی خراسان رضوی

در اواخر سال ۱۳۷۴ جلساتی با آقای مهندس علی اکبر مهر فرد مدیرکل دفتر مراکز آموزش عالی وزارت جهاد سازندگی سابق تشکیل و راجع به کمبود رشته بسته بندی در کشور و در مراکز آموزش عالی مذاکراتی داشتم تا این که وی از من خواست نسبت به تشکیل رشته بسته‌بندی در گروه صنایع غذایی دفتر مراکز آموزش عالی و همچنین تدوین برنامه درسی اقدام کنم پس از مذاکرات، صحبت‌های زیاد و دلایل محکم توانستم ایشان را متقاعد کنم که اگر شما می‌خواهید بسته‌بندی جایگاه خودش را پیدا کند باید حتماً نسبت به تشکیل گروه بسته‌بندی در دفتر مراکز اقدام کنید. زیرا که بسته‌بندی تنها بسته‌بندی مواد غذایی نیست و شامل همه محصولات تولیدی اعم از الکترونیک و حتی مصالح ساختمانی و غیره می‌شود.

بنابر این ایشان با دکتر طباطبائیان صحبت کردند و در اوایل ۱۳۷۵ با آمدن دکتر طباطبائیان به دفتر مراکز آموزش وقت، گروه بسته‌بندی تشکیل و شروع به کار کرد. دکتر طباطبائیان با شکل دادن یک کار گروه مناسب و مجرب که من هم عضو این کار گروه بودم کار را شروع و نسبت به تدوین برنامه درسی اقدام شد.

در آن زمان این جانب مدیر گروه صنایع غذایی دفتر مراکز آموزش عالی وزارت جهاد سازندگی بودم. ضمن اینکه به عنوان نماینده دفتر مراکز آموزش عالی در کمیسیون تدوین برنامه درسی علمی - کاربردی زیربخش صنایع غذایی گروه هشتم وزارت فرهنگ و آموزش عالی سابق شرکت می‌کردم و در همان زمان در کمیسیون تدوین برنامه درسی وزارت فرهنگ و آموزش عالی مبحث دوره‌های علمی - کاربردی در رشته‌های خاص مطرح بود و برای این که فرد دانش‌آموخته بتواند در صنعت تولید غذا توان

کاری و اجرایی داشته باشد در گروه صنایع غذایی، ۲۱ عنوان رشته پیشنهاد دادم که پس از چندین جلسه به ۱۹ رشته تقلیل پیدا کرد و دوباره برای هر عنوان رشته، کارگروه مشخص و برنامه درسی آنها تدوین شد و بحمد... هم اکنون در مراکز آموزش عالی علمی - کاربردی زیر نظر دانشگاه جامع علمی - کاربردی اجرا و دانشجو می‌پذیرند. اعتقاد من این است که چنانچه افراد در یک رشته خاص تحصیل کنند و در مراکز آموزش عالی به صورت تئوری - عملی توأم به دانشجو مطالب آموزش داده شود.

افراد دانش‌آموخته به روش عملی و کاربردی تربیت شده و می‌توانند در صنعت مربوطه باعث تغییر و تحولات مثبت و خوب بشوند. به هر حال از زمان شروع به کار ما، گروه کاری رشته بسته بندی با مسوولیت دکتر طباطبائیان شد و وی با ارتباطاتی که با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی داخل و خارج کشور برقرار کرد. در مرحله اول توانست مستندات و مطالب ارزشمندی تهیه کند.

پس از آن بر مبنای این که اساس و پایه رشته بسته‌بندی بر طرف باشد یا مظلوم (چیزی یا کالایی که در داخل ظرف قرار می‌دهند) جلسات مختلفی داشتیم تا این که با نظرات کارشناسی به این نتیجه رسیدیم که بر اساس ظرف بایستی در پنج عنوان برنامه درسی بسته‌بندی شامل بسته‌بندی چوب و کاغذ، بسته‌بندی فلزی، بسته‌بندی شیشه‌ای، بسته‌بندی پلاستیک و مواد ترکیبی و بسته‌بندی خوراکی Packaging Edible (منظور جنس بسته‌بندی قابل خوردن است مانند لفاف‌های بعضی از فرآورده‌های گوشتی و یا کپسول‌های دارویی که در اصل ماده موثر در داخل کپسول است و جنس کپسول خوراکی می‌باشد) را داشته باشیم. از این رو نسبت به تدوین برنامه درسی در این پنج عنوان اقدام شد. ولی متأسفانه بر اساس دلایل متعدد، این پنج عنوان به تصویب نرسید و گروه بسته‌بندی با گروه صنایع غذایی هم ادغام شد.

پس از آن پیگیری‌های زیاد انجام شد تا این که پس از چندین سال توانستیم با تغییر عنوان، نهایتاً با نام بسته‌بندی محصولات کشاورزی، برنامه درسی را تدوین و به تصویب برسانیم و بحمد... در سال جاری (۱۳۸۶) برای اولین بار در کشور در مرکز آموزش عالی کشاورزی جهاد کشاورزی خراسان رضوی (مشهد - هاشمی نژاد) نسبت به پذیرش دانشجو در این رشته اقدام خواهد شد.

ادامه دارد...



مهندس رضا ابرار

معاون آموزشی و پژوهشی مدیر رشته مهندس فن آوری بسته‌بندی در مجتمع آموزش جهاد کشاورزی خراسان رضوی

از متخصصان و اساتید انتظار همکاری داریم

قبول ندارم، مثال معروف روستایی است که می‌گوید کار را دست انجام می‌دهد ولی چشم از آن می‌ترسد، بنابراین اعتقاد دارم که با هیچ مشکل خاصی روبرو نشویم بشرطی که همگی همت داشته باشیم و نسبت به این امر اهتمام ورزیم و کارهایی که به هر کدام از ما محول می‌شود به خوبی انجام دهیم من همین جاز کلیه محققان و اساتید و دست اندرکاران صنعت بسته‌بندی تقاضا دارم که با ما به آدرس الکترونیکی rezabrar@Yohoo.Com و شماره تلفن های ۵-۸۷۱۷۰۷۱۰۷۱ ارتباط برقرار کنند و نقطه نظرات مفید و ارزشمند خود را منتقل و ما را در این امر یاری کنند. و مخصوصاً از اساتید انتظار دارم که از هم اکنون نسبت به تدریس دروس مربوطه مطالعات کافی و وافی داشته باشند و با آمادگی کامل سر کلاس دروس بسته‌بندی حضور یابند. چون به طور کلی بسته‌بندی محصولات تولیدی نقش سرنوشت‌سازی در جلوگیری از خسارات، ضایعات و سلامت مواد تولیدی را دارد. و نقش مهم بسته‌بندی در حفظ و نگهداری موارد تولیدی برای تمام انسانها ارزش استراتژیک دارد. در ایران حجم تولید محصولات کشاورزی حدود هشتاد میلیون تن در سال برآورد شده است با احتساب ۳۵ درصد ضایعات خسارتی که از این بابت متوجه کشور می‌شود حدود ۲۵ میلیون تن در سال خواهد بود. یکی از مهمترین عوامل موثر در ضایعات محصولات کشاورزی عدم آگاهی و توانایی در نگهداری و بسته‌بندی می‌باشد که برای رفع این مورد (ضرورتاً برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی) باید نسبت به طراحی و ساخت ماشین‌آلات بسته‌بندی و مواد مورد نیاز جهت تولید لفافه‌های بسته‌بندی و به طور کلی بسته‌بندی جهت صادرات اساسی و پایه ای صورت گیرد.

متأسفانه تا کنون در این رابطه مراکز تحقیقاتی و آموزشی خاصی وجود نداشته که با رعایت تمام جوانب کاری و متناسب با نیاز اقدام به توصیه های مفید و ارزشمند در مورد تهیه انواع مختلف بسته‌بندی‌های پلی اتیلن، شیشه‌ای، پلاستیکی، چوبی و کاغذی، فلزی و غیره و ... و همچنین مصرف آنها کند.

ان شاء... با شکل گرفتن مراکز آموزشی و تحقیقاتی که به حمدا... اولین مرکز آموزشی بسته‌بندی در مقطع کارشناسی مهندسی بسته‌بندی محصولات کشاورزی مرکز آموزش عالی کشاورزی جهاد کشاورزی خراسان رضوی (شهید هاشمی نژاد) می‌باشد. امید است در این زمینه قدمهای موثر و شایان توجهی برداشته شود.

از مهمترین اهداف آموزش در هر جامعه منطبق کردن دانش و مهارت انسانها با تحولات سریع ناشی از تغییرات مداوم و شتابان تکنولوژی است. بنابر این باید توجه خاصی به موضوع آموزش نیروی انسانی در ابعاد مختلف تخصصی و متناسب با ماموریت‌های محوله در جهت افزایش دانش فنی و اطلاعات تخصصی افراد و بهبود هرم نیروی انسانی شاغل در سطوح مختلف تشکیلاتی واحدهای تولیدی مخصوصاً بسته‌بندی انجام شود. زیرا وظیفه اصلی بسته‌بندی این است که محصول داخل خود را محافظت کند. بسته‌بندی به عنوان یکی از عوامل مهم بازاریابی در میان عوامل دیگر مثل Product محصول، Price قیمت مکان و Position موقعیت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بسته‌بندی به عنوان مجموعه پیچیده، پویا Dynamic، علمی، هنری و یک موضوع بحث انگیز در تجارت نیز تعریف می‌شود. به طور حتم بسته‌بندی Dynamic به صورت ثابت در حال تغییر و تحول است. زیرا مواد جدید به روشهای جدید و روشهای جدید به ماشین‌آلات جدید نیاز دارند. استفاده از ماشین‌آلات جدید منجر به افزایش کیفیت محصول شده و کیفیت بهتر بازارهای جدیدی را باز می‌کند. این چرخه همچنان ادامه می‌یابد. بنابراین اساسی ترین موضوع این است که بسته‌بندی جهت جلوگیری از ضایعات و خسارات، حفاظت و نگهداری و دادن اطلاعات است در پیشرفته ترین حالت بسته‌بندی دو وظیفه دیگر شامل فروش Selling و راحتی یا آسانی مصرف محصول Convenience را دارد. در جهانی که محصولات از کیفیت بالایی برخوردار هستند در بسیاری از موارد بسته‌بندی تنها تفاوت بین رقابت کننده ها است، و بسته‌بندی بر عملیات فروش تاثیر می‌گذارد. زیرا بسته‌بندی یک عمل فنی اقتصادی Techno-Economic- Function است که موجب کاهش هزینه های تحویل کالا به مصرف کننده و افزایش فروش و در نتیجه سوددهی بیشتر می‌شود. من نظر برخی از افراد در مورد مشکل تدریس این رشته در دانشگاه‌ها را

تدوین رشته مهندسی بسته‌بندی در کشور ما متأسفانه خیلی خیلی دیر انجام شد. زیرا ما دارای کشوری چهار فصل هستیم یعنی در زمستان در جنوب کشور محصولات زراعی و باغی تولید می‌شود و در تابستان در شمال کشور و از همه مهمتر بعضی از محصولات کشور ما، شامل زعفران، پسته، خاویار و غیره منحصر بفرد است، چرا باید زعفران ایران به صورت فله با قیمت نازل به کشور اسپانیا و ترکیه و یا کشورهای دیگر برود و در آن جا بسته‌بندی شده و به نام کشور اسپانیا و یا کشور دیگر در بازارهای جهانی با قیمت بالا به فروش برسد. با این شرایط نه تنها ضرر اقتصادی هنگفتی کرده ایم بلکه موجب خواهیم شد اسم و رسمی هم از ایران در میان نباشد چرا بهترین پسته ایران به صورت باز و در کیسه گونی در مغازه به فروش می‌رسد؟ و یا چرا با نداشتن بسته‌بندی مناسب در بعضی از محصولات زراعی، دامی و باغی بیش از ۵۰ درصد ضایعات داریم. همچنین باید بگویم ضررهای اقتصادی مربوط به بسته بندی فقط شامل محصولات کشاورزی غذایی نمی‌شود بلکه در بسته‌بندی محصولات دیگر از جمله لوازم منزل، الکترونیک و غیره ... هم دارای ایراداتی هستیم که خسارات جبران ناپذیری به محصول مربوطه و به اقتصاد کشور وارد می‌کند. بنابر این اگر چه که دیر شروع شد ولی در این باره می‌توان به مثال معروف که جلوی ضرر را هر وقت بگیریم سود و منفعت است استناد کرد از این رو از مسوولان و دست اندرکاران خصوصاً دانشگاهیان و رسانه‌های مختلف تقاضا دارم نسبت به این امر اهتمام ورزند تا این که ان شاء... محصول ایرانی در بسته‌بندی شکل و پر جاذبه ایرانی و به نام ایران در بازارهای داخل و خارج به فروش برسد.

این نکته بسیار حایز اهمیت است که امروزه نیروی انسانی یکی از مهمترین عوامل و در حقیقت به عنوان محور اصلی توسعه جوامع بشری به شمار می‌رود، در این راستا نقش آموزش به عنوان عامل رشد و توسعه نیروی انسانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بدون شک یکی



تدوین ۸۰ استاندارد جدید بسته‌بندی در سال جاری

دکتر علی‌رضا خاکی فیروز مدیر گروه پژوهشی بسته‌بندی و سلولزی موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران

تدوین استانداردهای مختلف در یک کشور به خصوص استانداردهای بسته‌بندی حکایت از اهمیت و توجه آن کشور به پیشرفت و سلامتی افراد جامعه‌اش دارد هر چند دارابودن استانداردهای متنوع و جدید راه ورود به کشورهای مختلف را نیز سهل تر می‌کند. از این رو با نزدیک شدن روز جهانی استاندارد، پای صحبت دکتر علی‌رضا خاکی فیروز مدیر گروه پژوهشی بسته‌بندی و سلولزی موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران نشستیم. آن چه در پی می‌آید گزارشی است از روند تدوین استانداردهای بسته‌بندی به ویژه استانداردهای جدید این موسسه.

علت توقف روند تدوین استانداردهای بسته‌بندی

در پایان سال ۱۳۸۴ و سال ۱۳۸۵ روند تدوین استانداردهای ملی در کل موسسه و در تمامی ادارات کل ستاد و استانها دچار رکود شد که این مسئله با رویکرد جدید موسسه در سال ۱۳۸۶ و تاکید ریاست موسسه بر تدوین استانداردهای ملی تا رسیدن به سقف استانداردهای بین‌المللی تدوین شده، شتاب گرفته و در همین سال این موسسه برنامه تدوین ۲۰۰۰ استاندارد ملی را در زمینه های مختلف در دست اقدام دارد. در این راستا کارشناسان گروه پژوهشی سلولزی و بسته بندی، ۵۵ استاندارد ملی در زمینه های مختلف بسته بندی و سلولزی را در دست تدوین دارند.

چگونگی مشارکت شرکت‌ها در تدوین استانداردها

روند کار تدوین استانداردهای ملی به شرح زیر است:

پیشنهادهای تدوین استانداردهای ملی از طرف واحدهای ستادی شامل:

حوزه ریاست موسسه
معاونت های موسسه
پژوهشگاه استاندارد و زیر مجموعه های آن
واحد های استانی شامل:

اداره های کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استانها و زیر مجموعه های آنها
اشخاص حقوقی شامل:

وزارت خانه ها
دستگاه های اجرایی
شرکت های فنی، مهندسی و خدماتی
انجمن ها و تشکل های صنعتی و علمی

سازمانهای مصرف کننده
دانشگاه‌ها

مراکز تحقیقاتی و شهرک های صنعتی
پارک های علمی و فناوری

سازمانهای حرفه ای دولتی و غیر دولتی)

به دفتر امور تدوین استاندارد موسسه واقع در

میدان ونک تهران ارسال می‌شود. فرم های پیشنهاد

تدوین دریافتی توسط دفتر تدوین استاندارد بررسی

شده و بر اساس کمیته‌های مرتبط و رشته‌های

تخصصی، طبقه‌بندی می‌شوند.

کارشناسان دفتر تدوین استاندارد، صحت

اطلاعات مندرج در بندهای مختلف فرم‌های

پیشنهاد تدوین استانداردهای ملی و همچنین واجد

صلاحیت بودن دبیر تدوین را بررسی کرده و پس از

تنظیم فرم فهرست پیشنهادات جهت طرح در کمیته

ای بنام کمیته برنامه ریزی، نسبت به طرح پیشنهادها

در کمیته برنامه ریزی اقدام می‌کنند. دبیران تدوین

استاندارد باید دارای شرایط زیر باشند:

کمیته برنامه ریزی پیشنهاداتی تنظیم شده در

فرم فهرست پیشنهادات جهت طرح در کمیته برنامه

ریزی تدوین استاندارد را پس از بررسی، تصویب

کرده و دبیر تدوین را نیز تعیین و تایید می‌کند. نتایج

مصوبات کمیته های برنامه ریزی توسط دفتر تدوین

به پیشنهاد دهندگان و دبیران تدوین تایید شده ابلاغ

می‌شود.

دبیر تدوین با برگزاری جلسات کمیسیون اولیه،

کمیسیون های فنی و کمیسیون نهایی، اقدامات زیر

را انجام می‌دهد:

مرحله کمیسیون اولیه

در کمیسیون اولیه دبیر تدوین با ارسال دعوتنامه

برای:

اطلاعات گرد آوری شده و منابع پیشنهادی

کمیته برنامه ریزی را به کمیسیون جهت تصمیم

گیری ارائه می‌کند.

مرحله کمیسیون فنی

در کمیسیون فنی، پیش نویس استاندارد تهیه

شده به زبان فارسی بر اساس استاندارد ملی ایران به

شماره ۵ با عنوان "قرارات مربوط به ساختار و شیوه

نگارش استانداردهای ملی ایران" در یک یا چند

جلسه فنی که با حضور افراد صاحب نظر علمی،

فنی، تحقیقاتی، آزمایشگاهی، مدیران کیفیت واحد

های تولیدی و نمایندگان سازمان ها و وزارت خانه

های ذیربط تشکیل می‌شود و از لحاظ علمی و فنی

و سایر مقتضیات بررسی می‌شود.

مرحله کمیسیون نهایی

در کمیسیون نهایی پیش نویس تهیه شده بر

اساس اصلاحات کمیسیون های فنی، پس از تایپ

(طبق مدل ارائه شده در استاندارد ملی ایران ۵) برای

طرح در کمیسیون نهایی برای اعضاء ارسال می‌شود

مرحله ویرایش استاندارد پس از کمیسیون نهایی

دبیر تدوین باید اصلاحات لازم بر روی پیش

نویس مطرح شده در کمیسیون نهایی را انجام داده و

متن پیش نویس را برای ویراستار مورد تایید دفتر

تدوین ارسال کند.

سپس دبیر تدوین باید پیش نویس تایید شده

توسط ویراستار را به همراه فهرست کلی مدعوین

کمیته ملی جهت طرح استاندارد در کمیته ملی به

دفتر امور تدوین استاندارد ارسال کند.

اعضاء کمیته ملی استاندارد به شرح زیر

می‌باشند:

اعضاء متغیر کمیته های ملی

اعضاء ثابت کمیته های ملی

آخرین مرحله، مرحله اعطاء شماره ملی است.

استانداردهای جدید تدوین شده

در زمینه بسته‌بندی

در سال جاری حدود ۸۰ استاندارد ملی در زمینه

بسته بندی و سلولزی در حال تدوین است که برخی

از آنها عبارتند از:

۱- بسته بندی - بارکد - نمادهای دو بعدی بر

چسب های دریافت، حمل و نقل و کشتیرانی

۲- بسته بندی - موازین بهداشتی گیاهی برای مواد

بسته بندی چوبی در مبادلات بین المللی

۳- در بست های چوب پنبه ای

۴- تعیین نشستی بسته های انعطاف پذیر

۵- بسته بندی - فیلم های پلی پروپیلن تولید شده

به روش ریخته گری مورد استفاده در بسته بندی -

ویژگی ها و روش های آزمون

۶- بسته بندی - پلاستیک ها - نوارها و ورق های

پلی آمید

۷- بسته بندی خطرناک باز یافتی

۸- بسته بندی خطرناک سازگاری پلاستیکی

۹- بسته بندی - شناسایی لایه های پلیمری

۱۰- بسته بندی - بسته بندی محصولات آلومینیوم و

منیزیم

۱۱- بسته بندی - ورق کارتن و کارتن جهت مصارف

عمومی - ویژگی ها و روش های آزمون

ایران از اعضای فعال در تدوین استانداردهای بین‌المللی ISO است

گفت و گو با منیژه عبدی دبیر کمیته ایرانی بسته‌بندی (TC122) سازمان جهانی استاندارد (ISO)



ایران نیز مانند بسیاری از کشورها نه تنها از استانداردهای بین‌المللی ISO جهت تدوین استانداردهای ملی استفاده می‌کند بلکه از سایر استانداردهای ملی و معتبر جهانی بنا به ضرورت مانند AFNOV, DIN, BSI, ASTM, ANSI و ... و همچنین از استانداردهای منطقه‌ای و حتی کارخانه‌ای به صورت مستقل یا به صورت ادغام با چند استاندارد دیگر، را نیز مورد استفاده قرار می‌دهد.

● فعالیت کمیته TC122 از چه زمانی در ایران شروع شده، تعامل آن با دبیرخانه مرکزی یا سازمان ISO چگونه بوده است؟

گستره کمیته فنی بسته‌بندی در زمینه استانداردسازی بسته‌بندی در حوزه اصطلاحات و تعاریف، ابعاد، الزامات عملکرد و آزمون‌های بسته‌بندی می‌باشد.

کشور ایران در کمیته فنی بسته‌بندی از سال‌های قبل جزء اعضای فعال در خصوص مشارکت در تدوین استانداردهای بین‌المللی ISO بوده است. کمیته فنی بسته‌بندی از بدو تاسیس در کشورهای مختلف منجمله کانادا و ترکیه دارای دبیرخانه بوده و در طول یازده سال گذشته خانم اولماز از کشور ترکیه عهده‌دار دبیری، دبیرخانه بسته‌بندی بوده است.

به سبب پاره‌ای از مشکلات دبیرخانه مستقر در ترکیه منحل و دبیرخانه مرکزی ایزو تصمیم به جایگزینی دبیرخانه جدید به جای دبیرخانه قدیمی کرد از این رو با اعلام فراخوان ایزو در نیمه اول سال ۲۰۰۶ مبنی بر واگذاری دبیرخانه فنی بسته‌بندی به کشورهای عضو، ایران با توجه به تمامی مقررات و ضوابط ایزو مبنی بر پذیرش مسئولیت دبیرخانه کمیته فنی بسته‌بندی، درخواست پذیرش مسئولیت دبیرخانه فنی بسته‌بندی را به دبیرخانه مرکزی ایزو مستقر در ژنو اعلام کرد.

بنابراین تمام استانداردهای ISO به روز می‌باشند، استانداردهایی که در سال ۲۰۰۷ تدوین، یا مورد بازنگری قرار گرفته و نهایتاً تصویب شده‌اند. شامل موارد ذیل می‌باشند:

ISO 23667-2007

Packaging - transport Packaging For dangerous goods-Rigid plastics and Plastics Composite IBCs Compatibility testing

ISO 16883-2007

Packaging- transport Packages For dangerous goods-test methods by Packagings.

ISO 21067-2007

Packaging-Vocabulary

ISO 17363-2007

Supply chain application of RFID-freight containers.

● کدام کشورها دارای بالاترین سطح اجرای ISO برای بسته‌بندی هستند؟

لازم به ذکر است استانداردهای سری ISO در سطح حداقل ویژگی‌های قابل قبول برای کالا و خدمات محسوب می‌شوند. بنابراین بالاترین سطح اجرای استاندارد ISO مفهوم ندارد و اگر کالا و خدماتی نتواند با استانداردهای ISO مطابقت کند آن کالا و خدمات فاقد حداقل ویژگی‌های قابل قبول می‌باشد.

در این میان برخی از شرکت‌ها، سازمان‌ها، مراکز تولیدی، خدماتی و ... برای دستیابی به بازار هدف و برای رقابت با رقبای خود به دنبال سطح کیفیت بالاتری از استانداردهای ISO می‌باشند زیرا معتقدند برای بقاء در بازار تجاری امروز دنیا، نباید صرفاً به حداقل کیفیت‌ها بسنده کرد.

● جایگاه ایران جهت تدوین استانداردهای بین‌المللی ISO بسته‌بندی در دنیا کجاست. لطفاً به طور کامل توضیح دهید؟

علاوه بر تدوین استانداردهای ملی در بخش بسته‌بندی در داخل کشور، استانداردهای بین‌المللی (ISO) نیز وجود دارد که تعدادی از کشورها با تشکیل کمیته و عضویت در آن، استانداردهایی را در این زمینه تدوین می‌کنند. البته در این بین، کشورهای به عنوان ناظر بر این کمیته وجود دارد که استانداردهای پیشنهادی را مورد بازنگری قرار می‌دهند و تلاش می‌کنند تا استانداردهای جدید و به روز را تصویب کنند. دبیرخانه مرکزی ایزو، مسئولیت دبیرخانه فنی بسته‌بندی را از بین ۴ کشور در سال ۲۰۰۶ به طور مشترک به ایران و ژاپن واگذار کرد. از ایران منیژه عبدی به عنوان دبیر کمیته فنی بسته‌بندی TC122 انتخاب شد به همین دلیل ما برای اطلاع یافتن از چگونگی فعالیت این کمیته، گفت و گویی را با وی انجام داده‌ایم که در پی می‌آید.

● در حال حاضر چه تعداد استاندارد بین‌المللی ISO جهت بسته‌بندی در دنیا تدوین شده، در صورت اطلاع در مورد جدیدترین استانداردها توضیح دهید؟

در حال حاضر ۵۹ استاندارد بین‌المللی در رابطه با بسته‌بندی منتشر شده است که در تدوین آن ۲۷ کشور از اعضای فعال کمیته فنی بسته‌بندی ISO/tc122 شامل کشورهای استرالیا، بلژیک، کانادا، چین، چک اسلواکی، دانمارک، آلمان، هند، ایتالیا، اردن، کنیا، کره، مالزی، هلند، فیلیپین، لهستان، فدراسیون روسیه، صربستان، آفریقای جنوبی، اسپانیا، سوئد، تایلند، ترکیه، آمریکا، انگلیس، ایران و ژاپن شرکت داشته‌اند و ۴۳ کشور از اعضای ناظر کمیته فنی فوق بر تدوین استانداردها نظارت کردند.

استانداردهای بین‌المللی ISO هر ۵ سال یک بار (بنا به ضرورت مثل جایگزینی تکنولوژی‌های جدید می‌تواند در طول یک سال نیز مورد بازنگری قرار گیرد) بازنگری می‌شود



سازمانهای مرتبط:

AISE: international Association of the seap, Detergent and maintenance Products industry
 APF: Asian packaging Fedration
 CEPI: Confedration of European Paper industries
 EC: European Commision
 EPIC: European Packaging institute consortium
 ESBO: EuroPean solid Board organisation
 EUROSAC: European Federation of multiwall Paper sacks manufactures.
 FAO: Food and agricaltare organization of the united Nations.
 FEFCO: European Federation of corrugated Board Manufactourers.
 FEFPEB: European Fedration of wooden Pallet and Packaging Manufacturers.

GS1: GS1
 ICB: international Container Bureau
 ICHCA: ICHCA international Ltd.
 ICPP: international Confedration of Plastics Packaging Manufacturers.
 ICS: International Chamber of shipping
 IMO: International Maritime organization
 IUMI: International Union of Marine Insurance
 OECD: Organisation for Economic Co-Operation and Development
 SEFEL: European secretariat of Manufacturers of Light Metal Packaging.
 UIC: International union of Railways.
 UN: United Nations
 UNECE: united Nations Economic Commision for Europe
 UPU: Universal Postal Union
 WCO: world Customs organization
 WPO: world packaging organization

کمیته‌های بین‌المللی مرتبط:

ISO Committes in Liaison:
 ISO tc 6: Paper, board and Pulps
 ISO tc 51: Pallets for unit Load method of materials handling
 ISO tc 52: Light gauge metal containers
 ISO tc 63: Glass Containers.
 ISO tc 104: Freight Containers.
 ISO tc 110: Industrial trucks.
 ISO tc 198: Sterilization of health care products

ISO-TC122

از پروژه‌های در دست کمیته فنی بسته‌بندی می‌توان به پروژه

ISO/ AWI 11156
 Guid elines for all People including elderly Persons and Persons with disabilities Packaging and Neceptacles

اشاره کرد، لازم به ذکر است هم‌اکنون این کمیته علاوه بر پروژه فوق ۶ پروژه دیگر در دستور کار دارد.

• ترکیب دقیق اعضای کمیته **TC122** را توضیح دهید؟

کمیته فنی بسته‌بندی مشتمل بر ۷۰ کشور عضو فعال و ناظر، ۷ کمیته فنی بین‌المللی (پیوست ۲) و ۲۵ سازمان، انجمن و ... (پیوست ۱ و ۲) مرتبط می‌باشد.

دبیران، دبیرخانه کمیته‌های فنی علاوه بر آن که دارای یکسری مسئولیت‌های کاری و اجرایی در چهارچوب قوانین و مقررات ISO هستند، می‌توانند با توجه به نقشی که **nv** کمیته‌های فنی دارند، نقطه نظرهایی که در راستای منافع ملی آن کشور می‌باشد با توجه به رعایت تمامی قوانین و مقررات در تدوین، بازنگری استانداردها و حتی سیاست‌گذاری‌های کمیته‌های فنی اعمال کنند.

همکاری و همگامی صاحبان صنایع، صاحب‌نظران، پژوهشگران، اساتید دانشگاه در کمیته‌های فنی متناظر و یا جلسات مرتبط می‌تواند در این خصوص مثمرتر باشد. از اهداف آتی کمیته فنی بسته‌بندی در ایران تشکیل انجمن صنفی بسته‌بندی می‌باشد.

بنابراین علاقمندان می‌توانند نقطه نظرات خود را به آدرس اینترنتی این دبیرخانه TC122ISIRI@yahoo.com ارسال کنند.

دبیرخانه مرکزی ایزو، مسئولیت دبیرخانه فنی بسته‌بندی را از بین ۴ کشور داوطلب ایران، آمریکا، ترکیه و ژاپن در سپتامبر سال ۲۰۰۶ به طور مشترک به ایران به دبیری اینجانب و ژاپن به دبیری آقای ساکایی واگذار کرد.

دبیرخانه هر کمیته فنی علاوه بر آن که یک عضو فعال در مشارکت برای تدوین استانداردهای ISO محسوب می‌شوند مسئول هماهنگی، اداره، اطلاع‌رسانی، تنظیم برنامه‌ها، نظارت، گزارش‌دهی، تهیه صورت جلسات اجلاس‌های بین‌المللی، تعیین مکان و زمان اجلاس‌های بعدی، نظارت مستقیم بر کمیته‌های فنی و فرعی و ... است.

بنابراین دبیران به طور روزمره و دائمی با سازمان بین‌المللی ISO در ارتباط و تعامل می‌باشند.

گروه‌های کاری کمیته‌های فنی و فرعی بسته‌بندی شامل:

- Committee tc122 Packaging**
- 1- WG4 bar code symbols and unit Loads and transport Packages
 - 2- WG5 terminology and Vocabalary
 - 3- WG6 Steel drums - characteristics and dimensions.
 - 4- WG7 Lincan box code and two dimensional symbols on Product
 - 5- WG8 Plastic drums

- Subcommittee: tc122/sc3**
- SC3 / WG3 child resistant containers
 - SC3/WG5 stability testing
 - SC3/WG7 Random Vibration test
 - SC3/WG8 Transport Packages for dangerous good
 - SC3/WG9 Electrostatic Properties of FIBCS
 - SC3/WG10 Performance test schedule



رعایت نکردن بهداشت به چه قیمتی؟

مهندس فاطمه صولت



مطرح کردن مساله هزینه، تنها سرپوش گذاشتن بر عدم توان مقابله با اینرسی، از جنس سکون یا از جنس جنبشی آن، است؟! باید مساله اینرسی را کمی بیشتر توضیح دهم تا نقطه نظرم روشن تر شود. در علم فیزیک مساله اینرسی به این شکل مطرح می‌شود: ماده تمایل دارد در صورتی که بدان نیرویی وارد نشود، اگر در حال حرکت است به حرکت خود در همان جهت و با همان سرعت ادامه دهد که بدان اینرسی جنبشی می‌گویند، و اگر در حال سکون است در همان حالت سکون باقی بماند که بدان اینرسی سکون می‌گویند.

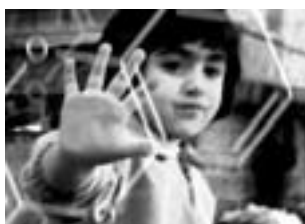
غلبه بر اینرسی مستلزم صرف انرژی است. به نظر می‌رسد این مساله اینرسی (مانند بسیاری قوانین فیزیکی دیگر) در مورد انسان‌ها هم شدیداً صدق می‌کند، ولی بر روی آن اسامی دیگری از قبیل عادت، عرف، رسم، سنت... گذاشته‌اند! با این تعبیر و در ارتباط با بحث اصلی منظور این است که بسیاری موارد اگر بحث هزینه اضافی مطرح می‌شود، اگر دقیق بررسی کنیم متوجه می‌شویم که مساله اصلی، هزینه نبوده است. چرا که اگر چنین بود بسیاری از ولیخرجی‌های بی‌مورد صورت نمی‌گرفت. بلکه مساله اصلی همان اینرسی پر قدرت است که غلبه بر آن مستلزم صرف انرژی است. یعنی اکثراً ترجیح می‌دهند دستی به سیستم فعلی خود نزنند و کارها را به همان صورتی که هست ادامه دهند. جالب است که در بیشتر موارد به نظر می‌رسد هر قدر دانش و تحصیلات افراد بیشتر می‌شود، تاثیر مثبت بر کمتر شدن نیروی اینرسی نداشته و بلکه مقاومت‌ها بیشتر می‌شود! تصور می‌کنم تحصیلات و آموزش‌های کلاسیک نمی‌تواند بر این نوع اینرسی غلبه کند و باید آموزش‌هایی از نوع دیگری مطرح شود.

کسانی که با پیاده کردن سیستم‌های جدید مدیریت سروکار داشته‌اند، احتمالاً با من هم نظر هستند که قبول‌اندن و رعایت یک دستورعمل



در محل تولید یا فروش آن به واحدهایی که می‌توانند استفاده بهتر و مقرون به صرفه تری از آن کنند، عدم توجه به مساله مهم مهندسی مجدد که منجر به حذف کارهای تکراری یا منسوخ و بهبود سیستم کار و بالا رفتن بهره‌وری و در نتیجه افزایش سود بدون نیاز به سرمایه‌گذاری خواهد شد و بسیاری مسایل دیگر، به نظر می‌رسد بحث توجیه یک هزینه و استفاده از عدد و رقم، خیلی مطرح نیست. این مسایل در جایی قابل طرح است که ابتدا سیستم جاری واحد تولیدی بهینه شده باشد. به سخن دیگر اگر واقعا برای یک تولید کننده، پرداخت یک هزینه مشخص جای بحث داشته باشد، باید دید در سیستم جاری تحت مدیریت آن تولید کننده، مساله هزینه در عمل چقدر مهم بوده است.

آیا واقعا در نقطه بهینه حرکت می‌کند و یا



آیا استفاده از مستریج فودگرید باعث بالا رفتن هزینه‌ها خواهد شد؟

مسئله در نظر گرفتن بار مالی هر تولید از مسایلی است که هر تولید کننده‌ای در وهله اول باید در نظر بگیرد. اما آیا برای همه تولیدکنندگان، مانع اصلی رعایت مسایل بهداشتی، عدم توان پرداخت هزینه‌های مربوطه است؟

از بحث بهینه کردن هزینه‌ها و حذف یا صرفه جویی در هزینه‌های غیر ضروری می‌گذرم، چرا که به اعتقاد من که مبتنی بر چندین سال تجربه کار در واحدهای مختلف تولیدی است، اغلب واحدهای تولیدی در نقطه بهینه حرکت نمی‌کنند ما به طور سنتی عادت به دست و دل‌بازی داریم و به این ویژگی خود می‌بالیم. به همین دلیل جلوی بسیاری از هدر رفتن‌ها را نمی‌گیریم و اصولاً به آن حساس نیستیم.

به ویژه در زمینه انرژی در اشکال مختلف آن شامل برق و سوخت اصلاً حساسیتی نداریم. یک علت مهم نپرداختن به انرژی خورشیدی رایگان و نامحدود در کشور ما و کلنجار رفتن با دنیا بر سر انرژی گران قیمت نفت، برق و اخیراً هم اتم از همین ویژگی فرهنگی ما نشأت می‌گیرد. رعایت مسایل انرژی در خانه‌های ما به خوبی نمایان گر نتیجه نگرش ما به اقتصاد خانه است؛ گرم کردن خانه در زمستان در حدی که همه ساکنین مجبورند لباس‌های خود را کم کنند، عدم عایق بندی مناسب حرارتی خانه‌ها، مسیر کولرها و نمونه‌هایی بسیار واضح از رفتار روزمره ماست. همین رفتار در محیط‌های کار هم تکرار می‌شود. با توجه به هزینه‌های بی‌شمار قابل صرفه جویی که در واحدهای تولیدی وجود دارد؛ از قبیل مصرف انرژی اضافی و بدون برنامه ریزی به صورت روشنایی‌های بی‌مصرف یا ماشین آلات تولیدی که به درستی و به موقع گرم و استفاده نمی‌شوند، ضایعات تولید قابل اجتناب، عدم استفاده بهینه از بازیافت ضایعات

۱۴۰۰ ریال: ۴۵۹ عدد = ۳۰.۵ عدد/ریال
یعنی با پرداخت حداکثر ۳۰.۵ ریال اضافه‌تر می‌توان از بهداشتی بودن تولید خود اطمینان داشت. پرداخت ۳۰.۵ ریال اضافه به ازای هر عدد ظرف تولیدی چه جایی را در فهرست هزینه‌های یک واحد تولیدی دارد

اگر یک گام هم فراتر بگذارم باید هزینه درمان احتمالی بعدی را هم در محاسبات وارد کنم؛ یعنی اگر بحث مقایسه هزینه‌ها مطرح شود، باید این هزینه اضافه را با هزینه‌های دوا و درمانی که در صورت عدم استفاده از مستریج فودگرید پیش خواهد آمد، مقایسه کنیم. ولی این کار چون بسیار سخت است و احتیاج به آمارهای غیر قابل دسترسی دارد، و درضمن هر تولیدکننده‌ای تصور می‌کند که حتما بیماری به سراغ خود او و خانواده‌اش نخواهد رفت، از این کار دشوار صرف نظر می‌کنم و امیدوارم که استدلالم کافی بوده باشد.

اینها عدد و رقمی است که من در دست داشتم. آیا واقعا بحث بر سر هزینه اضافی؟ است یا قضیه همان اینرسی سخت جان است که لازم است فکر جدی برای آن کرد؟



بنابراین بررسی را به طیف رنگ‌های قرمز و زرد منحصر کرده ایم. با توجه به اینکه مصرف معمولی مستریج رنگ برای یک ظرف معمولی از جنس پلی اتیلن یا پلی پروپیلن یا پلی استایرن، حدود ۱٪ است، هر کیلو مستریج برای تولید ۱۰۰ کیلو مواد کافی است. بنابراین با در نظر گرفتن ۲۲۰ گرم که وزن بزرگترین قوطی بسته بندی یا قوطی شربت است، با استفاده از مجموع ۱۰۱ کیلو مواد و مستریج، ۴۵۹ عدد قوطی تولید خواهد شد. اگر اختلاف قیمت مستریج معمولی و فودگرید را بر ۴۵۹ تقسیم کنیم، عدد ۳۰.۵ ریال به ازای هر قوطی به دست می‌آید.
۱۰۱ کیلو: ۰.۲۲ کیلو = ۴۵۹ عدد قوطی

جدید و شیوه نو به یک کارگر تولیدی، ساده‌تر از قبولانندن و رعایت آن به وسیله یک مدیر یا مسوول است. از این مباحث استفاده کردم تا نقطه نظرم را روشن کنم: مدتی است مستریج‌های قابل مصرف در بسته بندی مواد غذایی، یا به اصطلاح فودگرید، مطرح شده است ولی بسیاری تولید کنندگان تا جایی که بتوانند از چشم مسوولین کنترل کننده و صد البته مشتریان هوشیار، پنهان کنند، ظاهرا به بهانه هزینه اضافی از مصرف مستریج فودگرید طفره می‌روند. اما ببینیم که تولید کننده‌ای که در نقطه بهینه خود قرار دارد، واقعا چه هزینه ای را بابت مصرف مستریج بهداشتی گرید مواد غذایی باید پردازد؟ یا به عبارت دیگر تولید کننده‌ای که این هزینه رانمی پردازد، به چه قیمتی سلامتی خود و خانواده خود و دیگران را به خطر می‌اندازد. در حال حاضر اختلاف قیمت مستریج رنگ معمولی و فودگرید (هر دو تولید داخلی)، حداکثر ۱۴۰۰۰ ریال است که بستگی به نوع رنگ دارد؛ گرانترین مستریج‌های رنگی، طیف مستریج‌های قرمز و زرد هستند. مستریج‌های سبز و آبی به طور معمول زیاد گران نیستند.



نماینده انحصاری ولکه آلمان
تحت لیسانس پلیکان



ارائه انحصاری دستگا های کد زن (جت پرینتر)
ساخت کشور آلمان با کیفیت فوق العاده
و گارانتی ایران ولکه



جوهر جت پرینتر
مخصوص تمامی دستگاه ها

ایران ولکه جهت تضمین کیفیت جوهرهای خود، دستگاههای جت پرینتر شما را از هر نوع که باشند، گارانتی نموده و قطعات و خدمات مورد نیاز را تا ابد می‌نماید.

WWW.WOLKE.IR

تلفن: ۳-۴۴۰۰۶۹۰۱



اهمیت و نقش بسته‌بندی میوه‌جات و سبزیجات در حفظ کیفیت محصول

محمد شریفی
مسئول صادرات و واردات استاندارد ایلام

مقدمه:

در ایران هر ساله با توجه به تنوع شرایط آب و هوایی و خاکی انواع مختلفی از سبزی‌ها و میوه‌ها به عمل می‌آیند که از نقطه نظر طعم و مزه در دنیا بی نظیر می‌باشند ولی متأسفانه به دلیل عدم دقت در موقع مناسب برداشت محصول و بسته‌بندی، صحیح به کیفیت محصول، آسیب زیادی وارد شده. بنابراین نامناسب بودن کیفیت ظاهری محصولات بسته بندی شده سبب می‌شود که نتواند به خوبی در بازارهای جهانی رقابت کرده و از ارزآوری کافی برخوردار باشد. حال با توجه به اینکه در سالهای اخیر توجه به صادرات میوه و سبزی زیادتر شده و نیاز آینده کشور و تأکید مسئولان مملکتی به رشد صادرات غیر نفتی (که بیشتر محصولات کشاورزی را شامل می‌شود) فزونی یافته پس ضرورت دارد تا به امر کنترل کیفیت میوه‌ها و سبزی‌های صادراتی از نقطه نظر مرغوبیت محصول، کیفیت بسته بندی و استفاده از مواد مناسب برای بسته بندی نهایت دقت و توجه به عمل بیاوریم تا محصولات مرغوب تولیدی ایران بتواند در بین محصولات تولیدی کشورهای رقیب جایگاه مناسبی خوبی برای خود باز کرده و از ارز آوری کافی برخوردار باشد.

نقش بسته بندی در حفظ و ماندگاری:

با استفاده از یک مانع فیزیکی در اطراف محصول، می‌توان راه خروج رطوبت را مسدود و از تبخیر آب محصول جلوگیری کرد. این روش ساده می‌تواند با بستن محصول در یک ورقه غیر قابل نفوذ نسبت به آب، یا گذاشتن آن در کارتن یا جعبه انجام گیرد. چیدن سبزیها و میوه‌ها در جعبه یا کارتن در کنار هم، راه نفوذ و جریان هوا را در بین آنها مسدود می‌کند و بدین وسیله سرعت تبخیر کاهش می‌یابد. بسته بندی محصول، حتی در یک کیسه توری، از تماس هوا با سطوح به هم چسبیده جلوگیری کرده، مانع تبخیر می‌شود. تأثیر بسته بندی در کنترل تبخیر بستگی به نفوذ پذیری بسته نسبت به رطوبت دارد. موادی که برای بسته بندی محصولات کشاورزی بکار می‌رود، تا حدی نسبت به بخار آب نفوذپذیرند. قابلیت نفوذ کیسه های پلی اتیلنی کمتر از کاغذ و مقواست. این کیسه ها برای بسته بندی تره بار و سیله مناسبی هستند. کاغذ و مقوا با وجود نفوذپذیری زیاد، در کاهش تبخیر مؤثرند. باید دانست که بسته بندی از جریان هوا در اطراف محصول جلوگیری کرده، مانع انتقال حرارت و خنک شدن آن می‌شود. توان جذب رطوبت الیاف توسط الیاف و نسوج طبیعی مانند: کاغذ و مقوا و چوب، نکته مهمی در بسته بندی محصولات کشاورزی است. این مواد رطوبت زیادی جذب می‌کنند، ولی ممکن است خیس به نظر نرسند. معمولاً هنگام بسته بندی، اختلاف فشار زیادی بین محصول و این مواد وجود دارد که باعث تبخیر آب از محصول و جذب آن در کارتن یا جعبه می‌شود. یک جعبه چوبی خشک به وزن ۴ کیلو گرم که در آن سیب یا گلابی بسته بندی شده است، در دمای صفر درجه حدود ۵۰۰ گرم از محصول را جذب می‌کند.

برای جلوگیری از این امر که باعث کاهش وزن محصول می‌شود، بهتر است جعبه‌ها را قبل از پر کردن در محیط مرطوب بگذارند تا از رطوبت اشباع شوند. اما این اقدام از نظر تجارتي عملی نیست. روش دیگر، پوشاندن جعبه‌ها و کارتنها با مواد ضد آب، مثل پارافین، موم و رزینها می‌باشد. این روش نیز باعث افزایش قیمت جعبه‌ها و کارتنها می‌شود.

برای تبادل گازها و جلوگیری از انباشته شدن دی اکسید کربن در داخل بسته، باید جعبه یا کیسه پلاستیکی دارای سوراخهایی باشد، و گرنه جمع شدن دی اکسید کربن و کاهش اکسیژن باعث تخمیر و فساد محصول می‌شود. بسته ای که حاوی یک کیلو گرم اسفناج یا محصولی مشابه است، برای تهویه باید حدود ۱۲ سوراخ به قطر ۶ میلی متر داشته باشد. نکته مهم در کیسه های پلاستیکی، نوسانات دمای محیط یا سرد خانه است. ورقه های نازک پلاستیکی مانع خوبی در برابر خروج رطوبت هستند، ولی اگر دمای محیط کاهش یابد، چون پلاستیک زودتر از محصول سرد می‌شود، مقداری از رطوبت را روی سطح داخلی خود کندانسته جذب می‌کند. ادامه این امر یعنی نوسانات دمایی، به پژمردگی محصول منجر می‌شود.



فیلمها و پوششهای خوراکی، دسته ای از مواد بسته بندی را شامل می‌شوند و در حقیقت لایه های نازکی از مواد می‌باشند که می‌توانند توسط مصرف کننده خورده شوند و سبب به تأخیر انداختن تبادل، تعادل رطوبت و انتقال گازهای تنفسی، چربی، روغن و مواد حل شده، شوند همچنین می‌تواند موجبات بهبود خواص مکانیکی و جابجائی، حفظ ترکیبات معطر فرار و حمل افزودنیهای خوراکی را فراهم آورند. ایده این کاربرد از پوشش محافظ طبیعی برخی مواد غذایی مانند پوست میوه‌ها و سبزی‌ها سرچشمه می‌گیرد. از قرن‌ها پیش موم برای پوشش دادن سطح پرتغال و لیمو جهت به

تأخیر انداختن پلاستیدگی استفاده می شده است.

بسته بندی محصول و طرز چیدن جعبه ها

نوع بسته بندی و طرز چیدن جعبه ها و کارتنها در سالن سرخانه، نقش مهمی در خنک کردن محصول دارد. اگر در بین جعبه ها و صندوقها فاصله کافی برای گردش هوا نباشد، عمل سرد کردن به کندی انجام خواهد شد. در این وضع محصول ممکن است برای مدت چندین روز یا هفته، در دمای بالاتر از آنچه دماسنج سالن نشان می دهد، باقی بماند.

پیش بینی فضای خالی بین پالتها و صندوقها، برای کاهش پایداری در برابر گردش هوا لازم است. اگر فاصله بین ردیفها، ستونها و طبقاتی که جعبه

ها چیده می شوند،

در یک جا زیاد و در

جای دیگر کم باشد

جریان هوا به فضای

باز کشیده می شود و

گردش آن در

فضاهای تنگ

محدود می شود. اگر

مسیر بن بست یا

فضای مرده ای در بین جعبه ها وجود داشته باشد، به علت راکد ماندن هوا

و کندی انتقال حرارت، دمای آن نقطه بالا می رود. از سوی دیگر، وجود

راهروهای وسیع بین جعبه ها و پالتها نیز نامطلوب است. در این راهروها

مقاومتی برای گردش هوا وجود ندارد و بخش عمده هوای سرد بدون اینکه با

محصول تماس پیدا کند به آسانی از این مسیر می گذرد. معمولاً قاعده ای



برای فاصله بین ردیفها وجود ندارد؛ زیرا محصول و همچنین بسته بندی آن متنوع است.

اگر در یک سالن، همیشه یک نوع محصول با بسته بندی معین انبار می شود، می توان با خط کشی کف سالن، کار چیدن جعبه ها را آسان و فاصله بین آنها را مشخص کرد. به عنوان مثال برای جعبه های سیب و پرتغال، فاصله ۵ تا ۷ سانتی متری بین هر ردیف فاصله مناسبی است. خط کشی بین ردیفها و فضای باز بین آنها باید در جهت جریان هوا باشد تا بتواند وارد این فضا شود و با محصول تماس پیدا کند. این فاصله بین ردیفها و دیوارها باید بین ۱۰ تا ۲۰ سانتی متر باشد تا هوا بتواند به تمام طبقات برسد. بین کف سالن و جعبه ها نیز باید فاصله کافی در نظر گرفت. جعبه های ردیفهای بالا، باید پایین تر از دستگاه توزیع هوا قرار گیرند تا جلو گردش هوا را در قسمت بالای سالن مسدود نکنند.

مشکل تماس هوای سرد با محصول، در پالت های پر شده از جعبه ها و کارتنها نیز وجود دارد. این پالتها، جعبه ها و کارتنها باید طوری چیده شوند تا مانعی در برابر تماس هوا با بعضی سطوح آنها به وجود نیاید. بدنه جعبه ها گاهی دارای شکافها و روزنه های برای ورود هوا به داخل بسته و تماس با محصول هستند. در جعبه های فاقد این روزنه ها هوای سرد وارد نمی شود. بنابراین، محصول داخل این جعبه ها به کندی سرد شده غالباً گرم تر از هوای مجاور باقی می ماند.

فهرست منابع:

۱- وزارت کشاورزی و انجمن متخصصان علوم و صنایع غذایی ایران هشتمین کنگره ملی

صنایع غذایی ایران (بسته بندی مواد غذایی) ۸

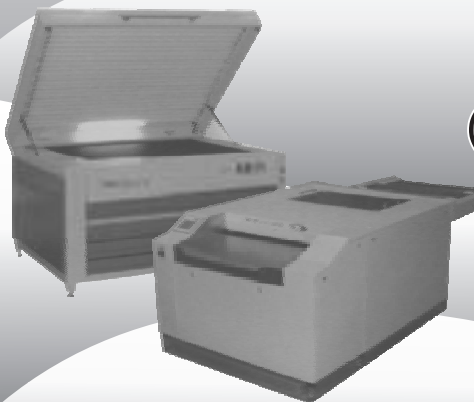
۲- میدانی، جواد - فیزیولوژی پس از برداشت - نشر آموزش کشاورزی - ۱۳۷۶

نامی پلیمر

NAMIPOLYMER

تجهیزات چاپ فلکسو و هلیو

- فروش انواع ژلاتین خام (Photopolymer Plate)
- (DUPONT - BASF - OHKA - MACDREMID)
- سازنده انواع کلیشه های ژلاتینی در ضخامتهای مختلف
- (1.14 - 2.54 - 2.84 - 4.7 - 5.5)
- سازنده ماشین آلات کلیشه سازی و مهر سازی
- فروش انواع چسب دو طرفه (پایه tesa) آلمان
- فروش انواع حلال چاپ (فلکسو ، هلیو و افست)



تلفکس : ۷۷۶۴۵۴۳۳-۷۷۵۲۶۲۵۲-۷۷۵۰۰۶۱۷-۷۷۵ همراه: ۰۹۱۲۱۴۰۴۵۵۷-۰۹۱۲۱۲۵۶۳۶۰-۰۹۱۲۱۷۸۵۳۷۰

Email: namipolymer_nami@hotmail.com

شیشه

طبیعی ترین و سالم ترین بسته بندی

گفت و گو با سعید صنعتی، مدیرعامل کارخانجات شیشه دارویی رازی (سهامی عام) - بخش نخست

شیشه سازی به سرعت دستخوش تغییرات شد. دومین مرحله کلیدی در صنعت شیشه با پیدایش شیشه شفاف در دوران رومی ها آغاز شد. تاریخچه اولین مصنوعات شیشه ای شفاف به قرن اول میلادی باز می گردد. قرون اول تا چهارم میلادی را سالهای طلایی شیشه می نامند زیرا که کمیت و کیفیت و تنوع مصنوعات شیشه ای چشمگیر بود. صنعت شیشه سازی را ناجی امپراطوری رم از زوال نیز می دانند، چنانکه در بیزانس^۳ مصنوعات شیشه ای بسیاری هر چند برخی نازل و نامرغوب ساخته می شد. در دوران قرون وسطی بهترین مصنوعات شیشه ای در سرزمینهای اسلامی ساخته می شد. در غرب، اوایل قرن شانزدهم، شهر ونیز بعنوان مرکزی مهم برای صنعت شیشه سازی سربرآورد و قرن های متمادی بعنوان مهمترین مرکز صنعت شیشه ای دنیا باقی ماند.

● ساختار و خواص شیشه چیست؟

شیشه از سه عنصر اصلی تشکیل شده که عبارتند از سیلیس، کربنات سدیم و آهک. این مواد تا ۱۵۰۰ درجه سانتیگراد حرارت داده شده و ذوب می شوند. گازها و میعانات زائد آزاد شده، در طی فرآیند تولید شیشه، کاملاً خارج و صاف می شوند.

شیشه سفت و محکم است و در اثر برخورد با سطوح سخت، شکننده است، ولی با این وجود در مباحث علم شیمی به عنوان یک سیال شناخته می شود. از این رو جای بسی شگفتی است که بسیاری از ظروف شیشه ای که برای نگهداری مایعات ساخته شده اند در واقع خود به گونه ای همونوع مایعات درونشان هستند.

شیشه هنگامی واجد خواص اصلی فوق می شود که سرد باشد اما اگر حرارت داده شود خواص آن بکلی تغییر می کند، شروع به نرم شدن می کند تا جایی که حالت می پذیرد و اگر به حد کافی حرارت داده شود همچون آب فوران می کند.

در مقایسه با فلز، هرچند شیشه دارای خصوصیات منحصر بفردی است، که وجه مشترکی با فلزات ندارد، اما خواصی فلزگونه نیز دارد که مهمترین این خواص نقطه مفتول پذیری می باشد (صرفنظر از نقطه

با وجود پیشرفت در تولید و تنوع انواع بسته بندی ها برای مواد غذایی، دارویی و ... و متعاقب آن ماشین آلات مدرن و به روز دنیا بسته بندی هایی وجود دارد که علی رغم تولید آسان، طبیعی و سالم بودن بهترین بسته بندی برای خوردنی ها و آشامیدنی ها به شمار می روند.

شیشه یکی از این موارد است که دارای خصوصیات منحصر به فردی بوده و تنها ماده بسته بندی است که توسط اداره غذا و داروی ایالات متحده به طور کلی بی خطر (GRAS) شناخته شده ولی متأسفانه امروزه بنا به دلایلی استفاده از بسته بندی های دیگری مثل PET و ... در مواد غذایی روبه گسترش گذاشته و به همراه آن مخاطراتی را برای مصرف کنندگان به همراه داشته است شاید یکی از دلایل این امر، اطلاع نداشتن تولیدکنندگان و دست اندرکاران صنایع بسته بندی از اثرات مثبت و غیر قابل انکار شیشه است. به همین دلیل برای دریافت اطلاعات جامع و کامل به سراغ یکی از پیشکسوتان در این زمینه، دکتر سعید صنعتی مدیرعامل شرکت کارخانجات تولیدی شیشه دارویی رازی (سهامی عام) رفته و گفت و گویی را با وی به طور مفصل انجام داده ایم که بخش نخست آن را در این شماره می خوانید:

● مختصری در مورد تاریخچه کشف شیشه (داستان شیشه) برای خوانندگان توضیح دهید.

چند ملاح فینیقی که در سواحل دریای اژه اردو زده بودند با چیدن چند تکه سنگ سودا (کربنات سدیم) آتشی بر افروختند. آن روز اگر آنها از سنگهای معمولی برای برپا کردن آتش استفاده می کردند شاید هرگز شیشه کشف نمی شد یا چیزی شبیه به این! این قصه جالب را در آثار پلینی^۱ می توان مطالعه کرد.

کشفیات اخیر باستان شناسی حاکی از آن است که اولین دست ساخته های شیشه ای عمدتاً ظروفی تیره، مات و یا نیمه مات بودند که در هزاره سوم قبل از میلاد و یا اوایل هزاره دوم قبل از میلاد در ناحیه بین النهرین مورد استفاده قرار می گرفتند.

مهمترین گام برای پیشرفت (صنعت) شیشه در قرن اول قبل از میلاد با پیدایش "تی چه شیشه گری"^۲ برداشته شد. پس از آن بود که (صنعت)



شیشه ۱۰۰٪ قابلیت استفاده مجدد دارد. شیشه‌های قدیمی را می‌توان به دفعات نامحدود مورد استفاده مجدد قرار داد بدون آنکه کیفیت آنها کاهش یابد و همچنین می‌توان از آنها برای تولید ظروف جدید استفاده کرد.

● ماندگاری شیشه تا چه حد است؟

شیشه از هر نظر در طول چرخه حیات برای افراد و جوامع سودمند، بی‌ضرر، سالم و بهداشتی است. از موادی ساخته شده که در هر حالت ممکن تا انتها بی‌خطر و سالمند، از این رو شیشه در طول بیش از ۳۰۰۰ سال تاریخ تجربه بشر، بسته بندی مطمئنی بوده است. شیشه تنها ماده بسته‌بندی است که توسط اداره غذا و داروی ایالات متحده بطور کلی بی‌خطر (GRAS)^۲ شناخته شده است.

از طرفی شیشه تنها فرآورده‌ای است که به راستی "مرگ ندارد" و به دفعات بی‌پایان قابل بازیافت می‌باشد. وقتی شیشه جداسازی شود، به آسانی و به راحتی هر چه تمام‌تر قابل فرآوری و بازیافت خواهد بود. حتی هنگامی که بارها و بارها در چرخه بازیافت قرار گیرد چیزی از کیفیت، خلوص و شفافیت شیشه کاسته نمی‌شود.

بطری‌های شیشه‌ای کهنه را میتوان برای چندین بار متوالی مورد استفاده قرار داد و از آنها بطری نو ساخت. به عنوان مثال یک بطری شیشه‌ای می‌تواند تنها طی ۳۰ روز از سطل زباله کنار جدول خیابان به زنجیره بازیافت منتقل، دوباره به بطری نو تبدیل و به قفسه‌های فروشگاه‌ها برود.

● چرا بسیاری از تولیدکنندگان خارجی از ظروف شیشه‌ای برای بسته‌بندی محصولاتشان استفاده می‌کنند؟

بر پایه مطالعاتی که انجام شده است، بالغ بر ۸۰٪ محصولات بدون همراهی هرگونه تبلیغاتی روی قفسه مغازه‌ها چیده می‌شوند. سایر محصولات که شاید از حمایت تبلیغاتی شرکت‌های بزرگ بهره‌مند و برخوردارند هم در فروشگاه‌ها جایی که مشتری می‌خواهد تصمیم بگیرد و انتخاب کند که چه بخرد یا نخرد، باید برای جلب توجه مشتریان رقابت کنند و بجنگند. اینجاست که در بیشتر از ۸۰٪ موارد، مسائل احساسی بر تصمیم خریداران اثر می‌گذارد. هر چند که در گذشته هم بسته‌بندی بعنوان یک عامل مؤثر در بازاریابی محصولات مد نظر بوده است اما امروزه با سخت‌تر شدن مداوم عرصه رقابت، شرایط در حال تغییر است. شیشه به دلیل امکان محافظت بهتر از محصولات، گوی رقابت را از سایر انواع مواد بسته‌بندی ربوده و پیروز میدان است. غالب مصرف‌کنندگان شیشه را ایمن، طبیعی، سالم و بهترین بسته‌بندی برای خوردنیها و آشامیدنیها می‌دانند.

ذوب). همچنان‌که شیشه حرارت می‌بیند به مایع نزدیک‌تر، روان و سیال شده و جهت فرم‌دهی و قالب ریزی برای مصارف گوناگون ایده‌آل می‌شود. شیشه به عنوان یک ظرف عمدتاً در صنایع غذایی منجمده صنعت نوشابه‌سازی بکار می‌رود. گرچه در داروسازی و بسته‌بندی محصولات شیمیایی نیز کاربرد فراوانی دارد. حتی با وجود فشار و رقابت سنگین که به وضوح در خصوص نوشابه‌های غیر الکلی دیده می‌شود، شیشه از جایگاه قابل توجهی نزد مشتریان برخوردار است. بویژه در مورد ماء‌الشعیر و بسیاری از ترشی‌ها، کمپوت‌ها و مرباها بسته‌بندی شیشه‌ای از جایگاه مهمی برخوردار است.

● چرا شیشه؟

شیشه یعنی سلامت ...
 زیرا شیشه با محتویات درون خود واکنش انجام نداده و خواص طبیعی آنها را حفظ می‌کند.
 شیشه یعنی تازگی و طراوت ...
 زیرا طعم و بوی مواد غذایی نگهداری شده در ظروف شیشه‌ای مدتها باقی می‌ماند.
 شیشه یعنی شفافیت ...
 زیرا شیشه تنها ماده‌ای است که به وضوح محتویات درون خود را نمایش می‌دهد.

و از همه مهمتر، شیشه دوست طبیعت است...

زیرا قابل بازیافت است.

شیشه برخاسته از دل طبیعت است. از مواد خامی تشکیل یافته که کم و بیش در طبیعت فراوانند، مثلاً سیلیس، سنگ‌آهک، دولومیت، فلدسپات، یاکربنات سدیم و قسمت قابل توجهی هم خرده شیشه. شیشه کاملاً بی‌زیان است. با محتویات درون خود واکنش نشان نداده و درون مواد دیگر نفوذ نکرده و کاملاً بهداشتی و قابل ضدعفونی شدن است.

شیشه محتویات درون خود را محافظت می‌کند. از نظر شیمیایی خنثی و پایدار است بنابراین مواد غذایی و نوشیدنیها در شیشه به مدت طولانی‌تر سالم باقی می‌مانند. این خاصیت به ویژه در مورد شیشه‌های رنگی صدق می‌کند.

شیشه جذاب است. محصولات (بسته‌بندی شده) درون ظروف شیشه‌ای طبیعی، سالم و با کیفیت‌تر به نظر می‌رسند. امکان رنگ‌بندی و نیز قالب‌ریزی شیشه به اشکال مختلف به محصولات اصالت می‌بخشد.



تولیدکنندگان هم مزیت‌های دیگری را برای شیشه قائل هستند، زیرا که می‌تواند به روش‌های مختلف شکل، رنگ و فرم بپذیرد. طرح برجسته یا برجسب داشته باشد و یا با صفحات نازک فلزی روکش شود. در هر حال شیشه سالم، پاکیزه و خالص باقی می‌ماند.

● چرا شیشه به عنوان ظرف بسته‌بندی بعضی از انواع مواد غذایی و برخی از نوشیدنی‌ها بی‌رقیب است؟

الکل سخت، ماء‌الشعیر، نوشابه‌های الکلی، و سایر انواع فرآورده‌های کنسرو شده از قبیل مرباها، ژله‌ها و ترشی‌ها، اینها در بازارهای جهانی غالباً فقط در بسته‌بندی شیشه‌ای عرضه می‌شوند. دلیل آنرا می‌توان در ویژگی‌های شیشه یافت: از نظر شیمیایی پایدار است، طعم محتویات خود را حفظ می‌کند و به هیچ وجه بر آنها (محتویات درون شیشه) اثر نمی‌گذارد. ظروف شیشه‌ای رنگی هم در مقابل نور از آنها محافظت بعمل می‌آورند. تقاضای ظروف شیشه‌ای در مناطقی که در زمینه تولید مواد غذایی طبیعی، مرغوب و سالم فعالند رو به افزایش است که شامل بسته‌بندی غذای کودکان و نوزادان هم می‌شود. افزایش درخواست ظروف شیشه‌ای در زمینه بسته‌بندی انواع فرآورده‌های قهوه، نسکافه و همچنین عسل نیز به ثبت رسیده است. فروش انواع ماء‌الشعیر و نوشابه‌های غیرالکلی بطری شده‌ی شیشه‌ای هم فزونی یافته است. دلیل آنهم روشن است؛ این یک حقیقت است که مصرف‌کنندگان همگام با تغییر شیوه‌ی زندگی و تلاش مردم برای دستیابی به زندگی سالم و طبیعی‌تر خواستار کیفیت مرغوب و مواد غذایی سالم‌تر هستند. همچنین در صنعت تغذیه (به معنای عام) به لطف رشد فرهنگ مصرف و تجمل‌گرایی در خوردن از آنجائیکه مردم شیشه را به پلاستیک ترجیح می‌دهند، نقش ظروف شیشه‌ای باز هم رو به افزایش است.

بطریهای آب آشامیدنی عمدتاً پلاستیکی هستند، اما در مورد مواد غذایی شرایط بکلی متفاوت است.

این موضوع بیشتر در ایران مشاهده می‌شود. گزارش‌ها حاکی از این است که در سالهای اخیر ما شاهد گرایش آشکار صنایع غذایی دنیا به شیشه بوده‌ایم، از آنجائیکه بالغ بر ۴۰٪ نوشیدنی‌ها از نوع غیر الکلی هستند. در مورد آب آشامیدنی (آب خوردن) و آبهای معدنی ۵۲٪ از کل فروش تولیدات (در اروپا) به بطریهای شیشه‌ای اختصاص داشته است. بر پایه تحقیقات انجام شده در سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ میزان فروش انواع نوشیدنیهای ملایم، انرژی‌زا و سایر نوشابه‌های خنک در بسته‌بندی شیشه‌ای بیش از ۲۰٪ افزایش داشته است. در مورد آبمیوه این آمار حدود دو برابر بوده است. این رویکرد بطور قطع به گرایش فزاینده مصرف‌کنندگان در مورد توجه به کیفیت

و سلامت مواد غذایی در کنار افزایش میزان عادت به خوردن، وابسته است. انجمن تولیدکنندگان نوشابه‌های غیرالکلی اروپا پیش بینی کرده است که بطور قطع صنعت تدارکات مواد غذایی رویکردی در جهت بازگشت به شیشه خواهد داشت. در اروپا در زمینه آبمیوه‌ها تقریباً یک چهارم فروش در ظروف شیشه‌ای بوده است و سایر نوشیدنیها مانند انرژی‌زاها و نوشابه‌های خنک (رفع عطش) با راندمان ۴۰٪ عملکردی بمراتب بهتر داشته‌اند.

● ظروف شیشه‌ای چه تأثیری در فروش محصولات دارد؟

(امروزه) تولیدکنندگان مواد غذایی و نوشیدنیها بیش از پیش خواهان بسته‌بندی محصولاتشان در ظروف شیشه‌ای هستند به این امید که بر ارزش محصولات خود افزوده و مشتریان بیشتری را جذب کنند. ظروف شیشه‌ای نه تنها از محصول محافظت می‌کند و به کیفیت آن مهر تأیید می‌زند بلکه اجازه می‌دهد تا محتویات واقعی درونش نیز مشاهده شود. در خصوص سایر ظروف بسته‌بندی این امکان به ندرت و بسیار اندک آنهم از زوایای خاصی میسر خواهد بود بعنوان مثال در مورد نوشیدنیها و یا انواع مواد غذایی آماده نظیر کنسرومیوه‌ها و مرباها. شیشه حتی در موارد بسیار بازگشت بالائی دارد مثلاً در مورد نوشابه‌های غیر الکلی و محصولات مخصوص قهوه.

● آیا شیشه بهترین ماده برای بسته‌بندی آبمیوه است؟

تحقیقاتی که با حمایت مالی مشترک مؤسسات صنعتی و تجاری انجام پذیرفت نشان می‌دهد که شیشه همچنان بهترین ماده برای بسته‌بندی آبمیوه است. صرف‌نظر از مدت زمان نگهداری آبمیوه، عطر و بوی طبیعی میوه در بسته‌بندی‌های شیشه‌ای بطور محسوس کندتر از زمانی که آبمیوه در سایر انواع بسته‌بندی (کامپوزیت یا ترکیبی) نگهداری شود تغییر می‌کند.^۵

● سایر مزیت‌های شیشه از لحاظ تاثیرگذاری روحی – روانی کدامند؟

شیشه همواره احساس یک ماده طبیعی برآمده از دل طبیعت را به همراه دارد. یک بطری شیشه‌ای غالباً به نظر می‌آید که دست ساز است (هرچند که نباشد) علت این امر هم برگرفته از این حقیقت است که شیشه اشکال متفاوتی را می‌تواند داشته باشد. یک بطری با طرح خاص احساس خاص منحصر بفرد بودن را به همراه دارد و به جا افتادن یک براند (نام تجاری) در ذهن مصرف‌کنندگان کمک می‌کند.

”انستیتوی مطالعات روانشناسی فکر“ در اشتوتگارت آلمان طی مطالعه‌ای که روی بیش از ۱۰۰۰ نفر انجام داده اثبات کرده است که افراد

در مورد آب آشامیدنی (آب خوردن) و آبهای معدنی ۵۲٪ از کل فروش تولیدات (در اروپا) به بطریهای شیشه‌ای اختصاص داشته است. بر پایه تحقیقات انجام شده در سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ میزان فروش انواع نوشیدنیهای ملایم، انرژی‌زا و سایر نوشابه‌های خنک در بسته‌بندی شیشه‌ای بیش از ۲۰٪ افزایش داشته است. در مورد آبمیوه این آمار حدود دو برابر بوده است.



هنگام نوشیدن با بطریهای شیشه‌ای لذت بیشتری می‌برند. وتروپک که یکی از تولیدکنندگان بزرگ ظروف بسته‌بندی شیشه‌ای در اروپا است، حامی مالی این تحقیق بود که میزان تاثیر گذاری مستقیم (کیفیت و نوع) بسته‌بندی را بر مصرف‌کنندگان نشان داد.

آزمایشات علمی که توسط موسسه آلمانی مطالعات روانشناسی فکری (GRP) در اوایل سال ۲۰۰۶ انجام پذیرفت این فرضیه‌ی قدیمی را به اثبات رساند که: مشروبات (آشامیدنی‌ها) وقتی در ظروف جذاب نوشیده شوند خوشمزه‌تر نظر می‌رسند. برنده آشکار این مطالعه کسی نبود مگر (همان) ظرف شیشه‌ای! ظرفی که نقش غیر قابل انکاری در ایجاد جذابیت، مقبولیت کامل و حس ارزشمند لذت ایفا می‌کند. نه فقط نوع مواد بلکه طرح، شکل و رنگ ظروف شیشه‌ای نیز مسلماً در افزایش حس "لذت نوشیدن" از تأثیر به سزائی برخوردار هستند.

به افرادی که مورد آزمایش قرار گرفتند (۱۰۲۴ نفر) آبمیوه و ماءالشعیر با ظروف مختلف داده شد. آنها هر نوع نوشیدنی را یکبار از ظروف اصلی و بار دیگر از ظروف طبیعی نوشیدند. برای حصول اطمینان از دقت عملکرد سنجش طعم‌ها، یکبار هم چشیدن با چشمان بسته در فنجان انجام شد. در طول انجام آزمایش، الکترودهائی به شرکت کنندگان متصل شد تا اطلاعات روحی روانی مورد سنجش قرار گیرند. بدین ترتیب، فشار خون، میزان عکس‌العمل مردمک چشمها، فعالیت مغز، سرعت (نوسان) تنفس و تغییرات دمائی پوست در طی نوشیدن اندازه‌گیری شد. این اطلاعات در نوع خود بسیار جالب بودند زیرا در عمل امکان وقوع اشتباه سهوی یا اثرگذاری عمدی ناشی از هر نوع پرسش و پاسخ و آزمایش شفاهی سلب شده بود.

بر پایه این الکترونیکی اطلاعات بدست آمده، این امکان فراهم آمد تا به کمک یک نرم افزار (برنامه) کامپیوتری میزان برآیند ارزش حاصله از لذت نوشیدن تفسیر و سنجش شود؛ تفسیر بدست آمده در مجموع بیانگر احساسات مثبت و منفی و ارزیابی واکنش‌های صورت گرفته در طول حس لذت بردن از نوشیدن است. بویژه نشان می‌دهد که خانمها ظروف جذاب را ترجیح داده و به شیشه‌بعضوان یک ظرف، نمره عالی داده‌اند.

گزینه‌ی شاخص ویژه‌ای که این تحقیق از آن استفاده کرد هم برای تولیدکنندگان و هم برای تجار اهمیت به‌سزائی دارد و بسیار ملموس بوده و قابل توجه است. تحقیق مشخص می‌کند که در ازای چه درصدی از مواد در ظروف بسته‌بندی، ارزش لذت حاصل از نوشیدن افزایش یا احیاناً کاهش یافته است. نهایتاً باز هم شیشه برنده آشکار نتیجه محاسبات ریاضی انجام شده بود. در خصوص تمامی افراد آزمایش شده، بطری شیشه‌ای میزان خوش‌آیندی حاصله در هنگام نوشیدن آبمیوه را ۲۰٪ افزایش می‌دهد در

حالیکه در هنگام نوشیدن از قوطی، پاکت و یا بطریهای پلاستیکی مقدار آن ۲۰٪ کمتر از زمانی است که از ظروف خنثی استفاده شود.

از همه مهمتر، خانمها زمان نوشیدن آبمیوه، ظروف جذاب را ترجیح داده و نظر مساعدی به شیشه داشتند. اما این تحقیق همچنین نشان داد که مردان هم شیشه را ترجیح می‌دهند. بطری شیشه‌ای میزان لذتمندی را حدوداً ۱۴٪ افزایش داده و متقابلاً عدم لذت و ناخوشایندی حاصل از ظروف پاکتی تا ۱۶٪- و در خصوص ظروف پلاستیکی ۶٪- ثبت شد.

در مجموع، میزان بهره‌مندی از لذت نوشیدن ماءالشعیر در ظروف شیشه‌ای بمراتب رتبه بالاتری را در مقایسه با قوطی‌ها و ظروف پلاستیکی احراز کرد. نتایج حاصل از آزمایشات با ماءالشعیر مشابه آزمایشات انجام شده با آبمیوه بود. هر چند مطالعات انجام شده روی مردان نتایج آشکاری داشت اما اطلاعات بدست آمده از الکترودهائی که به خانمها متصل شده بود بمراتب نتایج گویاتری را به اثبات رساند. علاوه بر این، تحقیق نشان داد که مخصوصاً افراد بالای ۵۰ سال برای نوشیدن ماءالشعیر در بطری شیشه‌ای اهمیت قائلند. نوشیدن ماءالشعیر با قوطی ۱۶٪ کاهش و در بطری پلاستیکی از ۶٪ کاهش لذت در افراد تحت آزمایش حکایت داشت. در مقایسه شیشه بطور متوسط ۱۰٪ خوشایندتر بود.

کشف مهم دیگر این تحقیق بر میزان اهمیت بالای طراحی بطری در افزایش میزان بهره‌مندی از لذت دلالت داشت. موضوع مورد مطالعه در این قسمت از تحقیق بطریهای نقش برجسته Veltin بود. ظاهر جذاب آنها توجه زیادی را به خود جلب کرد و بطور متوسط در حدود ۱۴٪ افزایش لذت‌مندی را به‌همراه داشت. برای آقایان ۱۰٪، خانمها حدود ۱۸٪ و گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال بیش از ۲۰٪ افزایش لذت به ثبت رسید.

پروفیسور H.J.Ertel از مؤسسه تحقیقات روانشناسی خرد اشتوتگارت در خصوص این تحقیقات چنین بیان داشت که: تولیدکنندگان نوشابه‌ها (نوشیدنیها) نباید تنها به کیفیت نوشیدنی اکتفا کنند بلکه کیفیت برتر ظروفی که استفاده می‌کنند نیز حائز اهمیت فراوان است که شامل مواد فرم و رنگ بکار رفته در آنها می‌شود.

● نبرد میان شیشه و پلاستیک در چه مرحله‌ای است؟ ادامه دارد...

شناخت علمی بسته‌بندی بر اساس مدارک

مهندس مصطفی امام پور مسئول گروه بسته‌بندی مرکز مطالعات و پژوهش‌های لجستیکی و مهندسی



تعریف بسته‌بندی

اهمیت

مهمترین ویژگی‌ها

وظایف بسته‌بندی

کارکردها

استانداردها چه می‌گویند؟

فرمول (چگونه بسته‌بندی کنیم)؟

تعریف بسته‌بندی

بسته‌بندی تعاریف مختلفی دارد دو تعریف که از همه بیشتر نقل قول می‌شوند عبارتند از:

۱ - بسته‌بندی، هنر علم و صنعت آماده کردن کالا برای حمل و نقل و فروش است.

۲ - بسته‌بندی را می‌توان وسیله‌ای تضمین شده برای تحویل مطمئن به مصرف‌کننده نهایی، در شرایطی سالم و با حداقل هزینه کلی دانست.

نکته: بسته‌بندی آنچه را که فروخته می‌شود حفاظت می‌کند و آنچه را که حفاظت می‌شود به فروش می‌رساند. (تعریف اخیر مطالب مهمی را به دو تعریف قبلی می‌افزاید که همان جذبه‌ی فروش است.)

بسته‌بندی، درحکم موضوعی برای مطالعه، سرچشمه‌ای نوخواسته به شمار می‌رود اما در حقیقت هنر بسته‌بندی به قدمت خود انسان است. شاید نخستین کاربرد بسته‌بندی زمانی بوده است که انسان اولیه قسمت‌های باقیمانده گوشت را میان برگ‌هایی پیچیده است که در این میان احتمالاً وقتی قبیله در حال کوچ بوده و افراد آن نمی‌دانستند چه موقع به شکار تازه برخورد می‌کنند، حمل گوشت اهمیت پیدا کرده است.

استفاده از پوست حیوانات برای مایعات به عنوان مشک نیز ابداع مهم دیگری در بسته‌بندی بوده است. بسته‌ی اولیه دیگر، همان سبد حصیری است گرچه موادی مثل پارچه، کاغذ و چوب نیز در بسته‌بندی اولیه سهم بسزایی دارند.

شیشه نیز تاریخچه‌ای کهن دارد، داستان اکتشاف تصادفی آن مربوط به تاجران فنیقی است که در سواحل شنی، برای بالا بردن مقاومت ظروف در پختن آنها را روی قطعات سودسوزآور می‌گذاشتند. فلز به نسبت دیرتر پا به عرصه‌ی بسته‌بندی گذاشت، گرچه در بازار بزرگ امروزی برای غذاهای به عمل آورده شده نقش بزرگی دارد، در این حوزه پلاستیک از همه نوتر است و همواره موقعیت‌های جدیدتری برای این محصول پدید می‌آید.

اهمیت

اهمیت عملیات بسته‌بندی باید از تعاریف ذکر شده، آشکار شده باشد، بسته‌بندی از محصول حفاظت می‌کند و آن را تا نقطه‌ی فروش در شرایطی سالم تحویل می‌دهد. بسته‌بندی علاوه بر این بر جذبه‌ی فروش می‌افزاید و بدین ترتیب به فروش کمک می‌کند. اگر قرار باشد عملیات بسته‌بندی به درستی انجام شود باید در نخستین مراحل ممکن مورد بررسی قرار گیرد. این بدان معناست که بسته‌بندی در صورت امکان باید حتی در مرحله‌ی طراحی یک کالا مطالعه شود. مثالی ساده از این مورد لوازم مکانیکی یا الکتریکی است.

اگر عملیات بسته‌بندی کاملاً با عملیات طراحی و تولید کالا انطباق حاصل کند، می‌توان از اشتباهات هزینه‌آفرین پرهیز کرد. این اشتباهات منجر به تولید لوازمی می‌شوند که محتاج بسته‌بندی بسیار پرهزینه و پیچیده‌ای هستند تا طی مسیر خود از کارخانه تا مصرف‌کننده کاملاً حفاظت شوند گاهی اوقات ممکن است وسیله مورد نظر صرفاً چیزی مثل یک کالا با ارتفاع بلند باشد که بد جاگذاری شده است و همین امر بسته‌بندی مخصوصی را نیز بطلبد اما دلیل هرچه می‌خواهد باشد، همیشه به این نتیجه می‌رسیم که با تفکر بیشتر در مرحله‌ی طراحی می‌توان از بروز این مشکل جلوگیری کرد.

از سوی دیگر، بسته‌بندی بخشی از بازاریابی است و باید در ابتدای هر برنامه‌ی بازاریابی مورد بررسی واقع شود. خواهیم دید که عملیات بسته‌بندی در بسیاری از عملیات دیگر سازمان‌ها جای می‌گیرد. ارتباطات کارآمد به جهت بخش‌های گوناگون موجود در عملیات بسته‌بندی از اهمیت بالا برخوردار است این ارتباطات در موضوعاتی مانند شیمی، فیزیک، مهندسی، طراحی، حقوق و قوانین، آموزش و حسابداری و... موضوعیت می‌یابند که قسمت بندی هر سازمان با تست‌های دیگر آن در این خصوص برقرار می‌سازد.

خرید و بازاریابی دو عملیات عمده محسوب می‌شوند، عملیات خرید مسئول تمامی خریدهای بسته‌بندی است و به همین علت نیز باید با تمامی عملیات مربوط به طرح‌های توسعه همگام باشد. ایجاد ارتباط با تأمین‌کنندگان بیرونی نیز از مسئولیت‌های اصلی عملیات خرید به شمار می‌رود. وقتی کارکنان در کار بسته‌بندی مستقیماً با تأمین‌کننده بیرونی در ارتباط باشند باید خریداران شرکت خود را کاملاً راهنمایی کنند.

در روابط بازاریابی زمانی که بسته‌بندی مطرح است، فعال نگه داشتن آن دسته از افرادی را شامل می‌شود که مسئولیت تولید محصول کلی را به عهده دارند. طی نخستین مراحل توسعه‌ی محصول جدید، عملیات تحقیق در مورد مصرف‌کننده و بازاریابی، همگام با طراحان بیرونی، با بخش بسته‌بندی همراه می‌شوند تا شکل بسته و طراحی سطح را توسعه دهند و ارزیابی کنند. کارشناسان حقوقی نیز در مورد اعتبار/کپی بسته (Copy Pack) و مسائلی که به نام‌های تجاری تأثیر می‌گذارند، اظهار نظر می‌کنند.

مهمترین ویژگی‌ها

با توجه به ویژگی‌هایی که در کاربرد کالا به چشم می‌خورد، بسته‌بندی‌هایی که در این جهت به کار می‌روند نیز به همان نسبت دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشند. این ویژگی‌ها به نوعی در جهت ارسال راحت کالا، تسریع در استفاده از کالا،



خصوصیت نقل و انتقال بین قاره‌ای کالا، حفظ محیط زیست، قابلیت بازیافت، بهره‌برداری انفرادی و چند نفری، نگهداری بلند مدت، بهداشتی بودن، ارگونومی و رضایت استفاده‌کننده دارای اهمیت قابل چشم‌گیری می‌باشند. (البته در اینجا این نکته لازم به یادآوری می‌باشد که گذشته نشان داده است با توجه به اهمیت و ضرورت نیاز مردم به بسته‌بندی مناسب منجر شده که کارخانجات صنعتی به تناسب نیازمندی، رشد چشمگیری داشته باشد)

مهمترین این ویژگی‌ها به شرح زیر می‌باشد:

۱ - ویژگی حفظ و ماندگاری

۲ - ویژگی تطبیق بسته با کالا

۳ - ویژگی رعایت استاندارد

۴ - ویژگی سادگی

۵ - ویژگی تطابق و هم پوشانی

۶ - ویژگی ثبات

۷ - به روز بودن

وظایف بسته‌بندی

وظایف بسته‌بندی را به نقل از کتب مختلف

می‌توان به شرح زیر خلاصه نمود:

$$= \frac{1}{4} \sqrt{\frac{4000}{1000}} \quad \text{حداقل ضخامت برحسب اینچ (in)}$$

$lb =$ وزن ناخالص جعبه و کالای درون آن برحسب پوند
 $in =$ پهناي تخته (عمود بر جهت الياف) برحسب اینچ

ب- ارتباط واحدی میان هر یک از اندازه‌های بسته، بسته ثانویه آن و ابعاد واحد بار برای توزیع که اغلب تبعیت از ابعاد پالت می‌کنند، وجود دارد. در این مورد اغلب ترجیح می‌دهند که با بزرگترین واحد، که همان پالت (یا در شرایط صادرات کانیتینر ISO) است کار را شروع کنند و هر زیر واحد را با ابعاد آن مطابقت دهند. برای مثال بر اساس پالت استاندارد ISO (اندازه پالت $1000 \text{ mm} \times 1200 \text{ mm}$ می‌باشد)، صندوق می‌تواند $300 \text{ mm} \times 400 \text{ mm}$ باشد و چیدمان ۱۰ صندوق در هر لایه (طبقه) بهره‌گیری



صد در صد از مساحت پالت را به دنبال دارد، جنس خرده فروشی نیز ممکن است مساحت قاعده $100 \text{ mm} \times 100 \text{ mm}$ داشته باشد، بدین ترتیب در هر صندوق دوازده عدد جنس جای می‌گیرد. ارتفاع را می‌توان به گونه‌ای تعیین کرد که با در نظر گرفتن وزن و وزن مخصوص با حجم متناسب باشد.

از دیدگاه فنی، بسته‌های ثانویه دوازده عددی توصیه می‌شود، زیرا به دو، سه، چهار و شش قابل قسمت است و می‌توان بسته‌هایی تولید کرد که تناسب اندازه بسیار مطلوبی دارند. در عوض واحدهای ده تایی اگر چه در شمردن بسیار راحت‌تر می‌باشند، ولی از قابلیت کمتری برخوردار هستند.

روش خرده فروشی نیز می‌تواند برخی جوانب این ابعاد را تعیین کند. یکی از این جنبه‌ها استفاده از قفسه‌های تجاری است؛ استاندارد کردن اندازه‌های پیشخوان و قفسه بندی نمایشی نیز موردی دیگر است. تمامی مسایلی که ذکر شدند باید مد نظر قرار گیرند.

۲- مقتضیات قانونی:

مقتضیات قانونی در کشورهای مختلف، محصولات مختلف و زمان‌های متفاوت فرق می‌کند. کالاهای خاصی هستند که ممکن است در انگلیس تنها در حوزه محدودی از کمیت‌های از پیش تعیین شده به فروش رسند. این کالاها عمدتاً مواد غذایی هستند مثل: نان، شیر و شکر.

EEC به منظور هماهنگی در مورد استاندارد کردن اوزان و محاسبات و طریقه تشریح و تعریف

عهده دارند باید از طراحی و ویژگی‌های معینی برخوردار باشند.

۱ - بسته‌های بزرگ حمل و نقل

در این نوع بسته‌بندی‌ها بیشتر به مسأله حفاظت و نگهداری کالا توجه می‌شود، بسته‌بندی‌های بزرگ وظیفه حفظ و سلامت کالا را در مسافت‌های طولانی و مراحل گوناگون به عهده دارند و باید دارای استحکام کافی جهت تحمل عوامل مختلف فیزیکی و شیمیایی مؤثر در حمل و نقل باشند. این بسته‌ها معمولاً تحت تأثیر عوامل زیر قرار می‌گیرند و باید به گونه‌ای انتخاب و طراحی شوند تا بتوانند در مقابل آنها مقاومت کنند.

۲ - بسته‌های کوچک حمل و نقل جهت جا به جایی کالا در مسافت‌های کوتاه

این نوع بسته‌ها نیز باید خواص فوق الذکر را، متناسب با کیفیت حمل و نقل در داخل کشور و در مسافت‌های کوچکتر داشته باشند به عنوان مثال بسته بندی معرفی شده ذیل یک نمونه از بسته بندی شرینگ بوده که جهت حمل و نقل کوتاه مدت مناسب می‌باشد.

۳ - بسته‌های مصرفی

در این نوع بسته‌بندی‌ها علاوه بر رعایت عامل حفاظت در شرایط ویژه، باید به عامل ارتباط و تبلیغ نیز توجه شود؛ بنابراین طراحی یکی از ویژگی‌های این نوع از بسته‌بندی هاست. در برخی از انواع آنها، به ویژه بسته‌بندی‌های مواد غذایی، باید ملاحظات بهداشتی را در نظر گرفت تا از به خطر افتادن سلامت جامعه جلوگیری شود. این بسته‌ها باید متناسب با نیاز مصرف کننده موارد زیر را جوابگو باشند.

کارکردها

شیوه‌های خرده فروشی و بازاریابی نوین چنین ایجاب می‌کند که بسته تقریباً بخش مکمل محصول محسوب شود. و بدین ترتیب در طرح ریزی یا فرمول بندی محصول، پیشرفت بسته نیز باید مد نظر قرار گیرد.

کمیت‌ها و اندازه‌های بسته تحت تأثیر عوامل مختلف و به ویژه عوامل زیر قرار دارد:

۱ - مقتضیات کارکردی

الف - به عنوان مثال با بهره‌گیری بهینه از موادی که بسته را از آنها می‌سازند. قواعد ساده‌ای هستند که در این مسأله به کار گرفته می‌شوند و از هندسه پایه مشتق شده‌اند. قواعد دیگری نیز هستند که به استفاده از فنون مدل دهی کامپیوتری مربوط می‌شوند.

نحوه محاسبه حداقل ضخامت تخته برای ساخت جعبه چوبی با میخ

فرمول زیر مربوط به ضخامت تخته‌های مصرفی در بالا، پایین و وجوه جانبی جعبه (چوبی) می‌باشد.

یک بسته‌بندی باید بتواند یک یا چند کالای مناسب را از عوامل فیزیکی و شیمیایی حوزه اطراف خود حفظ کند، از طرف دیگر باید بتواند خود را به محیط اطراف عرضه کرده و اطلاعات مربوط به کالای داخل خود را در یک محدوده خاص به جهان خارج برساند...

پوشش حفاظتی یا بسته‌بندی باید با مجموعه‌ای از عوامل فیزیکی و شیمیایی، حمل و نقل و انبارشدن تعامل کند تا بتواند به مقولات ذیل دست یابد:

- رقابت تجاری در حوزه اقتصاد

- روانشناسی

- نیازهای مصرف کننده

بسته‌بندی ماهیتاً یک حامل است که می‌تواند وظیفه‌ی محافظت کالای بسته‌بندی شده را در مقابل عوامل تخریب انجام دهد و علاوه بر آن قابلیت حمل و نقل را برای هر کالایی فراهم سازد، و سرانجام نوآوری می‌تواند در زمینه‌های تکنیکی و هنری کالا را برای بازار جالب توجه کرده و از این نقطه نظر میان کالا و مصرف کننده رابطه‌ی نوینی برقرار سازد. کمتر پدیده‌ی ارتباطی مانند بسته‌بندی، دو ویژگی جاذبه فردی و اجتماعی را توأم با خود دارد و از این نقطه نظر، صنایع بسته‌بندی در هر کشوری نماینده رشد ساختارهای بازاری و تولید آن می‌باشد.

آمار، گویای آن است که بیش از ۵۰ میلیارد دلار از ماشین‌های تولید آمریکا سالانه صرف صنایع بسته‌بندی می‌شود و این خود از کل هزینه‌های تبلیغاتی در این کشور بیشتر است. بیش از سه چهارم کل تولیداتی که آمریکا بی‌ها دریافت می‌کنند به شکلی با بسته‌بندی همراه است و بیش از ۷ درصد پولی که صرف خرید کالا می‌کنند مربوط به بسته‌بندی آنها می‌شود.

یک بسته‌بندی خوب باید بتواند یک یا چند کالا را در مدتی مناسب، از عوامل فیزیکی و شیمیایی حوزه‌ی اطراف خود حفظ کند و از طرف دیگر باید بتواند خود را به محیط اطراف عرضه کرده و اطلاعات مربوط به کالای داخل خود را به جهان خارج، در یک محدوده خاص برساند.

بدین ترتیب، بسته‌بندی باید بتواند سلامت کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مرحله مصرف حفظ کند. پس بسته‌بندی را می‌توان به عنوان حلقه‌ای میان تولید و بازار و مصرف مطرح کرد. از نظر کاربرد و وظیفه‌ای که دارند، می‌توان به سه نوع زیر تقسیم کرد:

۱ - بسته‌های بزرگ حمل و نقل که اصطلاحاً بسته‌های صادراتی نیز گفته می‌شوند.

۲ - بسته‌های کوچک حمل و نقل جهت جا به جایی کالا در مسافت‌های کم.

۳ - بسته‌های مصرفی که معمولاً به دست مصرف کننده نهایی می‌رسند.

هر یک از انواع فوق با توجه به وظیفه‌ای که بر

آنها دستوراتی صادر کرده است. برای تعیین و دستیابی هر چه بهتر مقتضیات این دستورات باید از توصیه‌های تخصصی بهره گرفت.

بی توجهی و عدم رعایت قوانین و مقررات اجرایی در زمینه واردات بسته‌بندی‌ها در برخی از کشورها به ویژه اکثر کشورهای توسعه یافته که به عنوان نمونه کشورهای عضو اتحادیه اروپا و مخصوصاً آلمان در خصوص شدت توجه و اجرای مقررات فوق الذکر قابل ذکرند. در این جا بد نیست به این موضوع هم اشاره‌ای شود که آلمان با تهیه و اجرای مقررات خاص کاملاً وظایف و مسؤلیت‌های افراد و یا سازمان‌هایی که به نحوی با بسته‌بندی سر و کار دارند را مشخص نموده و بدین ترتیب گردش چنان موادی را در یک چرخه معین و مشخص تعقیب می‌نماید. قطعاً چنین مقرراتی مانعی جدی بر سر راه صادرات کشورهایی که فاقد چنان مقررات و یا بی‌اعتنا به آن هستند به شمار می‌رود.

در بسیاری از کشورها دقیق‌ترین و محکم‌ترین قوانین حاکم بر بسته‌بندی در ارتباط بین مواد مصرفی مورد استفاده در ساخت بسته‌بندی و مواد جانبی آن با سلامت مصرفی در ساخت بسته‌بندی می‌تواند تأثیراتی نامناسب بر روی فرآورده گذاشته و در نتیجه سلامت مصرف کننده را به خطر اندازد. از این رو امروزه در دنیا کوشش در جهت اصلاح قوانین حاکم بر ساخت بسته‌بندی به طور جدی مورد بررسی قرار گرفته است. در این رابطه نشان دادن کلیه اطلاعات پیش بینی شده بر روی بسته‌بندی الزامی است.

مقررات ایمنی مواد مصرفی در بسته‌بندی‌های گوناگون امروزه در بسیاری از کشورها در مقایسه با مشکلات محیط زیست ناشی از تولید انبوه بسته‌بندی از اهمیت بیشتری برخوردار است و در کنار تدوین قوانین مشخص که هر سال مورد تجدید نظر قرار می‌گیرد دولت‌ها همین طور تشویق صنایع درونی کشور در تولید انواع مرغوب و تاییده شده بسته‌بندی تجارت بدون تعرفه و عوارض را برای صاحبان صنایع عرضه می‌نمایند.

توجه به شرایط گوناگون فرهنگی، اقتصادی و صنعتی کشورها و همین طور رقابت و کسب موفقیت در بازارهای داخلی و خارجی و با توجه به پیشرفت‌های انجام شده از یک کشور به کشور دیگر به سرعت انتقال می‌یابد. این امر تحول و تعویض بنیادی در تکنولوژی ضعیف بسته‌بندی حاکم بر جامعه صنعتی یک کشور را نیز در بر خواهد گرفت.

۳- مقتضیات مصرف کننده:

توجه مصرف کننده به اندازه‌ها و کمیت‌های بسته‌بندی عمدتاً بدین علت است که وی می‌خواهد حداکثر انتخاب ممکن را داشته باشد. از بسته‌های نیمه فله ای گرفته که کاهش در فضا و قیمت را در اختیار خانواده‌ای پر جمعیت قرار می‌دهد تا کوچکترین مقدار ماده غذایی فاسد شدنی برای

افرادی که حتی یک یخچال هم ندارد. در این مورد مشکلات عمده عبارتند از:

الف- تعارض علایق از میان تقاضاها و نیازهای تولید کنندگان و خرده فروشانی بر می‌خیزد که می‌خواهند حوزه‌ی تولید و سهام داری خود را محدود و خردگرایانه کنند. شکل خاصی از این خردگرایی صرفاً فروش واحدهای بسته‌بندی شده ثابت و اغلب چند تایی است. باتری، برخی از شیرینی جات (عمدتاً در بقالی‌ها)، دکمه و نوشیدنی‌ها در بسته‌بندی قوطی مثال‌هایی بارز از این مورد به شمار می‌روند.

برای سازمان دهی خرده فروشی و تولید جدیدی که می‌خواهند به کمک این خرده گزاری، علاوه بر اهداف دیگر به کاهش هزینه‌ها دست یابند، مشکل انطباق این دو مجموعه از تقاضا مشکلی اقتصادی به شمار می‌رود. این صرفه جویی‌ها که منجر به پایین رفتن قیمت برای مصرف کننده می‌شود، به بهای کاهش در حق انتخاب حاصل می‌گردد.

ب- مصرف کنندگان نگران بسته‌بندی‌های تقلبی نیز هستند. کارمندان استاندارد تجاری مقامات محلی مسؤلیت کنترل و پذیرش درخواست‌های مربوط به این مسأله را بر عهده دارند.

۴- مقتضیات کارکرد فروش:

بسته باید محتوای خود را به مؤثرترین طریقه ممکن که با صداقت و راستی نیز همراه باشد، عرضه کند. همانطور که در تعریف آمده است روشهای گرافیکی گونه‌های متفاوتی دارند از حوزه‌های ابتدایی کلی گرفته تا نمایش‌هایی با کیفیت بسیار بالا که بسته به هدف بازار مورد استفاده قرار می‌گیرند. قابل رؤیت بودن محصول امری است انتخابی؛ برخی محصولات مثل ظروف چینی تصویر آن طبیعتاً باید برای فروش بیرون جعبه قرار گیرند. البته در این صورت بسته باید نقش حفاظتی نیز داشته باشد. محصولات دیگر در بسته‌های بلیستر، کیسه‌های شفاف و پاک‌ترین‌های پنجره دار به نمایش گذارده می‌شوند و بدین ترتیب قابل مشاهده و دسترسی هستند. برخی کالاها ممکن است خوشایند به نظر نرسند به همین خاطر بهتر است شکل آن به صورت گرافیکی روی کارتن به نمایش درآید.

مقتضیات خرده فروشی نیز باید در گرافیک، طرح و جنبه‌های ظاهری بسته در نظر گرفته شود، مثل سهولت در پرکردن قفسه، استفاده بهینه از طول قفسه از نظر نمایشی و راحتی در قیمت گذاری روی بسته. آخرین مورد برای خرده فروشی مقوله بسیار پر هزینه‌ای است، به خصوص اگر بسته باید باز شود و چندین بسته کالا را در بر گرفته باشند.

از جمله عوامل مؤثر در موفقیت بسته‌بندی، رنگ است. رنگ در هر اقلیمی مفهوم خاص خود را دارد. برای نمونه، رنگی که در تهران طرفدار دارد، الزاماً نمی‌تواند در شمال و یا جنوب کشور هم مورد

توجه قرار بگیرد. چرا؟ شاید به دلیل این که در جنوب رنگ خاک به رنگ آب چربش دارد و در چنین فضای خشک و خاکی رنگ، فرضاً رنگ آبی جاذبه بهتری به بسته‌بندی کالا می‌بخشد. در شمال، عکس این قضیه است در واقع در خطه شمال، آب و درخت بر خاک مسلط است و به همین دلیل رنگ سبز و آبی از جذابیت چندانی برخوردار نیست و نوعی حالت بکنواختی و تکرار برای بیننده ایجاد می‌کند. در چنین مناطقی، مثلاً رنگ زرد و نارنجی را برای بسته‌بندی کالا توصیه می‌کنند. به این ترتیب خانواده رنگ‌های سرد در کنار خانواده رنگ‌های گرم قرار می‌گیرد.

قابل ذکر است که پیش از ورود به مبحث راه‌های کاربرد رنگ ابتدا باید به جنبه‌های روانشناسی گزینش رنگ احاطه یافت. تأثیرات (یا به عبارت دیگر واکنش انسان به) رنگ آن چنان اهمیت دارد که کار طراحی رنگ آمیزی برای هر آنچه انسان با آن سر و کار دارد، به تنهایی خود حرفه معتبری شده است. معمولاً رنگ‌های گرم تحریک کننده و رنگ‌های سرد آرامش دهنده‌اند.

استانداردها چه می‌گویند؟

رعایت استانداردها

کیفیت یکی از حساس‌ترین و سؤال بر انگیزترین اجزای این بخش است و در پرداختن به این مقوله، نمی‌توان به سادگی از کنار نقش "صنعت" در تولید، بسته‌بندی، عرضه، صادرات و... گذشت. چرا که این دو، دو جزء لاینفک یک مقوله هستند، لازم و ملزوم، معلول و علت بوده و به همین دلیل، بررسی وضعیت صنعت، می‌تواند پاسخی برای بسیاری از "اگرها" و "چراهای" مطرح شده در بخش "کیفیت" و "کمیت" بسته‌بندی باشد. در باره کیفی بودن می‌بایست روی سه عامل دقت کرد که عبارتند از:

۱- تولید کننده

۲- عرضه کننده

۳- مصرف کننده که به عنوان آخرین حلقه این زنجیره بسیار مهم می‌باشد.

"استاندارد" مهمترین نقش و نشانه صلاحیت یک کالا است. یعنی "باید" باشد. حالا این محصول هر چه می‌خواهد، باشد وقتی یک بسته مواد غذایی را بر می‌داریم، بی اختیار به دنبال شماره ثبت و علامت استاندارد آن می‌گردیم، و پس از پیدا کردن آن با خیالی راحت پولش را می‌پردازیم و آن را می‌خریم اما زمانی که یکی از همین مواد غذایی را که اتفاقاً دارای مهر استاندارد هم هست، مصرف می‌کنیم و کیفیت آن را بسیار پایین می‌بینیم، ناخودآگاه یکبار دیگر به بسته این محصول نگاه می‌کنیم تا از داشتن نشان استاندارد اطمینان بایم. آن وقت است که بی اختیار از خود می‌پرسیم: چگونه به این ماده نشان استاندارد داده‌اند؟ اصلاً این نشان بر طبق چه اصولی و مبنایی به یک محصول اعطاء می‌شود؟

بطور کلی بسته‌بندی استاندارد شده از اهداف زیر پیروی می‌کنند:

- ۱- جلوگیری از ضایعات محصول
- ۲- افزایش ماندگاری و طول عمر محصول
- ۳- جلوگیری از صدمات مکانیکی در طی تخلیه، بارگیری، حمل و نقل و انبارداری
- ۴- جلوگیری از آسیب عوامل خارجی (از قبیل حشرات و جوندگان)
- ۵- جلوگیری از آسیب تغییرات جوی (از قبیل نرم شدن، بهم چسبیدن یا خشک شدن و... محصول)
- ۶- حفظ ارزش محصولات

پیشرفت در تولید محصول و توسعه بسته‌بندی همزمان با هم انجام می‌گیرد. انتخاب یک بسته‌بندی مناسب به نوع محصول نحوه نگهداری و حمل و نقل آن بستگی دارد. در هنگام خرید کالا به ویژه مواد غذایی ابتدا باید به درج پروانه ساخت وزارت بهداشت و درمان بر روی بسته‌بندی کالا توجه کرد چرا که دسترسی مصرف کننده به کالای مطمئن به سلامت مصرف کننده اطمینان می‌دهد و بر عکس آن کالای تقلبی باعث تاثیر سوء به بهداشت و روان مصرف کننده می‌رساند البته نکته حائز اهمیت توجه به تاریخ تولید و انقضاء، نام و آدرس محل تولید کننده و سایر مشخصات محصول می‌باشد که برای محصولات داخل کشور به زبان فارسی بوده بر روی بسته‌بندی می‌باشد. انتخاب بسته‌بندی نامناسب برای یک محصول نه تنها برای حفظ کیفیت محصول موثر نخواهد بود بلکه در برخی مواد سبب انتقال مواد شیمیایی از بسته‌بندی به داخل مواد غذایی خواهد گردید. به عنوان مثال انتخاب لاک نامناسب برای محتوای قوطی‌های کنسرو شده و یا انتخاب بسته‌های پلاستیکی نامناسب برای مواد غذایی خاص، سبب بروز تغییرات فیزیکی و شیمیایی در ساختمان بسته‌بندی شده و در نتیجه مواد شیمیایی که برای سلامت انسان زیان آورند به محتوای بسته‌بندی منتقل می‌شوند، که تکرار مصرف روزانه سبب ایجاد اختلالاتی در فرد مصرف کننده می‌شود.

اما، بسته‌بندی محصولات باید شرایط زیر را دارا باشد:

- ۱- برای به کارگیری ماده غذایی سمی نباشد.
- ۲- دارای ظاهری شفاف و جذاب باشد تا توجه مشتری را جلب کند (انتخاب بسته‌بندی شفاف که محصول آن قابل رؤیت باشد سبب می‌گردد که مصرف کننده بهتر بتواند به کیفیت آن پی ببرد).
- ۳- در مقابل نور، رطوبت، چربی، گازها و بو مقاوم باشد.
- ۴- در مقابل ضربه، خراش و صدمات مکانیکی مقاوم باشد.

۵- در بسته‌بندی‌ها با سهولت باز شود و دوخت و چاپ پذیری آن به سهولت انجام گیرد.

۶- ارزان و از نظر اقتصادی مقرون به صرفه باشد تا مصرف کننده قادر به انتخاب و خرید محصول بسته‌بندی شده در مقایسه با انواع دیگر باشد.

۷- ابزاری برای ارتقاء دانش مردم باشد (دارای برجسب باشد).

۸- تاریخ تولید و تاریخ انقضاء مصرف روی آن مشخص باشد.

فرموله کردن (چگونه بسته‌بندی کنیم)؟

امروزه به خصوص در بخش خرده فروشی تقریباً تمامی محصولات به صورت بسته‌بندی شده ارائه می‌گردند. به علاوه یکایک عناصر بسته‌بندی بر اساس هدفی که برای آنها در هنگام نقل و انتقال، ذخیره سازی و توزیع در نظر گرفته می‌شود، مورد مطالعه ی دقیق قرار گرفته‌اند، بی تردید بسته‌بندی قادر است نمایی فنی تر و برتر به کالا ببخشد.

همچنین هر بسته ای نیز با دقت طراحی می‌شود، زیرا شکل و رنگ اهمیت خاصی در میزان فروش محصول ایفاء می‌کند. این گونه‌های قابل رؤیت همراه با اطلاعات چاپ شده ی بر روی محصول، راحت ترین وسیله ی ارتباطی بین تولید کننده و مصرف کننده می‌باشند. اگرچه تبلیغات برای بهره مند شدن مصرف کننده تابع قوانینی است اما معانی حروف اختصاری، نشان‌ها و علائم برای اکثریت مردم قابل فهم نیستند. با این که بسته‌بندی‌ها تیرهای اصلی آگهی‌ها را تشکیل می‌دهند اما اکثر مصرف کنندگان ممکن است این احساس را داشته باشند که با یک "بسته‌بندی اجباری" که بهایی غیر ضروری را بر کالا می‌افزاید و ایجاد مشکلات بوم شناختی می‌نماید، مواجه هستند.

عرضه ی مواد جدید و میل مداوم برای بسته‌بندی یکبار مصرف و نیز قیمت بالای مواد خام و انرژی، مشکلات جدیدی را در پی داشته‌اند که در این مورد جهت بازیافت مواد و انرژی، زباله‌های بسته‌بندی و دور نگاه داشتن این پس مانده‌ها از سطل‌های زباله خانواده در سراسر اروپا و یا به صورت منطقه ای پیشنهادهایی ارائه گردیده است. از این رو در این بخش از مقاله به منظور برجسته ساختن مسایل مربوط به بسته‌بندی، مسایل اقتصادی بسته‌بندی و علل وجودی آن ارائه یک بررسی کلی که بیانگر پیچیدگی عملکرد بسته‌بندی و تأثیرات متقابل مربوطه و خواص مواد خام در بسته‌بندی و همچنین بررسی بهای انرژی و حمل و



نقل، مقررات ایمنی و مدیریت زباله‌ها، تهیه و تنظیم گردیده است، همچنین رابطه بین محیط زیست، مراحل تولید و کنترل و دفع بسته‌بندی نیز مورد تأکید قرار گرفته است.

هدف بسته‌بندی نگهداری کالا (حفاظت) در زمان پس از تولید در مدت حمل و نقل و در زمان نگهداری قبل از مصرف تا زمان مصرف می‌باشد.

تولید ← نگهداری ← حمل و نقل ← نگهداری ← مصرف در هر مرحله از مراحل فوق باید شرایط محیط و شرایط اختصاصی کالا را در انتخاب بسته مد نظر قرار داد و علاوه بر آن باید شرایط روانی و تبلیغاتی را در هنگام عرضه کالا به مصرف کننده نیز مورد توجه قرار داد. در نهایت بحث توجیه اقتصادی و هزینه اقتصادی و هزینه بسته‌بندی نیز موضوع تعیین کننده‌ای می‌باشد و به طور خلاصه معیارهای بسته بندی را می‌توان در ۵ گروه نیز دسته بندی نمود:

۱- نمود

۲- حفاظت

۳- عملکرد

۴- هزینه

۵- احیا ناپذیری

به علت تنوع بسیار زیاد در انواع بسته‌بندی و کالا به نظر نمی‌رسد شخصی به طور منفرد بتواند در مورد انتخاب بسته مناسب نظر قطعی بدهد. بسته باید علاوه بر فراهم آوردن شرایط کالا، شرایط فرهنگی، اقتصادی و اقلیمی مورد نظر را نیز پوشش دهد. هر کالا شرایط منحصر بفردی دارد و در حالات خاص، رفتاری ویژه از خود بروز می‌دهد، لذا برای شناسایی کامل یک کالا نیاز به یک متخصص و یا به عبارت دیگر یک کارشناس کالا می‌باشد.

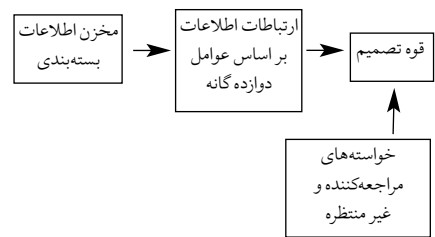
برای انتخاب یک بسته‌بندی ایده آل لازم است چند متخصص هم زمان نظر خود را اعمال کنند. جمع آوری اطلاعات از چند منبع و ایجاد ارتباط بین آنها همیشه از مشکل ترین کارها به حساب می‌آید. مشکل وقتی عظیم تر می‌شود که لازم باشد برای هر کالا به آنها مراجعه کرد. این ایده‌آل‌ها و مشکلات ما را به سمت یک سیستم هوشمند انتخاب بسته‌بندی سوق می‌دهد.

تنوع بسیار زیاد کالا، وجود محل‌های متفاوت که شرایط خاص خود را دارند و لازم است که کالا به آن جا فرستاده شود، سلیقه‌های مختلف مردم هر منطقه، شرایط اقتصادی و پیشرفت سریع تکنولوژی از جمله دلایل موجود هستند که وجود یک سیستم هوشمند را توجیه می‌کنند. سیستمی که بتواند از کارشناسان رشته‌های مختلف اطلاعات گرفته و آنها را دسته بندی کند و در موقع لزوم به کار ببرد. در واقع سیستمی که بتواند یاد بگیرد و آموخته هایش را به کار ببرد و هرگز خسته نشود.

از طرف دیگر ما برای انتخاب نوع دسته بندی به سه دسته عمده‌ی اطلاعات نیاز داریم.



۱ - کالا و مشخصات آن (فیزیکی، شیمیایی و...)
 ۲ - بسته و ویژگی های آن
 ۳ - مشخصات محیط نگهداری و استفاده کالا



ساختار پایگاه دانش در تعیین یک بسته

برای انتخاب بسته مناسب برای کالا با یک سری مشخصه ها و معیارها مواجه هستیم که ارزیابی کالا و بسته نسبت به آن مشخصه ها ما را به سمت انتخاب بسته مناسب سوق می دهد مشخصه هایی چون رطوبت، حساسیت به نور و حرارت، قابلیت اشتعال، قابلیت انفجار به نقاط ذوب و انجماد... که لیست کامل این مشخصه ها در جدول شماره (۱) آمده است. همچنان که ملاحظه می گردد تعداد عوامل دخیل در تصمیم گیری و نیاز به نظر کارشناس در تعیین مشخصات کالا در مورد هر معیار و همچنین بررسی قابلیت سازگاری هر بسته نسبت به دیگر معیارها مستلزم صرف وقت و هزینه بالایی می باشد که نیاز به یک سیستم با هوش باز هم احساس می شود. سیستمی که علاوه بر سرعت، دقت در تصمیم گیری را نیز به ارمغان می آورد.

جدول شماره (۱)

معرفی مشخصه های مهم در بسته بندی کالا

- ۱ - چیدمان: شکل های منظم از چیدمان بهتر و استقرار مناسب تری برخوردارند.
- ۲ - سهولت مصرف: نحوه باز شدن درب بسته و راحتی مصرف کننده در گشودن و استفاده از محتوی بسته
- ۳ - مقاومت شیمیایی بسته در مقابل کالا: میل ترکیبی و تأثیرات متقابل کالا با بسته بندی اولیه
- ۴ - مقاومت فیزیکی و مکانیکی: استحکام بسته در برابر سوراخ شده، ضربه، سقوط و... در حین جابجایی، نگهداری، حمل و نقل و...
- ۵ - مقاومت در برابر عوامل محیطی: مقاومت بسته در برابر رطوبت، نور، حرارت، میکروارگانیسم ها،

جوندگان و... در حین نگهداری و شبکه توزیع
 ۶ - دسترسی به منابع اولیه بسته بندی: امکان تهیه مواد اولیه بسته بندی در داخل کشور و امکان ساخت بسته

۷ - فضای مرده: تبعیت از شکل هندسی بسته بندی اولیه و ثانویه می کند. یعنی فضای داخلی بسته بندی تکمیلی به خوبی پر شده باشد.

۸ - رعایت قوانین و استانداردها: تبعیت بسته از استانداردهای گردآوری شده از نظر ابعادهای جنس بسته، ممنوعیت کاربرد مواد مصرفی و غیره

۹ - طول عمر مفید: مدت نگهداری کالا با توجه به نوع بسته. بدین معنی که بعضی بسته های مناسب مدت نگهداری کالا را در شرایط معمولی یا شرایط تعریف شده به میزان قابل ملاحظه ای افزایش می دهد. (هدف مقایسه مدت نگهداری کالا با بسته بندی مختلف و تحت شرایط یکسان می باشد) این هدف می تواند با غیر قابل نفوذ کردن بسته، سوراخ های تهویه، روش پر کردن، دربندی و... را تأمین نماید.

۱۰ - امکان استفاده مجدد: امکان مصرف بسته برای بسته بندی مجدد همان کالا یا سایر کالاها

۱۱ - قابلیت چاپ و برجسب زنی: قابلیت بسته برای درج اطلاعات و علائم لازم. به عنوان مثال مقایسه کیسه های توری با کارتن های مقوایی

۱۲ - دربندی مجدد و استفاده از بقیه محصول: امکان مصرف مقداری از محصول و دربندی مجدد بسته جهت مصرف مجدد.

۱۳ - امکان سرعت: امکان گشودن بسته بندی اولیه، ثانویه یا تکمیلی و ربودن محتویات بسته در حین نگهداری و شبکه توزیع

۱۴ - بازیابی: قابلیت دگرشوی و تجزیه و قابلیت بازگشت مواد اولیه بسته بندی به چرخه حیات یا چرخه تولید

۱۵ - سهولت حمل و نقل: شکل هندسی، وزن، واحد بار، دستگیره ابعاد هندسی جهت وسیله نقلیه، ابعاد و وزن جهت سهولت حمل با لیفتراک، ابعاد و وزن جهت سهولت جابجایی با کارگر و..

۱۶ - زیبایی و فروش: فاکتور بسیار مهم و با اهمیت است و منظور طراحی، شکل و گرافیک بسته که به سبب تقویت روحیه و رضایت مندی مصرف کننده تأمین می شود.

۱۷ - وزن بسته بندی: منظور وزن بسته خالی و بدون محتوی می باشد که در حمل و نقل، جابجایی و سهولت مصرف تأثیر گذار است.

۱۸ - اطلاعات و علائم روی بسته: اطلاعات مفید در خصوص محتوی بسته، نحوه جابجایی و حمل و نقل، نگهداری، طرز مصرف، نحوه استفاده و...

۱۹ - بهداشت و ایمنی: چگونگی رعایت بهداشت و ایمنی در بسته بندی، نظیر قابلیت آلوده شدن، آسیب دیدن در حین مصرف و...

۲۰ - عوامل متفرقه: نظیر ضرورت استفاده از مواد نگهدارنده و مواد افزودنی، تغییرات، روال آینده،

قابلیت تهویه، تسمه کشی، استفاده از ضربه گیر و...

کلیات فرایندیک مسئله انتخاب بسته:

برای انتخاب یک بسته بندی مناسب جهت کالایی مفروض لازم است مراحل زیر طی گردد:

۱ - شناسایی کالا و شناخت خصوصیات و شرایط آن به کمک کارشناس کالا

۲ - شناسایی محل جغرافیایی و شرایط اقلیمی محل مصرف کالا، شرایطی مانند آب و هوا، دما، میزان رطوبت و...

۳ - مشخص نمودن شرایط مصرف کالا (در منزل، در حال مسافرت، در جنگ و...)

۴ - مدت نگهداری کالا و تأثیر آن در کالا و تشخیص شرایط مورد نیاز جهت سالم ماندن کالا

بعد از روشن شدن شرایط بالا، کارشناس بسته بندی چند نوع بسته بندی مناسب برای کالا و شرایط فوق را نیز پوشش داده و مشخص می کند.

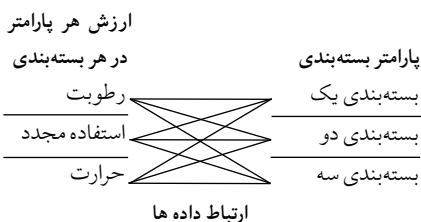
سپس این بسته ها بر اساس شرایط اقتصادی و تبلیغاتی درجه بندی می شوند و به آنها اولویت داده می شود.

بعد از انجام این مرحله نوع بسته بندی مناسب مشخص می گردد.

مراحل بالا برای هر کالا باید طی گردد. از آنجایی که تنوع کالا و شرایط استفاده از آنها بسیار زیاد می باشد معمولاً کارشناس بسته بندی نمی تواند شرایط تمام کالاها و بسته بندی مناسب آن شرایط را در خاطر نگهدارد و لذا همواره به متخصصین فوق الذکر نیاز می باشد. هدف از انجام این پروژه ایجاد یک سیستم با هوش است که بتواند مسایل بسته بندی را یاد بگیرد، از آموخته های خود استفاده کند و در هنگام لزوم برای یافتن بسته بندی جدید برای کالایی جدید با شرایطی تازه، دانش خود را تحلیل کند و پیشنهاد مناسب را بدهد.

ارائه راه حل کلی

هر کالا دارای تعدادی پارامتر و مشخصه می باشد مانند میزان تأثیر رطوبت و حرارت، استفاده مجدد، قابلیت درزگیری و... دارد. نیز هر نوع بسته بندی می تواند از پارامترها و مشخصه ها را پوشش دهد. برای استفاده از این روش لازم است که لیست کاملی از پارامترهای کالا به نحوی تهیه شود که اولاً مشخصات تمام کالاها را در بر گیرد و ثانیاً پارامترها مستقل باشند. هر کالا لازم نیست تمام پارامترها را داشته باشد. در ضمن لیست کاملی از بسته بندی های موجود را نیز لازم داریم و این در حالی است که برای هر بسته بندی میزان پوشش دهی هر پارامتر از قبل مشخص می شود.



پلاستیک‌ها نسخه‌ای برای درمان مشکل داروهای قلبی

منبع: Modern Plastics

شکل دهی تولید می‌شوند، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. به کمک این نرم افزارانتخاب فیلم مناسب و امنیت آن بهبود پیدا می‌کند و به تولید کننده امکان می‌دهد تا از هزینه‌های اضافی مربوط به تولید آزمایشی و قالب سازی‌های اضافی صرفه جویی کند. نرم افزار می‌تواند توزیع ضخامت، سطح تماس، میزان سد کنندگی پوشش و میزان نفوذپذیری حفره‌هایی را که به روش گرما شکل دهی تولید خواهند شد،



فیلم‌های نایلون/پلی اتیلن که به وسیله Wipak تولید شده و برای بسته‌بندی وسایل پزشکی مورد استفاده قرار می‌گیرد، شفافیت لازم برای انتخاب دقیق وسیله مورد نظر را فراهم می‌کند.

شبیه‌سازی کند. اوایل سال ۲۰۰۷ شرکت Rexam در لندن اعلام کرده است که به تولیدکنندگان دارو، بطری‌های پلاستیکی دارویی عرضه می‌کند که دارای برچسب شناسایی به وسیله فرکانس رادیویی (RFID) کاملاً یکپارچه است و با مقررات FDA مطابقت دارد. این برچسب‌ها می‌توانند اطلاعات مربوط به چرخه کامل بسته‌بندی را در اختیار استفاده کننده قرار دهند و کمک می‌کند تا از تقلب جلوگیری شود. در حال حاضر برخی شرکت‌های دارویی از این برچسب‌ها استفاده کرده و آن را مورد ارزیابی قرار داده‌اند.

عرضه معرفی کرده است. هریک از چهار لایه به روشی تایید بسته را به عهده دارند؛ لایه اول کد هولوگرافی قابل خواندن است. لایه دوم ریزتصویر نیمه واضحی است که به وسیله دستگاه بزرگ کننده تغییر رنگ داده و قابل خواندن می‌شود. لایه سوم، به وسیله دستگاه بزرگ کننده لیزری تصویر براق متغیری را آشکار می‌سازد. لایه آخر یا چهارم حاوی اطلاعات امنیتی غیر قابل دیدن و ثبت شده به وسیله کامپیوتر است و فقط از طریق دستگاه دیجیتال قابل خواندن است. نوارچسب PET، امکان ذخیره ۱ کیلوبایت به ازای هر Holospot را دارد. اندازه اطلاعات و تصاویر گرافیکی قابل تغییر است و می‌توان آنها را روی سطوح کوچک تا قطر ۵ میلیمتر هم جا داد. به دلایل امنیتی Holospot انحصاراً به وسیله شرکت Tesa scribos تولید می‌شود و بعد هولوگراف‌هایی که به وسیله لیزر بر روی آنها نوشته شده، در محل شرکت Heidelberg مورد استفاده قرار می‌گیرند.

شرکت آمریکایی همکار شرکت آلمانی Klockner Pentaplast، نرم افزار جدید به نام Pentapharm BlisterPro عرضه کرده که براساس مدل نرم افزار عناصر محدود کار می‌کند و برای بسته‌بندی‌های دارویی بلیستر که با روش گرما



استفاده از این لایه‌های آب بندی، ضمن کاهش هزینه، سطح آب بندی بزرگی برای فیلم‌های مورد استفاده در پزشکی فراهم می‌کند.

پلاستیک، کلید اصلی حل مشکل شرکت‌های داروسازی برای جلوگیری از فروش داروهای تقلبی است. مشکل داروهای تقلبی بسیار جدی است؛ طبق گزارش سازمان بهداشت جهانی، به عنوان مثال ۵۳٪ داروهای ضد مالاریا در آسیای جنوب شرقی تقلبی هستند.

یک شرکت بسته‌بندی دارویی به نام Walsrode برای حل این مشکل، یک فراوری ضد تقلب و ضد سایش معرفی کرده است که برپایه پوشش لیزری فیلم برچسب بسته‌هایی است که به روش گرما شکل دهی تولید می‌شوند. به اعتقاد یکی از متخصصین این شرکت استفاده از فناوری لیزر که به کمک بار کد آمده در آینده جایگزین روش‌های معمول فعلی برای شناسایی و کنترل محصولات خواهد شد.



شرکت Rexam برچسب RFID را با بسته به صورت یکپارچه در آورده تا مشتریانش یک مرحله صرفه جویی کرده باشند.

قدم بعدی درج اطلاعات مربوط به دارو، بارکد، تاریخ مصرف یا حتی شماره بچ تولیدی بر روی بسته گرما شکل دهی شده داروست. از آنجا که اطلاعات مستقیماً بر روی فیلمی که قابلیت گرما شکل دهی دارد درج خواهد شد، کسی که قصد تقلب دارد نمی‌تواند بدون جلب سوء ظن خریدار تقلب کند. محققین این شرکت در حال تحقیق بر روی یک روش برچسب زنی به کمک لیزر هستند که بین دو لایه فیلم، به صورت ساندویچی در می‌آید و امکان تقلب در آن کمتر می‌شود. شرکت آلمانی Tesa Scribos سیستم Holospot را که یک سیستم هولوگرافی چند لایه است با هدف مقابله با تقلب از طریق مشخص کردن محصول و بسته‌بندی آن در طول مسیر

تضمین‌کننده تازگی نوشیدنی‌ها

منبع: packaging today

بعد از گرمادهی و درست قبل از پرکنی تضمین می‌کند. بازار محصولات لبنی بسیار نام تجاری محور است به همین خاطر تولیدکنندگان می‌کوشند بازار را از دست نام‌های تجاری متفرقه در آورند و به خود اختصاص دهند. پیش از این پیدایش بخش‌های جدید هم چون ماست پروبیوتیک و نوشیدنی‌های لبنی تخمیر شده با هدف در اختیار گرفتن بازار و ایجاد ارزش‌های غذایی بیشتر در محصولاتی مانند شیر انجام پذیرفته بود.

رشد در بخش غیر از لبنیات مثل محصولاتی که از سویا تهیه می‌شوند بخشی دیگر از تحرک در بازار محصولات سلامتی است. این گونه‌ها به فضای اصلی خرده فروشی و به وسیله بسته‌بندی‌های جذاب در جهت جلب نظر مصرف کنندگان برای امتحان چیزهای جدید وارد شده‌اند. با این موج جدید از محصولات که شامل پروبیوتیک‌ها، غذاهای کاربردی و بوسترهای انرژی‌زا هستند تتراپک Carton Shot را طراحی کرد.

Williamson چنین می‌گوید: "علاوه بر اندازه کوچک، Tetra Pak Carton Shot به لطف طراحی متفاوت و چاپ باکیفیت بالای آن در حجم بزرگ توانسته است جای خود را در قفسه فروشگاه‌ها به خوبی باز کند. ما توانسته‌ایم نظر مشتریان خود را با درب پاره شونده یا درب‌های پیچشی سنتی مطابق با محصول و خواست تولیدکننده آن به دست آوریم."

گوش به زنگ و در انتظار تقاضاها و گرایشات جدید بودن چیزی است که صنعت غذاهای مایع و نوشیدنی را زنده و همیشه تازه نگه داشته است. بازار هدف بزرگ و تازه مصرف کنندگانی که نسبت به سلامت خود آگاه و نگران هستند نیاز مبرمی به نوشیدنی‌هایی دارند که با سبک زندگی شخصی و علایق آنان نهایت سازگاری را داشته باشد. به همین جهت شرکت‌ها به طور مداوم در پی برآورده کردن این انتظارات بسیار بالا هستند.

افزایش آگاهی و نگرانی برای سلامتی در بخش خریداران تاثیرات خاصی را بر بازار غذاهای مایع و نوشیدنی‌ها گذاشته است. Ian Williamson مدیر تولید تتراپک انگلستان می‌افزاید: "این نگرانی‌ها به خاطر آگاهی و نیاز مردم به نوشیدنی‌هایی با چربی و شکر کمتر ایجاد شده است. حتی این اطلاعات بسیار بیشتر و پیچیده‌تر نیز شده است."

بازار محصولات لبنی رشدی قابل توجه در اضافه کردن افزودنی‌های خاص برای کاربردهای خاص داشته است. به عنوان واکنشی به این نیاز شرکت تتراپک FlexDos که خط اسپتیک درون خطی است را برای اضافه کردن برخی افزودنی‌ها مانند آنزیم‌ها، بوها، رنگ‌ها، لیپیدها، باکتری پروبیوتیک و سایر نوشیدنی‌های طبیعی به محصول غذایی طراحی کرده است. Williamson می‌گوید: "سیستم بقا و تثبیت محتویات حساس به گرما را در سیستم اسپتیک



0-1 بطری ۳۳۰ میلی لیتری را برای پرکنی آبجوی روسی Baltika در انگلستان تولید کرد.

بطری پلاستیکی تک لایه برای بسته بندی شیر

Amcor PET Packaging از رشد بازار در بخش نوشیدنی‌های سلامتی به خوبی استفاده کرده و به گفته خودشان نخستین بطری تک لایه پلاستیکی برای شیر با ماندگاری بالا را روانه بازار کرده است. بطری‌های Xamos توسط شرکت‌های مختلف لبنی مورد ارزیابی قرار گرفته است و استفاده تجاری از آن به زودی آغاز خواهد شد. این ماده اولیه بر پایه PET بسیار شفاف است و نازک. نازکی آن به حدی است که تا به حال در هیچ بطری تک لایه PET دیده نشده است. Xamos می‌تواند حداقل شیر UHT را تا ۴ ماه سالم نگه دارد و درب کاملاً کیپ شونده آن قادر خواهد بود بدون این که از سیل آلومینیومی استفاده شود از هر گونه چکه کردن محصول جلوگیری کند. بنا به ادعای Amcor نفوذناپذیری این بطری نسبت به اکسیژن ۲۰ برابر بیشتر از HDPE است که همین موضوع این بطری‌ها را مناسب برای تولیدکنندگان شیر سویا و نوشیدنی‌های پروبوتیک با قیمت رقابتی کرده است.

ظرف شفاف PET برای محصولات حساس به نور مانند آبمیوه‌ها احتیاج به شرایطی دارند که بتواند محصول را در برابر اشعه‌های مرئی و نامرئی برای حفظ ارزش غذایی و افزایش طول

عمر آن حفظ کند. Sleever International فیلم محافظ در برابر UV را تولید کرده است که تا گردن بطری را در بر می‌گیرد. اولین استفاده از این فیلم توسط شرکت اسپانیایی SoloZnmo Pascual's برای بسته‌بندی آبمیوه در بطری‌های ۲۰۰ و ۷۵۰ میلی لیتر صورت پذیرفت.

فیلم شرینگ حرارتی و یک جهته به بهترین شکلی از نفوذ UV جلوگیری می‌کند. این فیلم را می‌توان با چاپ ۱۰ رنگ و به صورت پشت و رو چاپ کرد و چنان چه از ماشین‌آلات 4 Powersleeve Evolution استفاده شود با آن بین ۱۵ تا ۳۰ هزار بطری را در ساعت لیبل زد.

Glassmaker 0-1 بطری کهربایی ۳۳۰ میلی لیتری را برای پرکنی آبجو روسی Baltika که در شرکت انگلیسی تحت لیسانس تولید می‌شود روانه بازار کرد. طراحی 0-1 با گردن بلندش برای هیچ برند دیگری انجام نشده است. طراحی لیبل شامل نام تجاری با الفبای سیریلی با تلفظ انگلیسی و نشان تجاری تولیدکننده است. سایه رنگ مابین طلایی و آبی تاثیر محصولی روسی را در انسان ایجاد می‌کند. در هنگام عرضه تجاری بطری‌ها در بسته‌های چهارتایی در مغازه‌ها عرضه می‌شدند.

چه گام‌هایی را می‌توان برای داشتن رشدی مطمئن‌تر در فروش آبجو در بطری برداشت؟ رد برخی از مواقع شما به ترکیبی از بطری و لیبل

Amcor PET Packaging

اولین بطری پلاستیکی تک لایه
برای بسته بندی شیر با ماندگاری
بالا را به بازار معرفی کرد.



توجه کرده‌اید که توجه شما را حتی از آخرین ردیف محصولات به خود جلب می‌کند.

Smurfit Kappa بسته‌بندی ثانویه چندکاره یا آماده عرضه در فروشگاه (RRP) را برای Ale Black Sheep طراحی کرده است که توانسته است بازار را حتی در فروشگاه‌های Wal-Mart-Asda نیز از آن خود کند.

صاحب نام تجاری قهوه از بسته‌بندی قهوه خود چه انتظاری دارد؟

بنا بر ادعای Stora Enso این بسته‌بندی شامل یک لفاف کاغذی می‌شود چرا که برای محیط زیست ایمن‌تر است. همچنین توانایی پذیرش چاپ گرافیک‌های پیچیده و همچنین سرعت بالای فرآیند پرکنی قهوه را داراست.

Stora Enso تمامی شرایط یاد شده بالا را در لفاف LumiLabel G high-end لحاظ کرده است. مدیرعامل این شرکت Eckhard Kallies در این خصوص می‌گوید: "LumiLabel G یک جایگزین خلاقانه برای لفاف‌های پلاستیکی است که این امکان را به صاحبان نام‌های تجاری می‌دهد که بدون نیاز به تغییر در طراحی و محصول پایداری بسته‌بندی خود را افزایش دهند.

نوشیدنی شکلاتی Maltesers دارای بسته‌بندی‌ای بود که در طراحی کروی آن چندان دقیقی نشده بود. اما نوع جدید کم کالری این محصول در ظرف دو حبابه تولید Containers RPC عرضه شد تا مشتریان تفاوت را حس کنند. Richard Cooper مدیر تجاری Foods Aimia در این خصوص چنین می‌گوید: "بسیار مهم بود که در کنار جنبه سلامتی بخش محصول بر روی نام تجاری آن نیز با استفاده از بسته‌بندی بامزه، گرد و قرمز نیز تاکید شود.

آب معدنی طبیعی که به "شفاف‌ترین آب در نروژ" مشهور بود قادر است بدون این که خدشه‌ای به نامش وارد شود محصول خود را برای راحتی بیشتر مصرف کنندگان در بسته‌های bag-in-box ۱۰ لیتری تولید Rapak عرضه کند. شرکت از فیلم‌هایی که کمترین آلودگی و لکه راد داشتند در درون کیف تاشو استفاده کرد و درب آن را نیز با شیر فشاری Vinitap تولید Dispensers Worldwide تجهیز کرد.

دربی که به خاطر سیل شدن دقیق به خروجی شیر کاملاً از نفوذ اکسیژن جلوگیری می‌کند. از طرف دیگر آب Imsdal پس از یک بار خنک شدن تا ساعت‌ها دمای خود را حفظ خواهد کرد.

مباحث زیست محیطی

علاوه بر پیشرفت‌هایی که در بخش مواد اولیه به دست آمده است سلیقه مشتریان و اهمیت آنان به سلامتی و بهداشت نیز مسئله‌ای بوده است که طی ۱۰ سال گذشته باعث متفاوت شدن بسته‌بندی‌ها شده است. پس از این که پارلمان اروپا مالیات‌های خاصی (eco-taxes) برای بسته‌بندی مطابق با محیط زیست وضع کرد دولت‌های عضو اتحادیه اروپا هم اکنون بر روی ابزارهای اقتصادی کار می‌کنند که سازگارهای بیشتری با مباحث محیط زیستی داشته باشند. ظروف نوشیدنی‌ها یکی از نگرانی‌های اصلی در بحث زباله و بازیافت بودند. وقت تلفن کردن و کلنجار رفتن با جنب و جوش‌های بازار در صنعت نوشیدنی‌ها استفاده مناسبی برای استفاده از eco-taxes نیست. eco-taxes تبعیض‌آمیز مجارستان بر ضد بخش بزرگی از واردات آجیو از آلمان منجر به وضع جرایم هنگفتی شده است. اما Joachim Quoden مدیر Pro Europe یکی از لابی‌کننده‌ها که در بروکسل مستقر است این سیستم را محکوم به شکست می‌داند و عمر آن را نهایتاً تا پایان سال ۲۰۰۸ تصور می‌کند. وی معتقد است که سیستم ودیعه‌گذاری که به معنای محافظت از ظروف قابل پرکنی مجدد است باعث مرگ این پروژه خواهد شد. Salvatore Gabola مدیر بخش اروپایی Coca-Cola نیز با این نظر موافق است: "سیستم ودیعه‌گذاری deposit می‌گوید بسیاری از پلاستیک‌ها هم اکنون به بازار چین صادر می‌شوند. حتی آنهایی که یکبار در آلمان بازیافت شده بودند."

سیستمی که باعث افزایش سرعت جابه‌جایی اکسیژن (OTR) در بطری‌های PET غیر قابل نفوذ می‌شود توسط Sidel, Systech معرفی شد. 8700 Systech به جای ۱۲ ساعت به مدت ۲۴ ساعت می‌تواند ۱۱ نمونه از بطری‌های تولیدی Sidel که برای بسته‌بندی آجیو، سودا، چای، آبمیوه و آب معدنی به کار می‌روند را مورد آزمایش قرار دهد.



لیبل‌های اسلیو مقاوم در برابر UV تولید Sleever International برای بطری‌های PET حاوی آبمیوه، توسط Zumo Pascual's Solo به کار گرفته شدند.



محصول کم‌کالری Maltesers در بطری‌های دو حبابه پلاستیکی تولید RPC به بازار عرضه شده است.



رنگدانه‌های جوهرافشان. سرزمین کوتوله‌ها

نوشته Dr. Richard M. Podhajny : PFFC

مرکب‌های جوهرافشان
رنگدانه‌دار در برابر آب و نور
مقاومند و امروزه این مرکب‌ها در
بسیاری از کاربردهای بسته‌بندی
به کار گرفته می‌شوند.

می‌دهد. چنان‌چه میانگین اندازه ذرات کمتر از نیم میکرون نباشد زمان فیلتراسیون از لحاظ تجاری غیر عملی می‌شود چراکه فیلتر بلافاصله مسدود شده و زمان فیلتراسیون افزایش می‌یابد. اگر چه عمر مفید توسط قرار گرفتن در معرض چرخه‌های یخ‌زدگی، ذوب‌شدگی و گرما تعیین می‌شود نسبت فیلتراسیون نیز یک راه عالی برای تخمین میزان پایداری ذرات مرکب است. به عنوان مثال ۳۰۰ میلی‌لیتر از مرکب جوهرافشان باید در چندین دقیقه یا کمتر از آن از فیلتر بگذرد و در فیلتر نیز هیچ گونه رنگدانه‌ای باقی نماند.

این آزمایش زمان فیلتراسیون نسب به انباشتگی رنگدانه‌ها نیز حساس است. تغییر میزان پخش مرکب بر روی غلتک به خاطر انباشتگی را می‌توان با تغییر در توزیع در اندازه ذرات مقایسه کرد. هنگامی که مرکب انباشته می‌شود میزان پخش مرکب از طریق فیلتر کاهش می‌یابد و توزیع اندازه ذرات به گونه محسوسی تغییر می‌کند.

در مرکب‌های جوهرافشان پایه آب (اغلب مرکب‌های چاپگرهای قطره‌ای) انتشار رنگدانه از طریق شارژ تثبیت می‌شود. این عمل می‌تواند از طریق رزین‌هایی که پایداری ترکیب مرکب را بالا می‌برند افزایش یابد.

در حالی که مرکب‌های متداول از رنگدانه‌هایی در حد میکرون استفاده می‌کنند، مرکب‌های جوهرافشان به طور خاص از رنگدانه‌های ۰/۱ تا ۰/۳ میکرون بهره می‌گیرند. وضعیت شیمیایی هر رنگدانه با دیگری متفاوت است به همین علت اندازه ذرات و ثبات آنها نیز با یکدیگر فرق می‌کند.

مرکب‌های جوهرافشان رنگدانه‌دار در برابر آب و نور مقاومند و امروزه این مرکب‌ها در بسیاری از کاربردهای بسته‌بندی به کار گرفته می‌شوند.

مطابق انتظار مرکب‌های جوهرافشان پایداری دو ساله دارند. بر خلاف جوهرها که نمی‌توانند در درون مرکب جوهرافشان حل شوند، رنگدانه‌ها باید انتشار یابند. ذرات رنگدانه منتشر شده باید جدا نگه داشته شوند تا از توده شدن و انباشتگی جلوگیری شده و طول عمر مورد نظر را به دست آورند.

به همین ترتیب رنگدانه‌های دوده از لحاظ شیمیایی به گونه اصلاح شده و بهبود یافته‌اند که سطحی مناسب برای توزیع رنگدانه‌های تثبیت شده آب ایجاد کنند. اندازه ذرات این رنگدانه‌ها کوچکتر از یک میکرون هستند. این پخش شدن باعث ایجاد مقاومت نوری خوبی می‌شود اما مقاومت کمی نسبت به رنگدانه‌های مشکلی متداول نسبت به آب دارند.

اغلب رنگدانه‌ها را می‌توان در اندازه‌ای کمتر از یک میکرون آسیاب و پخش کرد. اگر چه رنگدانه‌های با غلظت بالا در مرکب جوهرافشان با ترکیب ساختی رقیق‌تر تشکیل می‌شوند. به طور معمول مرکب‌های جوهرافشان دارای ۳ تا ۵ درصد رنگدانه هستند. در اندازه کوچکتر از میکرون رنگدانه‌ها توان رنگی مناسبی دارند.

مشکل اندازه ذرات در فیلتراسیون مرکب جوهرافشان با فیلتر یک میکرون خود را نشان

**این آزمایش زمان فیلتراسیون
نسب به انباشتگی رنگدانه‌ها نیز
حساس است.**

**تغییر میزان پخش مرکب بر روی
غلتک به خاطر انباشتگی را
می‌توان با تغییر در توزیع در
اندازه ذرات مقایسه کرد.**

چنان‌چه محصول چاپی شما پس از بیرون آمدن از ماشین چاپ جوهرافشان خیس باشد، خواهید دید که تمامی دستانتان سیاه شده است. بر عکس چنان‌چه بر روی این مجله آب بریزید مرکب‌های چاپی به نظر ضد آب خواهند رسید. اگر چه چاپگرهای اداری بهترین مثال برای مرکب‌های جوهرافشان ضد آب نیستند، اما در مقایسه با مرکب‌های دارای رنگدانه این مرکب‌های جوهرافشان پایه جوهر تفاوت‌های زیادی در مقاومت در برابر نفوذ آب دارند.

اشتیاق برای ارتقای ضد آب بودن و پایداری نوری مرکب‌های سنتی پایه جوهر منجر به ایجاد تقاضا برای جوهرهای با مقاومت بیشتر شده است. تلاش‌های بسیاری در جهت ارتقای این محصولات با مقاومت بالاتر انجام شده است. تلاش‌هایی که با چالش‌های بسیاری مواجه بود. مرکب‌های جوهرافشان پایه جوهر از گونه‌های متفاوت جوهرهای حل‌شدنی تشکیل شده‌اند اما اغلب آنان اسید، واکنش‌دهنده‌ها و رنگ‌های بی‌واسطه هستند. رنگدانه‌های اسیدی رنگ‌های درخشانی تولید می‌کند اما مقاومت نوری کمی دارند. رنگ‌های بی‌واسطه همان درخشندگی رنگی را همراه با مقاومت نوری بالاتر دارا هستند. رنگدانه‌های واکنش‌دهنده که

به طور کلی برای چاپ منسوجات طراحی شده‌اند می‌توانند مقاومت خوبی در برابر نور و مواد شیمیایی ایجاد کنند. برخی از جوهرهای (dyes) ضد نور را می‌توان از رنگدانه‌ها تولید کرد. به عنوان مثال رنگدانه phthalocyanine CoPer که ضد نور و ضد آب است می‌تواند از لحاظ شیمیایی به گونه‌ای اصلاح شود تا کاملاً قابل حل گردد و بتوان از آن برای تولید مرکب‌های ترکیبی پایه جوهر استفاده کرد. باید در نظر داشت که خاصیت غیر قابل عبور بودن آن چیزی بین جوهرها و رنگدانه‌هاست.

نظر داشتن هرچه سخت تر شدن رقابت در بازارهای در حال اشباع جهانی، آنچه فراتر از همیشه مورد توجه طراحان بسته بندی و محصول قرار گرفته، تحریک حداقل یکی از حواس انسانها توسط بسته بندی، ارائه و چیدمان فروشگاههای محصول است. واقعاً چه نوع بسته بندی و چیدمانی، افراد را جذب و سرگرم می کند؟! بدیهی است چیزی که باعث تمایز اساسی محصولات از هم شده و باعث پیشی گرفتن از رقبا و فروش بیشتر می شود، شناخت هویت و عینیت بخشیدن به ایدئولوژی یک شرکت، طراحی در راستای اهداف آن و نحوه پرزانته و ارائه محصول است.

نمایش محصولی خاص و جدید در یک استند یا چیدمانی خاص برای ارائه انواع محصولات یک شرکت، باعث ترغیب مشتریان به تهیه و تملک یک محصول می گردد. ناخودآگاه خریدار با هر سنی به سمت محصولی متفاوت می رود که در ذهن او نقش بسته است.

طراحی استند جدیدی که به منظور قرارگیری بطری های کچاپ جدید مهرا م طراحی و ساخته شده است، به همین منظور در تعداد محدودی از سوپر مارکت ها جانمایی شده است. استند کچاپ مهرا م، برای سس های وارونه مهرا م، خود به شکل سس کچاپ است که روی درب ایستاده و در واقع سنبله ای است از محصول قدیمی مهرا م با بسته بندی جدید که به گونه ای متمایز و کاملاً واضح، در مراکز خرید قرار گرفته است.

در ۵ ثانیه فرصت زمانی که در نگاه اول در ذهن مشتری ایجاد می شود، در مقایسه با محصولات باز و فله ای به نمایش گذاشته شده، قطعاً برنده، بسته بندی و چیدمانی است که هویتی جدید و متفاوت دارد. این امریست قطعی در تعیین و تخصیص استراتژی بازار. قرارگیری محصول در جایگاهی ویژه در نقاط فروش، به عنوان برانگیزاننده و محرک خرید و نیز چراغ قرمزی در برابر توقف

عابران جلوی ویترین عمل خواهد کرد.

فراموش نکنید که

خریداران، ۷۰٪ از

تصمیمات

خریدشان را در

فروشگاه ها



هلیا ارغند
کارشناس ارشد طراحی صنعتی

عرضه کالا

این روزها وقتی وارد سوپر مارکت و یا مراکز فروش مواد غذایی می شویم، با قفسه های یکسان مملو از بسته بندی های غذایی مواجه می گردیم. در این هیاهو، برخی از این بسته بندی ها حتی از فاصله دور نیز برای ما آشنا هستند و برخی دیگر ممکن است آنقدر مهیج باشند که ناخودآگاه ما را به سمت قفسه خود کشیده و گاهاً ما را مجبور با انداختن نگاهی دقیق و عمیق و در نهایت خریدی ناخواسته نمایند.

می دانیم که نحوه ارائه و چیدمان فروشگاه، قطعاً یکی از مؤثرترین عوامل برای فروش بهتر محصول می باشد. بسته بندی و چیدمان صحیح با قابلیت بالای دیده شدن، رو به رشد ترین قسمت فروش است. اینکه محصول در گوشه ای از قفسه به روی هم انباشته شود و یا اینکه مکانی ویژه بدان تعلق گرفته و در دید خریدار باشد، قطعاً از نظر فروش و تقاضا متفاوت خواهد بود. برند محصول پر رنگ تر و نسبت به محصول رقبا، از هویت بصری بالاتری برخوردار خواهد بود.

در سالهای اخیر، استفاده از مواد مختلفی همچون کارتنها، مقوای توپر، مواد پلیمری و استند های تبلیغاتی توسط طراحان شرکت ها پیشنهاد و اجرا شده است. این امر، ضمن ایجاد حسی خوشایند برای خریدار و تأثیری عمیق بر دید استفاده کننده، باعث ایجاد فضای اختصاصی برای محصول و تأکید هویت سازمانی آن، نمایش تمام مشخصات بارز محصول

و مشخص کردن المانهای برتر محصول با جانمایی پیش بینی شده و ایجاد حسی خوشایند برای خریدار می شود و این ضرورتی است برای عرضه موفق محصولی که در بین محصولاتی با کاربری یکسان، به طرز مشخصی از نظر القاء احساس زیبایی در ظاهر متفاوت است. با در





RING 408 PE



RING 4012 PLM

ویدر

گروه صنعتی

ماشینهای صنعت بسته بندی



چاپگرهای صنعتی و نیمه صنعتی لیبل

- * چاپ لیبل های کاغذی، پلاستیکی و پارچه ای با وضوح ۲۰۰ الی ۶۰۰ نقطه در اینچ به دو روش با ریبون و بدون ریبون
- * نرم افزار طراحی لیبل با قابلیت ارتباط با ترازو، چاپ متون فارسی و لاتین شماره سریال، تاریخ تولید و مصرف، انواع فرمتهای بارکد و طرحهای گرافیکی
- * قابلیت نصب لوازم اختیاری از قبیل: جمع کن لیبل، کاتر لیبل، کارت شبکه و افزایش حافظه داخلی

گروه صنعتی ویدر:

تهران، بلوار میرداماد، بین ولیعصر و آفریقا، پلاک ۲۸۰/۱، واحد ۲۰

تلفکس: ۸۸۶۷۱۹۱۶-۱۸

www.widder-group.com Email: info@widder-group.com



RING 4012 PMH

ساخت ژاپن



CE PRO: 20/08/2008 EXP: 20/08/2007 BATCH NO: 87654
 تولید: ۸۷/۰۵/۲۹ مصرف: ۸۷/۰۵/۲۹
 CE PRO: 24/08/2007 EXP: 23/08/2008
 تولید: ۸۷/۰۵/۲۹ مصرف: ۸۷/۰۵/۲۹

ویدر

گروه صنعتی

ماشینهای صنعت بسته بندی

چاپگر جوهر افشان ریزنگار مدل KN 300

- * چاپ نوشتار و کدهای متغیر، آرمها و طرحهای گرافیکی در سه سطر
- * دارای امکان طراحی ساده آرم و لوگو از طریق صفحه کلید دستگاه
- * شستشوی اتوماتیک سیستم جوهر هنگام خاموش شدن دستگاه
- * کابینت کاملاً استیل صنعتی و صنعتی
- * دارای کمپرسور هوای داخلی و بدون نیاز به هوای فشرده خارجی
- * مجهز به سیستم هوای مثبت در هد چاپگر
- * قیمت بسیار رقابتی و مناسب
- * حداقل هزینه مواد مصرفی

گروه صنعتی ویدر:

تهران، بلوار میرداماد، بین ولیعصر و آفریقا، پلاک ۲۸۰/۱، واحد ۲۰

تلفکس: ۸۸۶۷۱۹۱۶-۱۸

www.widder-group.com

Email: info@widder-group.com

(بخش پایانی)

تأثیر رنگ در بسته‌بندی

(بخشی از یک تحقیق دانشگاهی در ایران)

نازنین زند / عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد پیشوا - ورامین)



جدول دو بعدی شماره ۸

سن	۳۰ تا ۲۰	۲۰ تا ۱۶	پسندیدن رنگهای تند بر روی بسته بندی مواد غذایی
۳۰ به بالا	۱۱	۱۰	بله
	۱۸	۱۹	خیر

تجزیه و تحلیل :

در جدول شماره ۸ دو بعدی مشاهده می‌گردد که در دو متغیر جنس و جلب توجه رنگهای شاد یا تیره بر روی بسته‌بندی مواد غذایی، اکثریت مردان و زنان رنگهای شاد را بر روی بسته‌بندی مواد غذایی مناسب می‌دانند و با جلب توجه آن بر روی بسته‌بندی مواد غذایی موافق می‌باشد.

جدول دو بعدی شماره ۹

جنس	مرد	زن	رنگهای تند بر روی بسته بندی مواد غذایی
	۱۷	۱۶	بله
	۲۷	۳۱	خیر

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۹ دو بعدی دارای دو متغیر سن و پسندیدن رنگهای تند بر روی بسته‌بندی مواد غذایی می‌باشد که در مراتب سنین مختلف هر سه رده سنی رنگ‌های تند را بر روی بسته‌بندی مواد غذایی نمی‌پسندند و با آن مخالف هستند.

جدول دو بعدی شماره ۱۰

جنس	مجرد	متاهل	رنگهای تند بر روی بسته بندی مواد غذایی
	۱۸	۱۶	بله
	۳۲	۲۵	خیر

تجزیه و تحلیل :

با نگاهی به جدول شماره ۱۰ دو بعدی مشاهده می‌گردد که دو متغیر جنس و سوال مورد نظر یعنی پسندیدن رنگهای تند بر روی بسته‌بندی مواد غذایی نیز، چه مردان و چه زنان با رنگهای تند بر روی بسته‌بندی‌ها مخالف می‌باشند.

جدول دو بعدی شماره ۱۱

سن	۳۰ تا ۲۰	۲۰ تا ۱۶	رنگهای زرد و طلایی را بر روی چه بسته بندی هایی مناسب می دانید
۳۰ به بالا	۱۱	۹	تقلات
	۸	۷	شیرینی جات
	۸	۱۱	نوشیدنیها
	۵	۷	فرنی نمی کند

تجزیه و تحلیل :

با توجه به جدول شماره ۱۱ که دو متغیر وضعیت تاهل و پسندیدن رنگهای تند بر روی بسته‌بندی مواد غذایی مورد بررسی قرار گرفته، افراد مجرد و همچنین افراد متاهل با این نظر مخالف بوده و آن را رد کرده‌اند.

جدول دو بعدی شماره ۱۲

جنس	مرد	زن	رنگهای زرد و طلایی را بر روی چه بسته بندی هایی مناسب می دانید
	۱۱	۱۹	تقلات
	۱۱	۱۷	شیرینی جات
	۱۵	۸	نوشیدنیها
	۱۳	۸	فرنی نمی کند

تجزیه و تحلیل :

با اندکی دقت در جدول شماره ۱۲ دو بعدی، که متغیر سن و مناسب دیدن رنگهای زرد و طلایی بر روی چه بسته‌بندی‌هایی با یکدیگر تطبیق داده شده است، می‌توان فهمید که افراد بین سنین ۱۶ تا ۲۰ سال، اغلب رنگ زرد و طلایی را بر روی نوشیدنی‌ها پسندیده‌اند در حالی که سنین بین ۲۰ تا ۳۰ سال این رنگ را برای تقلات مناسب دیده‌اند و سنین بین ۳۰ سال به بالا نیز آن را برای تقلات مناسب می‌دانند.

جدول دو بعدی شماره ۱۳

سن	۳۰ تا ۲۰	۲۰ تا ۱۶	برای بسته بندی نوشیدنیها چه رنگهایی را می پسندید
۳۰ به بالا	۸	۱۱	زرد و قرمز
	۱۳	۱۲	قرمز و نارنجی
	۱۰	۵	آبی و سبز
	۲	۶	هیچکدام

تجزیه و تحلیل :

در جدول شماره ۱۳ دو متغیر جنس و پسندیدن رنگهای زرد و طلایی بر روی چه بسته‌بندی‌هایی مورد توجه واقع شده است که با توجه به یافته‌های آن اغلب مردان رنگ زرد و طلایی را برای نوشیدنی‌ها مناسب دانسته در حالی که اغلب زنان رنگ مذکور را برای تقلات مناسب دانسته‌اند.

جدول دو بعدی شماره ۱۴

جنس	مرد	زن
برای بسته بندی نوشیدنیها چه رنگهایی را می پسندید		
زرد و قرمز	۱۱	۱۳
قرمز و نارنجی	۱۶	۱۷
آبی و سبز	۹	۱۴
هیچکدام	۸	۶

تجزیه و تحلیل :

با نگاهی به جدول شماره ۱۴ دو بعدی که دارای دو متغیر سن و پسندیدن چه رنگهایی برای نوشیدنیهایی می باشد افراد بین سنین ۱۶ تا ۲۰ سال اغلب رنگ قرمز و نارنجی را پسندیده اند و افراد بین ۲۰ تا ۳۰ سال و افراد ۳۰ سال به بالا نیز اکثرا این رنگ قرمز و نارنجی را برای نوشیدنیها مناسب دانسته اند.

جدول دو بعدی شماره ۱۵

وضعیت تاهل	مجرد	متاهل
برای بسته بندی نوشیدنیها چه رنگهایی را می پسندید		
زرد و قرمز	۱۵	۹
قرمز و نارنجی	۲۰	۱۶
آبی و سبز	۱۱	۱۰
هیچکدام	۶	۶

تجزیه و تحلیل :

در جدول شماره ۱۵ دو بعدی متغیر جنس و پسندیدن چه رنگی برای بسته بندی نوشیدنیها مورد توجه واقع شده که در این جدول نیز اغلب مردان و زنان رنگ قرمز و نارنجی را برای نوشیدنیها مناسب دانسته و پسندیده اند.

جدول دو بعدی شماره ۱۶

سن	۲۰-۲۹	۳۰-۳۹	۴۰-۴۹
برای بسته بندی تنقلات مثلا یک بسته شکلات چه رنگهایی را مناسب می دانید			
زرد	۱	۱	۱
طلایی	۱۴	۱۳	۱۰
قهوه ای	۱۳	۱۷	۱۴
قرمز	۳	۲	۴

تجزیه و تحلیل :

با توجه به جدول شماره ۱۶ دو بعدی مشاهده می گردد که متغیر وضعیت تاهل با متغیر مذکور مورد بررسی قرار گرفته که در این جدول نیز چه افراد متاهل و چه مجرد به رنگ قرمز و نارنجی جواب مثبت داده اند.

جدول دو بعدی شماره ۱۷

جنس	مرد	زن
برای بسته بندی تنقلات مثلا یک بسته شکلات چه رنگهایی را مناسب می دانید		
زرد	۳	
طلایی	۱۶	۲۱
قهوه ای	۲۱	۲۷
قرمز	۵	۴

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۱۷ دو متغیر سن و مناسب دیدن چه رنگهایی برای بسته بندی تنقلات (مثلا یک بسته شکلات) را با یکدیگر تطبیق داده است که در هر سه رده سنی رنگ قهوه ای را برای این بسته بندی مناسب دانسته اند و طبق سوالات انجام شده هم خوانی رنگ محصول با بسته بندی باعث این انتخاب شده است.

جدول دو بعدی شماره ۱۸

وضعیت تاهل	مجرد	متاهل
برای بسته بندی تنقلات مثلا یک بسته شکلات چه رنگهایی را مناسب می دانید		
زرد	۱	۲
طلایی	۲۲	۱۵
قهوه ای	۲۸	۲۰
قرمز	۴	۵

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۱۸ دارای متغیر جنس و پسندیدن چه رنگهایی برای بسته بندی تنقلات (مثلا یک بسته شکلات) می باشد که مشاهده می گردد عمده ترین افراد چه مرد و چه زن به رنگ قهوه ای جواب مثبت داده اند و آن را مناسب دانسته اند.

جدول دو بعدی شماره ۱۹

سن	۲۰-۲۹	۳۰-۳۹	۴۰-۴۹
مواد غذایی منجمد شده با رنگهای روشن مورد توجه شماست یا رنگهای تیره			
روشن	۲۱	۲۴	۲۲
تیره	۲	۴	۱
فرقی نمی کند	۱۱	۵	۶

تجزیه و تحلیل :

در جدول شماره ۱۹ دو بعدی مشاهده می گردد که متغیر وضعیت تاهل و سوال مذکور مورد بررسی واقع شده است که در این جدول نیز افراد مجرد و متاهل با رنگ قهوه ای برای بسته بندی تنقلات (مثلا یک بسته شکلات) موافق بوده اند.

جدول دو بعدی شماره ۲۰

جنس	مرد	زن
مواد غذایی منجمد شده با رنگهای روشن مورد توجه شماست یا رنگهای تیره		
روشن	۳۱	۳۶
تیره	۴	۳
فرقی نمی کند	۱۱	۱۲

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۲۰ متغیر سن را با سوال مواد غذایی منجمد شده با رنگهای روشن مورد توجه شماست یا رنگهای تیره مورد بررسی قرار داده است که ملاحظه می شود از هر ۳ رده سنی رنگ روشن برای مواد غذایی منجمد شده مورد توجه آنها واقع شده است.

جدول دو بعدی شماره ۲۱

وضعیت تاهل	مجرد	متاهل
مواد غذایی منجمد شده با رنگهای روشن مورد توجه شماسست یا رنگهای تیره	۳۳	۳۱
روشن		
تیره	۶	۱
فرقی نمی کند	۱۷	۵

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۲۱ دو بعدی متغیر جنس را با متغیر مواد غذایی منجمد شده با رنگهای روشن مورد توجه شماسست یا تیره تطبیق داده است که در میان زنان و مردان عمده ترین جواب هر دو جنس چه مردان و چه زنان به رنگ روشن برای مواد غذایی منجمد شده می باشد.

جدول دو بعدی شماره ۲۲

سن	۳۰ تا ۴۰٪	۲۰ تا ۳۰٪	۱۶ تا ۲۰٪
برای بسته بندی یک پاکت چای چه رنگی را مناسب می دانید			
قرمز	۷	۷	۱
سبز	۱۸	۱۹	۱۷
زرد	۱	۳	
فرقی نمی کند	۷	۵	۹

تجزیه و تحلیل :

با نگاهی به جدول شماره ۲۲ مشاهده می گردد که متغیر وضعیت تاهل با متغیر رنگهای روشن یا تیره برای مواد غذایی منجمد شده بررسی شده است که در این جدول درصد قابل توجهی از افراد مجرد و متاهل رنگ روشن را انتخاب نموده اند.

جدول دو بعدی شماره ۲۳

جنس	مرد	زن
برای بسته بندی یک پاکت چای چه رنگی را مناسب می دانید		
قرمز	۷	۱۲
سبز	۲۶	۲۸
زرد	۲	۲
فرقی نمی کند	۱۱	۱۰

تجزیه و تحلیل :

با مشاهده جدول دو بعدی شماره ۲۳ که دارای دو متغیر سن و مناسب دیدن چه رنگی برای بسته بندی یک پاکت چای می باشد در ۳ رده سنی یعنی ۱۶ تا ۲۰ و ۲۰ تا ۳۰ و ۳۰ به بالا اغلب رنگ سبز را برای یک پاکت چای مناسب دانسته اند و طبق سوالات به عمل آمده به طور شفاهی از پاسخ دهندگان دلیل آن هم خوانی رنگ کالا با محصول می باشد.

جدول دو بعدی شماره ۲۴

وضعیت تاهل	مجرد	متاهل
برای بسته بندی یک پاکت چای چه رنگی را مناسب می دانید		
قرمز	۱۲	۹
سبز	۳۰	۲۴
زرد	۳	۱
فرقی نمی کند	۱۱	۱۰

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۲۴ نیز دو متغیر جنس و سوال قبلی یعنی مناسب دیدن چه رنگی برای یک پاکت چای را مورد توجه قرار داده است که در دو جنس یعنی مرد و زن بیشتر جواب ها به رنگ سبز می باشد.

جدول دو بعدی شماره ۲۵

سن	۳۰ تا ۴۰٪	۲۰ تا ۳۰٪	۱۶ تا ۲۰٪
برای بسته بندی مواد غذایی که بعداً طبخ می شود رنگهای گرم مورد توجه شماسست یا رنگهای سرد			
گرم مثل قرمز و زرد	۱۵	۱۴	۱۴
سرد مثل آبی و سبز	۷	۸	۵
هیچکدام	۲	۱	
فرقی نمی کند	۸	۱۱	۱۰

تجزیه و تحلیل :

با دقت در جدول شماره ۲۵ متغیر مناسب دیدن چه رنگی برای بسته بندی یک پاکت چای وضعیت تاهل مشاهده می گردد که در تطبیق این دو متغیر رنگ سبز در میان افراد مجرد و متاهل از درصد بالاتری نسبت به بقیه رنگها برخوردار است.

جدول دو بعدی شماره ۲۶

سن	مرد	زن
برای بسته بندی مواد غذایی که بعداً طبخ می شود رنگهای گرم مورد توجه شماسست یا رنگهای سرد		
گرم مثل قرمز و زرد	۲۲	۱۷
سرد مثل آبی و سبز	۹	۱۱
هیچکدام	۲	۱
فرقی نمی کند	۱۲	۱۷

تجزیه و تحلیل :

جدول شماره ۲۶ دو متغیر سن و مورد توجه بودن رنگهای گرم یا سرد برای مواد غذایی که بعداً طبخ می شود را دارا می باشد که در هر سه رده سنی که مورد سوال ما بوده اند همگی رنگهای گرم مثل قرمز و زرد را برای بسته بندی مواد غذایی که بعداً طبخ می شود مناسب دانسته اند.

جدول دو بعدی شماره ۲۷

وضعیت تاهل	مجرد	متاهل
برای بسته بندی مواد غذایی که بعداً طبخ می شود رنگهای گرم مورد توجه شماسست یا رنگهای سرد		
گرم مثل قرمز و زرد	۲۰	۱۹
سرد مثل آبی و سبز	۱۲	۸
هیچکدام	۵	۱
فرقی نمی کند	۱۶	۱۳

تجزیه و تحلیل :

با مشاهده جدول دو بعدی شماره ۲۷ این بار متغیر جنس با متغیر رنگهای گرم یا سرد برای بسته بندی مواد غذایی که بعداً طبخ می شود مورد بررسی قرار گرفته است که در هر دو جنس مورد سوال اکثرین مردان و زنان رنگهای گرم مثل قرمز و زرد را مورد توجه قرار داده اند.

وضعیت تاهل	برای بسته بندی های مختلف هر نوع کالای مواد غذایی چه رنگی مورد توجه خانم ها است	۲۰ تا ۲۶	۲۷ تا ۳۰	۳۱ تا ۳۶
رنگهای شاد و لطیف		۲۵	۲۳	۲۹
رنگهای گرم مثل قرمز و زرد		۳	۱	۱
رنگهای سرد مثل آبی و سبز		۱	۲	۳
رنگ تائیری ندارد		۳	۳	۶

تجزیه و تحلیل:

با نگاهی به جدول شماره ۲۸ متغیرهای وضعیت تاهل و مناسب دیدن رنگهای گرم یا سرد بر روی بسته بندی مواد غذایی که بعداً طبخ می شود، با یکدیگر تطبیق داده شده است که افراد مجرد و متاهل اغلب رنگهای گرم مثل قرمز و زرد را برای این بسته بندی ها مناسب دانسته اند.

جدول دو بعدی شماره ۲۹

وضعیت تاهل	برای بسته بندی های مختلف هر نوع کالای مواد غذایی چه رنگی مورد توجه خانم ها است	مجرد	متاهل
رنگهای شاد و لطیف		۳۹	۲۸
رنگهای گرم مثل قرمز و زرد		۵	۱
رنگهای سرد مثل آبی و سبز		۱	۲
رنگ تائیری ندارد		۳	۹

تجزیه و تحلیل:

با اندکی دقت در جدول دو بعدی شماره ۲۹ که دارای دو متغیر سن و مورد توجه بودن چه رنگی برای خانمها بر روی هر نوع بسته بندی کالای مواد غذایی می باشد، می توان فهمید که در سه گروه سنی مورد سوال ما هر سه گروه سنی رنگهای شاد و لطیف را بر روی بسته بندی هر نوع کالای مواد غذایی برای خانمها مناسب دیده اند که مورد توجه آنها قرار می گیرد.

جدول دو بعدی شماره ۳۰

تجزیه و تحلیل:

جدول شماره ۳۰ نیز این بار متغیر وضعیت تاهل و مورد توجه بودن چه رنگی برای خانمها روی هر نوع بسته بندی کالای مواد غذایی را مورد بررسی قرار داده است که با مشاهده آمار به دست آمده، می بینیم که اغلب افراد مجرد و متاهل رنگهای شاد و لطیف را انتخاب کرده اند، که مورد توجه خانمها قرار می گیرد.

نتیجه گیری:

با توجه به پروژه تحقیق که تاثیر رنگ در بسته بندی و فروش مواد غذایی بود و سؤالاتی که توسط پرسشنامه از پاسخ دهندگان گرامی به عمل آمد یک سری آمار و ارقام در حد جمعیت نمونه که به جمعیت آماری تعمیم داده می شود به دست آمد که ما را با سلیق و انتخاب افراد در گروه های سنی متفاوت و جنسیت های مختلف و مجزا با یکدیگر آشنا کرد، که به صورت مشروح در زیر بیان می شود.

در ابتدا طبق فرضیه هایی که ماقبل از انجام تحقیق درست کرده بودیم و با تطبیق این فرضیه ها با نظرات پاسخ دهندگان در پرسشنامه ها حاصل شد که اکثر مردم در شهرستان بروجرد در خرید یک کالای مواد غذایی به رنگ و قیمت کالا با همدیگر بیشتر توجه دارند و همچنین به کیفیت آن که البته رنگ و قیمت با هم در درجه بالاتر قرار دارد و آنها رنگهای تند را بر روی بسته بندی های مختلف هر نوع مواد غذایی نمی پسندند و آن را رنگی زننده

بر روی کالای مواد غذایی به حساب می آورند.

طبق آمار به دست آمده پاسخ دهندگان با رنگهای شاد بر روی بسته بندی های مختلف کالای مواد غذایی موافق بوده و آن را عاملی قابل توجه بر روی کالا می دانند و رنگهایی مثل قرمز و زرد را معرف مزه های شیرین برای خود می دانند که به قول بعضی از آنها این رنگها یادآور میوه هایی شیرین برای آنها می باشد.

پاسخ دهندگان استفاده از پیگتوگرام های حیوانات، به خصوص بر روی بسته بندی هایی که مربوط به کودکان می شود را مناسب دانسته و آن را عاملی موثر در جلب توجه و فروش برای کالای مورد نظر می دانند که خود می تواند عاملی تاثیرگذار برای این محصولات در این گروه سنی باشد. اکثر مشتریان رنگهای زرد و طلایی را رنگی قابل توجه می دانند و آن را مناسب بر روی بسته بندی های مربوط به تنقلات می پندارند و متذکر می شوند که رنگ مورد نظر در جلب توجه مشتری ها برای خرید موثر می باشد.

برای اغلب خریداران نوشیدنی ها رنگ بسته بندی این محصول با محتوای آن بستگی داشته و اکثر آنها رنگهای قرمز و نارنجی را برای نوشیدنی ها می پسندند زیرا ارتباطی بین این رنگ و محصولات آن برای خود می پندارند.

رنگ قهوه ای که رنگ ملایم و متناسب با محصولات تنقلاتی می باشد و برای استفاده کنندگان رنگی مناسب به خصوص برای تنقلاتی از قبیل شکلات می باشد.

با توجه به فهرست جداول به دست آمده مشتریان رنگهای روشن و شاد را بر روی مواد غذایی منعقد شده می پسندند و برای آنها رنگهای روشن یادآور سردی و روشنایی که در انجماد مواد غذایی وجود دارد می باشد. از دیگر نتایج به دست آمده استفاده از رنگهای مکمل بر روی بسته بندی های مربوط به چای بود، رنگهایی از قبیل سبز و قرمز که در نظر پاسخ دهندگان ارتباط خاصی بین رنگ مورد نظر و محصول چای وجود دارد که رنگ قرمز چای و رنگ سبز بوته آن را ملاکی در این انتخاب خود می دانند که باز هم بر می گردد به همان هم خوانی رنگ محصول با کالای مورد نظر.

مختصر نتیجه گیری که در بالا ذکر شد در واقع اندکی از بسیار نتایج بود که در این تحقیق به دست آمده است و اگر نیازی به آمار دقیق تر و جامع تری از این تحقیق باشد با مراجعه به جداول یک بعدی و دو بعدی این تحقیق با آمار دقیق و چند جانبه مواجه خواهید شد که بر روی هر یک از آنها تجزیه و تحلیل، هر چند مختصر انجام شده است.



کاسی و BCT،

فاکتورهای موثر در کیفیت مقوای کنگره‌ای و کارتن



گردآوری و تالیف: مهندس حسین ناظرانی هوشمند
کارشناس ارشد چوب و کاغذ از دانشگاه تهران

از مسائل مهم و اساسی در تولید مقوای کنگره‌ای معضل کاسی است که عدم توجه به تولید مقوایی با سطح صاف و بدون کاسی منجر به ایجاد ضایعات فراوان در پروسه تبدیل مقوای کنگره‌ای به کارتن خواهد شد. همچنین فاکتور BCT (مقاومت روی هم چیدن کارتن‌ها) از عوامل مهم در کیفیت کارتن ساخته شده به حساب می‌آید که در ذیل مختصراً به آنها اشاره می‌گردد.

کاسی در اثر اختلاف در تغییرات ابعاد تشکیل دهنده مقوامخصوصاً دولاينررووزیربه وجود می‌آید. اگر ۲ لایه پس از چسبیدن به فلوت یکی منقبض و دیگری منبسط شود مقوا کاس خواهد شد. برای این که کاسی به حداقل برسد باید دلیل و علت کاس شدن ورق کارتن را دانست یعنی باید دانست که به چه علت و با چه سرعتی و چه موقع این تغییرات ابعادی کاغذ انجام می‌گیرد.

۱- کاسی نرمال:

عادی‌ترین کاسی در تولید مقوای کنگره‌ای، کاسی نرمال است که در آن کاغذ سینگل فیس (single face) مقعر و محور مرکزی کاسی، جهت محور حرکت ماشین است. دلیل کاسی نرمال را می‌توان رطوبت اضافه‌ای که مقوای ۲ لایه (سینگل فیس) نسبت به لاینر زیری دارد، دانست. رطوبت اضافه در مقوای سینگل فیس می‌تواند ناشی از عوامل زیر باشد:

- ۱- زیاد بودن رطوبت رول کاغذ قبل از مصرف در پروسه تولید مقوای کنگره‌ای ۲-
 - زیاد شدن رطوبت کاغذ مدیوم به علت بخارهای برخوردی به کاغذ به جهت فرم دادن به ۳-
 - مصرف چسب بیش از اندازه.
- از دیگر عوامل موثر در ایجاد کاسی نرمال (کاسی بالا)، توقف مقوای سینگل فیس روی پل می‌باشد.

۲- کاسی معکوس (کاس پایین):

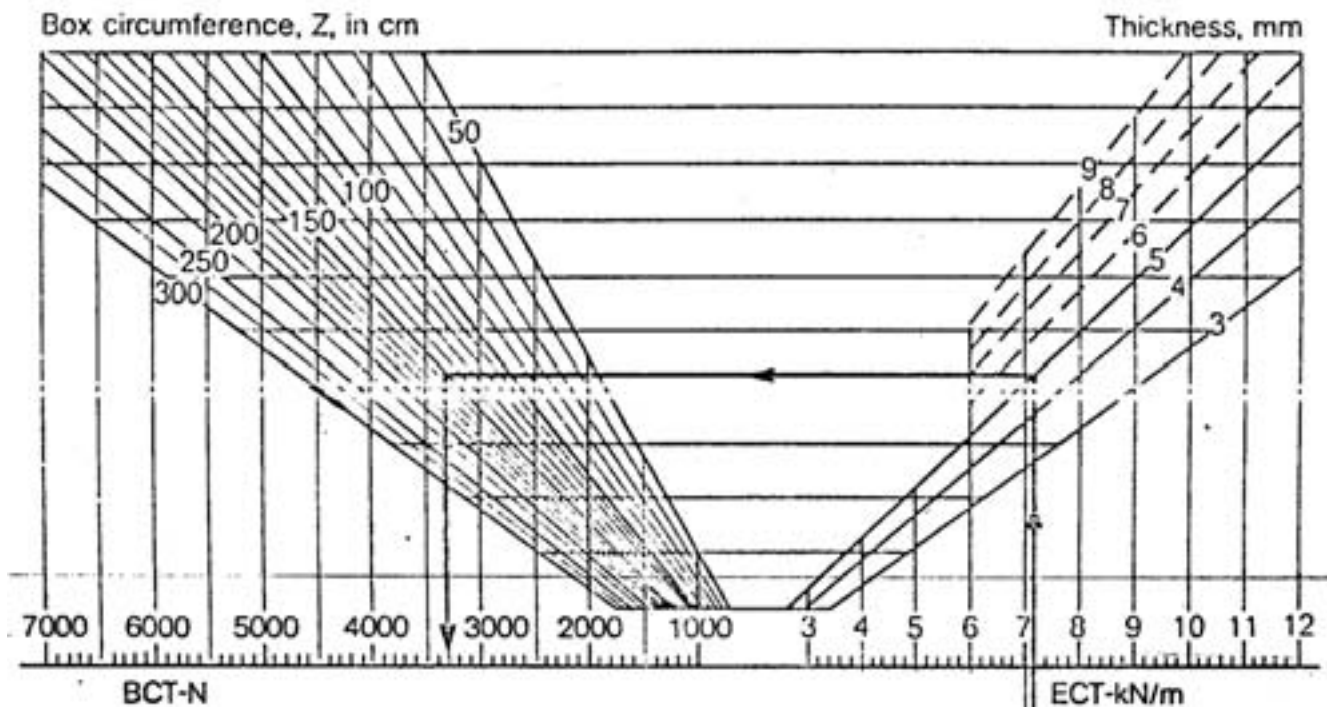
علت کاسی معکوس، رطوبت زیاد لایه زیرین خواهد بود که پس از خشک شدن به سمت پایین کاسی خواهد شد.

۳- کاسی S شکل:

این نوع کاسی، به شکل S می‌باشد یعنی یک طرف آن محدب و طرف دیگر آن مقعر می‌باشد. زیاد بودن رطوبت یک طرف از مقوا نسبت به طرف دیگر منجر به کاسی S شکل خواهد شد.

۴- کاسی پیچیده:

محور این نوع کاسی نسبت به محور حرکت ورق در ماشین مورب می‌باشد و بدترین نوع کاسی است. زیرا در قسمت بعدی (چاپ و تبدیل) اشکالات فراوانی را به وجود می‌آورد. عدم توازن وزن و رطوبت مقوا در گوشه‌های آن از عوامل اصلی ایجاد این نوع کاسی می‌باشد.



یکی دیگر از مسائلی که در تولید مقوای کنگره‌ای و ساخت کارتن باید به آن توجه گردد، مقاومت فشاری لازم برای کارتن‌هاست که در انبار بر روی هم چیده می‌شوند. برای سنجش و اندازه‌گیری میزان مقاومت کارتن در زیر فشار از آزمایش تراکمی جعبه استفاده می‌گردد.

آزمایش تراکمی و یا مقاومت جعبه کارتن در مقابل تراکم (Box Compression test) عبارتست از سنجش مستقیم قابلیت روی هم‌گذاری کارتن. این سنجش از طریق تحت تراکم قراردادن کارتن‌های تحت شرایط آزمایش، در داخل یک دستگاه آزمایش تراکمی تعیین می‌گردد. نتیجه به دست آمده بر حسب نیوتن گزارش شده و منعکس کننده حداکثر باری است که کارتن می‌تواند تحت شرایط آزمایشگاهی تحمل کند.

با دانستن وزن کارتن‌ها به انضمام محتویات داخل آنها و شرایط نگهداری آنها در انبار می‌توانیم حداکثر ارتفاعی را که می‌شود آنها را روی هم بگذاریم محاسبه کنیم.

آزمایش تراکمی کارتن به ابعاد، مقاومت خمشی دیواره و مقاومت لبه در مقابل له‌شدگی بستگی دارد. برای محاسبه BCT، از فرمول زیر می‌توانیم بهره‌گیری کنیم:

$$BCT = a \cdot ECT \cdot \sqrt{T \cdot Z}$$

BCT: مقاومت تراکمی (فشاری) برحسب نیوتن (N)

ECT: آزمایش له‌شدگی لبه بر حسب کیلو نیوتن بر متر (KN/m)

T: ضخامت مقوا بر حسب mm

Z: پیرامون جعبه = ۲ (طول + عرض) بر حسب میلی‌متر

a: عدد ثابت که حدود ۵/۳ می‌باشد.

بدون استفاده از فرمول ارائه شده، با استفاده از دیاگرام زیر می‌توان میزان BCT کارتن را محاسبه کرد.

مثال) در ساخت یک جعبه کارتنی از مقوای ۳ لایه استفاده شده است. ضخامت مقوای ۳ لایه، ۵mm و ECT آن ۷/۱ KN/m است و پیرامون جعبه [عرض + طول] = ۲ [Z]، ۱۵۰ سانتی‌متر است. با توجه به دیاگرام ارائه شد. میزان BCT (مقاومت فشاری کارتن زیر بار) کارتن ساخته شد. ۳۳۰۰ نیوتن می‌باشد.

● محاسبه کاسی:

برای محاسبه کاسی از فرمول زیر می‌توان استفاده کرد:

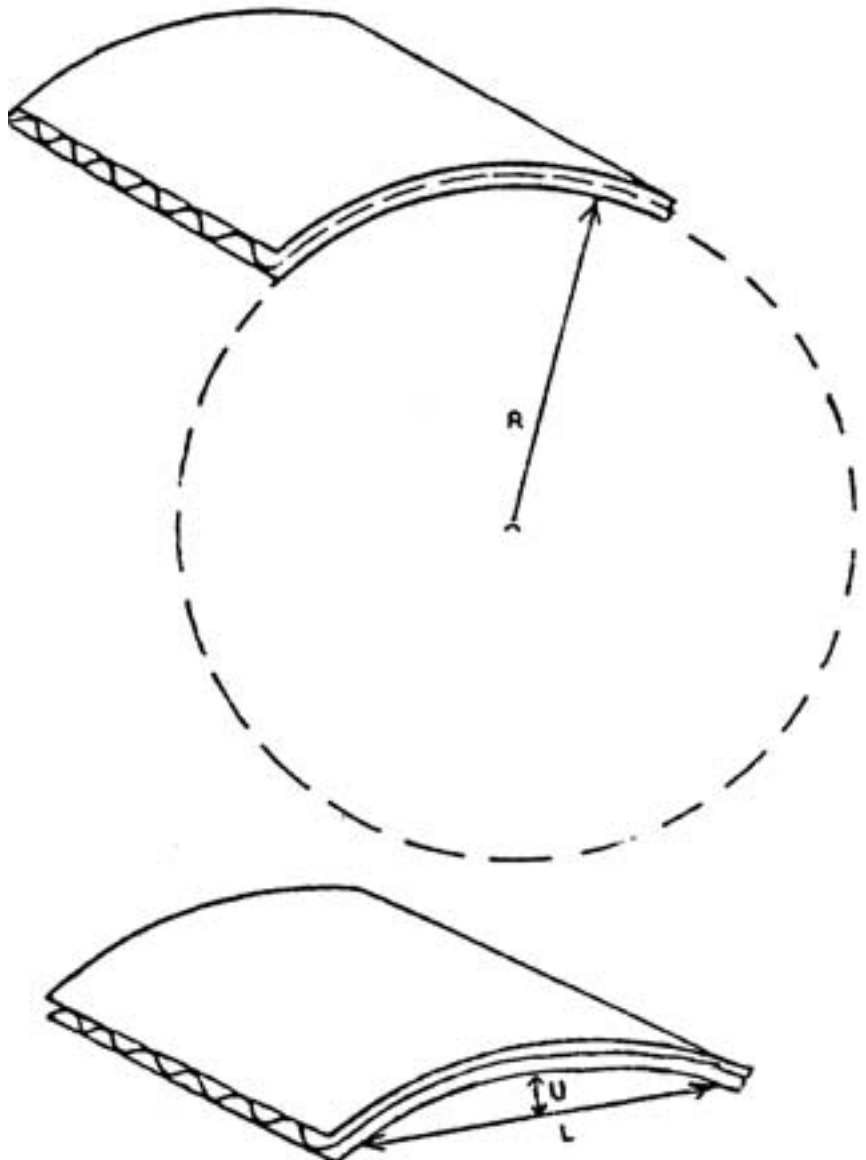
$$W = \frac{8U}{L^2}$$

کاسی در واقع معکوس شعاع دایره‌ای است که انحنای آن دایره برابر با همان انحنای کاسی نمونه‌ای باشد که کاس شده است. پس از فرمول ذیل نیز می‌توان استفاده کرد:

$$W = \frac{1}{R}$$

۵- کاسی طولی:

محور مرکزی این نوع کاسی، عمود بر محور حرکت ماشین است و یکی از دلایل اصلی آن، کشش زیاد لاینر دبل فیس می‌باشد. با شل کردن ترمز جک نگهدارنده کاغذ لاینر دبل فیس، این عیب را می‌توان برطرف کرد.





زبان مشترک

به مناسبت ۲۲ مهر، روز جهانی استاندارد

آذر کهوایی



موسسه از یک سود دارای وظایف اجرایی بسیاری است، وظیفی که آن را با مجموعه‌ای از افراد و سازمان‌های مرتبط با امور تولید، واردات و صادرات و نیز حقوق مصرف کننده درگیر می‌نماید.

این فعالیت‌ها نیازمند نیروهای ستادی و اداری است که همانند سایر ادارات دولتی پاسخگوی وظایف و مسئولیت‌های محوله خود باشند. از سویی دیگر به موسسه به عنوان یک مرکز پژوهشی و تحقیقاتی نیز نگاه می‌شود که علاوه بر تدوین، نشر و ترویج استانداردهای ملی می‌بایست به سایر فعالیت‌های تحقیقاتی نیز پرداخته تا بر اساس شرح وظایف و مأموریت‌های خود حاصل تحقیق و پژوهش موسسه به بالابردن کیفیت کالاهای تولید داخلی و کمک به بهبود روش‌های تولید و کارایی صنایع منجر گردد.

مجموعه کارهای تحقیقاتی در آزمایشگاه‌های موسسه انجام می‌گیرد به طوری که این موسسه نیز وظیفه نمونه‌برداری، آزمون و بررسی نتایج آزمون‌ها را بر عهده دارد، مجموعه فعالیت‌هایی که علاوه بر نیروی کاری کارشناس و مجرب به امکانات و وسایل چه بسا بسیار پیشرفته و گران قیمت نیازمند باشد.

طیف وسیع و گوناگون فعالیت‌های موسسه موجب آن شده است تا موسسه در انجام وظایف خود با کاستی‌هایی همراه باشد و نبود انگیزه‌های مالی و شغلی باعث شده است تا مسئولان و مدیران موسسه به هنگام گفت و گو و سخنرانی‌های خود علاوه بر کمبود و اعتبارات از نبود نیروی انسانی کافی نیز گله‌مند باشند و آن چه که همیشه این مدیران به آن اشاره دارند کمبود اعتبارات و بودجه این سازمان دولتی است.

هر چند نباید از مجموعه فعالیت‌های موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران در کنترل و نظارت دقیق بر امر تولید و واردات و صادرات چشم‌پوشی کرد و جنبه‌های ترویجی و تبلیغی فعالیت‌هایشان را

صنعتی ایران به عنوان زیر مجموعه‌ای از وزارت صنایع متولی چنین امری است. فعالیت‌های مداوم چند دهه اخیر موسسه باعث شده است تا برای طیف وسیعی از فرآورده‌های تولید شده و یا وارداتی و نیز خدمات عمومی و تخصصی آیین‌نامه‌های استاندارد ملی تدوین شود و با تعیین مقرراتی، واحدها ملزم به رعایت آن گردند. موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی تنها سازمانی است که بر طبق قانون می‌تواند استاندارد رسمی فرآورده‌ها را تعیین و تدوین و اجرای آنها را به عهده گرفته و اعلام نماید. به عبارت دیگر وظیفه دفاع از منافع مصرف کننده را در مراحل مختلف تولید و عرضه بر عهده دارد و از آن جایی که کیفیت مهمترین شاخص این بازار عرضه و تقاضا است، بنابراین موسسه استاندارد خود به خود از منافع تولیدکنندگانی که با سعی وافر در تلاش هستند تا هر چه بیشتر معیارهای کیفی را رعایت نمایند نیز دفاع می‌کند و با تعیین استانداردهای اجباری همه واحدها را ملزم به رعایت قوانینی می‌نماید تا بعضا دچار سهل‌انگاری نشده و مجبور به رعایت حداقل‌هایی باشند.

واقعیت این است که موجودیت موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران با وظایف و مسئولیت‌های چندگانه‌ای به هم آمیخته است.

بنیان جهان صنعتی امروز بر تولید هر چه بیشتر کالا و فرآورده‌های مختلف شکل گرفته است، جز در موارد خاص هم چون جنگ و یا محاصره اقتصادی که تولید و واردات بر کشوری محدود بوده و مصرف کننده قدرت انتخاب چندانی ندارد.

در دیگر موارد این مصرف کننده است که روند بازار را شکل می‌دهد و چه بسا استقبال یا عدم استقبال او از یک کالا، سرنوشت بسیاری از واحدهای تولیدی را رقم زند، هر چند که ممکن است در این روند برخی از کالاها هم چنان در دایره انحصار گرفتار بوده و باز هم مصرف کننده چندان قدرت انتخاب نداشته باشد، ولی انبوه اطلاعات موجود و پیشرفت سریع دیگر کشورها در آن گرایش خاص موجب می‌شود تا تولیدکنندگان نتوانند به راحتی کاستی‌های خود را توجیه کرده و بر عیب‌ها و نواقص فرآورده‌های تولیدی خود سرپوش بگذارند.

در شرایط فعلی در گرایش‌های مختلف صنعتی و یا خدماتی، واحدهای بسیاری در حال فعالیت هستند، کیفیت‌کالای تولید شده و یا خدمات ارائه شده مهمترین معیاری است که بازار عرضه و تقاضا را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد. سوابق تاریخی نیز دلالت بر تایید این موضوع دارد و تولید فرآورده‌ای با کیفیت و ارائه خدماتی مناسب همیشه مورد توجه جامعه بشری بوده است. در این میان استانداردهای ملی و بین‌المللی معیاری برای سنجش کیفیت کالا یا خدمات ارائه شده در نظر گرفته می‌شود، به عبارت دیگر استاندارد عبارت است از رعایت اصول و ضوابطی در تولید کالا که کیفیت مطلوبی را برای تولید کالا در پی خواهد داشت.

هر چند کار استاندارد کردن کالاها در برخی از کشورها از ۲ قرن پیش آغاز شده است، اما سابقه این امر در ایران به اواخر دهه ۳۰ بر می‌گردد. امروز موسسه استاندارد و تحقیقات



نادیده گرفت که موجب شده است تا مصرف کنندگان هر چه بیشتر به حقوق خود آگاه باشند، اما اتخاذ سیاست‌ها و روش‌هایی شاید بتواند این موسسه را در پیشبرد اهداف خود موفق تر کرده و ضمن آن نیروی شاغل در این موسسه از امکانات و شرایط بهتری برخوردار باشند. یکی از این روش‌ها و سیاست‌ها همانا جد کردن بخش‌های اجرایی از سایر بخش‌ها است. حال که سیاست‌های کلی دولت مبنی بر خصوصی‌سازی بخش‌های مختلف دولت و واگذاری هر چه بیشتر امور به بخش‌های تعاونی و خصوصی است.

موسسه نیز می‌تواند راه را برای تاسیس شرکت‌های بازرسی و نظارت توسط بخش خصوصی هموار نماید و همچنین با تاسیس شرکت آزمایشگاه‌های استاندارد ضمن استفاده بهینه از مجموع امکانات و نیروهای زبده از پراکنده‌کاری و اتلاف اعتبار و نیرو در این مجموعه وسیع جلوگیری نماید. این امر پیش از پیش با مشارکت همه نیروهای موسسه امکان‌پذیر خواهد بود که در این سال‌ها توانسته‌اند با فعالیت خود به امر استانداردسازی کالا و خدمات عمومی‌یاری رسانند. چنین اتفاقی ضمن کاهش نیاز موسسه به اعتبارات دولتی فضا را برای مشارکت جمعی کارشناسان موسسه و صنعتگران در بهبود کمی و کیفی تولید و سایر جنبه‌های صنعت فراهم می‌نماید تا پیشرفت‌های شغلی و فردی در سایر کار و تلاش جمعی هر چه بیشتر امکان‌پذیر باشد.

موارد ذکر شده نشان می‌دهد که وظایف این موسسه فراتر از یک نظارت به منظور تولید کالای مرغوب و ارایه خدمات مطلوب است و موسسه می‌بایست در برنامه درازمدت خود بهبود روش‌های تولید و کارایی صنایع را مدنظر خود قرار دهد، ولی واقعیت این است که در طول دو دهه اخیر چه از طرف موسسه و چه از طرف سایر موسسات پژوهشی حرکت و تلاش مثمرتری صورت نگرفته است و هنوز صنایع ما دست به گریبان مشکلات عدیده‌ای هستند.

شاید حلقه مفقوده در این مشکل نبود انگیزه و اطلاع کافی از توانایی‌های دو طرف یعنی صنایع از یک طرف و موسساتی هم‌چون موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران از طرف دیگر است. اگر مشکل کنونی بخشی از صنایع کشور را در نبود بازار فروش و با بالا بردن قیمت تمام شده بسیاری از فرآورده‌های تولیدی‌شان ارزیابی نمایم بنابراین کارایی صنایع می‌تواند در

پیدا کردن راه‌حلی برای رفع این مشکلات و بحران‌ها باشد که هر روز بخشی از صنایع کشور را مورد تهدید قرار می‌دهد و روزی نیست که مطبوعات، خبر از تعطیلی واحدهای تولیدی در گرایش‌های مختلف صنعتی را ندهند.

به کرات تولیدکنندگان مختلف، بالا بودن نرخ خدمات ارایه شده توسط دولت را در بالا رفتن قیمت تمام شده محصولات خود موثر دانسته و از نقش خود در تعیین قیمت تمام شده فرآورده‌های مختلف شانه خالی می‌نمایند. این خدمات طیف گسترده‌ای از هزینه آب و برق تا مالیات‌های مختلف را در بر می‌گیرد که بخشی از آن نیز شامل هزینه‌های پرداختی به منظور دریافت پروانه‌های مختلف از وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی و هزینه کارمزد خدماتی به منظور ارایه مهر استاندارد توسط خود موسسه است.

از آن جایی که کمک به اصلاح قوانین و مقررات، کمک به بهبود روش‌های تولید و کارایی صنایع به عنوان بخشی از وظایف این موسسه به حساب می‌آید این موسسه عنوان تحقیقات صنعتی را نیز به همراه دارد. نقش این موسسه در این مساله از آن جا حایز اهمیت است که از نزدیک با مسایل و مشکلات واحدهای تولیدی دست به گریبان بوده و می‌تواند به خوبی شرایط آنان را منعکس نماید.

استاندارد و حقوق

تولیدکننده و مصرف کننده

صاحب نظران اقتصادی دارای هر دیدگاهی که باشند بر این مساله اتفاق نظر دارند که اقتصاد ایران نیازمند یک تحول زیربنایی است. بسیاری بازشدن باب رابطه با دنیای بیرون سرمایه‌گذاری‌های خارجی را تا حدی راه‌گشای معضل یاد شده دانسته و برخی دیگر با اشاره به بحث‌هایی که به مقوله حضور یا عدم حضور ایران در سازمان تجارت جهانی اشاره دارد، باب مرآورده با دول دیگر را اجتناب‌ناپذیر می‌دانند. با این پیش فرض که هر چه شرایط درونی اقتصاد آماده‌تر باشد، جامعه دچار آسیب‌های کمتری در این زمینه خواهد شد.

یکی از مواردی که اقتصاد در عرصه‌های مختلف چه تولید، چه مدیریت و چه تنظیم مکانیزم بازار، سخت بدان نیازمند است. بهبود وضع کیفی فرآورده‌های تولیدی است. عاملی که می‌تواند بقای فرآورده‌های داخلی را در برابر کالاهای خارجی تضمین نماید، به شرط آن که

قیمت تمام شده آن برای مصرف کننده مقرون به صرفه باشد و یا دولت تضمین‌های لازم را به تولیدکننده به منظور عرضه فرآورده‌ای با قیمت پایین‌تر در بازار جهانی بدهد. امروز هر بحث و سخنی که درباره کیفیت و استاندارد کردن کالاهای مصرفی مدام به میان می‌آید، معمولاً سه طیف درگیر آن خواهند بود.

نخست تولیدکنندگان و ارایه کنندگان خدمات که بخش وسیعی از فعالیت‌هایشان مشمول استاندارد اجباری است، پس از آن مصرف کننده که هدف از استاندارد کردن هر کالایی رعایت حقوق آنان است و بالاخره موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران که در شرایط فعلی وظیفه نظارت بر واحدهای مشمول استاندارد را بر عهده دارد.

آن چه امروز بیش از همه مهم است یافتن زبانی مشترک بین این سه ضلع مقوله استاندارد است. زبانی مشترک که نه تنها تولیدکننده مجموعه قوانین و مقررات استاندارد را امری دست و پاگیر و از سر اجبار تلقی نماید و نه این که مصرف کننده به راه‌های دفاع از منافع خود در چارچوب قوانین مدون استاندارد بها ندهد و نیز موسسه استاندارد تنها راه بهبود کیفیت را اجرای

بسته‌بندی

پیش زمینه توسعه صادرات

آذر کهبابی

قیمت مناسب به فروش هر چه بیشتر کالایشان اقدام می‌نمایند. با اندکی توجه به وضعیت اقتصادی و صنعتی در ایران پی می‌بریم واردات کالاهای مختلف در بخش تولید و مصرف نقش مهم و اساسی را بر عهده دارند. به دلیل فقدان زمینه تولید و بهره‌برداری و حتی بسته‌بندی برخی از کالاها و محصولات مورد نیاز در داخل کشور و یا به دلیل کیفیت بهتر و مطلوب‌تر نمونه‌های خارجی، بسیاری از مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند از نمونه‌های غیر وطنی این کالاها استفاده نمایند.

از طرف دیگر از آن جایی که بخشی از این کالاها هم به عنوان ماده اولیه در صنایع مختلف به خصوص صنعت غذا استفاده می‌شوند و هم به طور مستقیم به دست مصرف‌کننده می‌رسد. اگر به زیرساختار بازار ایران نگاه کنیم نیاز به انجام تغییرات اساسی را ضروری می‌دانیم، چه بسا که در امر صادرات، هم صادرکننده و هم طرف خارجی تمایل دارند تا محصولات را به صورت فله‌ای خریداری نمایند ولی در امر واردات دقیقاً وضعیتی معکوس را تجربه می‌کنیم و کالاهای وارداتی با بسته‌بندی‌های شیک، تنوع و با کیفیت، مشتریان بازارهای ایران را به خود جلب می‌کند.

بحث صادرات، بسته‌بندی و نقش کیفیت محصولات تولیدی مختلف در ارتقاء سلامت جامعه باعث گردید تا در کنار سایر موارد، نقش موسسات و دوایر نظارتی جدی گرفته شود و بحث استانداردهای اجباری از لابه‌لای مقررات تدوین شده، شکل عملی به خود بگیرد.

پیدایش کارکردهای متفاوت صنایع بسته‌بندی در سال‌های اخیر چشم‌اندازهای وسیعی را در پیش روی سایر صنایع در بازار رقابت جهانی باز کرده است. اگر بخواهیم به بررسی نقش و سهم این صنعت پردازیم باید به جنبه‌های مختلف آن اشاره کنیم یکی از مهمترین جنبه‌هایی که کاملاً حال و هوای صنعت بسته‌بندی را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد همانا بحث داغ واردات و صادرات کالاهای مختلف می‌باشد. امروزه در هر جای جهان که باشیم از نظر علمی صادرات مفهومی یکسان دارد به ویژه چنان‌چه کالایی در داخل کشور بسته‌بندی شده و با اندازه و وزن کمتر صادر گردد دارای ارزش بالاتری خواهد بود چرا که بسته‌بندی کالاهای گوناگون علاوه بر ایجاد اشتغال‌زایی در صنعت یک کشور ارزش افزوده‌ی کالاهای مختلف را به همراه خواهد داشت و تمایل سایر کشورها برای خرید محصولات و فرآورده‌های تولیدی و منحصر به فرد ایران، در راستای چنین سیاستی است.

دیپلماسی اقتصادی اکثر کشورهای هم‌جوار ایران بر شیوه خرید فله‌ای محصولات و کالاهای ایرانی دلالت دارد. آنها با راهبردهای مدرن خود پس از دست یافتن بر تمامی محصولات فله‌ای ایران نقش استراتژیک خود را در حوزه بسته‌بندی این کالاها آغاز می‌نمایند و به همین دلیل سهم سود بیشتری را نیز از بهای کالای مورد نظر از آن خود می‌کنند. چنین روشی عامل موثری است تا کشورهای بسیاری در زمینه عرضه کالاها صاحب نام شوند که فقط به بسته‌بندی کالاهای مربوطه می‌پردازند. آنها با اتخاذ این روش علاوه بر ایجاد زمینه اشتغال به سود سرشاری نیز می‌رسند و در بازار مصرف با در نظر گرفتن

در دو دهه گذشته هیچ مقوله اقتصادی به اندازه شعار خودکفایی و صادرات آویزه گوش مخاطبان رسانه‌های عمومی نبوده است. یادآوری روزهای نخست انقلاب نشان می‌دهد که انتقاد از اقتصاد تک محصولی و تکیه مطلق به درآمدهای حاصل از فروش نفت از جمله مواردی بود که همه مخالفان حتی باگرایش‌های متفاوت فکری بر روی آن تاکید داشتند. و استراتژی کشور را به منظور دستیابی به پول و اعتبار در عرصه جهانی خودکفایی و صادرات می‌دانستند. یکی از اهدافی که می‌باید در امور مذکور به طور هم‌زمان مورد توجه قرار گیرد به‌سازی روند صادرات و توجه به سیستم‌های نوین بسته‌بندی اقلام تولیدی می‌باشد.

با این هم هنوز هم میلیاردها ریال صرف واردات کالاهای مختلف می‌گردد. به گونه‌ای که بسیاری از محصولات و کالاهای تولیدی در کشور حتی کفاف مصرف‌کنندگان داخلی را نمی‌دهد. به نظر می‌رسد چنان‌چه اگر نیمی از حرف‌ها و مطالب بیان شده پیرامون این دو شعار جامه عمل می‌پوشید و وعده‌های داده شده عملی می‌گردید، لاف از این حجم واردات اندکی کاسته می‌شد. آن‌چه که در راه نیل به این اهداف بسیار حائز اهمیت است و کمتر به آن توجه شده، نبود یک برنامه جامع و تحقیق همه جانبه که چگونگی نیل به آن را مشخص نماید. کاری که می‌باید خیلی پیش‌تر از این از طرف موسسات تحقیقاتی و آموزشی صورت می‌پذیرفت.

اشاره مداوم به تنوع آب و هوایی، معادن و ذخایر متعدد، و سایر نعمت‌های خدادادی و نیز برنامه‌های مقطعی نه تنها مشکلات حوزه صادرات و خودکفایی را برطرف نمی‌کند بلکه کاملاً فرصت‌های طلایی را از ما می‌گیرد.

تدوین یک برنامه درازمدت و یافتن راه‌کار مناسب از جمله راه‌هایی است که علاوه بر تکرار شعار خودکفایی و صادرات و برنامه‌های کوتاه‌مدت و سیاست‌های آزمون و خطا می‌تواند جامعه را از بحران‌های متعدد مصون نگه دارد.



شاید یکی از تفاوت‌های اساسی محصولات خارجی با نوع ایرانی آن همین قضایای مربوط به ظاهر کالاها و عدم رعایت اصولی اساسی در بسته‌بندی باشد. این عدم رعایت اصول اساسی و نبود امکانات بسته‌بندی چه بسا در ابتدا ضرر و زیان را متوجه تولیدکنندگان می‌کند چرا که در بیشتر مواقع کیفیت تولید فرآورده‌های مختلف به واسطه کنترل مناسب شرایط و نیز استفاده از مواد اولیه مرغوب باشد. به هر حال ظاهر نامرتب برخی محصولات، آنها را در نگاه مخاطب غیر موجه جلوه می‌دهد و در هنگام خرید کسی توجهی به آنها نمی‌کند.

تجربه نشان می‌دهد که اتخاذ روند محدودکننده در امر صادرات و واردات، روش‌های دیگری را برای نقل و انتقال کالا فراهم می‌نماید که ضررش اگر بیشتر از سیاست‌های آزادسازی بازرگانی خارجی نباشد کم‌تر هم نیست. بنابراین آن چه که می‌تواند به اصلاح هر چه بیشتر امور فوق یاری رساند اتخاذ سیاست‌های تشویقی است. در این رهگذر، دولت می‌تواند با اختصاص بخشی از اعتبارات مالی برای صادرکنندگان کالاهای مختلف و بر اساس مبنای توسعه پایدار از منابع ثروت خود حداکثر استفاده را داشته باشد. این اعتبارات یا تشویق‌های عموماً مالی، هم‌اکنون هر ساله به صادرکنندگان تعلق می‌گیرد و از صادرکنندگان نمونه نیز طی مراسمی تجلیل به عمل می‌آورند. به عبارتی باید در مقوله صادرات به مولفه‌هایی هم‌چون کالای صنعتی، محصولات فرآیند و بسته‌بندی شده و صادرات بدون فرآیند و بسته‌بندی توجه شود. به عبارتی هر چه کالای نامبرده مسیر بیشتری را در صنایع کشور طی کرده و موجب اشتغال و افزایش ثروت ملی بیشتری شده می‌باید تشویق‌های افزون‌تری به آن تعلق گیرد.

در حال حاضر برخی کشورهای پیشرفته و صنعتی توانسته‌اند ارتباط تنگاتنگ ساختار صنعتی خود را با افزایش صادرات خود برقرار و

حفظ نمایند که خود راه رسیدن محصولاتشان را به بازارهای جهانی هموار کرده است. روشن است یکی از صنایعی که بهره فراوان از پایدارشدن این دیدگاه علمی کسب کرده صنعت بسته‌بندی خواهد بود. از نظر فنی و پژوهشی در امر واردات نیز این سیاست‌های تشویقی به گونه‌ای دیگر می‌تواند اجرا گردد که البته بخشی از آن در سیاست‌های واردات کالا در شرایط فعلی وجود دارد.

متخصصان این فن در صدد هستند تا با تغییرات احتمالی در ساختار و روند واردات به محصولات ویژه‌ای دست یابیم. این سیاست از تفاوت سود بازرگانی و عوارض گمرکی کالاهای مختلف، با توجه به میزان فرآیند و بسته‌بندی آنها است، به طوری که واردکننده به منظور کاهش هزینه‌های خود و سود بیشتر به واردات انبوه و بسته‌بندی در داخل کشور راغب گردد.

آن چه حایز اهمیت است چگونگی کاربرد موفق روش‌هایی است که در صنایع بسته‌بندی می‌توان آن را جستجو کرد. در این میان آن چه که باید بیش از هر عاملی به آن توجه کرد و کندوکاوی عمیق در تجربه‌های پیشین داشت توجه به ظرفیت‌های بسته‌بندی کشور است. این ظرفیت‌های بسته‌بندی از سویی باید بتواند محصولات داخل کشور را با معیار بازارهای

مصرفی سایر کشورها تولید نماید و از سویی دیگر کالاهای سایر کشورها را در داخل ایران با معیار استانداردهای آنها تولید و عرضه نماید. و با اخذ این تجربیات به نقش محصولات و فرآورده‌های کیفی در صنایع کاربردی امروز روند جایگزین محصولات سنتی و قدیمی را با انواع جدیدتر تسریع کرد. چنین روندی دو نتیجه را در بر دارد. تولیدکنندگان اساساً با طرح ایده‌های جدید برای بسته‌بندی کالاهای خود به نوع مناسبی دست می‌یابد و با دریافت نقدینگی قابل توجه عرضه انتخاب‌های جدید پیش رویش باز می‌شود تا بر کیفیت مطلوب در ظاهر کالایش برسد. آن چه در شرایط فعلی بر بازار داخلی کشور حاکم است عدم اطمینان مصرف‌کننده نسبت به کالاهایی است که در داخل بسته‌بندی می‌شود. آنان به طرز ناخودآگاه محصول خارجی بسته‌بندی شده در داخل کشور را نه تنها از نظر بسته‌بندی ناقص، بلکه نسبت به کیفیت محتوای آن نیز سوء ظن دارند. رفع همه این موانع زمانی امکان‌پذیر است که دست‌اندرکاران صنایع بسته‌بندی و سایر فعالان عرصه تجارت و صنعت به نقش بسته‌بندی در صادرات و واردات کالاهای مختلف واقف شده و علاوه بر منافع شخصی و گروهی از نظرگاه منافع ملی نیز به این مقوله بیندیشند نیستند.





سلامت و امنیت غذایی

فن آوری های جدید در مصاف با مشکل سلامت مواد غذایی

نوآوری هایی که به شما اجازه می دهند محصول خود را ردیابی، توزیع آن را پی گیری و تولیدات خود را حفاظت کنید (با هزینه ای آتقدر کم که تعجب خواهید کرد)

منبع: Food and Drug Packaging

تهیه و ترجمه: سیداقبال وکیل زاده مدیرعامل بازرگانی کالاروان کرمان

رفاه و ثروت جامعه را افزایش دهند. چرا که بقا و ادامه حیات همه ما به رضایت مصرف کنندگانمان بستگی دارد و نیز به نوبه خود و در جای خود هر کدام از ما مصرف کننده محصولی هستیم.

دنیای جدید متهور

صنایع داروسازی طلایه دار فن آوری سلامت و امنیت اند. کشفیات جدید در فن آوری "نانوتکنولوژی" امروزه روی ظروف های دارو بکارگرفته میشود و سیستم شناسایی بوسیله امواج رادیویی (RFID) در بسته بندیهای دارویی کاربرد گسترده دارد.

اگرچه در صنایع غذایی این فن آوری ها مورد بررسی قرار گرفته اند ولی هنوز خیلی مانده تا بصورت تجاری مورد استفاده قرار گیرند. "کیت شناسیدارای کرسی استادی رشته علوم غذایی و تغذیه انسانی در دانشگاه فلوریدا معتقد است که "بازار مواد غذایی از نظر رتبه پایینتر از بازار دارو قرار دارد. ما بایستی صبر کنیم تا نسل دوم و سوم (RFID) به بازار بیاید تا بتوانیم آنرا در صنایع غذایی بکاربریم"

اگر چه "RFID" و "نانوتکنولوژی" هنوز برای صنایع غذایی خیلی گران هستند ولی روش های میان بری هست که خیلی ارزان تر و عملی تر هستند.

برای مثال فروشگاههای زنجیره ای "یوتامارت" یک سیستم "پی گیری و ردنی (Track-and-Trace)" ابداع کرده اند که رد یک محصول را تا تولید کننده اش نشان می دهد. جدیدترین این روشها به نام "بری تریس Trace Berry" برای آگاهی از میزان تازگی محصول توت فرنگی را به کار برده می شود. یک کد ۲۴ رقمی غیر قابل دستکاری روی برچسب و یا مستقیماً روی بسته توسط هر نوع چاپگری که قبلاً در خط تولید نصب شده باشد، تاریخ تولید و نوبت تولید چاپ می شود. این کد که با چشم غیر مسلح قابل رویت

اکنون با قیمت های مناسب تری وارد بازار مواد غذایی شده و راه را برای تولید کنندگان مواد غذایی هموارتر ساخته است. ولی بعضی از نوآوری ها هنوز محدودیت تکنولوژیکی و یا دریافت مجوز "اداره غذا و دارو" را دارند.

این مباحث در کشور ما بسیار نوپا بوده و یا بهتر است بگوییم که اصلاً پا نگرفته است. من و شما به عنوان مصرف کنندگان مواد غذایی، بهداشتی، آرایشی و یا سایر کالاهایی که به طور مستقیم و بدون واسطه بر روی سلامت ما تاثیر می گذارند درانتخاب این محصولات دغدغه و وسواس چندانی نداریم و در هنگام خرید آگاهی از سلامت و امنیت کالای مورد نظر ما حتی آخرین نکته ای که بر انتخاب ما تاثیر می گذارد هم نیست.

این مسایل دغدغه های ذهنی انسانهایی است که در کشورهای توسعه یافته زندگی می کنند و از سطح رفاه مطلوبی برخوردار بوده و فرصت اندیشیدن به این مسایل را دارند. کسانی که مسایلی همچون بنزین سهمیه بندی و مشکلات روزمره ای که ما با آنها سروکار داریم ذهن آنها را به خود مشغول نکرده است. اما علی رغم عدم توجه ما به این مسایل حقیقت وجودی و خطر بزرگی که از آنها ناشی می شود به قوت خود باقی است.

لذا پیشنهاد می کنم چه شما تولید کننده و یا مصرف کننده مواد غذایی هستید نوشته ذیل را با دقت و تدبر مطالعه کنید. ما به عنوان مصرف کننده با تغییر الگوی مصرف خود باید عملاً از تولیدکنندگان بخواهیم که روز به روز ضمانتهای بیشتری درمورد کیفیت و سلامت محصول خود ارائه کنند و امکاناتی در اختیار ما بگذارند تا به آسانی و بدون خطا از سلامت و تازگی محصولی که می خریم اطمینان حاصل کنیم. در عین حال تولید کنندگان هم باید در این راه پیشگام باشند و سطح توقع مصرف کنندگان را از محصولات خود بالا برده و دانش و آگاهی عمومی جامعه را افزایش دهند و به این ترتیب سلامت عمومی،

آیا شما اطمینان دارید که لایه ای از سالمونلا بر روی ماهی تنی که امروز خوردید وجود نداشته است؟ یا در مورد ماده ای که مثلاً از کشور چین وارد شده چطور؟ آیا مطمئن هستید که جایی در طول زنجیره تولید توسط شخصی ماده شیمیایی خطرناکی به آن اضافه نشده است؟ آیا واقعاً مطمئنید؟ آیا بر سر زندگی خود حاضرید روی این موضوع شرط ببندید؟ برای حفظ سلامت غذایی چقدر حاضرید بپردازید؟ آیا حاضرید برای اطمینان از تازه بودن مرغی که از بازار تهیه می کنید یک سنت (یک صدم دلار) بیشتر برای بسته بندی بپردازید؟ بعنوان یک تولید کننده آیا شما حاضرید یک سنت بیشتر جهت بسته بندی بپردازید و در عوض نام نیک مارک تجارتي خود را بیمه کنید؟

تولید کنندگان مواد غذایی هر روز و با فروش هر بسته از محصولات خود عملاً باید چنین تضمینهایی را به مشتریان خود بدهند. امروزه با گسترش روزافزون اتوماسیون خطوط تولید و زنجیره تامین مواد اولیه، ایجاد راهکارهایی برای اطمینان از امنیت و سلامت مواد غذایی یک چالش و در عین حال یک ضرورت است. پوشش وسیع رسانه ای در مورد محصولات توزیع شده ناسالم و جمع کردن این محصولات از بازار توسط تولید کنندگان، مصرف کنندگان را به بهترین ناظران امنیت غذایی بدل کرده است. گواهینامه هایی که اخیراً توسط دولتها و یا موسسات غیروابسته صادر می شوند و فن آوریهای نوین، کنترل کیفیت را به یک ضمانتنامه کیفیت نزدیک کرده است. ولی صنایع غذایی هنوز راه درازی در این زمینه پیش رو دارند.

درست است که نرخ بازگشت سرمایه های صرف شده جهت کاربرد فن آوری سلامت غذایی خیلی مورد بحث بوده و قطعیت ندارد، ولی مسلماً نتایج چشم پوشی از آن قطعی است. فن آوری های مختلف همچون "میکرو برچسب ها" و مرکب های حساس به درجه حرارت که قبلاً مخصوص صنایع دارویی بود

است نشان می‌دهد که محصول از چه محلی و چه موادی بدست آمده - چه روزی برداشت شده - محل برداشت محصول کجا بوده و تاریخ نهایی فروش (Sell by) یا مصرف کالا (by Enjoy) چیست.

هر یک از افرادی که در چرخه تولید یوتامارت کار می‌کنند اعم از مدیران یا بسته بندی کنندگان حتی مصرف کنندگان میتوانند با مراجعه به "وب سایت" یوتامارت به کمک این کد ۲۴ رقمی کلیه اطلاعات مربوط به محصول مزبور را دریافت کنند.

حتی هشدارهای لازم و یا در صورت لزوم دستور برگشت محصول مزبور در این سایت در دسترس عموم قرار دارد. در همان ابتدای ابداع این فن آوری "الیوت گرانت" رییس "یوتامارت" از اکراه دست اندرکاران صنایع غذایی به سرمایه گذاری های بزرگ در این راه آگاه بود.

می‌گوید: "ما میبایست راه حلی پیدا کنیم که خیلی عملی بوده، هزینه معقولی هم داشته باشد. فلسفه ما تولید انبوه با هزینه سرانه کم است که مورد علاقه صنایع بسته بندی می‌باشد."

شرکت "Authentication Technologies" ARmark "از روش پی گیری و ردزنی هم جلوتر رفته و با معرفی "میکروبرچسبها" حفظ نام نیک تولید کننده را تضمین می‌کند. این برچسب ها فقط ۲۰ میکرون ضخامت دارند (نازک تر از موی انسان) و دارای اطلاعاتی راجع به نوبت تولید، آدرس شرکت، و تقریباً هر چه که تولید کننده بخواهد روی آن درج کند، می‌باشند.

این برچسب ها را میتوان از مواد خوراکی ساخت و آنها را در روکش ورنی روی برچسب یا داخل چسب بسته بندی و جزیی از خود بسته بکاربرد.

علامات روی این برچسب توسط یک میکروسکوپ با بزرگنمایی ۱۰۰ برابر یا به وسیله ذره بینهای قابل حمل قابل رؤیت است.

شرکت "SICPA Secure Inks" که تولید کننده مرکب های ایمنی است، نیز وارد این بازار شده و با تعدادی از توزیع کنندگان مذاکراتی را انجام داده است. پیشنهاد آنها کاربرد مرکب حساس به حرارت روی بسته بندی است تا نشان دهد که آیا بسته در معرض نور آفتاب یا حرارت بالا بوده است یا خیر.

توزیع کنندگان بایستی همچنین از مرکب هایی که به گذشت زمان حساس هستند استفاده کنند "راسل لاکاستا" مدیر فروش منطقه شمال آمریکا این علامت ممکن است در معرض دید و یا پنهانی باشد.

شرکت های دیگر مانند "Chemicals CIBA Specialty" معتقدند که بیشتر سلامت غذایی باید مورد نظر باشد تا امنیت غذایی "سیبا" مرکبی ساخته است که به زمان و حرارت حساس است. وقتی مستقیماً روی بسته مخصوصاً سبزیجات تازه بکار برده شود، پس از گذشت مدتی (معادل تاریخ مصرف کالا و با نظر تولیدکننده) بی رنگ می‌شود.

شرکت "Cryokphy" نیز بر چسب های (eO) راساخته که نشان دهنده میزبان تازگی است. یعنی وقتی محصول تازه است برچسب "سبز" است و وقتی کهنه شود برچسب "قرمز" می‌شود.

در حال حاضر تلاشهایی در جهت بهبود رابطه بین مصرف کننده و کد گذاری کالا در جریانست. طبق گفته "دن رفتری" رییس "Resources Network" گروهی روی مطلبی بنام "پروژه تاریخ باز" کار می‌کنند که منظور از آن

بهبود ابلاغ کد "تاریخ انقضا" می‌باشد. هدف این پروژه تقلیل اتلاف محصولات در زنجیره غذایی بواسطه انقضا تاریخ مصرف است.

"رفتري" می‌گوید که گروه فوق نظامنامه ای نوشته است که رهنمودهایی به تولید کنندگان یا توزیع کنندگان ارایه می‌دهد. نتایج تحقیقات این گروه در "کنفرانس مدیریت مواد غیر قابل فروش صنایع مشترک سال ۲۰۰۷" در ماه جولای ارایه شده است. البته ابداع فن آوری های جدید یا رهنمودهای جدید نیمی از مساله است. نیمه دیگر آن راضی کردن صنایع غذایی به کاربرد آنهاست.

پول حرف اول را می‌زند

اگرچه راه حلهایی که می‌توانند تعاریف جدیدی از سلامت و امنیت غذایی عرضه کنند فقط در هر بسته یکی دو سنت هزینه بر می‌دارد، ولی توزیع کنندگان مواد غذایی در بررسی آنها تعلل می‌ورزند. "لاکاست" می‌گوید "فروش این ایده ها خیلی مشکل است چون شرکت ها اصلاً حاضر نیستند هزینه ها را بالا ببرند. در حقیقت جنگ بر سر همین یکی سنت و دو سنت هاست."

"شاید بهتر باشد که صنایع غذایی بطور دیگر به این سرمایه گذاری نگاه کنند." "گران" از "یوتامارت" می‌گوید "این هزینه بیمه محصول شماست چون نمیتوان نرخ بازگشت این سرمایه گذاری را با روشهای مرسوم محاسبه کرد. قضیه این است که شما چندین میلیون دلار خرج می‌کنید تا اینکه محصول خاصی را پس از سالها تحقیق و صرف وقت به وجود آورید. چقدر حاضرید بابت بیمه این محصول بپردازید؟ این طرز فکر صحیح تر است تا آنکه فقط به بسته ای

دستگاههای سیل (درزبندی) القایی

مراقب محصولات باشید خود

◀ واشرهای سیل (درزبندی) القایی
◀ دستگاههای واشر گذار داخل درب ظروف
◀ دربهای مقاوم در مقابل دسترسی کودک
◀ انواع دربهای وارداتی با واشرهای مخصوص درزبندی القایی و غیره
◀ بطریها و ظروف کونکس (COEX) و آلومینیومی در اندازه‌ها و شکلهای مختلف

تلفن تماس: ۰۲۶۱۹۴۳ - ۰۲۶۱۹۴۳ - ۰۲۶۱۹۴۳ پست الکترونیک: info@kala-ravan.com

بازرگانی کالا روان کرمان

در محیط تحت کنترل آزمایشگاهی عمل میکنند یک چیز است و بکارگیری آنها در جریان اصلی صنعت بسته بندی مطلبی دیگر.

اشنايدر می گوید: "هنوز راهی طولانی در پیش است تا روزیکه بتوان وجود باکتری را در بسته بندی کشف کرد، مگر اینکه باکتری روی سطح محصول و در تماس با غشا بسته بندی باشد. احتمال کشف "سالمونلا" یا "E. coli" با تکنولوژی موجود بسیار بعید است.

در حالی که مصرف کنندگان حق دارند و باید نسبت به کنترل های متعدد در مورد آلودگی اطمینان حاصل کنند سلامت و امنیت غذایی نمی تواند تضمینی در این مورد بدهد.

اشنايدر می افزاید: "در فضای آزاد و در محیط زیست هیچ راهی وجود ندارد که شما بتوانید یک سبزی کاملاً سالم تولید کنید. شما مجبور هستید مطمئن ترین محصول را با در نظر گرفتن قیمت قابل قبول تهیه کنید. اگر شما بخواهید محصولی پیدا کنید که هیچ نوع آلودگی نداشته باشد دیگر آن محصول صرفه اقتصادی ندارد. در عین حال شما باید میلیونها نفر را غذا بدهید و این جمعیت روز بروز در حال افزایش است"

روی پوست میوه جات و سبزیجات حک می کند. بر چسب میتواند شامل: کدهای استاندارد، نام تجاری، علامت مشخصه شرکت، کشور مبدا و سایر اطلاعات باشد.

وقتی که شرکت "دوراند-وی لاند" تقاضای تایید از اداره غذا و دارو کرد آنها گفتند باید سلامت و امنیت فن آوری لیزری ثابت شود. شرکت مزبور مدارک لازم را در ماه مارس امسال تحویل اداره مزبور داد و اداره غذا و دارو ۱۸۰ روز وقت دارد تا نظر خود را اعلام کند.

اداره غذا و دارو FDA قبلاً Food mark را که فن آوری مشابهی از Data Lase Inc می باشد تایید کرده است.

طبق گفته "کیت اشنايدر" تعداد بسته محتوی مواد "به مرکز توزیع و خرده فروشی "دانشگاه فلوریدا" فرستاده شده اند. در یکی از این بسته ها اگر باکتری E. coli موجود باشد رنگ پلاستیک آبی می شود ولی چون هنوز این فن آوری تکمیل نشده این ها آزمایشی محسوب می شوند.

یکی دیگر از این امکانات "biosensor" یا زیست حس گر ها هستند که موجودات زنده را در محیط کشف می کنند. ولی البته نوآوری هایی که

یکی دو سنت هزینه بیشتر فکر کنید."

همچنین تولیدکنندگان باید سهام داران شرکت را از اهمیت فن آوری سلامت غذایی آگاه کنند و اینکه اگر محصولی به دلیل مسایل بهداشتی از بازار جمع شود چه ضرر مالی عظیمی به شرکت وارد می شود.

"گابریل" از "ARmark" معتقد است: "مدیران شرکت ها باید تصمیم بگیرند که آیا مثلاً یک سنت به قیمت یک ظرف ماست اضافه کنند یا نه. این تصمیم هیچ ربطی باینکه آنها محصول سالم و ایمنی میخواهند ندارد. در عمل برای این مسایل از دید تجاری تصمیم گیری می شود، چون مدیران جوابگوی سهامداران خود هستند."

پول تنها عامل بازدارنده شرکتها نیست بلکه سلامت و امنیت غذایی تنها تا حدی که "تکنولوژی زیستی" و همچنین "دولت" اجازه دهند می تواند پیشرفت کند.

تولیدکنندگان آینده نگر و موسسات آموزشی مشغول انجام چند پروژه هستند.

شرکت "Durand-Wayland" تولید کننده ماشین آلات بسته بندی و چسب زنی، ماشین پرفروشی ساخته است که بر چسب قابل خوردن

۴۰٪

تخفیف دانشجویی

به اطلاع کلیه دانشجویان محترم می رساند که ماهنامه صنعت بسته بندی ۴۰ درصد تخفیف اشتراک سالیانه مجله را برای این عزیزان در نظر گرفته است. متقاضیان لازم است تا کپی پشت و روی کارت دانشجویی خود را به دفتر ماهنامه فکس یا به آدرس صندوق پستی ارسال نمایند تا سایر مراحل برای اشتراک آنان انجام شود.

سرب در رنگ عروسک

مهندس فاطمه صولت

خبرگزاری‌ها گزارش کردند که محموله عروسک‌های چینی به دلیل وجود سرب در رنگ مورد استفاده در آنها از آمریکا بازگشت داده شد و حتی یک نفر هم در چین به همین مناسبت اعدام شد! بگذریم از اینکه به تلافی، مقامات چینی هم بلافاصله بیدار شدند و با کشف کرم‌های میکروسکوپی در محموله آمریکا این مساله را تلافی کردند. قاعدتا ما به دعوای تجاری کشورها و شرکت‌ها کاری نداریم. و به هر دلیلی این مساله عنوان شده باشد مطرح شدن مساله مهم است. با توجه به روز جهانی کودک پرداختن به این خبر بی‌مناسبت نبود.

اما چرا وجود سرب در رنگ تا این حد مهم است. چه نتایجی خواهد داشت و حد استفاده مجاز آن چقدر است؟ این مساله چه ارتباطی با مجله صنعت بسته بندی دارد؟

چیزی که این مساله را مربوط به مجله صنعت بسته بندی می‌سازد، یکسان بودن رنگ‌های مجاز قابل استفاده در رنگ‌ها یا مسترچ‌های فودگری که در بسته بندی مواد غذایی استفاده می‌شود، با رنگ‌های مجاز قابل استفاده در اسباب بازی کودکان است. از این بهانه استفاده کردیم تا به اهمیت استفاده از رنگ‌های فودگری یا مناسب برای تماس با مواد غذایی یا اسباب بازی بپردازیم.

برای پیدا کردن میزان مجاز سرب با مراجعه به مراجع، می‌بینیم که مانند بسیاری از دیگر استانداردها، استاندارد

آمریکا سخت‌گیرتر از استاندارد اروپاست:

حد مجاز سرب در رنگی که در دسترس کودکان قرار می‌گیرد در آمریکا ۰.۰۶٪ و در اتحادیه اروپایی ۰.۰۵٪ است.

موارد استفاده از سرب در صنعت بسیار گسترده است؛ افزودنی بنزین (در بسیاری کشورها استفاده از سرب در بنزین ممنوع و متوقف شده است)، لباس‌ها و ادواتی که قرار است در برابر تشعشع رادیو اکتیو قرار گیرند، مواد پایدارکننده که در صنعت ساخت محصولات PVC به عنوان پایدارکننده حرارتی مورد استفاده قرار می‌گیرند (صنعت ساخت محصولات PVC در دنیا در حال جایگزینی پایدارکننده‌های غیر سربی است)، رنگ‌ها (سرب عمدتاً در ساخت طیف رنگ‌های قرمز و زرد و نارنجی تا قهوه‌ای (و در گذشته حتی در رنگ سفید) مورد استفاده قرار می‌گیرد)، باتری‌ها، لحیم‌کاری، ...

بنابراین سرب از راه‌های بسیاری وارد بدن می‌شود:

- تنفس گازهای حاصل از سوختن بنزین در موتور خودروها،
- دردهان گذاشتن اسباب بازی به وسیله کودکان،
- تنفس ذرات رنگ که هنگام سمباده کاری رنگ

- پیشین در هوا معلق می‌شود،
- خوردن میوه‌ها و سبزیجاتی که سرب را از هوای آلوده جذب کرده‌اند،
- تنفس گازهای ناشی از سوزاندن و بازیافت زباله حاوی باتری‌های ضایعاتی یا کاغذهای چاپ شده با مرکب سرب دار، ...

و اما عوارض آن:

- اسهال
- استفراغ
- دل پیچه
- کم خونی
- ناراحتی عصبی
- کم اشتها
- سردرد

کودکان در معرض خطر بیشتری قرار دارند. چون دست‌های آلوده و نیز اسباب بازی خود را در دهان می‌گذارند، و در ضمن از آنجا که سرب سنگین است غبار آن در نزدیکی سطح زمین جمع می‌شود و بچه‌ها که کوتاه قدتر هستند، بیشتر در معرض گرد و غبار آن قرار می‌گیرند.

وجود محدودیت ویژه در اسباب بازی کودکان از این نظر اهمیت دارد که کودکان ممکن است اسباب بازی خود یا ذراتی از آن را بلعند. به همین دلیل قوانین و محدودیت‌های رنگ و افزودنی اسباب بازی کودکان با بسته بندی ظروف بسته بندی خوراکی‌ها یکی است. بک سوال: به نظر شما چه تعداد از این اسباب بازی‌های سرب دار چینی هم اکنون در دست بچه‌های ما در ایران است؟



فن آوری بسته بندی

شیمی پلیمر برای همه
شکل دهی پلاستیکها
کاربردهای پلاستیک

کتاب

راهنمای بسته بندی
محصولات شیمیایی

مقاله فن آوری بسته بندی

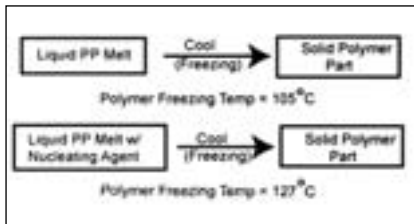
استراتژی مهم

۷۷۵۱۳۳۴۱
۷۷۶۰۷۹۶۳

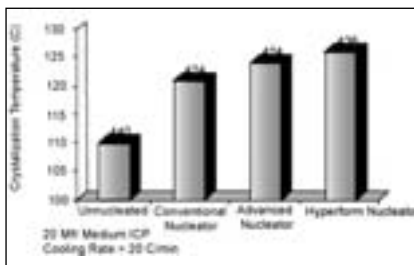


چگونگی کاهش مشکلات دفرمگی و اختلاف ابعادی در قطعات پلی پروپیلنی با رنگهای مختلف

مهندس نوشین بیات/ کارشناس بسته‌بندی واحد تحقیق و توسعه پاکشو



بالا رفتن دمای کریستالینیزه شدن پلی پروپیلن و ایجاد کریستالها و یا رشد سریع آنها در دماهای بالاتر می‌شوند.



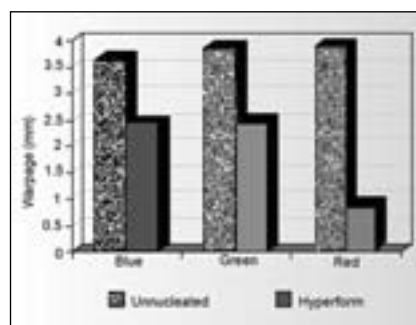
استفاده از این مواد هسته‌زا، باعث پایین آمدن تاب برداشستگی و اختلاف در جمع شدگی قطعات تولید شده رنگی پلی پروپیلنی می‌شود.

چرا رنگدانه‌ها باعث ایجاد مشکلات ابعادی می‌شوند:

برخی از رنگدانه‌ها، مانند مواد هسته‌زا عمل می‌کنند و زمانی که به پلی پروپیلن اضافه می‌شوند، باعث ایجاد دماهای مختلف کریستالینیزگی در پلی پروپیلن و در نتیجه آن ایجاد درصدی از جمع شدگی در قطعات تولیدی با آنها می‌شوند. مشکل اصلی این است که رنگدانه‌های مختلف، باعث ایجاد سطوح مختلفی از درجه ایجاد کریستال در پلی پروپیلن می‌شوند. این عدم یکسانی رفتار، در رنگدانه‌های مصرفی در تولید یک نوع قطعه در رنگهای مختلف، باعث ایجاد ابعاد مختلف قطعات یک شکل در رنگهای مختلف تولید شده در یک کارگاه هستند. در تصویر ذیل، مشخص است که هر رنگدانه مصرف شده در

چگونه از مواد هسته‌زا استفاده کنیم تا اثرات منفی رنگدانه‌ها را کاهش دهیم؟ پلی پروپیلن چگونه سرد و کریستالینه می‌شود؟ پلی پروپیلن ذاتاً، پلیمری با ساختار نیمه کریستالی است. این به این معنی است که در ساختار مولکولی این ماده مناطق حاوی کریستال و مناطق بدون کریستال (آمورف) وجود دارند. زمانی که مذاب پلی پروپیلن در قالب شروع به سرد شدن می‌کند، کریستال‌هایی به نام اسفرولیتها در منطقه کریستالی پلیمر تشکیل می‌شوند.

اگر ماده‌ای با خاصیت ایجاد هسته، در محیط موجود باشد، این ماده به عنوان یک نقطه شروع یا جوانه‌ای برای ایجاد کریستال‌های بیشتر و یا رشد بیشتر کریستال‌های موجود، عمل می‌کند. در این صورت کریستال‌های پلی پروپیلن سریعتر رشد کرده، ابعاد کوچکتری خواهند داشت و تعدادشان بیشتر خواهد شد.



مواد هسته‌زا چه هستند و چگونه عمل می‌کنند: کلا، سه دسته مواد هسته‌زا در بازار پلیمری وجود دارند: مواد هسته‌زای معمولی، مانند تالک و بنزوات سدیم - مواد هسته‌زای پیشرفته، مانند نمک‌های فسفات‌های استر - مواد هسته‌زای فوق‌العاده، مانند هایپرفرم هر یک از مواد هسته‌زای نام برده، باعث

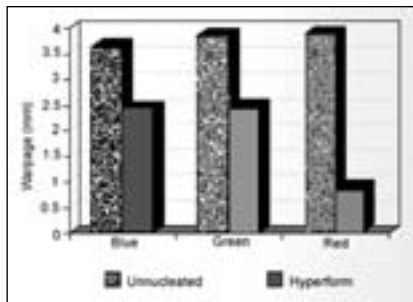
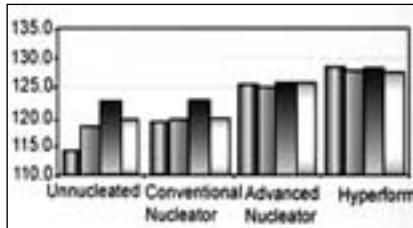
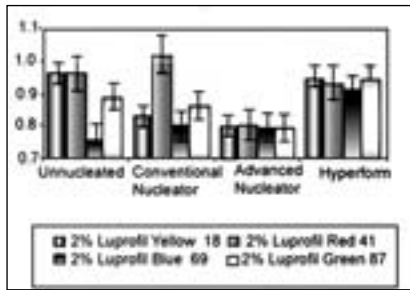
استفاده از رنگدانه‌ها در تولید قطعات پلی پروپیلنی رنگی، می‌تواند باعث ایجاد مشکلاتی از قبیل تاب برداشستگی، دفرمگی و تغییر ابعادی قطعات می‌شود. این مشکل مخصوصاً برای تولیدکنندگان قطعات پلی پروپیلنی یک شکل، در رنگ‌های مختلف، با هدف تولید قطعات رنگی با ابعاد یکسان، بسیار آزاردهنده است. این عدم یکنواختی ابعادی در قطعات تولید شده در یک کارگاه یا کارخانه تولیدی قطعات پلاستیکی می‌تواند باعث ایجاد مشکلات ذیل گردد:

-افزایش ضایعات
-از دست دادن زمان مفید تولید
-گیرکردن و جدانشدن قطعه از قالب به علت تغییرات ابعادی و توقف دستگاه‌های تولیدی
-طولانی شدن زمان تولید قطعات
-وجود آمدن اختلاف در وزن قطعات تولید شده در یک سیکل تولید
اصولاً تمامی رنگدانه‌های مورد استفاده در تولید قطعات پلی پروپیلنی، باعث ایجاد مشکلات نام برده نمی‌شوند و می‌توان جهت جلوگیری از ایجاد این‌گونه مشکلات، قبل از تولید، به دنبال رنگدانه‌هایی بود که خاصیت ذاتی آنها این‌گونه نمی‌باشد ولی متأسفانه این‌گونه رنگدانه‌ها محدود بوده و تنوع رنگ کمی دارند. در این متن سعی شده است که در مورد موارد ذیل توضیحاتی داده شود:

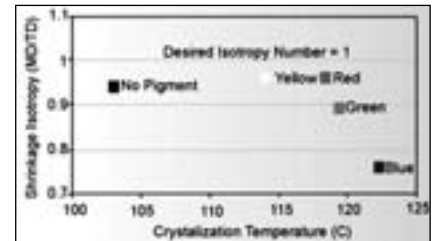
-کریستال‌ها چگونه در پلی پروپیلن ایجاد می‌شوند؟

-مواد هسته‌زا در پلی پروپیلن چگونه عمل می‌کنند؟

-مواد هسته‌زای موجود در بازار کدامند؟
-چرا رنگدانه‌های مختلف باعث ایجاد درصدی از جمع شدگی در قطعه پلی پروپیلنی و در نهایت ایجاد تاب برداشستگی در آن می‌شوند؟



پلی پروپیلن، دمای کریستالینیتی خاصی را در پلی پروپیلن ایجاد می کند و در نتیجه آن، هر رنگدانه مصرفی باعث ایجاد درصد مختلفی از جمع شدگی در قطعه تولیدی شده است. پس، جهت تولید قطعات پلی پروپیلنی با رنگ های مختلف در یک کارگاه تولیدی، بایستی مرتباً پارامترهای تولید در فرآیند تغییر کند تا یکنواختی و یکسانی ابعادی قطعات تولید شده، حاصل گردد و این کار مسلماً در کار یک کارگاه تولیدی، مخصوصاً در شیفت شب، کار بسیار سخت و زمان بری است.



چگونه می توان فرآیند ایجاد هسته در پلی پروپیلن مورد استفاده در تولید قطعات را تراز کرد؟ با استفاده از مواد هسته زای موجود در بازار، می توان تغییر دمای کریستالینیتی ایجاد شده توسط رنگدانه های مختلف را یکنواخت نمود. این مواد هسته زای با توجه به خاصیت هسته زایی قوی تر و سریع تر خود در مقایسه با رنگدانه های مصرفی در تولید و رقابت با آنها، این ما را یکنواخت می کنند.

در نهایت، استفاده از مواد هسته زای (برای مثال مواد هایپرفرم)، باعث:
 - کاهش ضایعات تولید
 - کاهش پرت زمان تولید
 - کاهش گیر کردن قطعه در قالب و توقف

دستگاه تولید

- کاهش زمان تولید

- تولید قطعات یک شکل با رنگ های مختلف، در ابعاد یکسان و رفع مشکل تاب برداشتی و دفرمگی قطعه می شوند.

ماشین سازی اوسانی

OSUNNY

دستگاه دربندی اوسانی



**اولین سازنده دستگاه دربند لوطی شش کله
تمام استیل اتوماتیک هوشمند در ایران**

مشخصات دستگاه مدل بیستون اوسانی

- نام استیل
- دارای شمارشگر دیجیتال
- قابلیت برش با نیرو
- شش کله
- اینر
- دایر
- با سرعت ۱۰ لوطی در دقیقه
- نگهداری و تنظیم آسان
- امکان تعویض تمام فرقه ها و دیسک ها در ۱۰ دقیقه بدون خارج شدن از تولید
- قابلیت روغنکاری اتوماتیک
- استفاده از بهترین آلیاژ در قطعات
- بهره گیری از تکنولوژی روز اروپا
- استفاده از سیستم شماره قطعات
- قابلیت دربندی لوطی ۱۰۰ گرمی تا یک کیلوگرمی و یک لتری در سه باره در
- تعویض دستگاه با لوزم جانی
- آموزش و خدمات پس از فروش
- گارانتی یک ساله در سراسر ایران

مدل بیستون

اوسانی در خدمت صنایع غذایی ایران

کارخانه: جاده ساوه - سه راه آدران - خیابان رنگ کار - کوچه چهارم - پلاک ۱۸ - ماشین سازی اوسانی
 تلفن: ۵۵۶۵۶۶۶ - فکس: ۴۴۹۸۳۹۱ - همراه: ۰۹۱۲-۳۷۷۴۰
WWW.OSUNNY-CO.COM

برخی از قوانین طراحی قطعات پلاستیکی تزریقی و اهمیت آنها

مهندس نویسن بیات / کارشناس بسته بندی واحد تحقیق و توسعه پاکشو

اهمیت دقت به حفظ

نیرو و دوام قطعه در طراحی

در طراحی قطعه، بایستی نهایت فشاری که قطعه در عمل می تواند تحمل کند، محاسبه شود. چون در غیر این صورت مشکلاتی از قبیل دفرمگی، ترک برداشتی و یا حتی پارگی در قطعه ایجاد می شوند. در طراحی قطعه، در جهت حفظ دوام آن، بایستی به موارد ذیل دقت نمود:

- اجتناب از ایجاد زوایای تیز در قطعه و ایجاد مغایرت های زیاد در ضخامت قسمت های مختلف در قطعه
- اجتناب از نازک کردن بیش از حد قسمت های تشکیل دهنده قطعه

اهمیت دقت به حفظ ضربه پذیری قطعه در طراحی

فاکتورهای زیادی تاثیر مستقیم بر مقاومت قطعه در مقابل ضربه دارند:
- نوع مواد مصرفی در تولید قطعه
- ضخامت دیواره های قطعه
- شکل هندسی قطعه
- دمای محیط نگهداری قطعه
- میزان فشار وارده بر روی قطعه در عمل
- قرار گرفتن قطعه در معرض نور خورشید

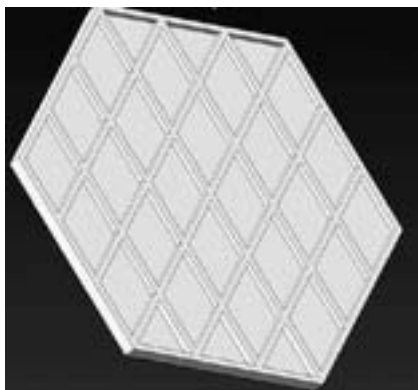
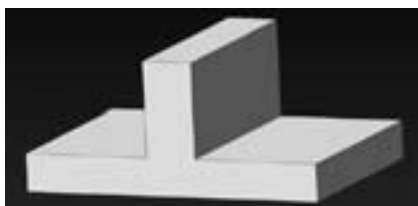
ضخامت دیواره های قطعه:

در طراحی قطعه، بایستی تا حد امکان در ایجاد ضخامت یکنواخت در دیواره ها تلاش نمود.

ضخامت کم دیواره، باعث از هم پاشیدگی ترکیب قطعه شده و در مقابل آن، ضخامت بیش از حد دیواره قطعه باعث ایجاد مشکلات ظاهری در قطعه، وزن بیش از حد قطعه و بالا رفتن هزینه های تولید قطعه می شود. بهتر است در قطعاتی که نیاز به ضخامت کم در دیواره های

که در زیر فشارهای طولانی مدت قرار می گیرند، استفاده از دنده های مورب بهترین راه افزایش سختی در قطعه است و این دنده ها بایستی عمیق و ضخیم باشند.

شیارهای V شکل: در زمان نیاز به بالا بردن قابل ملاحظه سختی در قطعه، ایجاد شیارهای V شکل در قطعه بسیار ماثراست. این شیارها نیز بایستی بصورت عمود بر نقطه خم شدگی قطعه قرار گیرند.



اولین قدم در انجام یک طراحی موفق برای یک قطعه تزریقی دقت به کاربرد نهایی قطعه است. این اولین قدم مهمترین مرحله طراحی است چون در صورت عدم دقت به کاربری نهایی قطعه، قطعه طراحی شده نمی تواند در عمل جوابگوی نیاز کاربردی خود باشد. در این راه فاکتورهای زیادی بایستی مورد توجه قرار گیرند:

- حفظ خواص مقاومتی قطعه جهت حفظ دوام آن
- طول عمر قطعه
- احتمال قرار گرفتن قطعه در معرض مواد شیمیایی یا اشعه ماورای بنفش نور خورشید
- نیازهای مرتبط با زیبایی شناختی قطعه
- امکان منتهای قطعه با سایر قطعات موجود در یک قطعه چند تکه ای
- شرایط و امکانات بازیافت قطعه

اهمیت دقت به حفظ سختی قطعه در طراحی

در طراحی قطعاتی که در کاربری نهایی آنها حفظ سختی قطعه حائز اهمیت است، بایستی به دقت دمای فرآیند، طول زمان قرار گرفتن قطعه در زیر فشار و تکرار پذیری قرار گرفتن قطعه تحت فشار دقت نمود. در این راستا، انتخاب مواد پلیمری مصرفی بسیار مهم است و بایستی بیشتر از مواد پلیمری غنی شده با موادی مانند تالک، شیشه و .. استفاده نمود.

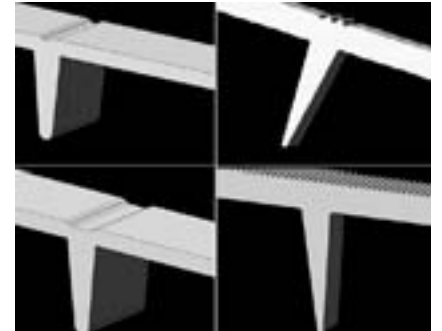
در کنار یا بجای استفاده از مواد غنی شده می توان در طراحی اینگونه قطعات با استفاده از ترکیبات ذیل سختی قطعه را افزایش داد:

دنده ها: استفاده از دنده ها در طراحی قطعات سخت بسیار معمول است. برای قطعه ای که بایستی توان تحمل خم شدگی در کار را داشته باشد، دنده ها بایستی بصورت عمود بر نقطه خم شدگی قطعه قرار گیرند. برای قطعاتی

قطعه دیده می‌شود با ایجاد دنده در بافت قطعه استقامت را ایجاد نمود.

راهنمای طراحی دنده:

ضخامت دنده بایستی کمتر از ۵۰٪ ضخامت دیواره همجواریش و ارتفاع آن کمتر از ۳× ضخامت دیواره همجواریش باشد. استفاده از تعداد دنده های بیشتر به جای استفاده از دنده های بلندتر توصیه می‌شود و فاصله بین دو دنده بایستی بیشتر از ۲× ضخامت دیواره در نظر گرفته شود.



اهمیت دقت به نیازهای مرتبط با زیبایی شناختی قطعه

اگرچه طراحی از حیث زیبایی شناختی اثربخشی زیادی بر شکل ظاهری قطعه دارد، ولی نوع ماده پلیمری مصرفی نیز می‌تواند بر این زیبایی اثر کند. برای مثال مواد پلیمری غنی شده در مقایسه با مواد پلیمری غنی نشده، معمولاً کیفیت سطحی بدی را در قطعه نهایی ایجاد می‌کنند.

خطوط جوش در قطعه: در محل هایی در قطعه که دو جریان مواد به هم می‌رسند، خطوط جوش بر روی قطعه نمایان می‌شوند. در طراحی قطعه می‌توان از ایجاد این مشکل تا حد امکان جلوگیری نمود. این مشکل زمانی ایجاد می‌شود

که فرورفتگی هایی در داخل اجزای تشکیل دهنده قطعه وجود داشته باشند و این سوراخ ها یا فرورفتگی ها می‌توانند باعث حرکت مواد مذاب از دور این محل ها و رسیدن به سمت دیگر قطعه و ایجاد مناطق جوش خورده بر روی سطح قطعه شوند. این نقاط جوش باعث ایجاد منظره بدی در شکل ظاهری قطعه شده و مانند ترک هایی در سطح قطعه به نظر می‌رسند.

سوختگی ها: در صورت کافی نبودن روزنه های هوا در گوشه های یک قالب، این مشکل ایجاد می‌شود. در قطعه نهایی تولید شده به علت هواگیری بد، نقاط سوخته ای ایجاد می‌شوند که در شکل ظاهری قطعه اثر بسیار بدی دارد. در کنار مشکل ایجاد نقاط سوخته در قطعه، حبس شدگی هوا در اطراف، برای مثال دنده های قطعه و یا زوایای تیز قطعه نیز، در صورت کافی نبودن روزنه های هوا در قالب ایجاد می‌شود. در این صورت طراحی روزنه های هوا در اطراف پین های پران، موثر است.

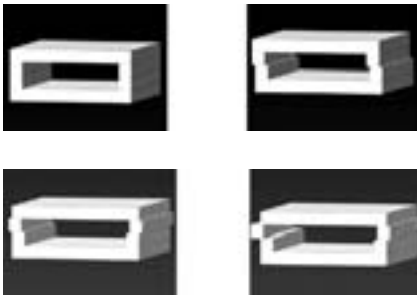
حباب های هوا در قطعه: بعلت وجود اختلاف در ضخامت در قسمت های مختلف از قطعه حباب هایی از هوا در قطعه نمایان می‌شوند که اثر بدی را در شکل ظاهری قطعه ایجاد می‌کنند. این حباب ها علی‌الخصوص در قطعات تزریقی شفاف بیشتر قابل رویت هستند. پس، در طراحی قطعه، جهت حفظ خواص فیزیکی قطعه و نیز ارزش های زیبایی قطعه، باید از ایجاد قسمت هایی با ضخامت بالا، اجتناب نمود.

دقت به اهمیت امکان مننناژ قطعه با سایر قطعات موجود در یک قطعه چند تکه ای در طراحی قطعه

در زمانی که یک قطعه در عمل به تنهایی

استفاده نمی‌شود، دقت در طراحی، جهت ایجاد امکان مننناژ شدگی قطعه با سایر قطعات پلاستیکی و یا حتی سایر قطعات غیر پلاستیکی مورد استفاده در فرآیند تولید قطعه نهایی بسیار حائز اهمیت است. روش های مننناژ متداول شامل: مننناژ با استفاده از مواد چسبنده، جوش دادن قطعات به یکدیگر، قرار گرفتن قطعات در یکدیگر با استفاده از ضربه و .. است. در ضمن این روش های مننناژ می‌توانند در خطوط مختلف تولید به صورت دستی یا اتوماتیک صورت گیرند و توجه به این دو مهم در طراحی قطعه نیز اهمیت دارد.

اهمیت طراحی در ایجاد امکان مننناژ قطعات بصورت موفق و ناموفق در تصاویر ذیل قابل رویت است:



مسلماً هدف اصلی در طراحی قطعات مننناژی، در هر پروژه ای، بایستی طراحی قطعه با حداقل تعداد قطعات تشکیل دهنده در قطعه نهایی باشد. استفاده از تعداد قطعات کمتر، نه تنها به کاهش هزینه های تولید کمک می‌کند، بلکه باعث آسان نمودن فرآیند مننناژ قطعات نیز در خطوط تولید می‌گردد. شاید در نگاه اول حذف حتی یک عدد پیچ اضافه در مننناژ چند قطعه، بی اهمیت به نظر برسد ولی در این کار نه تنها هزینه خرید پیچ بلکه هزینه کل مننناژ نیز کاهش می‌یابد.

سپهر سپاهان
صنایع نبشی مقوایی

تولید کننده نبشهای مقوایی در اندازه های مختلف

اصفهان تلفن: ۵۲۱۰۲۸۰
۰۹۱۳ ۳۱۹۴۶۲۸

The advertisement features a dark background with white text and images. At the top, the company name 'سپهر سپاهان' is written in a stylized font. Below it, 'صنایع نبشی مقوایی' (Cardboard Box Industry) is written. The main text describes their products as 'تولید کننده نبشهای مقوایی در اندازه های مختلف' (Manufacturer of cardboard boxes in various sizes). Contact information for 'اصفهان' (Isfahan) is provided: 'تلفن: ۵۲۱۰۲۸۰' and '۰۹۱۳ ۳۱۹۴۶۲۸'. Four images show different types of cardboard boxes: a stack of boxes, a box with a lid, a box with a handle, and an open box.

پذیرش همگانی فناوری نانو برای مواد غذایی و بسته‌بندی؛ تأثیر برخورد و اعتماد



مهندس محسن اشجاری
دانشجوی دکتری پلیمر در نانو تکنولوژی

(بخش نخست)

آسان‌تر جذب بازار می‌شوند. در مورد صنعت، ممکن است این وسوسه پیش بیاید که اگر یک محصول فناوری نانو با یک مزیت مطلوب وارد بازار شود، نگرش‌ها در مورد مواد غذایی فناوری نانو مثبت‌تر می‌شود. از طرف دیگر مواد غذایی جدید که مزایای سالم بودن برجسته‌ای دارند ممکن است مورد تقاضای مصرف‌کنندگان نباشد. بنابراین وارد کردن چنین مواد غذایی جدیدی عموماً برای ایجاد نگرش مثبت‌تر نسبت به مواد غذایی فناوری نانو نامحتمل است. احتمال دارد این موضوع برای تعدادی از محصولات مواد غذایی فناوری نانو قابل پذیرش باشد اما برای دیگر محصولات نباشد.

عوامل تعیین‌کننده پذیرش فناوری‌های جدید مواد غذایی: «برخورد» ممکن است تأثیر مهمی روی چگونگی ارزیابی مردم عادی برای مزایا و ریسک‌های در ارتباط با فناوری نانو داشته باشد. در سال‌های اخیر مؤلفان متعددی پیشنهاد کرده‌اند که برخورد نقش مهمی در درک ریسک دارد. لئونشتین و همکارانش مدل ریسک مانند احساسات^۱ را معرفی کرده‌اند. به طور مشابه با ترکیب درک ریسک و برخورد، مدل برخورد ابتکاری پیشنهاد شده است. در مدل دوم، دو حالت تفکر تمیز داده می‌شود، سیستم تجربی و سیستم تحلیلی. سیستم تحلیلی بر پایه احتمالات، شواهد و دلایل منطقی تکیه دارد. سیستم تجربی بر پایه تصورات، تشابهات و روایات تکیه دارد. سیستم تجربی به شخص کمک می‌کند سریع تصمیم بگیرد که یک چیز خاص خوب است یا بد. از این دیدگاه مزایا و ریسک‌های مشاهده شده توسط «برخورد» آمیخته با فناوری شکل می‌گیرند. نتایج مطالعات اخیر پیشنهاد می‌کند دانش تجربی درک عامه مردم را از فناوری نانو شکل داده است.

«برخورد» با استفاده از تکنیک شبیه‌سازی و فرضیه‌سازی اندازه‌گیری می‌شود. به عنوان مثال در مطالعه Finucane و همکارانش از پاسخ دهندگان درخواست شد تا در مورد عبارت انتقال خون آزادانه با یکدیگر مشارکت کنند. در مرحله دوم از آنها خواسته شد تا آهنگ تغییر هر اشتراک را در مقیاس بد تا خوب درجه‌بندی کنند. مقادیر میانگین این آهنگ‌های تغییر به عنوان برخورد حاصل از یک فناوری مشخص یا یک دستورالعمل پزشکی در نظر گرفته شد.

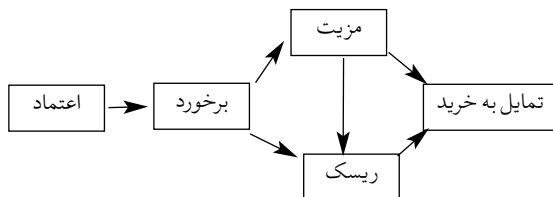
اغلب مردم با عبارت فناوری نانو آشنا و مانوس نیستند. استفاده از اعتماد اجتماعی هنگام ارزیابی ریسک‌های یک فناوری جدید راهی برای غلبه بر کم بودن دانش است. تحقیق در حوزه فناوری ژن نشان داد مردمی که به موسسات فناوری ژن اعتماد دارند مزایای بیشتر و ریسک‌های کمتری در مورد این فناوری پذیرفته‌اند. پذیرش یا تمایل به خرید (WTB)^۱ مواد غذایی

در این مقاله به بررسی ارتباط و نگرش عموم مردم جامعه با مواد غذایی‌ای که با استفاده از فناوری نانو بسته‌بندی و یا تولید می‌شوند پرداخته می‌شود. نتایج این بررسی به صورت گزارشی تحقیقاتی در مجله علمی Appetite در سال ۲۰۰۷ به چاپ رسیده است.

فناوری نانو به عنوان یکی از فناوری‌های کلیدی قرن حاضر در نظر گرفته شده است. این فناوری پتانسیل مهمی برای تولید محصولات جدید با مزایای فراوان دارد. فناوری نانو در حوزه‌های تولید مواد غذایی و بسته‌بندی بکار گرفته شده است. مواد غذایی و محصولات خوراکی حاوی افزودنی‌هایی در مقیاس نانو تاکنون به صورت تجاری در دسترس بوده‌اند. انتظار می‌رود در آینده نزدیک فناوری نانو بسیار مورد اهمیت واقع شود. طبق نظر تحلیلگران تجاری انتظار می‌رود بازار مواد غذایی نانو از ۷ میلیارد دلار امروز به ۲۰/۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ افزایش یابد. احتمال دارد درک عمومی فناوری نانو برای حصول پیشرفتهای فناوری بسیار سخت باشد. بنابراین فناوری نانو در نظر عموم بایستی بصورت یک مرحله پیش‌تاز در توسعه فناوری در نظر گرفته شود.

درک عمومی فناوری نانو: مطالعه متعددی روی درک عمومی فناوری نانو در ایالات متحده و اروپا صورت گرفته است. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که دانش عامه در مورد فناوری نانو بسیار محدود است. اگرچه عموم ایالات متحده دانش کمی در مورد فناوری نانو دارند، اکثریت متقاعد شده‌اند که مزایای آن بر ریسک‌هایش می‌چربد. در اروپا به نظر می‌رسد عموم مردم خوشبینی کمتری نسبت به فناوری نانو داشته باشند. از طرف دیگر، اغلب مطالعات روی نگرش عمومی فناوری نانو تمرکز کرده و نگرش‌های فناوری نانو را بطور مجدد بررسی کرده‌اند که نقطه مقابل نگرش‌ها در مورد محصولات واقعی است. تا آنجا که من می‌دانم هیچ‌گونه مطالعاتی در مورد نگرش یا درک مواد غذایی فناوری نانو بررسی نشده است. مواد غذایی فناوری نانو: نمونه‌ای از کاربرد فناوری نانو در تولید مواد غذایی ایجاد مواد غذایی عامل‌دار است. محصولات وجود دارد که به مصرف‌کننده وعده بهبود در مقابل عوامل فیزیولوژیکی هدفمند را می‌دهد. البته باید خاطر نشان کرد مصرف‌کنندگان نمی‌توانند مستقیماً مزایای غذاهای عامل‌دار را تجربه کنند و تولیدکنندگان بایستی صریحاً این مزایا را ابلاغ کنند. این امر اعتماد راسخی برای پذیرش غذاهای عامل‌دار فراهم می‌کند، زیرا مصرف‌کنندگان بایستی به ادعاهای ایمنی سلامتی که توسط تولیدکنندگان بیان می‌شود اطمینان کنند. مواد غذایی فناوری نانو با مزایای قابل لمس نسبت به مواد غذایی فناوری نانو بدون مزایای آشکار و مشخص

فناوری نانو برای جامعه‌ای که خیلی خوب از آن آگاه نیستند یک فناوری جدید در نظر گرفته می‌شود، بایستی به شرکت‌کنندگان اطلاعات کافی بویژه در مورد مواد غذایی فناوری نانوداده شود. تأثیر اعتماد به گونه‌ای است که چگونه این اطلاعات تفسیر شوند. بنابراین فرض شده است که اعتماد در صنعت مواد غذایی روی برخورد حاصل از مواد شناخته شده در مورد مواد غذایی فناوری نانو تأثیر می‌گذارد.



در این تحقیق بررسی می‌شود که چگونه مردم عادی با مواد غذایی فناوری نانو و بسته‌بندی مواد غذایی فناوری نانو مواجه می‌شوند. سپس برخورد، مزیت قابل مشاهده، ریسک قابل لمس و تمایل به خرید محصولات ارزیابی شده و مدل پیشنهادی برای توصیف تمایل به خرید مواد غذایی فناوری نانو آزمایش می‌شود. سرانجام بررسی خواهد شد که آیا برای افراد عادی بسته‌بندی فناوری نانو قابل لمس با مواد غذایی فناوری نانو اختلاف دارد یا نه.

- 1- "Risk as feeling" model
- 2- Willingness to buy (WTB)

اصلاح ژنتیکی شده مستقیماً با ریسک‌ها و مزایای قابل مشاهده تعیین می‌شود. به عبارت دیگر، «اعتماد» اثر غیرمستقیمی روی پذیرش مواد غذایی اصلاح ژنتیکی شده دارد.

مواد غذایی فناوری نانو برای مصرف‌کنندگانی که مزایای ملموس آن را مشاهده کرده‌اند پذیرفتنی‌تر است. نتایج مطالعات Swiss نشان می‌دهد که میزان پذیرش محصولات اصلاح ژنتیکی شده با درک مزایای آن تعیین می‌شود. مزایای قابل لمس - مانند محصولات سازگار با محیط زیست بهتر و یا سالم‌تر - تمایل مردم برای خرید محصولات اصلاح ژنتیکی شده را افزایش می‌دهند. اهمیت مزایای ملموس برای پذیرش غذای اصلاح ژنتیکی شده، در مطالعات آزمایشگاهی هم به تأیید رسیده‌اند. مطالعات آزمایشگاهی نشان داده شرکت‌کنندگانی که در مورد کاربرد اصلاح ژنتیکی همراه با مزیتی ملموس آگاهی داشتند در مقایسه با دیگران، ریسک شخصی کمتری داشته‌اند.

پذیرش مواد غذایی فناوری نانو: یافته‌های تحقیقات تجربی و ملاحظات تئوری بحث شده در بالا به یک مدل فرضیه مانند منجر شده که در شکل ۱ آورده شده است. هدف از این تحقیق تعیین فاکتورهایی است که تأثیر علی روی پذیرش مواد غذایی فناوری نانو دارند. بر اساس مطالعات گذشته فرض کردیم که مزایا و ریسک‌های درک شده روی تمایل به خرید مواد غذایی فناوری نانو تأثیر می‌گذارند. علاوه بر این فرض کردیم که مزایای قابل مشاهده به طور منفی روی ریسک‌های درک شده تأثیر می‌گذارند. مطابق با برخورد تجربی، برخورد حاصل از محصولات فناوری نانو روی مزایا و ریسک‌های مرتبط با فناوری تأثیر می‌گذارد. در واقع چون

چاپ برچسب سروش

مجهز به دستگاه‌های چاپ شیت و رول پنج رنگ با اشعه ماوراء بنفش در هر برج و فلکسو ۶ رنگ

چاپ لیبیل روی :

کاغذ، پلی استر، PE, PP, PVC و ...

همزمان با طلاکوب، وارنیش UV یا لمینت

دایکات و پوشال برداری

تلفن تماس: ۴۴۹۲۲۲۶۶ - ۴۴۹۲۳۲۴۷ چاپخانه

دفتر: ۶۶۰۰۶۷۴۷ - ۶۶۰۳۲۷۹۳ فاکس: ۰۲۱-۶۶۰۰۵۲۱۴

موبایل: ۰۹۱۲ ۱۱۶۹۷۷۷

تویی های جداشونده

گزارش ویژه از AWA ALEXANDER WATSON ASSOC

صنعت تویی های جداشونده (release liner) در بازار رشد خوبی را تجربه خواهد کرد که این به خاطر موفقیت در کنترل هزینه ها و اقدام جمعی در قیمت گذاری است.

صنعت تویی های جداشونده در جایگاهی محوری از نظر پیشرفت قرار دارد که به خاطر قیمت روبه رشد مواد اولیه خام و پتروشیمی، افزایش توان خرید خریداران بین المللی، پیدایش راه کارهای جایگزین، درک بهتر مسایل زیست محیطی و تثبیت بسیار عالی صنعت بوده است. در نظر گرفتن سایر عوامل در صنعت لیبل - بزرگترین بازار برای تویی های جداشونده مانند تسلط و نفوذ صاحبان نام های تجاری و خرده فروشان، فن آوری های تولید محصولات دکوری و لیبل های جایگزین و فضای رقابتی در تجارت باعث ایجاد دورنمایی نامطمئن برای آینده می شود.

جنب و جوش بازار

رشد روزافزون و پیشرفت در تولید محصولات جدید در صنعتی همچون تویی های جداشونده - به عنوان تنها بخشی از چرخه قیمت گذاری - بسیار چالش برانگیز بوده است. برای لیبل های حساس به فشار - که در بازار کنونی در حال رسیدن به کمال هستند - نگرشی مبتنی بر پیگیری و تعیین یک برنامه موثر و مشترک وجود دارد، همکاری مابین سایر تولیدکنندگان و مصرف کنندگان نهایی در چرخه تعیین قیمت، از تولیدکنندگان مواد اولیه خام گرفته تا کانورتورها.

لیبل ها و نوارهای حساس به فشار (P-S) ارزیابی های اخیر AWA از بازار لیبل های حساس به فشار گواه این است که بخش اصلی بازار لیبل هم چنان دارای ثبات خوبی است و فن آوری های جدید هم چنان باعث خلق فرصت های جدید به خصوص در بخش کاربردهای خاص می شود (جدول)

نوارهای مخصوص در امریکای شمالی و اروپا به رشد سالیانه خود یعنی حدود ۲ و ۴ درصد ادامه می دهند. در موقعیت جهانی آسیای پاسیفیک بزرگترین بازار منطقه ای برای این نوارهاست و پیش بینی می شود که این منطقه طی چهار سال آینده بزرگترین تولیدکننده نوارهای خاص شود.

سطوح مختلف برای تویی

تویی های فیلم بیشترین پتانسیل رشد (تا ۱۵ درصد) را طی ۳ تا ۵ سال آینده خواهند داشت به خصوص لیبل های با تیراژ بالا FMCG (کالاهای مصرفی با تیراژ بالا و استفاده سریع) اگرچه تویی های کاغذی نیز به خاطر قیمت پایینشان و گستردگی و پیشرفت فن آوری تولیدی آنها تجارت این صنف را تحت تاثیر قرار خواهد داد.

بازارهای جغرافیایی

امریکای شمالی هم چنان از سهم عمده خود از بازار تویی های جداشونده بهره می برد که رشدی معادل ۲ تا ۴ درصد در تمامی بازارهای نهایی خواهد بود. لمینت های P-S نیز همراه آنها به خصوص در کاربردهای صنعتی و بهداشتی / دارویی در حال رشد هستند.

لیبل های دارای چسب ۶۹ درصد از بازار اصلی لیبل ها را در اختیار خود دارند. اما سهم ۲۲ درصدی لیبل های حساس به فشار را باید نشانه ای از گسترش و رشد این گونه لیبل ها در آینده دید.

رشد سالیانه جهانی لیبل های PS اخیرا به ۵ درصد در مقابل ۲ درصد لیبل های چسب دار رسیده است. (بیشترین پیشرفت در این بخش با IML (۱۴ درصد در سال) و اسلیو (۸-۱۰ درصد در سال) بوده است).

در بخش های مختلف بازار مانند بازار نوشیدنی، فن آوری لیبل زنی PS در حال گسترش است و توانسته است هماهنگی بسیار خوبی با کارکردهای اضافی مانند RFID ایجاد کند. فن آوری بدون تویی (Linerless) به جز در بخش چاپ بر اساس سفارش توانسته پا را از حدود خود فراتر گذارد.

جالب توجه است که در سال ۲۰۰۵ در حدود ۴۵ تا ۵۰ درصد لیبل های PS تولید شده در امریکای شمالی برای درج اطلاعات مختلف چاپی بوده است و آمارها نشان می دهد که میزان رشد در این بخش بیشتر از لیبل های معمولی خواهد بود.

WORLDWIDE MARKET BY SEGMENT 2005

50.5% • Label Stock

۵۰/۵٪ لیبل

بازار جهانی در سال ۲۰۰۵ بر حسب بخش ها

هنرهای گرافیکی ۵/۸٪

5.8% • Graphic Arts

نوارها ۱۰/۹٪

10.9% • Tapes

12.0% •

Hygiene/Medical

بهداشتی / دارویی ۱۲٪

صنعتی ۹/۱٪

9.1% • Industrial

9.8% • Other

۱/۹٪ پاکت ها

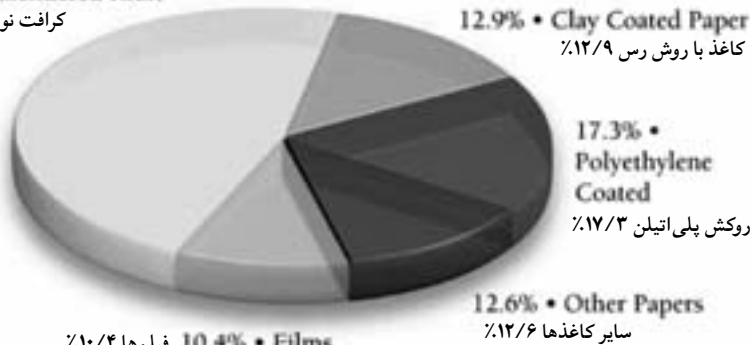
1.9% • Envelopes

Source: AWA

WORLD DEMAND FOR RELEASE LINER BY SUBSTRATE 2005

نیاز جهانی به تویی های جداشونده از نظر سطح (۲۰۰۵)

46.8% • Calendered Kraft
کرافت نوردشده ۴۶/۸٪



Source: AWA

روکش دهی سیلیکون درون خود واحد تولیدی - به طور خاص برای لیبل های خودچسب برای تمامی تویی های جداشونده در آسیا در حدود ۶۰ درصد است. که اغلب آنان توسط شرکت هایی هم چون Lintec, UPM Rafaltec, Avery Dennison, KK label, Kinglabel, تامین می شوند.

روکش دهی تجاری سیلیکون

روکش دهی سیلیکون به شکل تجاری در حدود ۴۰ درصد از تولیدات تویی های جداشونده در منطقه را به خود اختصاص داده است با این وجود تویی های با حجم بسیار بالا از خارج از آسیا وارد می شود که توسط روکش دهنده های سیلیکونی تجاری در اروپا و امریکای شمالی تولید شده است. رقابت ها هم چنان افزایش خواهد داشت و بازار سرتاسر آسیا توسط شرکت های متعدد اروپایی تجزیه و تقسیم خواهد شد که به طور خاص می توان به Loparex اشاره کرد که در چین و هند عملیاتی خود را راه اندازی کرده است. اطلاعات تکمیلی را می توان در آدرس www.awa-bv.com مشاهده کرد.

بازار دیده ایم. در سال ۲۰۰۵ بازار تویی های جداشونده در آسیا رشدی در حدود ۱۰/۵ درصد داشته است - سریعتر از هر جای دیگری در دنیا - و این میزان رشد که البته پایدار نیز بوده منعکس کننده افزایش تقاضا و شرایط اقتصادی قوی و مناسب بوده است.

در حال حاضر می توانیم سهم آسیا از بازار جهانی را در حدود ۲۳ درصد عنوان کنیم. پیش بینی رشدی بسیار خوب در آینده بازار آسیا یعنی حداقل تا سال ۲۰۱۰ به هیچ وجه خالی از حقیقت نیست. در این میان لیبل های خودچسب (اعم از نوار و کاربردهای بهداشتی) حکایتی جداگانه دارند.

در حالی که عمده میزان مصرف با واردات از امریکا و اروپا تامین می شود بازار تولیدات بومی در این منطقه در حال پیشرفت است که در طولانی مدت تهدیدکننده تولیدکننده سنتی خواهد بود.

از سوی دیگر صنایع معروف و ثبت شده فعال در صنعت تویی های جداشونده واقع در امریکای شمالی و اروپا مشغول سرمایه گذاری در آسیا به خصوص چین هستند تا از میزان سهم خود در بازار مطمئن شوند.

بازارهای پیشرفته در سرتاسر جهان همراه امریکای جنوبی و هند همانند آسیای پاسیفیک (به خصوص چین) و اقتصادهای شکل گرفته در اروپای شرقی کماکان فرصت های بسیار خوبی را برای تولیدکنندگان امریکای شمالی و اروپایی تویی های جداشونده برای استفاده در لیبل های P-S قرار می دهد.

پیش بینی می شود در امریکای جنوبی استفاده از تویی برای لیبل PS تا سال ۲۰۱۰ دو برابر شود. برزیل، آرژانتین و شیلی در حال حاضر کشورهای پیشرو در این منطقه هستند. دورنمایی مثبت

تحقیق AWA از سرتاسر دنیا حاکی از این است که صنعت تویی جداشونده از جانب چندین عامل طی سال های اخیر تهدید شده است: هزینه بالای مواد تشکیل دهنده، مسایل زیست محیطی در بخش لیبل و فن آوری های تزئین سازی که با لیبل ها P-S در بازارهای پیشرفته رقابت می کند را می توان از جمله این عامل ها نام برد.

امروزه این صنعت در چشم انداز پیشرفت های اقتصادی در دنیا توانسته چه از نظر صادرات و چه سرمایه گذاری داخلی موقعیت خوبی را برای خود ایجاد کند.

اقلامی جمعی در جهت تعیین تعیین ارزش و کنترل بهتر هزینه ها انجام شده است. حرکت های مثبتی نیز برای اطمینان از آینده روشن تویی های جداشونده صورت گرفته است. کنفرانس جهانی در خصوص تویی های جداشونده

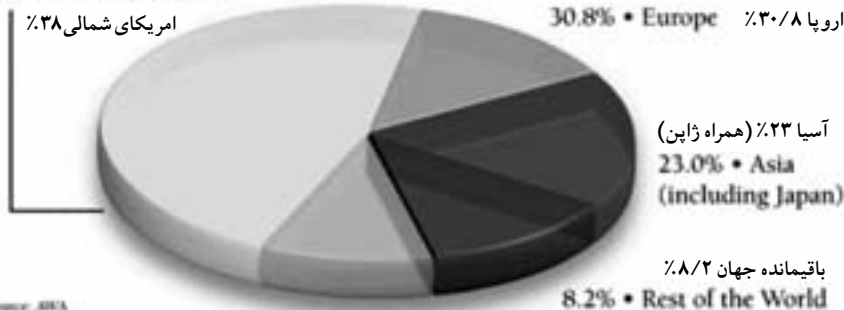
در بهار سال ۲۰۰۷ کنفرانس AWA در خصوص صنعت جهانی تویی های جداشونده و سری کارگاه ها آموزشی آن برگزار خواهد شد.

تمرکز بر آسیا
ما طی سالیان گذشته تغییرات بزرگی را در

WORLDWIDE MARKET FOR RELEASE LINERS BY REGION 2005

بازار جهانی (۲۰۰۵) تویی های جداشونده بر حسب منطقه

38.0% • North America



Source: AWA

ایمنی در کانورتینگ

نوشته David J. Bentley منبع: PFFC

که چه کاری انجام می‌دهد و به این فکر کنید که چگونه ممکن است به شما آسیب برساند. آیا در فرآیند نقاطی وجود دارد که انگشتان، دست و پا یا بخشی از لباس شما را گیر اندازد؟ آیا ماشین دارای چاقو یا سایر لبه‌های برنده است که بتواند ببرد؟ آیا ماشین‌آلات به کار گرفته شده در پروسه یک کوره است یا دارای قالب اکستروژن یا سایر تجهیزات بسیار داغ می‌باشد یا خیر؟ سوختگی‌ها نیز یکی از حوادث بسیار رایج در کارخانه‌ها و مراکز صنعتی هستند که با استفاده از چسب‌ها و روکش‌ها حادث می‌شوند.

انبارداری و ملاحظات زیست محیطی به فضای عمومی انجام فرآیند در صنایع کانورتینگ و بسته‌بندی مربوط می‌شود. آیا در این فضا مواد اولیه از جایی چکه می‌کند که باعث جمع شدن در چاله‌ای و لیز شدن زمین شود؟ آیا کهنه‌هایی که دارای حلال برای پاک کردن ماشین‌آلات هستند در جایی گذاشته می‌شوند که به طور ناخودآگاه آتش بگیرند؟

این مقاله قادر نیست که تمامی جوانب ایمنی را که باید در کار رعایت شود در این فضای کم پوشش دهد. بگذارید این را بگویم که شما اولین و مهمترین کسی هستید که مسئول حفظ امنیت شخصی تان هستید. حتی نکات ایمنی شنیده شده از سایر افراد را نیز در جایی یادداشت کنید و به خاطر بسپارید.

می‌توانند خطرناک باشند. مطمئن شوید که تمامی خواص و موارد احتیاط در برخورد با آن ماده پیش از کار با آن را مطالعه کرده‌اید. آیا آتش‌زاست؟ آیا با سایر مواد موجود در آن محل واکنش نشان می‌دهد و باعث تولید محصول یا شرایط غیر ایمن می‌شود یا خیر؟ امروزه ما سعادتمند هستیم که برگه‌های ایمنی مواد اولیه (Safety Data Sheets Material) را برای هر محصول جداگانه‌ای که نام ببرید دارا هستیم. این یعنی این که هیچ کس از این پس نباید کوچکترین عذری در برخورد غیر محتاطانه با مواد خطرناک داشته باشد.

تجهیزات به کار گرفته شده در فرآیند بیشترین عامل بروز حوادث در صنعت ما به شمار می‌آیند. اغلب این تجهیزات دارای قطعات متحرک هستند. هنگامی که در کنار چنین ماشین‌آلاتی قرار گرفتید متوجه باشید

بگذارید این را بگویم که شما اولین و مهمترین کسی هستید که مسئول حفظ امنیت شخصی تان هستید. حتی نکات ایمنی شنیده شده از سایر افراد را نیز در جایی یادداشت کنید و به خاطر بسپارید.

اگر با آتش بازی کنید احتمالاً خود را خواهید سوزاند. کار در حوزه‌های گوناگون صنعت شیمی شامل بسته‌بندی و کانورتینگ در برخی از مواقع مانند دست زدن به آتش می‌ماند.

چندین سال قبل من برای شرکتی کار می‌کردم که رزین‌های پلی‌استر و الکید تولید می‌کرد. استعفا دادم چرا که از نظر من اصولی که باید برای مراقبت از کارکنان رعایت می‌شد را نادیده می‌گرفتند. مدتی پس از رفتن من، کارخانه یاد شده به آسمان رفت. هنگامی که به آن جا رفتم فقط تکه زمینی بایر به چشم می‌خورد.

در صنعت بسته‌بندی و کانورتینگ مهمترین موضوعات قابل اهمیت را می‌توان مواد خام، تجهیزات انجام فرآیند، انبارداری و شرایط زیست محیطی ذکر کرد. در هر زمانی که در کارخانه یا آزمایشگاه مشغول به کار هستید باید چشمان خود را کاملاً باز نگه دارید و به موضوعات یاد شده بالا کاملاً توجه کنید.

یک بار من هنگامی که از آزمایش یک چسب که بوی MEK شدیدی می‌داد سر باز زدم مورد انتقاد قرار گرفتم چرا که مالکش در آن محل سیگار کشیدن را آزاد اعلام کرده بود. مسلم بود که نمی‌خواستم آخرین آزمایش عمرم را انجام دهم آن هم بر خلاف اصولی که باید برای ایمنی مدنظر داشت. بسیاری از مواد خام مورد استفاده در بسته‌بندی و کانورتینگ

واردات و فروش انواع:

استرچ فیلم فویل آلومینیوم

شرینک فیلم - فیلم وکیوم - فیلمهای BOPP

استرچ فیلم مخصوص بسته بندی پالت و مواد غذایی فویل آلومینیوم از ۷ تا ۲۰۰ میکرون - مصارف صنعتی و غذایی

انواع شرینگ فیلم P.V.C و P.E انواع فیلمهای مخصوص وکیوم: شفاف - نقره ای - طلایی

بازرگانی افشار تلفن: ۰۹۱۲۱۹۵۲۳۴ - ۸۸۳۱۴۱۲۹ - ۸۸۳۱۲۷۲۹



شماره ثبت: ۳۳۳۸۰

www.barzincarton.com
info@barzincarton.com

شرکت صنایع بسته بندی برزین کارتن

- تولید کننده انواع کارتن سه لایه و پنج لایه و E فلوت با چاپ
- تولید انواع جعبه های صادراتی با لمینت و دایکات تا سطح وسیع

آدرس: جاده ساوه، بعد از سه راه آذران شهرک صنعتی نصیر آباد خیابان سرو ۲۵، پلاک D11
تلفن: ۰۲۲۹-۲۳۹۱۰۹۱-۳
فاکس: ۰۲۲۹-۲۳۹۱۰۹۴

دعوت به همکاری

یک شرکت بسیار معتبر چاپ و بسته بندی جهت تکمیل کادر پرسنلی خود به **گرافیکست** با مدرک فوق دیپلم و لیسانس نیاز دارد، متقاضیان رزومه خود را ظرف مدت ۱۰ روز بعد از چاپ آگهی به صندوق پستی ۳۹۶-۳۳۱۳۵ ارسال نمایند.



صنایع ماشین سازی حرفه و فن

نخستین سازنده

ماشین های کات فکی

در سایزهای مختلف

و جلدکن شومیز در ایران

تلفن دفتر: ۳۳۹۲۲۶۱ تلفکس: ۳۳۹۲۲۶۰
کارخانه: ۰۲۹۲۳۳۲۳۶۵۳

پیشرفته ترین و بزرگترین خط کلندر خاورمیانه در بهینه پوشش جم



از چپ به راست: مهندس خانی مدیرعامل شرکت بهینه پوشش جم، مهندس حقیقی مدیر کارخانه، مهندس محمدی مدیر فنی تولید

شرکتهای جهانی در زمینه صنایع بسته بندی دارویی می اندیشد. تحقیقات تمرکز یافته ما و حرکت به سوی آینده در زمینه بسته بندی دارویی منجر به انطباق پذیری بسته بندی با فرمولاسیون دارو گشته که این امر موجب اعتبار در صنعت بسته بندی دارویی کشور و در میان بیش از ۵۰ مشتری داروساز خارجی در کشورهای همجوار را نیز تا کنون برای ما به ارمغان آورده است.

هدف BPJ پیوستن به جرگه شرکت های فعال بین المللی در زمینه دارویی است. پیشگامی BPJ در تحقیقات معطوف به حذف کردن انتخاب تصادفی مولفه های موثر بر بسته بندی با بکار گیری متدولوژی پیشرفته شناسایی صحیح و بهینه سازی این مولفه ها برای داروهای خاص می باشد و این پارامترها با توجه به میزان حساسیت داروها در شرایط محیطی

شروع کار در سال ۱۹۹۹ با یک دستگاه کلندر ساختمان آلمان که برای تولید فیلم تک لایه PVC خشک گرید دارویی ساخته شده بود آغاز گشت. BPJ از بخش دارویی خود که با تولید فیلم های بسته بندی با کیفیت در محیطی مطابق با GMP بین المللی دارویی مربوط به تولید فیلم های گرید دارویی فعالیت می کند - و در مدت زمان کوتاه ۴ سال به این مهم دست یافته است.

BPJ در راستای گسترش میزان تولید و کیفیت خود با به کارگیری تکنولوژی جدید و به روز (پیشرفته ترین و بزرگترین خطوط کلندر در خاورمیانه، C-1700 و C-1800) اقدام نموده که میزان ظرفیت تولید این شرکت را به ۲۵۰۰۰ تن در سال افزایش می دهد که این رقم نه تنها در ایران بلکه در اکثر کشورهای هم جوار نیز بی نظیر است و BPJ در اندیشه پیوستن به بزرگترین

نگرشی کلی بر شرکت بهینه پوشش جم (BPJ- Brief overview)

شرکت بهینه پوشش جم (BPJ) فعالیت خود را از سال ۱۳۷۶ با تکیه بر سه پارامتر اساسی ذیل و با اندیشه پیشرو و یکتا بودن در ارائه خدمات به جامعه انسانی آغاز نمود.

- اصول علمی (Scientific Bases)
- سرمایه انسانی (Human Asset)
- ابتکار در زمینه تحقیقات (Innovation in R&D)

هدف شرکت تا سال ۲۰۱۰ میلادی پیشرو و یگانه بودن در زمینه علمی و نیز در ارائه خدمات است. استراتژی درک BPJ از صنایع بسته بندی یک بخش جدانشدنی از پزشکی و علوم مربوط به آن است و این استراتژی انگیزه تیم کاری شرکت را در مورد دقت کاری و رشد صعودی بالا برده است.



بزرگترین و پیشرفته‌ترین تولیدکننده فیلم پی‌وی‌سی سخت (Rigid PVC film) و PVC/PE در خاورمیانه

ضخامت: ۲۰ الی ۱۰۰۰ میکرون • عرض: تا ۱۸۰۰ میلیمتر • ظرفیت: ۱۵۰۰۰ تن در سال (در حال توسعه)
کاربردها: • بسته بندی دارویی • انواع کارت اعتباری • بسته بندی غذایی • برجهای خنک کننده • وکیوم فرمینگ • لوازم التحریر

گزارش آگهی

وزارت بهداشت در صنعت بسته بندی دارویی است. در پایان نیز یادآور می شود که پروژه های جدیدی در قالب طرح و توسعه در این شرکت در حال بررسی است که در آینده نزدیک جزئیات بیشتری در مورد آن ها به اطلاع خواهد رسید.

شرکت بهینه پوشش جم
تهران، خیابان شهید بهشتی، بعد از چهارراه اندیشه، شماره ۴۵، ساختمان مرجان، طبقه دوم
کد پستی: ۱۵۵۹۶
تلفن: ۸-۸۸۷۶۳۹۳۷ و ۹-۸۸۵۱۲۱۲۸
فکس: ۸۸۷۶۰۲۵۲
www.bpj-co.com
info@bpj-co.com

(Packaging Troubleshooting)

تیم کاری در BPJ شامل فارغ التحصیلان ارشد و دکتری در زمینه علوم و مهندسی پلیمر و نیز داروسازی هستند که دست به دست هم برای رسیدن به ابتکارهای نوین و راه حل نیازمندی های چالش برانگیز شرکت های بزرگ صنعت دارویی تلاش می کنند.

BPJ در زمینه دستیابی به گواهینامه تاییدیه وزارت بهداشت و درمان ایران پیشتاز بوده است و نیز دارای این برتری است که اولین شرکت داخلی دریافت کننده گواهینامه استانداردهای ISO 9001-2000 و نیز GMP مورد نیاز از طرف

بهینه می گردند. برنامه تحقیقاتی BPJ شامل تحقیقات گسترده برای رسیدن به ابتکارهای نوین، موثر، مانا و کاهش هزینه ها در مورد فیلم های بسته بندی گرید دارویی است. این برنامه پوشش دهنده موارد ذیل می باشد.

• بازرسی بسته بندی

(Packaging Inspection)

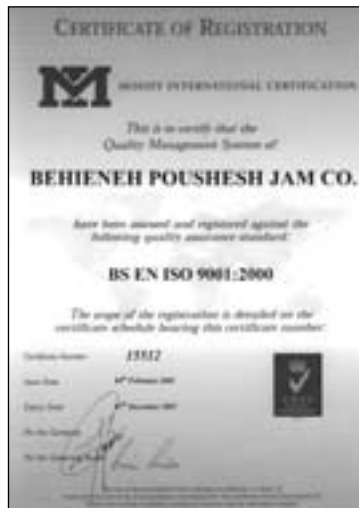
• مطالعات پایداری و تکرار پذیری تولید

(Production Uniformity Researches)

• پیشرفت بسته بندی و طراحی

(Packaging Development and Design)

• بهبود راه حل های معضلات بسته بندی



تک و کیوم

صنعت و هنر در کنار هم

به نام دوست

موسیقی گوش می‌کردم و هنوز هم گوش می‌کنم و شنونده خوبی هستم و با حوصله به موسیقی گوش می‌دهم. در دامن طبیعت نیز به دنبال مکان‌هایی می‌گردم که بتوانم به صدای پرندگان گوش کنم. در کنار این‌ها به واسطه دوستان خیلی خوبی که داشتم، آقای رودکیان، آقای آزاد، آقای فاضل جمشیدی، آقای آبرومند آذر و خیلی از دوستان دیگر با موسیقی بیشتر آشنا شدم و چیزهایی نیز یاد گرفتم. فهمیدم که دستگاه چیست؟ ردیف کدام است؟ و وقتی که اینها را شناختم تازه متوجه شدم که این اقیانوس بی‌کران است و قطره قطره آن زیبا و بی‌نظیر.

● خوب، کاری که شما انجام می‌دهید یک کار صنعتی است و همه به کار فنی و صنعتی با دید یک کار خشک و جدی نگاه می‌کنند اما لازمه هنرمند بودن و هنر دوست بودن داشتن یک روحیه لطیف است و بسیاری این دورا با هم در تناقض می‌دانند. با این اوصاف شما چطور به فکر انجام چنین فعالیت‌هایی در زمینه هنری افتادید؟

گاهی فکر می‌کنم شاید مسیر را اشتباه آمده باشم و گاهی حتی از خودم دلخور می‌شوم اما خوب چاره‌ای نداشتم باید زندگی ام را اداره می‌کردم. ما کسانی بودیم که باید روی پاهای خودمان می‌ایستادیم و هنوز هم همینطور هستیم. اما در مورد کاری که انجام می‌دهم یعنی کار فرمینگ به اعتقاد من تماما هنر است، اتود اولیه‌ای که برای طرح زده می‌شود هنر است، طراحی صنعتی، ساخت قالب، مدل‌سازی همه هنر است و برگردان آن که تولید محصولات بعد از قالب‌گیری است عین هنر است. شما طرحی را در ذهن تجسم می‌کنید و آن را پیاده می‌کنید و هنرمند نیز همین کار را انجام می‌دهد و به نظر من در محیط صنعتی هم می‌شود به هنر اندیشید به شرطی که مدیران بخواهند که این فرصت را در اختیار کارمندان خود قرار دهند.

● شما اسپانسر کنسرت داوود آزاد در تبریز بودید، علت قبول چنین مسئولیتی تنها علاقه شخصی خودتان بود یا هدف دیگری از این کار داشتید؟

علاقه من به موسیقی نقش عمده‌ای در این میان دارد اما صرف علاقه مطرح نیست این کار کاملا هدفمند است. ما باید در کنار تولید یاد بگیریم که فرهنگ و هنرمان را نیز حفظ کنیم. بزرگترین افتخار آدمی هویت اوست. اگر ما از همان کودکی فرزندانمان را به گوش دادن به موسیقی عادت دهیم اگر از همان ابتدا آنها را با شاهنامه فردوسی آشنا کنیم شاید چیزی درک نکنند اما این در ذهن کودک حک می‌شود و او هرگز فراموش نخواهد کرد که یک ایرانی است. واقعا به چه واسطه‌ای می‌توانیم هویت خود را پیدا کنیم؟ من که هستم؟ من یک ایرانی هستم، دارای یک پیشینه تاریخی ارزشمند. من در جلسه‌ای نزد آقای محمدرضا درویشی، استاد گرانقدر موسیقی، حضور داشتم و دوستی در این مجلس تنبوری را با کوکی که در زمان عبدالقادر مراغه‌ای استفاده می‌شد، به صدا درآورد و من از شنیدن این صدا حال عجیبی پیدا کردم، این صدا را تا آن روز نشنیده بودم ولی تلنگری بود که مرا تکان داد و استاد درویشی گفتند که حافظه تاریخی یعنی همین. این حافظه تاریخی من و توست که ما را به ششصد سال قبل می‌برد.

و به نظر من کار هنر باید بدین شکل باشد. ما باید هویت مان را حفظ کنیم و حفظ هویت وظیفه همه ما است و ما باید از خود بپرسیم که من در این راستا چه کاری



کنسرت مرکب نوازی و مرکب خوانی به سرپرستی و آهنگسازی داوود آزاد به همراهی فرزاد عندلیبی، علی پژوهشگر و حبیب‌الله محمدی، ۳۱ مرداد و ۲۱ شهریور ماه ۱۳۸۶ در تبریز برگزار شد. این برنامه که با استقبال چشمگیر مردم هنردوست و هنرپرور تبریز برگزار گردید، امسال در بسیاری از شهرهای ایران و در کشورهایی چون اتریش، اسکاتلند، انگلستان، فرانسه، استرالیا، کانادا، ترکیه و باهاماس به اجرا درآمده و خواهد آمد. هنرمندان ارزنده این گروه در دو قسمت برنامه خود را به اجرا گذاشتند که در بخش اول برنامه قطعاتی در دستگاه‌های بیات اصفهان، شور و ماهور و در بخش دوم قطعاتی در همایون و افشاری و بیات ترک و شوردهشتی به اجرا درآمد. در پایان برنامه به درخواست حضار دو تصنیف قدیمی آذری اجرا کردند که یکی از تصنیف‌ها تا به حال اجرا نشده بود و با اجرای این برنامه خاطره‌های شیرین از خود واز هنر در اذهان به جای گذاشتند و امید است که باز هم شاهد این چنین برنامه‌های ارزشمندی، چه در تبریز و چه در دیگر شهرها، باشیم.

کنسرت داوود آزاد به همت آقای مسعود شاکری، مدیر عامل شرکت تک و کیوم، در تبریز برگزار شد. در نگاه اول میان تولیدات صنعتی به وسیله دستگاه‌های پر سر و صدا و خشن مکانیکی با هنر موسیقی فاصله زیادی را احساس می‌کنیم اما با دیدن مسعود شاکری در این کنسرت سه روزه که با عشق تمام برای برگزاری هر چه بهتر برنامه دوندگی می‌کند و از هیچ تلاشی در این زمینه دریغ نمی‌کند، به فکر فرو می‌رویم.

● از مسعود شاکری برای ما بگویید.
من در سال ۱۳۴۱ در سوادکوه استان مازندران به دنیا آمدم. در ۱۱ سالگی به تبریز نزد برادر آمدم. در سال ۱۳۵۶ شروع به کار رسمی کردم. در سال‌های قبل فقط تعطیلات تابستان را کار می‌کردم و همه این کارها از سر نیاز بود نه از سر تفریح. از سال ۵۶ در ضمن کار جدی تنها توانستم تا مقطع دیپلم به تحصیل ادامه دهم چرا که به خودم متکی بودم و هیچ پشتوانه‌ای جز خودم نداشتم و ناچار به اداره زندگی ام بودم. در سال ۷۷ تبریز را ترک کردم و در سال ۷۸ کار ساختمان را رها کردم و در حقیقت سال ۷۸ نقطه عطف زندگی من بود که با پلاستیک و پلیمر و فرمینگ آشنا شدم و دیدم که از فرمینگ به صورت خیلی سطحی استفاده می‌شود؛ ظروف یکبار مصرف و کارهای خیلی خیلی پیش پا افتاده و همین مساله مرا به فکر فرو برد و متوجه شدم که می‌شود از این کار استفاده خیلی زیادی برد، می‌شود بسته بندی را متحول کرد، می‌شود با استفاده از این فن آوری به واسطه قالب سازی ارزان تر و سریع تر کاور دستگاه و تجهیزات ساخت و از این طریق بود که من این مسیر را انتخاب کردم. البته در آن مقطع کار خیلی مشکل بود و من برای بهتر شدن کار تلاش زیادی کردم.

برای گرفتن ایزو، ساخت سوله به صورت اصولی و تامین شرایط بهداشتی و... انرژی و هزینه زیادی وقف کردم و امروز بعد از ۸ سال می‌توانم اظهار رضایت کنم چرا که انسان وقت از کار خود راضی می‌شود که دیگران کارش را تایید کنند و خوشبختانه من امروز در این نقطه هستم و براریم لذت بخش است.

● از علاقه تان به هنر و موسیقی توضیح بدهید.
موسیقی از همان سال‌های کودکی بزرگترین و عمیق‌ترین عشق من بوده است و از همان سال‌ها به



شرکت تک وکیوم در سال ۱۳۷۸ با هدف به کارگیری کامل از فناوری وکیوم فرمینگ در زمینه بسته‌بندی و تولید کاورهای صنعتی و پزشکی شروع به فعالیت نموده و در جریان هشت سال تلاش مستمر برای دستیابی به اهداف والی خود و با همکاری نخبگان این صنعت امروز مفتخر به انتخاب از طرف صاحبان صنایع بنام ایران در زمینه‌های مختلف می‌باشد، و در این راه طولانی دریافت گواهینامه ISO:9001:2000

مدیریت کیفیت از ملزومات این حرکت بود که با تلاش بسیار محقق گردید. در تک وکیوم مشاوره، طراحی و تولید اصل اساسی می‌باشد و معتقدیم بدون این اصل کلیات کار بی‌مفهوم یا به غایت بی‌ارزش است.

تک وکیوم در دستیابی به اهداف خود و ایجاد فضای مناسب برای تولید کیفی و گسترش این فضا، بهره‌گیری از ماشین‌آلات و تجهیزات وسیعی در به روز کردن آنها و به کارگیری نیروهای کاردان و متخصص و آموزش مناسب و به روز کردن و همچنین فعال‌سازی طراحی، تحقیق و توسعه و جامعه عمل پوشاندن به شعار سازمان که تلاش هر روز ما برای بهتر شدن است، انجام داده است.

تک وکیوم افتخار می‌کند که به عنوان یک گروه ایرانی که در چرخاندن چرخه این مملکت هم چون پیشینیان قدمی هر چند ناچیز ولی موثر برداشته است. تولیدات:

تولیدکننده ورق‌های پلیمری (P.S,P.P) برای شرکت‌های لبنی و مواد غذایی

تولید قطعات به روش ترموفرمینگ، ظروف بسته‌بندی

تولید قطعات به روش وکیوم فرمینگ

قطعات ضخیم: بدنه دستگاه‌های صنعتی، پزشکی، آزمایشگاهی و ... قاب

کفی و یشتی صندلی‌های سینمایی و آمفی تئاتر و صندلی‌های اداری

قطعات نازک: استند محصولات آرایشی و بهداشتی و شوینده‌ها

پکینگ‌های کولینگ تاور و تصفیه خانه

آینده: تک وکیوم با توجه به اهداف درازمدت و جامه عمل پوشاندن به این اهداف و با حمایت و تشویق مشتریان گرامی در صنعت تولید اقدام به افزایش مکان تولید با امکانات و تجهیزات بهتر نموده که در شماره‌های آینده ماهنامه صنعت بسته‌بندی به اطلاع علاقمندان و دست‌آوردان صنعت و مشتریان گرامی می‌رسانیم.



تک وکیوم - تلفن: ۰۲۵۰۰۶۲۰۲۵۱ (تلفکس: ۰۲۶۱)۶۲۰۳۳۶۶ (۰۲۶۱)

می‌توانم انجام دهم. کار فرهنگی یا هنری همه عشق است اما آیا برای ارائه هنر مسائل مادی مطرح نیست؟ و من شاید این کمترین کمکی ست که می‌توانم برای حفظ هویت ایرانی انجام دهم. مگر من نوعی چند بار در طول زندگی ام با هشتمین سال تولد حضرت مولانا مصادف می‌شوم؟ و این برای من افتخار بزرگی است و در سال‌های آتی با سربلندی خواهیم گفت که در زمانی که امکان بود، من به نام مجموعه تولیدی خود کاری را، حتی به صورت ضعیف، هر چند ناچیز، انجام دادم.

● قبل از مصاحبه شما در اتاق سه‌تار می‌نواختید. سه‌تار را چگونه فرا گرفتید؟ من به طور خودآموز به نواختن سه‌تار پرداختم اما در نواختن بیشتر تحت تاثیر استاد گرامی آقای قادر رودکیان هستم چرا که ایشان حس بسیار زیبایی در موسیقی دارند، بعضی تکنیک‌ها و پرده‌گیری‌ها را نیز از ایشان آموختم اما به طور دائم معلمی نداشتم و با وجود مشغله زیاد از اندک فرصت‌هایی که پیش می‌آید، حتی در کارخانه، استفاده می‌کنم و ساز می‌زنم.

● و حرف آخر؟

صمیمانه از استاد رودکیان و آموزشگاه موسیقی رودکی، آقای دیده ورم‌دیر برنامه، آقای آزاد و همه دوستانی که لطف کردند و در اداره این برنامه زحمت کشیدند بی‌نهایت متشکرم. کاری که ما انجام دادیم کار بزرگی نبود اما وقتی که شما احساس می‌کنید که گوشه‌ای از کار را گرفته‌اید برایتان لذت بخش تر است و من امیدوارم که شرایط کاری ام بهتر از قبل شود و باز بتوانم در اداره چنین برنامه‌هایی سهمی هر چند کوچک داشته باشم و بتوانم از این راه به دوستان دیگرم در دنیای صنعت بگویم که در میان دستگاه‌های غول پیکر و آهنین نیز می‌شود به هنر پرداخت.



داوود آزاد در سال ۱۳۴۲ در ارومیه، دیار

صفی‌الدین ارموی، متولد شد. در همان سال‌های اول زندگی اش به تبریز آمد و در این شهر پرورش یافت. برخلاف دیگر موسیقین‌ها خیلی دیر، در ۱۹ سالگی، به کار موسیقی رو آورد. به طور خودآموز و از طریق صفحات موسیقی و کاست‌های قدیمی به آموختن تار پرداخت و شیوه‌ای را که می‌خواست از روی همین منابع قدیمی پیدا کرد و خیلی‌ها معتقدند که وی اوج موسیقی ایرانی که موسیقی دوره قاجار است را به خوبی می‌شناسد. کارهای تحقیقی وی عبارتند از: تحقیق در شیوه اجرای تار بیگجه خانی، تار

مرتضی نی داوود، تار آقا حسینقلی، سه‌تار سعید هرمزی، آواز طاهر زاده، آواز اقبال آذر، آواز قمرالملوک وزیری. سبک خاص نوازندگی تار در تبریز با آلبوم "مکتب تار تبریز" نام مکتب به خود گرفت. دیگر آثار او عبارتند از: آلبوم "آی ایشیقی" اجرای قطعات آذری با تار ایرانی. آلبوم "نور جان"، "می‌بی رنگی"، "کوی تو"، "درمیخانه". وی همچنین یک کار تلفیق روی موسیقی باخ انجام داد که برای اولین بار موسیقی باخ روی موسیقی ایرانی تلفیق می‌شد و به واسطه همین کار به بزرگترین فستیوال‌های بین‌المللی راه پیدا کرد. در رادیوهای جهانی به اجرای برنامه پرداخت و سخنرانی‌های ارزشمندی در مورد موسیقی ایرانی در دانشگاه‌های آکسفورد، لندن، منچستر، گرین ویچ و تورنتو ارائه داد و علاوه بر همه این‌ها همچنان در فعالیت در زمینه موسیقی عرفانی است و چندین کار تحقیقی دیگر نیز در دست ارائه دارد.





بخش‌های میان‌تهی پلاستیکی

نویسنده: **Throne Beall**

سال انتشار: ۲۰۰۴

تعداد صفحه: ۲۴۳

قیمت کتاب: ۱۲۰ دلار



قطعات میان‌تهی

پلاستیکی از اشکال مختلف تشکیل می‌شوند از قطعات کوچک گرفته تا بطری‌های جار مایع و قسمت‌های پالت و موارد خاص دیگر. شما در این کتاب می‌توانید ضمن آشنایی با این نوع قطعات پلاستیکی به خصوصیات و ویژگی‌های مختلف آنها به همراه ساختارشان آگاهی داشته باشید. در بخش‌های مختلف این کتاب آمده است:

- بخش‌های بزرگ قطعات توخالی و مشخصات آنها
- پلیمرها و پلاستیکها
- رسیدگی به مدل‌ها و طراحی آنها
- رسیدگی به طراحی قطعات
- سایر بخش‌های توخالی و فرآیند تولید آنها
- اجزای بخش‌های توخالی پلاستیکی

فرستی برای بررسی مواد پلاستیکی

نویسنده: **Mooney**

سال انتشار: ۲۰۰۳

قیمت کتاب: ۹۰۵ دلار

تعداد صفحه: ۱۴۰

یک کمپانی در شمال آمریکا توانست بانک اقتصادی مطالعاتی برای پلاستیک‌ها ایجاد کند. بیشترین اطلاعات این کتاب به معرفی ویژگی‌ها و کاربرد پلاستیک‌ها در کنار صنایع دیگر پرداخته است. همچنین در این کتاب از جمله به کاربرد رزین‌های پلاستیکی در کنار کاغذ کنگره ای چوب، فلز و... پرداخته شده است. در بخش‌های مختلف این کتاب آمده است:

- گذشته تولیدات پلاستیکی
- بررسی بر روی انواع مواد پلاستیکی و محصولات آن
- انواع محصولات پلاستیکی مواد اولیه
- بررسی انواع محصولات پلاستیکی و شرکت‌های بزرگ
- بلومولدینگ و آشنایی با ساختار آن
- اکستروژن و آشنایی با ساختار آن

شرح کامل کار با چوب

نویسنده: **Rae Andy**

قیمت کتاب: ۳۹/۹۵ دلار

کتاب فوق به عنوان منبع کامل و جامع اطلاعات و نکات فنی کار با چوب است که به صورت گام به گام کار کردن با چوب را شرح می‌دهد. به طوری که اطلاعات مفیدی راجع به خرید تخته، انبارداری، انتخاب اتصالات، ماشین‌کاری، خمش و پرداخت هر نوع چوب را ارائه می‌دهد. نویسنده کتاب برنده جایزه طراحی مبل انجمن هنر نیوجرسی آمریکاست که به ساخت مبل در کنار آموزش و تألیف کتاب‌های درودگری مشغول است.

آگاهی از تست‌های پلاستیک‌ها

نویسنده: **Hycron**

سال انتشار: ۲۰۰۴ میلادی

تعداد صفحه: ۹۳ صفحه

قیمت کتاب: ۵۰ دلار

برای آشنایی از قیمت محصولات پلاستیکی می‌توان آن‌ها را به روش‌های مختلفی مورد آزمایش قرار داد. بعضی از این آزمایش‌ها در حین فرآیند تولید می‌باشد و بعضی از آنها بعد از فرآیند تولید صورت می‌گیرد. در این آزمایش‌ها شما می‌توانید به کیفیت محصول پلاستیکی خود آشنا شوید. شما با مطالعه این کتاب می‌توانید قبل از تولید نهایی محصول پلاستیکی که نواقصی دارند آن را از ادامه تولید باز دارید و بعد از اصلاح موارد مورد نظر به تولید محصول خود پردازید. در بخش‌های مختلف این کتاب آمده است:

- دانش آزمایش کردن
- آشنایی با پلیمرها و آگاهی از سایر خصوصیات
- خصوصیات مکانیکی پلاستیک‌ها
- تست‌های حرارتی
- آشنایی با انواع چسب‌ها
- کیفیت تست‌های آزمایشگاهی



آشنایی با اکستروژن

نویسنده: **Rauwendal**

قیمت کتاب: ۵۰ دلار

تعداد صفحه: ۲۰۲



این کتاب به تولید محصولات پلاستیکی با روش اکستروژن اشاره دارد. در این کتاب از ابتدایی‌ترین روش‌ها و مهمترین نکات تولید محصولات پلاستیکی به طریقه اکستروژن پرداخته شده است و با به کارگیری این اطلاعات مهندسین تولید در کارخانه می‌توانند به راحتی به تولید محصولات خود اطمینان داشته باشند. نویسنده در این کتاب سعی داشته با آوردن ابتدایی‌ترین اطلاعات (پایه) و آگاهی رساندن از روش‌های تولید به خواننده کمک نماید تا به اطلاعات آن افزوده شود. همچنین در بخش‌های مختلف این کتاب آمده است:

- ماشین آلات اکستروژن
- ابزار و کنترل خطوط اکستروژن
- کامل کردن خط اکستروژن
- مهمترین مشخصات پلاستیکها و اکستروژن
- چطور اکستروژن‌ها کار می‌کنند.
- چگونگی ترتیب فرایند اکستروژن
- آشنایی با مشکلات اکستروژن و راه حل‌ها

آمیختگی پلاستیکها

نویسنده: **Porthoy**

قیمت کتاب: ۱۸۰ دلار

تعداد صفحه: ۲۱۵

شما می‌توانید در این کتاب با گستره خصوصیات مصنوعات پلاستیکی آشنا شوید. همچنین این کتاب به نیازمندی تولید پلاستیکها، مواد اولیه، روش‌های تولید و پلیمرهای جدید در پرداخته شده است. در بخش‌های مهم این کتاب آمده است:

- تحلیل روشها
- رفتار مواد
- جمع کردن اجزای پلاستیکی
- مواد اولیه بسته‌بندی

نمایه

نمایه مقالات بسته بندی در نشریات تفصی

ماهنامه صنعت بسته بندی به منظور ایجاد بانک‌های اطلاعاتی بسته بندی اقدام به فهرست گیری مقالات از موضوعات مختلف بسته بندی کرده است. در این راستا، در هر شماره تعدادی از عناوین مقالات مندرج در جراید علمی و اطلاع رسانی که طی سالهای اخیر چاپ شده است به ترتیب تاریخ انتشار به علاقمندان معرفی می شود تا در تحقیقات و توسعه صنعت بسته بندی موثر واقع شود.

ترتیب ارائه اطلاعات:

ردیف / عنوان / مترجم / نویسنده / نام مجله / شماره صفحه مجله / سال انتشار / چکیده

۱۰۵۰ / انواع مرکب های چاپ (بخش سوم) / - / - / دنیای چاپ / صفحه ۲۱ / سال سوم / شماره ۲۹ / آذرماه ۱۳۸۵ / به طور معمول وقتی که یک پلیت چاپ لیتوگرافی از واحد سازنده خارج می گردد باید بر روی این پلیت پوششی نازک از صمغ عربی و یا یک ماده مشابه دیگر که دارای خاصیت حساسیت زدایی است، زده شود. به علت آبدوست پلیت همیشه به همین شکل باقی می ماند شاید می توانستیم برای مرطوب کردن سطح پلیت فقط از آب خالی استفاده کنیم اما نکته در آنجاست که چنین پوششی بسیار حساس و شکننده است و بر اثر تماس با غلطک ها و روپوش پلاستیکی به مرور استهلاک می یابد. علاوه بر ماده حساسیت زدا که همه محلول های مخزنی چاپ لیتوگرافی از آن برخوردارند، می توان برای بهبود کار از مواد افزودنی دیگر هم در این محلول ها بهره برد.

۱۰۵۱ / پیشرفت در سیستم های چاپ دیجیتال / - / - / دنیای چاپ / صفحه ۱۵ / سال سوم / شماره ۲۹ / ۱۳۸۵ / سیستم جوهرافشان تخت از یک تیگل یا دستگاه تخت چاپ برجسته برای نگه داشتن و چاپ تصویر بر روی

سطوح چاپی سخت استفاده می کند. برخی اوقات تیگل سطح چاپی را به سمت دستگاه و زیرده های پرینت هل می دهد. در سایر نوع های تخت، هنگامی که هد های پرینت به سمت فلش بر روی سطح چاپی بالا و پایین می رود، تیگل بدون حرکت باقی می ماند. در برخی از سیستم ها نیز از سیستم های رول استفاده می کنند.

۱۰۵۲ / چاپ سنگی و نکته هایی درباره آن / - / - / دنیای چاپ / صفحه ۳۱ / سال دوم / شماره ۱۸ / آذرماه ۱۳۸۴ / در نتیجه فقر منابع اطلاعاتی و علمی، آموزش چاپ نیز در ایران بسیار فقیر و دور از ذهن است و حتی اگر افرادی هم گامی جهت ارتقاء آموزش در صنعت چاپ برداشته اند عده ای دیگر به دلایل واهی و دور از منطق مانع ارتقاء آموزش در این صنعت شده اند. در میان تمام این مشکلات برخی افراد قلم به دست گرفته و مطالب علمی و تحقیقاتی خود را با رنج و مشقت های فراوان جمع آوری کرده و بر روی کاغذ منتقل می کنند و جا دارد که از این عزیزان به خاطر تمام رنج های انتشار این گونه کتاب ها تشکر کنیم. یکی از کتاب هایی که در ماه های اخیر به چاپ رسیده است کتاب سنگی است. همان گونه که در مقدمه کتاب آمده است نویسنده هدف اصلی خود از گردآوری و چاپ کتاب را استفاده مخاطبین و آشنایی بیشتر صنف چاپ با این روش عنوان می کند.

۱۰۵۳ / پرکننده های شیشه ای برای پلیمرها / علیزاده، آرش / - / بسپار / صفحه ۱۷ / سال هشتم / شماره ۵۶ / دی ماه ۱۳۸۵ / اصلاح در خواص پلیمرها اغلب توسط پرکننده های معدنی شبه کروی همانند کربنات کلسیم و یا توسط الیاف شیشه ناهمگن برای داشتن استحکام مؤثر و یا به وسیله اسفنجی شدن به منظور کاهش چگالی آنها صورت پذیرد. افزودن دانه های شیشه ای توپر یا توخالی، می تواند موجب بهبود خواص مکانیکی، نوری، گرمایی، چگالی و هزینه های تقریبی تولید شوند. چسبندگی بهتر این افزودنی ها به ماتریس یا بستر پلیمری می تواند از طریق به کار بردن عوامل سازگار کننده امکان پذیر گردد. گذشته از این، دانه های شیشه ای دارای خصوصیات نوری منحصر به فردی

هستند و نیز می توانند با آزمایش های سطح، پلیمر را رسانای الکتریکی سازند. بنابراین دامنه کاربردی آنها حوزه وسیعی را پوشش می دهد.

۱۰۵۴ / اطلاع رسانی صحیح و اصلاح فرهنگ مصرف / - / بینا، حمید / فناوری و توسعه صنعت بسته بندی / صفحه ۲۷ / سال دوم / شماره ۱۸ / مهرماه ۱۳۸۵ / بسته بندی در صنعت شیرینی باید به شکلی باشد که باعث تغییر شکل یا فشرده شدن آن نشود. پس در مواردی که قابلیت فشرده گی و بازگشت نسبی به حالت اولیه وجود دارد، به منظور جذب و دفع ضربه از مواد محتوی بسته باید مقوای بسته بندی قابلیت جا به جایی و تحمل فشار داشته باشد. با توجه به اهمیت انتقال آلودگی به محصول خوراکی از مواد در تماس مستقیم با آنها مثل بسته بندی ها و جعبه مقوایی کنترل این مواد از نظر نوع و کیفیت مواد اولیه، تولید صحیح و استاندارد، نحوه نگهداری و عدم آلودگی ضروری به نظر می رسد. بررسی های به عمل آمده بر روی این مواد نشانگر آن است که می توانند آلوده به آلامین های متنوعی باشند. لذا از این نظر هم باید مقوا از جهت بار میکروبی هم فاقد آلودگی باشد.

۱۰۵۵ / فساد و کنترل میکروبی تخم مرغ آماده برای بسته بندی / - / دکتر قائم مقامی، سهیل / فناوری و توسعه صنعت بسته بندی / صفحه ۴۹ / سال اول / شماره ۱۲ / بهمن ماه ۱۳۸۴ / یکی از مواد پرمصرف در برنامه غذایی انسان ها تخم مرغ می باشد و این ماده غذایی به لحاظ داشتن ترکیبات مفید هم به طور مستقیم و هم به طور غیر مستقیم در رژیم غذایی انسان ها مصرف می گردد، در جدول زیر مواد تشکیل دهنده و درصد هر کدام از این مواد را در سفیده، زرده و پوسته تخم مرغ ارایه شده است. باکتری ها و قارچ ها مهمترین ارگانیزم هایی هستند که می توانند به طور طبیعی و از طریق محیط وارد تخم مرغ شوند. به نظر می رسد شرایط قسمت انتهایی دستگاه تولید مثل در پرندگان، که دارای سه مسیر اداری - دفعی - تناسلی مشترک می باشند می تواند اولین مرحله از احتمال آلودگی بر روی پوسته تخم مرغ را ایجاد نماید.

۱۰۵۶ / تجارت اینترنتی تأثیر بر بسته‌بندی / جلالی، عاطفه / - فناوری و توسعه صنعت بسته‌بندی / صفحه ۹۵ / سال دوم / شماره ۲۲ / بهمن ماه ۱۳۸۵ / صنعت بسته‌بندی در سال‌های آتی تحت تأثیر سه جریان کلی قرار خواهد گرفت. ۱ - افزایش اهمیت مارک در محصول ۲ - ظهور قشر جدیدی از طراحان ۳ - رشد برق آسای بازرگانی الکترونیک آیا می‌دانید صنعت بسته‌بندی در آغاز هزاره سوم چه چشم‌اندازی را پیش رو دارد؟ آیا با تغییر روش خرید از فروشگاه به اینترنت شیوه توزیع محصولات احتیاجی به تغییر نخواهد داشت؟ آیا با جایگزین شدن روش خرید اینترنتی به جای فروشگاه‌ها لازم نیست برای شیوه توزیع جایگزین بهتری پیدا کنیم؟ زمان آن رسیده است که یک گام به عقب برگردیم و نگاهی نقادانه به جایگاه کنونی خود و آنچه در پی رسیدن به آن هستیم، بیندازیم.

۱۰۵۷ / فن آوری نوین تولید کاغذ خیال یا واقعیت؟ / جهانبانی، اسکندر / - / صنایع چوب و کاغذ / صفحه ۴۶ / سال اول / شماره ۳ / تابستان ۱۳۸۱ / فن آوری تولید کاغذ طی دو قرن گذشته ظاهراً تحول شگرفی را تجربه کرده است، ولی واقعیت این گونه نیست. بسیاری معتقدند روند این تحولات کند بوده است. خوشبختانه متخصصان راه حل‌های آینده‌نگرانه‌ای ارایه کرده‌اند که می‌تواند فن آوری تولید خمیر کاغذ و کاغذ را به سوی آینده و فراسوی آن پرتاب کند. گراهام مور از متخصصان برجسته شرکت مشاوره‌ای و پژوهشی معتبر پایرا، اخیراً پژوهشی در مورد استراتژی‌های آینده صنایع کاغذ، بسته‌بندی و چاپ ارایه کرده است. گزارشی که پیش روی شماست، از این پروژه تحقیقاتی برداشت شده است. بسیاری از فرآیندهای تکنولوژیکی که از لحاظ تئوری جذاب هستند، هرگز نتوانستند در عمل خودنمایی کنند، زیرا علم مهندسی، مواد و فن آوری کنترل آن قدر پیشرفته نبوده تا اجازه دهند این تئوری به عمل برسد.

۱۰۵۸ / بسته‌بندی در بازار نوین / - / روستا، احمد / کتابچه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی / صفحه ۳ / - / بهمن ماه ۱۳۸۵ / در این مقاله سعی می‌گردد با نگرش بازاریابی از تعامل نیروهای بسته‌بندی و بازار و میزان تأثیر گذاری آنها بر یکدیگر بررسی گردد. لذا برای تحقق این مسأله

موارد زیر نیز بررسی خواهد گردید ک ۱ - عوامل مؤثر بر پیشرفت و تحول بسته‌بندی ۲ - مطلوبیت بسته‌بندی ۳ - مطلوب بودن از لحاظ بازار ۴ - عوامل و شاخص‌های مطلوبیت بسته‌بندی از لحاظ بازار ۵ - مطلوب بودن بسته‌بندی از لحاظ هزینه ۶ - عوامل مؤثر در مطلوبیت بسته‌بندی از لحاظ قیمت تمام شده و هزینه‌ها

۱۰۵۹ / وضعیت بازار تخته خرده چوب در شمال آسیا / - / - / صنایع چوب کاغذ / صفحه ۲۶ / سال چهارم / شماره ۱۵ / اردیبهشت ۱۳۸۴ / از سال ۱۹۷۵ صنعت تخته خرده چوب در شمال آسیا با حضور شرکت‌هایی در زمینه تولید این نوع محصولات، پا به عرصه نهاد. در عین حال که چین، ژاپن و کره حجم بالای تولید تخته خرده چوب را دارند ولی همچنان متکی به واردات هستند تا جوابگوی تقاضای زیاد تولید مبلمان و صنایع ساختمانی باشند. میزان مصرف این نوع تخته‌ها خصوصاً در چین و کره بسیار زیاد است. از این رو این کشورها مورد توجه صادرکنندگان و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی قرار گرفته است.

۱۰۶۰ / بسته‌بندی اسپتیک / - / مهندس درخشان، صدف / خوشه / صفحه ۸۴ / سال دوم / شماره ۱۴ / ۱۵ / تیر و مردادماه ۱۳۸۴ / بسته‌بندی باید به نحوی باشد که کالا را در مقابل آسیب دیدگی‌ها حفظ نماید. زیرا که یک بسته در معرض انواع ضربه‌ها، کوبیدگی و ساییش قرار دارد و طراحی مناسب باید به گونه‌ای باشد که از احتمال له شدن و کوبیده شدن محتویات بسته و ملحقاتش بکاهد.

۱۰۶۱ / دومین نشست تخصصی صنعت سوم تأثیر صنعت چاپ بر اقتصاد ملی / - / - / ماهنامه ویژه صنایع چاپ ایران / صفحه ۱۱ / - / شماره ۵ / بهمن ماه ۱۳۸۴ / پُر پیداست که صنعت چاپ، فقط کاغذ نیست، فقط مرکب نیست، فقط فویل و لفاف نیست. فقط نشر و کتاب نیست. فقط نشریه و بروشور نیست. فقط طراحی و گرافیک نیست. فقط کاتالوگ نیست. فقط فیلم و زینک نیست. صنعت چاپ همه‌ی این‌ها هست ولی در عین حال از همه‌ی این‌ها فراتر، گسترده‌تر و بزرگتر است. تحقق پیش‌بینی‌های افزایش نرخ صادرات بر دوش صنعت چاپ است. صدور و عرضه‌ی فراگیر فرهنگ بر

عهدہ ی صنعت چاپ است.

۱۰۶۲ / مهاجرت شیمیایی به داخل مواد غذایی (بخش دوم) / - / رضایی، سعید رضا / فناوری و توسعه صنعت بسته‌بندی / صفحه ۳۶ / سال دوم / شماره ۱۷ / شهریورماه ۱۳۸۵ / با وجود این برای مواردی که به طور واضح و بدیهی برای مواد غذایی به کار می‌روند، کلمه یا سمبل خاصی مورد نیاز نیست. در صورت لزوم جهت سهولت مصرف‌کننده اطلاعاتی در مورد نام و یا نام تجاری کالا، آدرس کارخانه، فروشنده و... باید بر روی محصول درج شوند. اطلاعات باید واضح و به زبان ساده و قابل فهم برای خریدار و عموم مصرف‌کنندگان باشد (برجسته، خوانا، روشن و پاک نشدنی). مثلاً برای ظروف مورد استفاده در مایکروویو باید از ظروفی استفاده شود که علامت مناسب برای استفاده در مایکروویو به نحوی از طرف سازنده بر روی ظرف بر روی آن قید شود چرا که هر گونه ظرفی قابل استفاده در مایکروویو نیست، هر چند ظروف شیشه‌ای برای این منظور مناسب‌تر هستند.

۱۰۶۳ / بررسی ساخت BSO از صنوبر و ارزیابی خواص آن / - / حسینبانی، امید / صنایع چوب و کاغذ / صفحه ۱۲ / سال پنجم / شماره ۲۰ / اسفندماه ۱۳۸۴ / در این تحقیق اثر جهت دهی تراشه‌ها، مقدار رزین، زمان و درجه حرارت پرس بر برخی خواص فیزیکی و مکانیکی تخته تراشه ساخته شده از گونه صنوبر مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج به دست آمده، جهت دار کردن تراشه‌های سطوح، اثر معنی داری بر خواص خمشی تخته‌های ساخته شده نشان داد و مدول الاستیسیته و مدول گسیختگی تخته‌های جهت دار نسبت به تخته‌های حاوی تراشه‌های با آرایش تصادفی، به ترتیب حدود ۵۱ و ۴۶ درصد افزایش یافت، جهت دار کردن تراشه‌های لایه مغزی تأثیری بر خواص خمشی نداشت. اما در تخته‌های با تراشه‌های جهت دار در لایه سطحی و تراشه‌های مغزی با آرایش تصادفی جذب آب پس از ۲ و ۲۴ ساعت غوطه وری در آب نسبت به دو نوع تخته دیگر افزایش معنی دار نشان داد.

۱۰۶۴ / روش‌های کنترل مواد چسبناک (قسمت دم) روشهای تعدیل اثر مواد چسبناک باقیمانده / - / مهندس خسروانی، امیر / صنایع

چوب و کاغذ / صفحه ۸۴ / سال پنجم / شماره ۲۱ / اردیبهشت ماه ۱۳۸۵ / در شماره پیشین گفته شد که با همه اقدامات پیشگیرانه جهت جلوگیری از ورود و یا تشکیل مواد چسبناک و همچنین فرآیندهایی که جهت خارج سازی این مواد صورت می گیرد، باز هم ممکن است ذراتی از آلاینده ها هنوز در خمیر باقیمانده باشند. از سوی دیگر در فرآیند تولید برخی از انواع کاغذ و مقوای سنگین و یا چند لایه ممکن است غریب های شکاف دار (که یکی از مؤثرترین دستگاهها در خارج سازی مواد چسبناک است) و یا دستگاههای شناورسازی وجود نداشته باشند و یا در مورد کاغذهای با وزن پایه زیاد و سرعت ماشین کمتر، وجود ذرات ریز و پراکنده مواد چسبناک اشکال چندانی ایجاد نکنند.

۱۰۶۵ / کامپوزیت ها و تحول در صنایع چوب / - / - / صنایع چوب و کاغذ / صفحه ۱۹ / سال چهارم / شماره ۱۷ / شهریورماه ۱۳۸۴ / از چند سال گذشته تحقیق و بررسی در مورد ساخت کامپوزیت های مختلف چوبی آغاز و به مرحله اجرا آمده است. کامپوزیت ها توانایی ایجاد تحولی شگرف را در آینده صنایع چوب دارند. آرگاپات یکی از شرکت هایی است که در زمینه تحقیق و تولید کامپوزیت های چوب - پلاستیک فعال است. در ذیل مختصری از فعالیت های این شرکت برای تولید کامپوزیت چوب - پلاستیک به رشته تحریر در آمده است.

۱۰۶۶ / بسته بندی محصولات کشاورزی / - / خاکبیز، سوسن / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۴۰ / ششم / ۵۹ / خردادماه ۱۳۸۳ / ایجاد رشد و توسعه پایدار اقتصادی مستلزم استفاده از تمام استعدادها و توانمندی های موجود برای کسب رونق تولید بازرگانی و تجارت است. سرزمین پهناور ایران با داشتن تنوع آب و هوایی فصل های منظم و خدادادی وجود استعداد بالقوه فراوان در خصوص توسعه کشاورزی و از جمله باغداری می تواند امکان تأمین نیازهای بازار داخلی را فراهم سازد و در یک گام قوی تر حضور در بازارهای بین المللی و ایجاد افزایش درآمد ارزی حاصل از صادرات غیرنفتی را ممکن سازد. پس باید ادعان داشت که یکی از نکات مهم در حفظ کیفیت محصولات مواد غذایی مخصوصاً موادی

که فساد پذیری آنها سریع تر صورت می گیرد بسته بندی اصولی و رعایت استانداردهای آن می باشد.

۱۰۶۷ / نتایج بحث عملیات متالوژی سطوح صفحات آلومینیومی در زینک / - / صمدی، امید / دنیای چاپ / صفحه ۳۲ / سال دوم / شماره ۱۸ / آذرماه ۱۳۸۴ / نخستین نتایج بررسی های کیفی به عمل آمده بر روی لایه حساس به نور ایجاد شده مشاهده مقطع میکروسکوپی لایه ها بود که در شکل نشان داده شده است. در این تصاویر لایه های حساس به نور ایجاد شده بر روی نمونه های آندایز شده به مدت ده دقیقه در بزرگ نمایی ۵۰۰ مشاهده می شوند. همان گونه که از این تصاویر بر می آید لایه نشانی با زاویه خروج صفر درجه هم سطح افق بیشترین لایه و لایه نشانی با زاویه خروج ۹۰ درجه نسبت به افق کمترین لایه را به دست داده است. لایه نشانی با زاویه ۴۵ درجه نسبت به افق لایه ای متوسط حاصل نموده است.

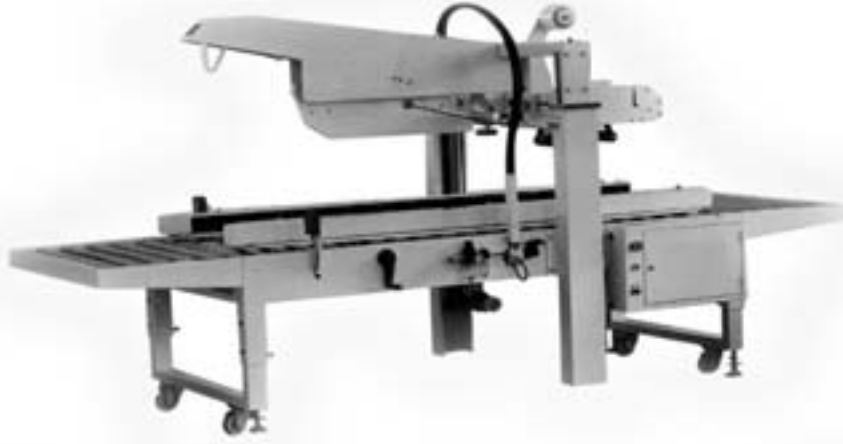
۱۰۶۸ / نرم کننده های فعال، بدون مواد آلی فرار / مهندس شالبافان، سپیده / - / بسپار / صفحه ۷۶ / سال هشتم / شماره ۵۶ / دی ماه ۱۳۸۵ / استفاده از COV ها در برخی موارد کاملاً واضح است، مثل حلال های مصرفی در تولید رنگ ها، وارنیش ها، تمیز کننده ها و چربی گیرها، فرآیند تولید پلی استر اشباع نشده و... مثلاً کلروفلوئور و کربن (CFC ها)، فلئوئورو کربن های هالوژنه، کربن های پرفلورینه شده، هیدرو فلئوئوروکربن ها، فرون ها و دیگر گازهای هال. ژنه، تولوئن، زایلن، استایرن، نفتالین، اتانول، تری کلرواتیلن های کلرینه. دیگر مواد شیمیایی که با این وضوح شناسایی نمی شوند و عموماً خطرناک تر از موارد فوق هم هستند، اغلب از قلم می افتند. مثل نرم کننده ها، تأخیر اندازهای شعله آلی، عوامل پخت، مونومرهای باقیمانده، الیگومرها و... نرم کننده ها در این میان، اهمیت خاص دارند، چراکه میزان مصرف آنها با توجه به مشخصات فنی و اقتصادی، گاهی به دهها تن می رسد. نرم کننده های مایع، حتی با وجود نقطه ذوب بالا و البته گرمای نهان بالاتر، فراریت قابل ملاحظه ای دارند و با پلیمر میزبان خود، قابل اختلاط نیستند.

۱۰۶۹ / بسته بندی هزینه نیست، سرمایه

گذاری است ! / - / باقری شیروانی، جواد / فناوری و توسعه صنعت بسته بندی / صفحه ۲۸ / سال دوم / شماره ۱۸ / مهرماه ۱۳۸۵ / قدر مسلم نگاه به صادرات الزاماً باید با رعایت استانداردها صورت گیرد، اگر نه موفق نخواهد بود. بدیهی است نداشتن مدیریت واحد، صدمات زیادی به این بخش وارد کرده است. به نوعی واحدهای تولید کننده مقوا استاندارد قربانی درگیری بین مؤسسه استاندارد و اداره نظارت بر مواد غذایی و بهداشت محیط هستند.

۱۰۷۰ / برنامه ریزی و سامان دهی در فن آوری و توسعه صنعت بسته بندی برای سال ۲۰۰۶ به بعد / - / م.م. فناوری و توسعه صنعت بسته بندی / صفحه ۵۲ / سال اول / شماره ۱۲ / بهمن ماه ۱۳۸۴ / هرگاه با مطالعه "ابداعات بسته بندی برای قرن ۲۱" به تعادل می پردازیم، برداشت یا تلقی انتخاب شده همانا نخستین بررسی بوده است که مشخصات تغییرات در بسته بندی و به دنبال آن فن آوری های آن تغییرات را تسهیل می نمایند. بی گمان ارتباط بارز و برجسته تری به این بحث و گفتگو پیوند می یابد، در مقابل بحث های ناب و خالصی بدون توجه به نیز یا تقاضا برای آن فناوری وجود دارد. این بحث و گفتگوها بر صنعت ایالات متحده آمریکا تمرکز می یابد. با توجه به همکاران ویژه ما، چنین احساس می شد که مناسب تر است به وجهی عمیقانه تر بر این شکل یا ترکیب تکیه کنیم تا به نگرشی عجولانه تری درباره جامعه جهانی.

۱۰۷۱ / اتوماسیون خطوط صنایع غذایی / منصوریان، احسان / - / فناوری و توسعه صنعت بسته بندی / صفحه ۱۱۶ / سال دوم / شماره ۲۲ / بهمن ماه ۱۳۸۵ / معیارها در مقایسه کارخانجات میزان افزایش سود خالص آنهاست و دلیل این معیار توسعه فرآیند کیفیت و گوناگونی تقاضای مصرف کنندگان، خرده فروشان و سازمان های مرتبط با محصول می باشد. هر سرمایه گذاری با بررسی دقیق و موشکافانه آن در رابطه با نرخ بازگشت سرمایه معنی پیدا می کند و بسیاری از شرکت های بسته بندی پایین آوردن میزان اتلاف منابع و افزایش کیفیت در بسته بندی هایشان را که مستقیماً به بازگشت سرمایه سرعت می دهند، توجه ویژه ای دارند.



سه ماه گارانتی

تامین قطعات و لوازم

آموزش و خدمات بعد از فروش

تامین چسب و لوازم مصرفی

OPTIMUM
INDUSTRIAL MACHINES USA

Packaging Solutions

وستارول
VESTAROLL

آدرس: خیابان دکتر فاطمی، روبروی هتل لاله،
کوچه باباطاهر، کوچه فاطمی، پلاک ۶۱، طبقه سوم

تلفن: ۳-۸۸۹۷۷۰۹۱ (۰۲۱)

فکس: ۸۸۹۵۳۲۶۹ (۰۲۱)

E-mail: vestaroll@emirates.net.ae

اطلاعیه

ماهنامه صنعت بسته‌بندی در نظر دارد برای معرفی استعدادها و توانایی‌های صنعت بسته‌بندی ایران ویژه‌نامه‌ای به زبان انگلیسی منتشر کند. حداقل گستره توزیع این ویژه‌نامه طبق توافقات انجام شده، چهار نمایشگاه زیر می‌باشد.

Frut Logistica 2008 - Drupa 2008 - Interpack 2008 - PlastPack 2008

همچنین این ویژه‌نامه در تمام تماسها و مکاتبات ماهنامه صنعت بسته‌بندی با طرفهای خارجی در ایران و سایر کشورهای جهان توزیع و یا ارسال خواهد شد.

از همه کارآفرینان توانمند ایرانی دعوت می‌شود به منظور معرفی هر چه بهتر صنعت بسته‌بندی در ایران دست در دست همراه همیشگی خود ماهنامه صنعت بسته‌بندی گذاشته و این رسانه سختکوش را در این کار مهم و موثر یاری نمایند.

این یک کار ملی است

اطلاعیه

در ادامه انتشار و توزیع موفقیت‌آمیز ویژه‌نامه‌های مخصوص نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران توسط ماهنامه صنعت بسته‌بندی:

ویژه‌نامه نمایشگاهی

(کتاب سال بسته‌بندی ایران)

چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی

تهران ۹ تا ۱۲ بهمن ۱۳۸۶

ماهنامه صنعت بسته‌بندی، بزرگترین ناشر ویژه‌نامه‌ها و بانکهای اطلاعاتی بسته‌بندی در کشور





صنایع بسته بندی حفاظ کارتن



طراحی و تولید انواع جعبه های داخلی و صادراتی در ابعاد گوناگون
جهت بسته بندی انواع مواد داروئی، آرایشی، بهداشتی، غذایی، کاشی و سرامیک
و شیرینی و شکلات
طراحی و نمونه سازی فرم فیریکی و گرافیکی انواع جعبه
و کارتن (بارنه نمونه چاپی)
و مبتکر انواع بسته بندی بدون چسب و سنجاق
سفارشات جعبه چسبانی و دای کات اتومات پذیرفته میشود
تولید کارتن از ساخت ورق تا تحویل کارتن



دفتر مرکزی : ۶۶۴۳۹۲۸۸ روابط عمومی (خانم فرشایف) : ۰۹۱۲-۴۲۲۵۷۷۹

همراه : ۰۹۱۲-۱۰۴ ۲۵۵۳ آدرس : بزرگراه تهران ساوه کیلومتر ۲۰ شهرک صنعتی کاظم آباد حفاظ کارتن

قابل توجه صنایع : بسته بندی ، سرامیک ، سلولزی ، الیاف و لایی ، ماشین سازی ، اتومبیل و ...

Robatech

Glueing Technology

ماشین های چسب گرم (Hotmelt) (هباتک)
سافت سونئیس در فطوح تولید صنایع گوناگونی نصب
شده است .

برای فرید و یا ارتقا، سیستم ، تعمیر و تعویض
قطعات و لوازم جانبی با دفتر (هباتک) در
تهران تماس حاصل فرمائید .

Hotmelt
Application Systems

تهران - میدان آرانتین - فیابان الوند - فیابان ۲۹ - پلاک ۲۴ - طبقه ۶ - پامد ۲۰

تلفکس : ۸۸۸۷۰۸۵۶ - ۸۸۸۷۰۸۵۳ E-mail : info@tajrish.com

Tak Barchasb Print
چاپ تک برچسب



۱- چاپ برچسب (لیبل) رول و شیت با جنس کاغذی، PVC و PE تاشش رنگ
چاپ با سیستم مرکب UV به همراه نقره یا طلاکوب با روکش UV یا سلفون
۲- چاپ لیبل شرینک پی وی سی و چاپ فویل آلومینیوم

برچسب = جنس عالی + چاپ حرفه‌ای + کنترل کیفیت + بسته‌بندی مناسب + تحویل به موقع

خدمات جانبی: چاپ بروشور + جعبه های دارویی و آرایشی

ما از هم اکنون به چاپ و تولید برچسب شما مفتخریم

موبایل: ۰۹۱۲-۱۷۱-۱۲۵۳

فکس: ۰۲۱)۴۴۹۲۲۲۲۷

تلفن: ۰۲۱)۴۴۹۲۲۲۲۳-۷

URL: www.Takbarchasb.com

E-mail: info@Takbarchasb.com



شرکت رنگین پلاست ایران



پخش عمده انواع حلالهای چاپ
(ایزو پروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول)

از شرکتهای معتبر دنیا
پتروکم
ساسول
شل

تهران، خیابان خالداسلامبولی (وزرا)، انتهای کوچه چهاردهم

تقاطع کوچه ششم، پلاک ۵۸، طبقه سوم

تلفن: ۸۸۷۱۵۸۳۸ - ۸۸۷۱۴۰۶۴ - ۸۸۷۱۴۰۳۶

فکس: ۸۸۵۵۷۱۱۵

همراه: ۰۹۱۴۱۸۶۵۶۳۰ - ۰۹۱۴۱۹۰۵۹۰۶ - ۰۹۱۴۵۸۵۱۶۶۲

معرفی استانداردهای جهانی بسته‌بندی

Design Requirements for Weapons and Associated Systems part 2- Supplementary and Design Process Requirements
Defence Standard 07-85 (part) Issue 3 Publication Date 13 January 2006

این استاندارد ۴۷۲ صفحه ای خاص طراحی مهمترین نیازمندی‌های بسته‌بندی تسلیحات جنگی می‌باشد البته این سند دارای چند بخش مختلف می‌باشد و بخش دوم در خصوص تست و طراحی بسته‌بندی تسلیحات است. در مباحث مختلف آن آمده است:

- معرفی مدارک استاندارد مرتبط
- نکات مهم
- پیش بینی نکات مهم در بسته‌بندی هنگام طراحی محصولات
- توجه به تست‌های محیطی
- آشنایی با ساختار بسته‌بندی (مواد بسته‌بندی)
- توجه به بسته‌بندی در شرایط نگهداری کالا
- استفاده از اطلاعات استانداردهای تجاری
- مراحل تست بسته‌بندی و شرایط مربوطه
- توجه به نگهداری بسته‌بندی در شرایط بخار مه
- نکات مهم ایمنی در بسته‌بندی تسلیحات
- توجه به نگهداری بسته‌بندی در شرایط رطوبت

Packaging of Electronic Panels and Equipment Which many Contair Electrostatic Discharge-Sensitive Devices Defence Standard - 81/65/Issue 3

این استاندارد به مهمترین نیازمندی‌هایی که در بسته‌بندی قطعات الکترونیکی، تجهیزات مورد نظر در این بخش (الکترونیکی) و تقویت کننده‌های الکترواستاتیکی و... مرتبط می‌باشد را آورده است. در بخش‌های مهم این استاندارد آمده است:

- نکات مهم
- معرفی اسناد استاندارد مرتبط
- معرفی نیازمندی‌ها
- لغات و اصطلاحات
- بسته‌بندی متداول
- سطوح بسته‌بندی
- برچسب زنی

ADF Packaging Part 15: Packaging Specifications and Classification Systems

این استاندارد ۲۴۴ صفحه‌ای کشور استرالیا به بررسی مشخصات و ویژگی‌های بسته‌بندی‌های کارتتی و چوبی پرداخته است و در آن به خواننده کمک می‌کند تا ضمن آشنا شدن به نحوه بکارگیری هر کدام از انواع جعبه‌های کارتتی و چوبی به مشخصات و ویژگی‌های فنی هر کدام نیز آشنا شود. از نکات قابل توجه در این استاندارد می‌توان به جداول طبقه بندی شده برحسب کاربرد، وزن و مشخصات فنی مواد اولیه اشاره کرد. در بخش‌های مختلف این استاندارد آمده است:

- معرفی مدارک مهم مرتبط استاندارد
- چگونه یک بسته کارتتی تهیه می‌شود؟
- نکات مهم طراحی در بسته‌بندی کارتتی
- واحد بار کردن بسته‌بندی‌ها و چگونگی تهیه آن
- آشنایی با مواد اولیه
- معرفی ویژگی‌های مهم مواد اولیه
- مشخصات دستگیره‌های چوبی به همراه ساختار آنها
- جداول برآورد فضا
- رنگ کردن
- برچسب گذاری

تهیه‌کننده: ر.م.الف



Packaging of Set ENG 6 No (Camouflage NET SET, NO. 5) Mil-P-13757

این استاندارد نظامی به روش‌های محافظت کردن بسته از طریق استتار کردن جعبه‌ها در مواقع ضروری (عملیاتی‌های نظامی) پرداخته است.

1- Polyethylene. BUBBLE Film, for Packaging Defence Standard 81-122/Issue 2

این استاندارد ۱۲ صفحه‌ای در رابطه با مشخصات و ویژگی‌های فیلم‌های حباب‌دار می‌باشد. کاربرد آن برای بسته‌بندی به صورت عمومی (کالاها) می‌باشد و شامل سرفصل‌های ذیل می‌باشد:

- ساختار مواد اولیه
- تست‌های مورد نیاز
- تست (فرکانسی...)
- مشخصات دو نوع از مواد اولیه
- گزارش تست دو نوع مواد اولیه معرفی شده
- محاسبات و فرمول‌های مربوطه

Packaging of handsets, headsets, Microphones, Ancillary Parts and Accessories

این استاندارد ۱۶ صفحه‌ای در رابطه با مشخصات و ویژگی‌های بسته‌بندی اقلام صوتی می‌باشد. در هنگام بسته‌بندی محصولات از قبیل: گوشی، لوازمات جانبی (همچنین میکروفون) در دو سطح P و N بایستی رعایت الزامات مهم بسته‌بندی صورت گیرد. در این سند به موارد زیر پرداخته شده است:

- نکات مهم
- استانداردهای مرجع
- نیازمندی‌های عمومی
- بسته‌بندی در چند سطح
- قابلیت‌های مهم
- برچسب گذاری

Packaging of Set ENGBNO. (Camouflage Net) Set, NO.5

این استاندارد ۷ صفحه‌ای نظامی با کار بری لجستیکی در خصوص مشخصات محافظت کردن و پوشش دادن نهایی بسته‌بندی جهت استتار آن در محیط‌های روباز؛ الزامات مهمی را به خواننده ارائه می‌دهد. در بخش‌های مهم این استاندارد آمده است:

- معرفی اقلام
- معرفی گروه‌های مورد نظر (اقلامی) در بسته‌بندی استاندارد
- خطوط بسته‌بندی
- مواد اولیه بسته‌بندی
- معرفی لیبل‌های مهم هشدار دهنده
- فرآیند تست و تجهیزات مربوطه

Packaging of Uniformed Clothing head Wear and Foot Wear Defence Standard 81-123-2005

این استاندارد ۱۳۲ صفحه ای در رابطه با نحوه بسته بندی پوشاک و لباس نیروهای مسلح (از قبیل پیراهن از جنس های مختلف، کفش و کلاه) اطلاعاتی را به همراه دارد. این اطلاعات با توجه به شماره و سایز پوشاک به صورت جدول بندی شده تهیه و در ابعاد مختلف جعبه های کارتنی نیز تعریف شده است.

Packaging of Crystal Units, Quartz for Oscillators Defence Standard - 81-76/Issue 1

این استاندارد در رابطه با نیازمندی های عمومی بسته بندی (لوازم الکترونیکی از قبیل اتصال دهنده ها به برق شبکه و تقویت کننده ها) الزاماتی را به همراه دارد. و از نکات جالب توجه تقسیم بندی اطلاعات در چند سطح از بسته بندی می باشد.

Saw, Hand Federal - Specification - GGG-S-65C

این استاندارد عمومی ۱۹ صفحه ای در رابطه با معرفی مشخصات انواع تجهیزات ساخت جعبه های چوبی (اره های دستی جهت برش موادی نظیر: چوب، پلاستیک و فلز) تهیه شده است. و در آن به شرح کامل مشخصات اره دستی و انواع متداول آن در صنعت پرداخته شده است.

Boxes Supply Support Items, Stowage and Storage Mil-B-233D (Navy)

این استاندارد توسط نیروی دریایی ارتش کشور ایالات متحده تهیه شده است. این استاندارد در رابطه با مشخصات و الزامات بسته بندی هایی از جنس چوب می باشد که جهت حمل و نقل کالا از طریق دریا مورد بهره گیری قرار می گیرند و در آن به مباحث ذیل پرداخته شده است:

- معرفی مدارک مهم استاندارد مرتبط در صنعت حمل و نقل
- انواع بسته بندی رایج
- انواع ابعاد مختلف آن
- نکات مهم
- مشخصات مدارک استاندارد معتبر مورد استفاده شده
- نیازمندی های مربوطه
- مشخصات مواد اولیه
- مشخصات فیزیکی و کیفی جعبه های چوبی تعریف شده
- معرفی مواد مصرفی
- محافظت کردن جعبه ها
- تست های ارزیابی جعبه
- برچسب و علائم
- لغات و اصطلاحات

Preservation and Packaging - Transportation AFI 24-202 15 November 2002

این استاندارد در خصوص شرایط و نحوه نگهداری و بسته بندی قطعات و تجهیزات نیروی هوایی ارتش آمریکا تهیه شد است. و در آن به معرفی مواد، بسته های نگهداری و شرایط انبارداری به صورت خلاصه با ارایه الزامات مورد نیاز پرداخته شده است. مهمترین بخش های آن عبارتند از:

- نکات مهم
- معرفی استانداردهای مرتبط
- الزامات مواد خطرناک
- خطوط بسته بندی
- مواد بسته بندی مورد نیاز
- شرایط انبارداری بسته بندی
- بسته بندی های واحد
- معرفی سطوح بسته بندی
- کنترل و بازرسی بسته بندی
- جداول و برآورد ابعاد جعبه های حمل و نقلی

AFMC Packaging and Muderlals Handling Polices and Procedures AFMC Instruction 24-201-2004

بن استاندارد نظامی (با کاربری نیروی هوایی ارتش) در رابطه با قوانین بسته بندی و حمل و نقل قطعات نیروی هوایی می باشد. در این استاندارد سعی شده است تا با معرفی و به کارگیری الزامات و نیازمندی های مربوطه به خواننده نکات مهم و روش بسته بندی را با ارایه قوانین مربوطه یادآوری شود. همچنین در بخش های مختلف آن به موارد زیر پرداخته شده است:

- نکات مهم
- معرفی استانداردهای مرتبط
- طراحی و ارزیابی بسته بندی با تست های مربوطه
- بسته بندی های ویژه
- بسته بندی و لجستیک نیروی هوایی (بسته بندی های متناسب)
- تجهیزات بسته بندی و قراردادهای
- مواد اولیه بسته بندی خطرناک
- اطلاعات بسته بندی و نکات مهم
- سیستم های اطلاعاتی بسته بندی
- نگهداری و کنترل کمپوهای بسته بندی
- بسته بندی و چکلیست

Design Guldelines for Specialized Shipping Containers Mil-STP-648B

این استاندارد (راهنما) ۵۷ صفحه ای در رابطه با طراحی و تست کانتینرها (بسته ها) در هنگام حمل و نقل می باشد و در آن به مشخصات و ویژگی های کانتینر با آوردن الزامات مهم پرداخته شده است. در بخش های مهم آن آمده است:

- مهمترین اسناد استاندارد و هندبوک های مربوطه
- تعاریف واژگان مهم
- الزامات و نیازمندی های مهم
- نکات مهم در جا به جایی
- واحد بار کردن
- رنگ و برچسب زنی
- معرفی تست های مهم به همراه جداول ارزیابی مربوطه

Department of Defense Handbook-Palletized Mil-HDBK 774

این استاندارد ۱۱۲ صفحه ای در رابطه با واحد بار می باشد. روش بسته بندی (واحد بار) به شیوه استاندارد و رعایت الزامات مهم در این استاندارد بیشترین محوریت را داشته و خواننده می تواند با مطالعه این سند با روش های مختلف آشنا شود. همچنین از نکات مهم در این استاندارد بکارگیری تصاویر راهنمایی کننده می باشد که مطابقت با توضیحات آورده شده در متن است. همچنین جداول محاسبات حجم واحد بار؛ چیدمان و.... از نکات برتر این استاندارد می باشد. در ذیل به معرفی مهمترین بخش های این سند پرداخته شده است:

- تعاریف و اصطلاحات
- معرفی مدارک استفاده شده
- مهمترین نیازمندیها
- نکات مهم
- معرفی مواد اولیه
- انواع پالت
- آنچه که قبل از طراحی واحد بار بایستی از آن مطلع بود
- انواع واحد بار
- اختلاف واحدهای بار
- برآورد و محاسبات
- رابطه وزن و واحد بار

همکاری پارت پت با کشورهای همسایه برای ساخت قالب‌های پلاستیکی

شاخص مدیریت شرکت پارت قطران پلاست با نام تجاری پارت پت از آغاز بر مبنای کیفیت و مشتری‌مداری بوده است. مهران مدبری مدیرعامل این شرکت ضمن اعلام این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: شرکت مذکور فعالیت خود را از سال ۷۶ با ساخت دستگاه‌های پنوماتیک، تزریق، قالب‌های پریفرم، پلی اتیلن، انواع درب بطری، بطری پت برای شرکت‌های شوینده، بهداشتی، مواد غذایی و دارویی آغاز کرده است. همچنین پارت پت اولین سازنده و تولیدکننده ماشین آلات بادکن و قالب‌های پت در ایران می‌باشد.

وی افزود: این شرکت ساخت قالب‌های خود را در ارمنستان و چین با مهندسان طراح و پرسنل مجرب قالب ساز و با پیشرفته‌ترین دستگاه‌ها در دست‌فعالیت دارد هم‌چنین در زمینه فروش و خدمات انواع قالب‌ها و دستگاه‌های اتومات و نیمه اتومات در تمام شهرهای ایران و در کشورهای همسایه از جمله ارمنستان، تاجیکستان، عراق، افغانستان، پاکستان فعالیت‌های مستمر داشته و آماده ساخت هر گونه قالب‌های پلاستیک در کمترین وقت (زمان) و با بهترین شرایط و مواد اولیه برای صنعتگران و تولیدکنندگان است.

افتخار بزرگ دیگر این شرکت اخذ نمایندگی از شرکت عظیم MEGA



در چین بوده که در حال حاضر از رقیبان سرسخت شرکت‌های بزرگ اروپایی است. MEGA شرکت پارت پت را از میان ده‌ها شرکت بزرگ ایرانی برگزیده است.

شرایط جدید بسته‌بندی خرما در استان بوشهر

مدیر تعاون روستایی استان بوشهر گفت: برای خرید خرما با نرخ تضمینی، ۱۷ مرکز در این استان تعیین شده است. حسن محمد دوست افزود: توجه و دقت در شیوه بسته‌بندی برای ارتقای سطح کیفیت خرما تولیدی از سوی نخلداران ضروری است. وی اظهارداشت: گونه‌های مختلف تحت عنوان ارقام خرما باید در کارتن‌های جداگانه و بطور مجزا بسته‌بندی شود. محمد دوست گفت: درج نام و نام خانوادگی تولیدکننده و نوع خرما روی کارتن، ارایه معرفی نامه از مدیریت جهادکشاورزی شهرستان توسط نخلداران به مراکز خرید ضروری است.

وی اظهارداشت: نرخ‌های تضمینی اعلام شده برای خرما درجه یک (ازهرنوع) مشروط به مخلوط نبودن با سایر انواع این محصول می‌باشد و درجه دو آن با نظر و تشخیص اعضای کمیته خرید، پس از کسر ۱۵ درصد خریداری می‌شود.

بزرگترین مجتمع شیر و لبنیات ایران در ورامین راه‌اندازی شد

بزرگترین مجتمع شیر و لبنیات ایران در مراسم با حضور معاون اول رئیس‌جمهوری، وزیر جهاد کشاورزی و مسئولان استانی در ورامین به بهره‌برداری رسید. مدیر این مجتمع ظرفیت تولید روزانه این مجتمع را یک‌هزار تن در روز اعلام و تاکید کرد: این مجتمع در زمینی به مساحت ۲۲ هکتار و با زیر بنای چهار هکتار در دو مرحله احداث شده است. "حسن توکلی طرفی" اظهار داشت: این مجتمع که با ۳۷ میلیون یورو از محل صندوق ذخیره ارزی احداث شده توان اشتغالزایی مستقیم برای حدود دو هزار نفر را دارا است.

وی تاکید کرد: در احداث این کارخانه حدود پنج میلیون یورو سرمایه گذاری خارجی صورت گرفته که به انواع تولیدات شیرولبنیات، بستنی پاستوریزه و شیر استریل با قدرت ماندگاری بالا برای نخستین بار در کشور می‌پردازد. وی میزان صرفه‌جویی ارزی کشور از محل کاهش واردات بسته‌بندی لبنیات را حدود ۵۰ میلیون دلار اعلام کرد.

آذین چاپ البرز برترین برگزیده جشنواره صنعت چاپ ایران در رشته چاپ روتوگراور

هفتمین جشنواره صنعت چاپ ایران به منظور انتخاب برترین‌های صنعت چاپ ایران به مناسبت روز صنعت چاپ با حضور صفار هرندی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونت فرهنگی و مدیرکل چاپ و نشر این وزارتخانه و تعدادی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، مدیران و صاحبان صنایع چاپ ایران در مشهد مقدس برگزار شد.

در این مراسم با توجه به بررسی بیش از ۶۴۰ اثر منتخب و راه یافته برای داوری، شرکت آذین چاپ البرز با بهره‌گیری از ماشین آلات پیشرفته و استفاده از متخصصان توانمند و ارائه بهترین اثر چاپی عنوان برترین برگزیده جشنواره صنعت چاپ ایران به روش چاپ روتوگراور را به خود اختصاص داد.

در این آمارها آمده است طی یک دهه اخیر ۷۱ مورد مجوز به ظرفیت ۱۵۰ هزار تن برای بسته‌بندی و فرآوری خرما صادر شده که ۹ واحد آن به ظرفیت ۲۴ هزار تن به بهره‌برداری رسیده است.

شهرستان رودان و به خصوص بخش رودخانه که بزرگ‌ترین واحد بسته‌بندی خرما و مرکبات هرمزگان در آن قرار دارد بعنوان قطب تولید محصولات باغی از جمله دو محصول مذکور هستند

آغاز به کار نمایندگی پتروشیمی پاکستان در ایران

سانا - شرکت پرشیا بسیار تجارت که سال گذشته موفق به اخذ نمایندگی شرکت اینتر پلاستیک - تولید کننده انواع مستر بیچ و مواد افزودنی شده بود، به تازگی نمایندگی شرکت پاکستانی (Pvt.) Limited International Petrochemicals را نیز به دست آورده است.

این شرکت که از سال ۱۹۷۸ تاسیس شده و دفتر مرکزی آن در شهر لاهور پاکستان می‌باشد، در زمینه تولید و بازرگانی محصولات شیمیایی و پلیمری مختلف در سراسر جهان فعال است و تنها تولید کننده مواد استایرینی (EPS/GPPS/HIPS) در پاکستان می‌باشد.

محمد دوست گفت: خرماي عرضه شده باید تولید سال جاری، بدون آلودگی به مواد خارجی مانند خاک، خاشاک، سنگ ریزه، آفت زدگی و ترشیدگی باشد و محصول در کارتن‌های سه کیلویی و حداکثر ۱۰ کیلویی بسته بندی شده باشد.

وی گفت: چنان چه محموله‌های خرماي باغداران مختلط با خرماي کهنه باشد کل محموله برگشت داده می‌شود.

مدیر تعاون روستایی استان بوشهر گفت: تفکیک بسته‌بندی خرما (ارقام مختلف) موکدا مورد نظر مراکز خرید این سازمان است.

وی گفت: براساس تصمیم شورای اقتصاد، نرخ خرید هر کیلوگرم خرما از رقم مضافتی سه هزار و ۲۰۰ ریال، استعمران، کبکاب و ربی سه هزار و ۱۱۰ ریال، زاهدی و دستکی دو هزار و ۸۷۰ ریال، شهابی، کلیته، خاصویی، هلیله، سرخو، شکر، لشت دوهزار و ۴۹۰ ریال، شاهانی، شیرکی، مرداسنگ، خنیزی و عبداللهی دو هزار و ۲۷۰ ریال، انواع دیگر خرما هزار و ۸۰۰ ریال و صنعتی ۸۰۰ ریال تعیین شده است.

واحد بسته بندی خرما و مرکبات در رودان هرمزگان به بهره‌برداری رسید

واحد بسته بندی خرما و مرکبات هرمزگان در بخش رودخانه از توابع شهرستان رودان روز چهارشنبه مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

معاون صنایع و توسعه روستایی سازمان جهاد کشاورزی هرمزگان اعلام کرد: برای احداث این واحد ۵۵ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری شده است.

عباسعلی اسلامی ظرفیت این کارخانه را بسته‌بندی ۲۰ هزار تن محصول خرما و مرکبات در سال شامل بسته بندی روزانه ۵۰ تن خرما و دو هزار تن مرکبات در طول یکسال عنوان کرد.

وی گفت: با بهره‌برداری از این واحد بسته‌بندی روستایی برای ۱۸۰ نفر شغل ایجاد شد. اسلامی بیان داشت: عمده محصول این کارخانه بسته‌بندی خرما در بسته‌های ۱۰ کیلوگرمی و ویژه صادرات است در حالی که بسته‌بندی‌های ۶۰۰ گرمی رطب نیز باهدف عرضه به بازار مصرف داخلی در این واحد تولید می‌شود. او گفت: این واحد اضافه بر دستگاه‌ها و ادوات صنعتی بسته بندی، دارای سردخانه‌ای به ظرفیت یک هزار و ۵۰۰ تن برای نگهداری مرکبات و خرما است. وی بیان داشت: با آغاز فصل برداشت مرکبات درجه بندی و بسته‌بندی محصول مرکبات تولیدی استان هرمزگان در این واحد آغاز می‌شود.

در آمارهای منتشره سازمان جهاد کشاورزی هرمزگان سطح زیر کشت نخلستان‌های این استان ۳۹۶ هزار هکتار با تولید ۱۴۹ هزار تن محصول ذکر شده است. در این آمار آمده است، هرمزگان از نظر سطح زیر کشت نخیلات در سطح کشور مقام دوم و از نظر تولید نیز رتبه اول را به خود اختصاص داده است. استان هرمزگان با دارا بودن حدود ۴۰ هزار هکتار سطح زیر کشت و تولید ۴۸۰ هزار تن محصول، مقام سوم تولید انواع مرکبات را در بین استان‌های مرکبات خیز کشور دارد.

وام سرمایه گذاری نیست

بلکه بدهکاری است

اول مطالعه اقتصادی پروژه، بعد سرمایه‌گذاری با دید باز

- مشاوره در خصوص چگونگی نوع و میزان سرمایه‌گذاری
- مشاوره در خصوص تامین مدارک بانکی و انجام مذاکرات با بانک عامل
- مشاوره در خصوص چگونگی تامین ضمانت‌نامه سرمایه‌گذاری وثیقه به میزان ۷۰٪ اصل و سود تسهیلات
- مشاوره در خصوص نظارت و انعقاد قراردادهای اجرایی، خرید ماشین‌آلات، تاسیسات و تجهیزات جانبی با سازندگان معتبر
- مشاوره، اجرا و نظارت پروژه به صورت کلید گردان Turn Key تا زمان تولید آزمایشی و اخذ پروانه بهره‌برداری

مشورت همان هدایت و راهیابی است
مهندسين مشاور صنعت ساز

وابسته به مرکز خدمات مدیریت صنایع

تلفکس: ۰۲۱-۸۸۸۲۹۴۵۵

موبایل: ۰۹۱۲-۶۸۶۰۴۱۴ / ۰۹۱۲-۱۲۳۴۵۴۳-۰۹۱۲

مدیر بازاریابی و فروش شرکت مذکور اظهار داشت: اخذ گواهینامه «کلاس صفر» برای این دسته از کمپرسورها بعد از اخذ گواهینامه اسکرو Z در سال ۲۰۰۶ آغاز شد و این مدل کمپرسورهای اسکرو Z اولین سری کمپرسورهایی در دنیا هستند که گواهینامه TUV را برای CLASS0 ISO 8573-1 دارا می‌باشد.

تولید انواع لفاف‌های بسته‌بندی مواد غذایی در شرکت اخوان مقدم

در فاصله کمتر از یک سال دستگاه تیوپ خمیردندان از نوع آلومینیوم + پلی اتیلن (لمینیتی) را وارد کشور کرده که از نمونه‌های تولیدی آن (نسیم - پونه و بانو) می‌باشد.

اصغر اخوان مقدم مدیرعامل شرکت تولیدی اخوان مقدم ضمن بیان این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: دستگاه تولید لیوان‌های PP, PS جهت مواد غذایی به همراه چاپ و دستگاه تولید فیلم‌های سه لایه برای بسته‌بندی مواد غذایی مثل شیر مایع جهت پاکت‌سازی در شرکت مذکور در مرحله نصب و راه‌اندازی است، بنابراین انواع و اقسام لفاف‌های بسته‌بندی مربوط به مواد غذایی از مرحله تولید فیلم، لمینیت و پاکت‌سازی همراه با چاپ در این شرکت انجام می‌شود. PA, AL، پلی‌آمید و انواع فیلم‌های پلیمری - آلومینیومی).

وی افزود: همچنین ما روکش‌های پلی اتیلن بر روی پی وی سی و پلی استر را با ضخامت‌های ۵۰۰ میکرون (لمینیت) را جهت ترموفرمینگ مواد غذایی انجام می‌دهیم. پاکت‌های کامپوزیت از گونی‌های لمینیت شده PP + کاغذ جهت پاکت‌های ۲۵kg همراه با چاپ از دیگر تولیدات این شرکت می‌باشد.

بهره‌برداری از یک واحد تولیدی مدرن فرآورده‌های لبنی در شهرستان کازرون

به مناسبت هفته دولت و با حضور فرماندار، رئیس اداره‌های شهرستان کازرون و جاهدی کارشناس صنایع غذایی، مدیریت صنایع کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی فارس و جمع کثیری از صنعتگران این شهرستان، کارخانه تولید فرآورده‌های لبنی شرکت شیرانه گستر شیراز به بهره‌برداری رسید. این کارخانه در ناحیه صنعتی شهید مصلحیان کازرون در زمینی به مساحت ۴ هزار و ۶۵۷ مترمربع، سرمایه‌ای ثابت بالغ بر ۸۰۰ میلیون تومان، اشتغال‌زایی ۲۰ نفر و تولید ۵ تن در ساعت در فاز اول شروع به کار کرد. در این رابطه مدیرعامل این شرکت گفت: این کارخانه از دی ماه ۸۳ جواز تاسیس دریافت کرد که با تلاش و فعالیت شبانه‌روزی، کار خود را شروع کرده‌ایم.

همزمان با هفته دولت یک واحد تولید بطری PET در خرمشهر به بهره‌برداری رسید

ایرنا - مدیر عامل شرکت شهرک‌های صنعتی خوزستان گفت: در هفته دولت ۲۷ پروژه عمرانی در شهرک‌های صنعتی این استان به بهره‌برداری رسید. "سعید تابش" افزود: به این منظور ۱۹ میلیارد از محل اعتبارات استانی و منابع داخلی این شرکت تامین و هزینه شد. وی گفت: پروژه‌ها در ۱۴ شهرک صنعتی استان شامل اهواز، ماهشهر، شادگان، بهبهان، ایذه، امیدیه، شوش، مسجدسلیمان، دزفول، رامهرمز، اندیمشک، شوشتر، خرمشهر و هندیجان بهره‌برداری شدند. مدیر عامل شهرک‌های صنعتی خوزستان گفت: در این هفته یک واحد آب شیرین کن و بسته‌بندی آب و تولیدکننده بطری پت، یک واحد تصفیه روغن سوخته، دیرگیر بتون و عایق رطوبتی در خرمشهر به بهره‌برداری رسید.

اطلس کوپکو کمپرسور هوا با استاندارد جدید ISO 8673-1 ساخت

شرکت اطلس کوپکو توانست با تولید کمپرسور هوا با استاندارد جدید ISO 8673-1 «کلاس صفر» برای کمپرسورهای عاری از روغن، پیشگامی خود را در ساخت کمپرسورهای مدرن توسعه دهد. دارا گرمچی، مدیر بازاریابی و فروش این شرکت ضمن اعلام این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: کمپرسور جدید جهت کمپرسورهای عاری از روغن در انواع مختلف سانتریفوژ، دندانه‌ای، اسکرو و تزریق با آب، با قابلیت هوای ۱۰۰٪ عاری از روغن تولید شده است. وی افزود: مصرف هوای صد در صد عاری از روغن، مصارف بسیار گسترده و تعیین کننده‌ای در اکثر صنایع از جمله تولید مواد غذایی و نوشیدنی، تولید و بسته‌بندی مواد دارویی، ساخت تجهیزات الکترونیکی، رنگ آمیزی اتومبیل، پاشش پودری، مصارف پزشکی و دندانپزشکی، تولید منسوجات و صنایع نفت، گاز و پتروشیمی دارد. وی ادامه داد: در اکثر موارد عدم استفاده از هوای ۱۰۰٪ عاری از روغن تبعاتی مانند خرابی محصول، کیفیت پایین محصولات، هزینه بالای تعمیر و نگهداری، زمان کمتر برای بهره‌برداری از تجهیزات و موارد قانونی در ارتباط با محیط زیست و غیره را به همراه خواهد داشت.

وی دلیل طولانی شدن زمان بهره‌برداری کارخانه را تاخیر در دریافت تسهیلات عنوان کرد و گفت: حدود ۱۱ ماه به طول انجامید تا ما با گذاشتن وثیقه، این تسهیلات را از بانک دریافت کنیم. که اگر این مدت کمتر می‌شد، مطمئناً کارخانه خیلی زودتر به بهره‌برداری می‌رسید.

مدیرعامل شرکت شیرانه گستر در مورد مشکلات موجود افزود: در حال حاضر تعداد زیادی از کارکنان (به خاطر قرار گرفتن کارخانه در شهرک‌های صنعتی) با مسئله کمبود بنزین و مشکل در رفت و آمد مواجه هستند.

رضا افشارنژاد افزود: در حال حاضر محصولاتی از قبیل شیر معمولی، شیر یارانه‌ای، ماست ۵۰۰ گرمی، ماست ۱/۵ درصد چربی، ماست ۵ درصد چربی، دوغ ۱/۵ لیتری، دوغ نیلونی و خامه صبحانه در این کارخانه تولید می‌شود. وی ادامه داد: محصولات ما به صورت انبوه از هفته آینده وارد بازار شیراز، کازرون و دیگر شهرهای استان شده و با دریافت مجوز لازم در آینده صادرات خود را به دیگر استان‌ها نیز آغاز می‌کنیم که عمدتاً به استان‌های جنوب کشور خواهد بود.

دستورالعمل دریافت حق ثبت واردات مواد اولیه، اقلام بسته‌بندی و کالاهای فرآیند شده

صورت تقاضای دریافت کد جهت محصولات جدید واریز مبلغ (۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال) بابت ثبت هر قلم / گروه فرآورده جدید الزامی است. ماده ۵) دارندگان گواهی ثبت کارخانه (در طول زمان اعتبار) از مزایای ذیل برخوردار می‌باشند. ۱- با ارائه گواهی ثبت کارخانه (در مدت اعتبار)، مجوز ورود از طریق وزارت بازرگانی صادر می‌گردد و نیازی به مراجعه به وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی جهت اخذ مجوز واردات نمی‌باشد.

۲- نمونه‌برداری از محموله‌های دارای گواهی ثبت کارخانه از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی پس از ترخیص و قبل از صدور مجوز ترخیص و قبل از صدور مجوز توزیع، در محل انبار صاحب کالا صورت می‌پذیرد. ۳- پذیرش گواهی بهداشت مدت‌دار با رعایت مندرجات فرم مربوطه (با توجه به اعتبار گواهی ثبت نمایندگی وزارت بازرگانی). ماده ۶) در خصوص مواد فرآیند شده در مواردی که یک منبع وارداتی بیش از یک نماینده دارد تعرفه ثبت کارخانه فقط یک بار و هزینه ثبت هر قلم فرآورده بابت هر نام تجاری جداگانه دریافت می‌گردد.

تبصره ۱: چنان چه واردات یک کالا از یک منبع ثبت شده اما با نام تجاری متفاوت انجام گیرد، واردکننده ملزم به پرداخت حق‌الثبت فرآورده مورد نظر خواهد بود.

این دستورالعمل در ۶ ماده و ۸ تبصره در تاریخ ۱۳۸۶/۴/۲۷ به تأیید وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی رسیده است و از تاریخ ابلاغ لازم‌الاجراء می‌باشد.

صورت ویژگی‌های آنالیزی فرآورده، در تمامی شعب الزاماً باید یکسان باشد و نیازی به ارائه آنالیز مجدد نیست. ماده ۲) تمامی اقلام فرآیند شده، مشمول ضوابط ثبت و واریز هزینه‌های ثبت منبع و فرآورده می‌باشند. تبصره ۱: صدور مجوز توزیع منوط به رعایت طرح فارسی‌نویس و درج شماره مجوز بهداشتی واردات خواهد بود. تبصره ۲: در صورتی که کارخانه‌ای دارای شعبات متعدد باشد لازم است شرایط فنی و بهداشتی هر شعبه از لحاظ "مدارک PMF یا بازدید GMP" به طور جداگانه بررسی گردد و در صورت تأیید، کارخانه خارجی یا نمایندگی مربوطه مشمول پرداخت فقط یک تعرفه ثبت منبع خواهد بود. تبصره ۳: تولید یک محصول با فرمول ثابت و در یک محل تولید، ولی با نام‌های تجاری متفاوت مستلزم پرداخت تعرفه ثبت فرآورده به ازای هر نام تجاری می‌باشد. تبصره ۴: تغییرات نوع رنگ، بو، طعم، وزن و بسته‌بندی یک فرآورده مشمول پرداخت تعرفه ثبت فرآورده جدید نمی‌باشد. تبصره ۵: تعرفه ثبت فرآورده مطابق با گروه‌بندی مربوطه که از معاونت غذا و داروی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اعلام خواهد شد، دریافت می‌گردد. ماده ۳) مدارک مورد نیاز برای ثبت کارخانه و ثبت فرآورده با استناد به قوانین و مقررات جاری کشور و ضوابط و دستورالعمل‌های صادره از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی دریافت می‌گردد. ماده ۴) جهت منبعی که قبلاً تأیید گردیده و متقاضی دارای پروانه بهداشتی واردات معتبر بدون واریز هزینه ثبت منبع می‌باشد، در

رفاه- بخشنامه وزارت بهداشت در خصوص دستورالعمل اجرایی ردیف یک بند "د" تبصره ۱۴ قانون بودجه سال ۱۳۸۶ در خصوص دریافت حق ثبت واردات مواد اولیه، اقلام بسته‌بندی و کالاهای فرآیند شده مشمول ماده ۱۶ قانون مواد خوراکی آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی ابلاغ گردید.

معاون غذا و دارو وزارت بهداشت طی دستورالعملی اعلام کرد: دستورالعمل اجرایی ردیف یک بند "د" تبصره ۱۴ قانون بودجه سال ۱۳۸۶ کل کشور در خصوص دریافت حق ثبت واردات مواد اولیه، اقلام بسته‌بندی و کالاهای فرآیند شده مشمول ماده ۱۶ قانون مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی که به امضای مقام محترم وزارت رسیده است جهت اجرا ابلاغ می‌گردد. ماده ۱) تعاریف: الف - کارخانه (منبع): محلی است که تولیدکننده محصولات آماده مصرف خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی و مکمل‌های رژیمی و ورزشی بوده و در کشور مبدأ به ثبت رسیده و دارای شخصیت حقوقی مستقل باشد. تبصره ۱: شعبات یک کارخانه در صورتی که دارای یک نام کاملاً مشترک باشند، یک کارخانه تلقی می‌گردند. ب- کالای فرآیند شده: در این متن کالای فرآیند شده به فرآورده‌ای اطلاق می‌گردد که به عنوان محصول نهایی و آماده مصرف وارد شده و مستقیماً در سطح عرضه توزیع می‌گردد. تبصره ۲: چنان چه یک فرآورده با یک نام تجاری (Brand) در چندین شعبه یک کارخانه که دارای نام کاملاً مشترک می‌باشند، تولید شود یک فرآورده تلقی خواهد شد؛ در این

وی با اشاره به این که قدمت برخی چاپخانه‌ها در استان به ۸۰ سال می‌رسد گفت: چاپ علاوه بر صنعت یک هنر است و کاری است تخصصی و فنی که به مهارت و تجربه نیاز دارد از این رو افرادی که در استان به این حرفه مشغولند دارای مهارت کافی هستند و باید خود را با دانش روز نیز تطبیق دهند.

معاون وزیر ارشاد بر شکستن جو تمرکز در صنعت چاپ تاکید کرد

معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ۷۰ درصد صنوف چاپ در تهران مستقر هستند لذا باید تمرکز صنعت چاپ در یک منطقه شکسته شود.

دکتر محسن پرویز در جمع اعضای ستاد برگزاری جشنواره صنعت چاپ در مشهد افزود: براساس برنامه‌ریزیهای دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید تمامی استانهای کشور از امکانات چاپ برخوردار باشند.

او ادامه داد: لذا این را قبول نداریم که تمام صنوف این صنعت در تهران مستقر باشد. وی گفت: می‌توانیم امکانات را متناسب با مناطق مختلف تقسیم کنیم که به عنوان مثال در کدام منطقه فعالیت در زمینه "افست نیاز است و یا در کدام منطقه به فعالیت بسته‌بندی" احتیاج می‌باشد.

او افزود: بر همین اساس جشنواره سال آتی صنعت چاپ ایران نیز در یکی از شهرهای قم یا تبریز برگزار خواهد شد.

وی در ادامه "حجم انبوه اخبار و اطلاعات منتشره طی دو سال گذشته را از سوی رسانه‌های کشور در خصوص صنعت چاپ ایران" مورد اشاره قرار داد و گفت:

این امر نشانگر و نویدبخش حرکت سریع و رو به رشد صنعت چاپ و بیانگر تحولات خاص محقق شده در عرصه نوسازی این صنعت است.

او یکی از معضلات صنعت چاپ کشور را فقدان فعالیت برای تولید دستگاههای چاپ دانست و گفت: می‌توانیم در زمینه تولید دستگاههای چاپ فعالیت عمل کنیم تا در واردات دستگاه چاپ به بیگانگان وابسته نباشیم.

وی ادامه داد: برای پیشرفت در این بخش باید حجم سرمایه‌گذاری در این زمینه افزایش یابد.

مدیر دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز در این مراسم از تحقق رشد ۴۰۰ درصدی سرمایه‌گذاری در بهره‌برداری از ماشین‌آلات جدید، راه‌اندازی بانک اطلاعات چاپ و نیز آغاز عملیات ساخت نخستین شهرک صنعت چاپ به عنوان اقدامات زیرساختی در مسیر رشد و نوسازی صنعت چاپ در ایران یاد کرد.

جلال ذکایی گفت: هفتمین جشنواره چاپ بر اساس سه اصل توجه به شعار سال اتحاد ملی و انسجام اسلامی، تمرکززدایی و وحدت و همدلی برای گرایش به فعالیت فراملی طراحی شد.

اخبار داخلی

چاپ

کارشناس چاپ و نشر اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کرمانشاه: کرمانشاه از نظر صنعت چاپ در ردیف استانهای درجه یک کشور است

ایرنا- کارشناس مسوول چاپ و نشر اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کرمانشاه گفت: بر اساس طبقه‌بندی دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کرمانشاه از نظر صنعت چاپ در ردیف استانهای درجه یک کشور قرار دارد.

"زهرا سلیمی" افزود: استان با دارا بودن ۵۲ چاپخانه فعال مرکزیت پنج استان غرب کشور را در زمینه چاپ دارد. وی گفت: از مجموع چاپخانه‌های استان ۲۷ چاپخانه در مرکز کرمانشاه و ۱۶ چاپخانه در شهرستانهای استان فعالند. وی افزود: از مجموع چاپخانه‌های استان شش چاپخانه مربوط به چاپ سیلک و چهار لیتوگرافی فعال است.

سلیمی افزود: از نظر دستگاه‌های چاپ چاپخانه‌های استان مجهز به ۷۱ ورق افست، ۱۷ ورق مسطح و ۵/۲۲ ورق ملخی هستند.

وی گفت: حدود ۳۰۰ نفر در زمینه صنعت چاپ در استان اشتغال مستقیم دارند. وی در خصوص وضعیت چاپ در استان گفت: در زمینه لیتوگرافی و چاپ افست در دو سال گذشته پیشرفتهای خوبی در استان داشته‌ایم و از نظر کمیت در استان مشکلی وجود ندارد و حتی جوابگوی نیاز منطقه‌ای هستیم.

وی افزود: اما در برخی رشته‌های چاپ و حرف وابسته از قبیل صحافی پیشرفته، چاپ سیلک، دیجیتال، فلسکو و بسته‌بندی در استان دچار ضعف هستیم. وی اظهار امیدواری کرد: با تجهیز چاپخانه‌های استان به دستگاه‌های جدید و پیشرفته، کیفیت چاپ و نشر در استان ارتقا یابد.

وی همچنین سوق دادن سرمایه‌ها به سمت چاپهایی که در استان مورد نیاز است مانند چاپ سیلک و بسته‌بندی، فراهم کردن زمینه ورود محصولات به بازار جهانی، آموزش نیروی انسانی و آشنا کردن آنها با تکنولوژی‌های جدید را از مهمترین عوامل در ارتقای صنعت چاپ در استان عنوان کرد.

تولیدی این بخش و تقویت و توسعه صادرات خواهد شد. او افزود: بی‌دقتی نسبت به چاپ و بسته‌بندی محصولات تولیدی مانند زعفران و چای به رغم برخورداری از کیفیت مطلوب، موجب کاهش قیمت آن در خارج از کشور شده است.

رحمان باغبان‌نژاد معاون اجرایی چاپخانه آستان قدس رضوی هم گفت: سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ باید با مطالعه بازار مصرف صورت گیرد و مسایلی مانند فوریت زمانی، کیفیت برتر، حجم بالای سفارش و تنوع محصولات به عنوان عوامل مهم مورد نظر دست‌اندرکاران قرار گیرد. فرماندار مشهد هم گفت: ماده ۱۳۹ قانون معافیت مالیاتی باید برای چاپخانه‌داران نیز مانند سایر فعالیتهای فرهنگی اعمال شود.

حسن موحدیان بیان کرد: لازم است بخش دولتی از صنعت چاپ بیشتر حمایت کند ضمن اینکه دست‌اندرکاران صنعت چاپ بیش از حمایت‌های مالی به حمایت‌های معنوی نیاز دارند. وی گفت: تاکنون ماموریتی برای حمایت از صنعت چاپ به فرمانداریها محول نشده ولی این اطمینان وجود دارد اگر مشکلات صنعت چاپ به مدیران فرمانداری ارجاع شود نسبت به رسیدگی به مشکلات این صنعت از طریق استانداری و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اقدام می‌کنیم.

فرماندار مشهد: ماده ۱۳۹ قانون معافیت مالیاتی برای چاپخانه‌داران نیز اعمال شود

ایرنا- هفتمین جشنواره صنعت چاپ با هدف شناسایی مشکلات، بررسی ظرفیتهای و استفاده از قابلیتهای آن با شرکت هزار نفر دست‌اندرکاران این بخش طی روزهای نهم و دهم شهریور ماه در مشهد برگزار شد. جمعی از مسوولان و دست‌اندرکاران صنعت چاپ کشور در حاشیه این جشنواره بر توجه هر چه بیشتر قابلیتهای مختلف صنعت چاپ تاکید کردند. آنان بر این باورند که صنعت چاپ کشور در بخشهای گوناگون دارای ظرفیتهای زیادی است که استفاده حداکثری از این توانمندیها می‌تواند زمینه توسعه روز افزون این بخش را فراهم کند.

یکی از پیشکسوتان صنعت چاپ گفت: از دلایل مهم عقب ماندگی صنعت چاپ ایران به رغم قدمت فعالیت، فقدان تعریف و دستورالعمل دقیق برای استفاده از فناوریهای لازم است.

محمد حاذق‌نژاد افزود: مطالعه و تحقیق در مورد راهکارهای مهم بهره‌گیری صنعتی برای پیشرفت صنعت چاپ کشور امری ضروری است. وی گفت: توجه شایسته به صنعت چاپ موجب ارتقا محصولات

نائب رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوا قول داد

تا یک ماه آینده قیمت کاغذ و مقوا به قیمت واقعی برگردد

نامرغوب (که یارانه آن مربوط به سال گذشته بوده) به بازار، موجب آشفتگی وضعیت بازار کاغذ را فراهم کرده و از طرف دیگر بخش خصوصی نیز دچار مشکل شده است.

وی گفت: براساس هماهنگی‌های به عمل آمده بین وزارت ارشاد و اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوا قرار بر این بود که هیچ کاغذی وارد بازار نشود ولی متأسفانه وزارت ارشاد هیچ وقت با ما هماهنگ نبوده و نخواهد بود و این موضوع موجبات نابسامانی وضعیت بازار کاغذ و مقوا را بیشتر دامن می‌زند. دولتی افزود: واردات کاغذ A4 با تعرفه ۲۵ درصد موجب شده تا قیمت این نوع کاغذ نیز افزایش پیدا کند و در این بین احتکارکنندگان به سود هنگفتی دست یابند، ولی این در حالی است که کاغذفروشان سعی می‌کنند از افزایش قیمت جلوگیری کرده و آن را کنترل کنند.

وی ادامه داد: در حال حاضر کاغذفروشان برای کنترل قیمت، کاغذ را زیر قیمت واقعی می‌فروشند به طوری که قیمت تمام شده کاغذ بیش از سه هزار تومان است هزار و پانصدتومان توسط فروشندگان این صنعت به فروش می‌رسد. وی ضمن تاکید مجدد بر پایین آمدن قیمت کاغذ و مقوا در یک ماه آینده افزود: اتحادیه تمام تلاش خود را جهت پایین آوردن قیمت کاذب کاغذ و مقوا در سطح بازار انجام می‌دهد و سعی می‌کند با واردات بیشتر و توزیع آن، زمینه فروش کاغذ و مقوا به قیمت واقعی را فراهم سازد.

دولتی، نائب رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوا در خصوص افزایش قیمت مقوای پشت طوسی در ماه‌های اخیر و وعده اتحادیه مبنی بر افزایش نیافتن قیمت کاغذ و مقوا، به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: واردکنندگان کاغذ و مقوا اعم از فروشندگان و افراد متفرقه با وارد و انبارکردن مقوا موجبات کمبود این نوع محصول را در سطح بازار فراهم کرده و بالطبع با بالا رفتن میزان تقاضا قیمت مقوا بالا رفته است. ولی با همه این اوصاف قیمت‌های موجود کاذب است و اتحادیه قول می‌دهد تا یک ماه آینده قیمت‌ها شکسته شده و به قیمت واقعی برگردد. وی افزود: همچنین با توجه به شرایط موجود و واردات به صورت نقدی (بازگشایی اعتبار LC)، تجار و بازرگانان تمایل کمتری به واردات کاغذ و مقوا دارند ولی با این حال سفارش‌ها از طرف بخش خصوصی افزایش یافته و امیدواریم با واردات بالا، قیمت‌ها به وضعیت متعادل و واقعی نزدیک شود.

علاوه بر این با توجه به افزایش ۲۰ درصدی قیمت مقوا در سطح بین‌المللی و همچنین رشد هزینه حمل و نقل و باربری به میزان ۱۲۰ درصد، بالا رفتن قیمت، تا حدودی طبیعی است اما تا این حد ناعادلانه و به دور از انصاف است. بنابراین قیمت واقعی و تمام شده مقوا کیلویی حدود ۷۷۰-۷۵۰ تومان است و کیلویی ۹۰۰ تومان و بالاتر بی‌انصافی بوده و این امر ناشی از وجود محتکرین و سوء استفاده کنندگان است. دولتی اظهار داشت: وزارت ارشاد با واردکردن کاغذ آن هم از نوع

صنایع دستی

معاون هنرهای سنتی و صنایع دستی قزوین: بخشی از صنایع دستی ایران در بسته‌بندی خارجی عرضه می‌شود

ایسنا: صنایع دستی معاون هنرهای سنتی و صنایع دستی اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان قزوین گفت: متأسفانه به دلیل استقبال مردم از بسته‌بندی‌های اجناس خارجی، برخی اقلام صنایع دستی ایرانی نیز در بسته‌بندی‌های خارجی به فروش می‌رسند. حمیدرضا قاسمی تأکید کرد: ایرانی بودن اجناس نمایشگاه صنایع دستی ایران که در قزوین برپا شده، برای کارشناسان صنایع دستی محرز است. وی درباره این که در برخی غرفه‌های نمایشگاه صنایع دستی ایران، اجناس خارجی به فروش می‌رسیدند، بیان کرد: سه غرفه‌ی صنایع دستی که اقدام به فروش محصولات خارجی کرده‌اند، توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری جمع‌آوری شدند.

مدیر عامل یک شرکت فعال در این حوزه نیز اظهار داشت: در نمایشگاه‌های مختلف، بسیاری از غرفه‌داران برای فروش اجناس خود، تولید داخلی را خارجی معرفی می‌کنند. فاطمه روستا درباره فروش اجناس خارجی در بعضی نمایشگاه‌های صنایع دستی، توضیح داد: برای مبارزه با فروش اجناس خارجی در نمایشگاه‌ها، باید از ورود این‌گونه اجناس به کشور جلوگیری شود. وی قیمت بالای اجناس صنایع دستی ایران را دلیل نداشتن جنبه‌ی اقتصادی در بازار فروش ارزیابی کرد و افزود: پنجاه درصد از صنایع دستی ایران، جایگاه ویژه‌ای در بازار اقتصادی ندارند و این هنرها در بازار خارجی بیشتر شناخته شده‌اند.

بسته‌بندی محصولات تولیدی از معضلات اصلی حوزه صنایع دستی کشور است

مدیرکل حفظ و احیا معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گفت: بسته‌بندی محصولات تولیدی هنرمندان و صنعتگران صنایع دستی و هنرهای سنتی از معضلات و مشکلات اصلی این هنر صنعت در کشور است.

“یحیی رحمتی” افزود: به منظور بهبود در زمینه بسته‌بندی صنایع دستی کشور و با هدف رونق این صنایع در بازارهای جهانی، برنامه ریزی‌هایی از جمله انجام کارهای مطالعاتی و تحقیقاتی در این معاونت در دست اقدام است. وی اظهار داشت: از همین رو با تأمین هزینه‌های مورد نظر از طریق سازمان و با انجام حمایت‌های لازم، محصولات برتر تولیدی صنایع دستی در پنج استان کشور به شکلی مناسب و با کیفیت بسته‌بندی و عرضه می‌شود. رحمتی افزود: این طرح در استان‌های اردبیل، خراسان رضوی، گلستان، آذربایجان شرقی و زنجان اجرا می‌شود.

به گفته مدیرکل حفظ و احیا معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، با اجرای این طرح

رییس اتحادیه صنعت چاپ مشهد گفت: صنعت چاپ از توانمندی‌های بسیاری برخوردار است ولی هنوز نتوانسته جایگاه اصلی خودش را بیابد و برای بسیاری از مسوولان فراموش شده است. حسین حسین‌پور افزود: اگر هر کدام از صنایع بنا به دلایلی تعطیل شوند ممکن است در روند کار کشور مشکلی پیش نیاید اما با تعطیلی صنعت چاپ همه دچار مشکل می‌شوند.

وی گفت: این امر بیانگر اهمیت صنعت چاپ در امور فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه است.

او بیان کرد: بعد از سالها تلاش مدتی است چاپ به عنوان “صنعت” مطرح شده اما هنوز هم به اندازه سایر صنایع به این صنعت توجه نمی‌شود. وی قوانین واردات ماشین‌آلات را که با فراز و نشیب‌های مختلفی همراه است از مشکلات صنعت چاپ کشور دانست که باعث نگرانی چاپخانه‌داران شده است.

او گفت: زمانی که ارز با نرخ ارزان در بازار موجود بود، واردات ماشین‌آلات به راحتی صورت نمی‌گرفت و اعطای پروانه برای ورود دستگاه چاپ ممنوع شد اما هم‌اکنون با افزایش نرخ ارز و گرانی ماشین‌آلات، چاپخانه‌داران دیگر رغبتی به خرید دستگاه‌های چاپ ندارند.

معاون سیاسی و اجتماعی استاندار خراسان رضوی هم گفت: مهمترین حمایت از صنعت چاپ اعمال قوانین در راستای اعطا و بالندگی این صنعت است.

قهرمان رشید افزود: چاپخانه‌ها جزو موسسات فرهنگی محسوب می‌شوند و درآمدهای کلان و چشمگیر ندارند لذا دریافت مالیات از آنها درست نیست.

وی مهمترین دغدغه دست‌اندرکاران صنعت چاپ را فقدان شناخت کافی مسوولان نسبت به این صنعت برشمرد و گفت: به رغم اینکه صنعت چاپ صنعت مادر محسوب می‌شود هنوز نتوانسته جایگاه اصلی خود را در بین سایر صنایع بیابد.

او با اشاره به سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴ قانون اساسی از سوی رهبر معظم انقلاب افزود: برای خصوصی‌سازی در صنعت چاپ ریزینه‌هایی صورت گرفته اما تاکنون در این بخش ضعیف عمل شده است.

وی گفت: با توجه به اهمیت صنعت چاپ نمی‌توان این صنعت را با هدف خصوصی‌سازی به دست افرادی سپرد که با آن سلیقه‌ای برخورد می‌کنند.

به کشت گل و گیاه اختصاص دارد. وی تصریح کرد: در صورت فراهم شدن زیرساخت‌های لازم باتوجه به توانمندی‌های موجود صادرات گل و گیاه این میزان به ۷۰۰ میلیون دلار در سال قابل افزایش است. مدیرمجمع گل و گیاه امام‌رضاع (ع) افزود: با فراهم شدن سردخانه، امکان حمل و نقل زمینی و هوایی، بسته‌بندی مدرن و حمایت از صادرکنندگان ۵۰ درصد تولیدات گل و گیاه قابل صادرات خواهد بود. وی تصریح کرد: در ایران ۲۰۰ نوع گل تولید می‌شود و بیش از ۱۰۰ نوع گل صحرایی و ۳۰۰ نوع گل درحال تولید وجود دارد.

پتروشیمی

فائز مقام مدیر پروژه پلی استایرن پتروشیمی تبریز: بهره‌برداری از واحد دوم پلی استایرن مقاوم پتروشیمی تبریز در سال آینده

شانان - فائز مقام مدیر پروژه پلی استایرن مقاوم پتروشیمی تبریز گفت: واحد دوم این مجتمع با ظرفیت ۵۴ هزار تن در سال آینده به بهره‌برداری می‌رسد.

مهندس مهدی خاموشی در زمینه ساخت واحد جدید پتروشیمی تبریز گفت: نخست قرار بود طرح احداث واحد جدید تولید پلی استایرن مقاوم، با همان ظرفیت پیشین و به صورت یک کپی کاری محض از واحد قدیم و در مجاورت آن احداث شود، اما با توافق میان شرکت پتروشیمی تبریز و شرکت صدرا مقرر شد تا ظرفیت واحد جدید نسبت به واحد قدیم از ۴۰ هزار تن به ۵۴ هزار تن در سال افزایش یابد.

وی افزود: به دنبال این توافق، افزون بر جایگزینی راکتورهای اصلی، طراحی تجهیزات و سازه‌های واحد نیز باید مطابق با آخرین استانداردهای روزآمد دنیا انجام می‌شد و با کاربست تدابیری، کیفیت محصول تولیدی نیز ارتقا می‌یافت؛ از این رو طراحی مهندسی پایه و تفصیلی واحد جدید دوباره انجام شد.

خاموشی تصریح کرد: اهمیت این پروژه آن است که به جز راکتورهای اصلی که دانش فنی آن متعلق به یک شرکت خارجی است، مهندسی پایه و مهندسی تفصیلی آن به وسیله مهندسان داخلی شرکت صدرا و تحت لیسانس پتروشیمی تبریز انجام شده که اقدامی بی سابقه در این عرصه است. وی یادآوری کرد: واحد جدید این مجتمع نه تنها یک کپی کاری محض از واحد قدیم نیست، بلکه با رفع معضله‌های بهره‌برداری واحد قدیم، ارتقای کیفیت محصول و مهم‌تر از آن افزایش ظرفیت طرح، مزیت‌های بسیاری در قیاس با واحد قدیم دارد.

مهندس خاموشی، در زمینه خرید پروژه که یکی از مهم‌ترین بخش‌های پروژه به شمار می‌آید، گفت: نوسان‌های قیمت در بازارهای جهانی به ویژه فلزات اصلی، افزایش جهانی قیمت نفت و انرژی، فشارهای بی‌اساس و موضع‌گیری‌های سودجویانه برخی از سازندگان خارجی بر سر انرژی صلح آمیز هسته‌ای ایران، کاهش شدید ارزش دلار در مقابل یورو و دهها عامل

محصولات صنایع دستی این استان‌ها با بسته‌بندی باکیفیت و عالی در سال آینده به بازار عرضه خواهد شد.

رحمتی افزود: بحث بسته‌بندی در عرضه محصولات بسیار مهم است که متأسفانه تاکنون مورد غفلت واقع شده و آماده همکاری و حمایت از تمامی علاقه‌مندان در این زمینه هستیم. وی تصریح کرد: همچنین بهبود در قیمت تمام شده و روش‌های تولید از دیگر برنامه‌های این معاونت برای رشد صنایع دستی و دستیابی به جایگاه واقعی در بازارهای داخلی و خارجی است. به گفته رحمتی، توجه به موضوع طراحی و انجام کارهای پژوهشی در این حوزه و همچنین استفاده از دیدگاه اساتید و پیشکسوتان از دیگر برنامه‌های این حوزه در راستای توسعه این هنر صنعت است.

گل و گیاه

چهار پایانه صادراتی گل و گیاه احداث می‌شود

ایران - اتحادیه گل و گیاه ایران در نظر دارد ۴ پایانه صادراتی در محلات، تهران، دزفول و مازندران احداث کند. رضا مهربانی، مدیر عامل اتحادیه گل و گیاه ایران گفت: اتحادیه گل و گیاه ایران به عنوان متولی احداث پایانه‌های صادراتی گل و گیاه در سطح کشور، چهار پایانه در شهرهای محلات، تهران، دزفول و مازندران احداث خواهد کرد. وی با اشاره به انجام ۷۰ درصد از ساخت و ساز پایانه صادراتی محلات عنوان کرد: وزارت بازرگانی تاکنون ۳ میلیارد ریال یارانه به ساخت پایانه محلات، یک میلیارد ریال به ساخت پایانه دزفول و ۱۰ میلیارد ریال به ساخت پایانه تهران اختصاص داده است و عملیات احداث پایانه مازندران پس از اتمام مراحل اداری برای دریافت زمین، آغاز خواهد شد.

مهربانی، شرایط فعالیت این پایانه‌ها را یکسان دانست و افزود: با توجه به برنامه‌ریزی‌های انجام شده در تمامی این پایانه‌ها عمل جمع‌آوری، بسته‌بندی، طبقه‌بندی، نرخ‌گذاری و بازاریابی داخلی و خارجی انجام می‌شود، اما به دلیل نزدیکی شهرستانهای شهریار، دماوند، ورامین، کرج، پاکدشت و ساوجبلاغ به شهر تهران، پایانه صادراتی تهران در وسعت بیشتری احداث خواهد شد. وی همچنین به مزیت استان مازندران در تولید گل و گیاهان آپارتمانی اشاره کرد و با توجه به کاهش هزینه تولید و قیمت تمام شده، تولیدات این استان را اقتصادی دانست.

مدیر مجتمع گل و گیاه امام رضا (ع):

با بسته‌بندی مناسب،

۵۰ درصد گل و گیاه کشور قابل صادرات است

مدیر مجتمع گل و گیاه امام رضا (ع) گفت: سالانه حدود ۳۵ میلیون دلار انواع گل و گیاه به خارج از کشور صادر می‌شود.

«بهروز سلطان محمدی» افزود: اکنون انواع گل و گیاهان زینتی از سراسر کشور به این مجتمع منتقل و به نقاط مختلف دنیا صادر می‌شود. وی اضافه کرد: بیش از یک هزار و ۷۰۰ هکتار از زمین‌های استان تهران

وی هدف از اجرای این طرح را کاهش آلودگی محیط زیست، نجات زمین‌های قابل استفاده، کمک به اقتصاد کلان کشور، ایجاد فرهنگ صحیح مصرف و پیشگیری از بازیافت غیراصولی پسماندها ذکر کرد. وی افزود: با اجرای این طرح در شهر اردبیل برای حدود ۲۰۰ نفر شغل ایجاد خواهد شد. وی گفت: این طرح ابتدا در شهر اردبیل و به تدریج در سایر شهرهای استان اردبیل به اجرا گذاشته می‌شود. شهر اردبیل به‌عنوان مرکز استان بیش از ۵۰۰ هزار نفر جمعیت دارد. روزانه حدود ۳۰۰ تن انواع زباله در این شهر تولید و توسط ماموران شهرداری جمع‌آوری می‌شود.

حدود سه هزار نفر در کاشان از جشن کاغذ استقبال کردند

مسئول جمعیت کویر سبز کاشان گفت: در طرح همیاران محیط زیست حدود سه هزار نفر در کاشان از جشن کاغذ باشعار "کاغذ باطله زباله نیست" استقبال کردند. "خسرو اعتماد" در حاشیه برپایی آیین اختتامیه جشن کاغذ اظهار داشت: این آیین که برای نخستین بار در کشور به همت و با فراخوان این جمعیت به مدت یک هفته اجرا شد، ۲۰ تن کاغذ باطله جمع - آوری شد. وی اظهار داشت: به ازای هر پنج کیلو گرم کاغذ باطله تحویلی یک کارت قرعه - کشی به متقاضیان شرکت‌کننده در این جشن داده شد. به گفته وی، در آیین اختتامیه این جشن مردمی که با هدف ترویج فرهنگ محیط - زیست در آموزشگاه صالحین کاشان با همکاری شورای شهر برگزار شد، به ۲۵ نفر از شرکت‌کنندگان به قید قرعه جوایزی اهدا شد. وی برگزاری، ایستگاه نقاشی با موضوع محیط زیست را سالم نگهداریم، جنگ شادی و نمایش عروسکی و سخنرانی یکی از اعضای شورای شهر کاشان از جمله برنامه - های این جشن بود. اعتماد اظهار داشت: این جمعیت تصمیم دارد با کمک مردم و مسوولان مربوطه در سالهای آینده جشن پلاستیک، جشن شیشه و سایر مواد بازیافت را در برنامه خود قرار دهد. وی گفت: جمعیت کویر سبز کاشان هشت سال است که در این شهرستان تشکیل شده و فعالیت می‌کند. وی، تعداد اعضای این جمعیت را ۲۵۰ نفر ذکر کرد و اظهار داشت: این جمعیت برای ادامه حیات خود نیاز به حمایت سازمانها، نهادها و به ویژه کمک شهرداری دارد.

مهم دیگر، سبب شدند بودجه پیش بینی شده برای تکمیل طرح، کفاف خریدهای پروژه را نداشته باشد و کسری بودجه، عملیات خرید برخی از تجهیزات را به تعویق بیندازد. افزایش ظرفیت، رعایت استانداردهای روزآمد دنیا، افزایش کیفیت محصول تولیدی از جمله موارد شاخص واحد یادشده به شمار می‌آید که در صورت رفع مشکلات مالی، پروژه تا سال آینده به مرحله راه‌اندازی خواهد رسید. پلی استایرن مقاوم در تولید ظروف یک بار مصرف، بسته بندی مواد غذایی، لوازم خانگی، وسایل بهداشتی، آزمایشگاهی، لوازم التحریر و ... به کار گرفته می‌شود.

تست گرانول پلی اتیلن سبک پتروشیمی لاله با موفقیت اجرا شد

سانا - مدیر عامل شرکت پتروشیمی لاله گفت: مرحله مهم تست گرانول پلی اتیلن سبک (LDPE) این مجتمع با موفقیت انجام شده است. مهندس پورقاسمی تاکید کرد: مرحله تست گرانول پلی اتیلن سبک مجتمع پتروشیمی لاله که یکی از مراحل مهم پیش‌راه اندازی این طرح به شمار می‌آید، با موفقیت به پایان رسیده است. مجتمع پتروشیمی لاله، مجری طرح پلی اتیلن سبک با ظرفیت تولید ۳۰۰ هزار تن در سال است که تا پایان امسال به بهره برداری خواهد رسید.

بازیافت

طرح تفکیک زباله در شهر اردبیل آغاز شد

طرح تفکیک زباله در مبدا با مشارکت بخش خصوصی توسط موسسه بازیافت و مدیریت پسماندهای استان و با همکاری شهرداری اردبیل آغاز شد. مدیر موسسه بازیافت و پسماندهای استان اردبیل گفت: در این طرح زباله‌های خشک و تر توسط خانواده‌ها تفکیک و بطور جداگانه در اختیار ماموران شهرداری قرار خواهد گرفت. علیرضا بنار، افزود: در این طرح ماموران شهرداری زباله‌های تر را همه روزه و زباله‌های خشک شامل نان خشک، پلاستیک، کارت‌تن، کاغذ باطله، بطری، نایلون، حلب روغن نباتی، گونی، فلزات، سیم روکش دار، جعبه‌های پلاستیکی، لامپ، ابر اسفنجی، ظروف یکبار مصرف، عکس‌های رادیولوژی، کفش و دمپایی و نظایر آن را هر هفته یکبار از واحدهای مسکونی و تجاری تحویل خواهند گرفت.

سایر خبرها

در هفته دولت افتتاح شد ۹۷ طرح تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در سراسر کشور

اتمام عملیات زیرسازی چهار ناحیه صنعتی موجود و مراحل مکان‌یابی سه ناحیه صنعتی با همکاری استانداری از دیگر فعالیت‌های انجام شده در این استان بود.

همچنین یکصد و سیزده طرح صنایع تبدیلی و تکمیلی جهت دریافت تسهیلات بانکی به مبلغ ۲۸۰ میلیارد و ۷۳۳ میلیون ریال به بخش طرح و برنامه سازمان و ۳۳ طرح برای دریافت تسهیلات سرمایه در گردش به میزان ۳۶ میلیارد و ۱۶۲ میلیون ریال معرفی شده‌اند.

تهیه اسناد مناقصه و تنظیم قراردادها جهت انجام عملیات زیرساخت و مطالعات در مورد نواحی صنعتی و همچنین سرکشی از طرح‌ها به منظور چگونگی میزان جذب اعتبارات و پیشرفت فیزیکی آن از مهمترین اقدامات صورت گرفته در استان خراسان جنوبی بوده است.

یارانه سردخانه و بسته‌بندی به محصولات کشاورزی اختصاص می‌یابد

ایانا- به منظور حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده برای تنظیم بازار داخلی، یارانه‌های هزینه‌های حمل و نقل، انبارداری، بسته‌بندی کالا و سردخانه و محصولات بخش کشاورزی اختصاص می‌یابد. حمید صافدل رییس سازمان بازرگانی استان تهران در جمع خبرنگاران گفت: سازمان بازرگانی استان تهران در حمایت از تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان کالاهای کشاورزی یارانه‌هایی همچون کاهش نرخ تسهیلات بانکی، یارانه حمل و نقل، یارانه هزینه انبارداری، ذخیره، بسته‌بندی کالا و سردخانه را به محصولات مختلف اختصاص داده است.

وی ادامه داد: بدین منظور، در زمان مازاد عرضه، پس از خریداری و انبار کردن محصول مورد نظر، امکان عرضه آن در فصل مناسب فراهم می‌شود. صافدل تاکید کرد: خرید و ذخیره محصولات کشاورزی به طور کامل توسط بخش خصوصی و تنها با هماهنگی بخش دولتی انجام می‌شود. وی همچنین درباره وضعیت قیمت لبنیات توضیح داد: براساس مصوبه شورای اقتصاد تنها به دو کارخانه پاک و پگاه مجوز افزایش ۱۰ درصدی قیمت محصول تولیدی شامل شیر پاستوریزه ۲/۵ درصد چربی، ماست ۴ درصد چربی و پنیر UF داده شده است و مابقی کالاها افزایش قیمت نداشته‌اند.

رییس سازمان بازرگانی استان تهران با اشاره به راه‌اندازی سیستم SMS در مرکز ثبت سفارش کالاهای استان تهران برای پیگیری پرونده‌ها و کاهش تردد ارباب رجوع، در پایان اظهارات خود خبر داد: در هفته دولت قسمت ثبت سفارش کالا در سازمان بازرگانی شهرستان کرج نیز فعالیت خود را آغاز خواهد کرد که با راه‌اندازی این قسمت شعب ارزی بانکها در کرج فعال شده و دفاتر بازرگانی از رسمیت بیشتری برخوردار خواهند بود.

۹۷ طرح تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی در هفته دولت در سراسر کشور افتتاح شد. عباسعلی پاک‌نژاد مدیر کل صنایع تبدیلی و تکمیلی وزارت جهاد کشاورزی ضمن اعلام این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: با بهره‌برداری رسیدن این واحدها زمینه اشتغال یک هزار و ۳۳۷ نفر فراهم خواهد شد.

وی افزود: سرمایه‌گذاری انجام گرفته برای اجرای این طرحها بالغ بر ۴۸۲ میلیارد ریال می‌باشد که از این میزان، سهم سرمایه‌گذاری توسط صاحبان طرح بیش از ۲۳۷ میلیارد ریال و سهم سیستم بانکی ۲۴۴ میلیارد و ۹۸۸ میلیون ریال بوده است.

وی اظهار داشت: با افتتاح و راه‌اندازی طرح‌های مذکور، زمینه تبدیل و فرآوری ۴۲۶ هزار تن محصولات کشاورزی در زمینه دامی (شامل فرآورده‌های لبنی، پنیر UF، خوراک و کشتارگاه دام و طیور، بسته‌بندی و انجماد گوشت، پالایش و بسته‌بندی عسل)، ۱۳۵ هزار تن در زمینه زراعی (شامل بسته‌بندی بذر، ترشیجات و شوربجات، شالیکوبی، بسته‌بندی حبوبات، ذرت خشک‌کنی، رب گوجه‌فرهنگی)، ۳۸ هزار تن در زمینه شیلات (مثل کنسرو ماهی، پودر ماهی، عمل‌آوری و بسته‌بندی ماهی و میگو) فراهم خواهد شد. این طرح‌ها عمدتاً در شهرهای رفسنجان، سیرجان، ملایر، نهاوند، نجف‌آباد، محلات، خمین و ... راه‌اندازی شد.

اقدامات انجام شده در بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی خراسان جنوبی

از زمان تقسیم استان خراسان به سه بخش (شمالی، رضوی، جنوبی)، ۱۲۲ مجوز تأسیس صنایع تبدیلی و تکمیلی در بخش زراعی، دام و طیور و باغی خراسان جنوبی صادر شده است.

محمد مودی مدیر صنایع کشاورزی و روستایی سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان جنوبی ضمن اعلام این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: در سه سال گذشته ۱۲۲ فقره مجوز صادر شده که از این تعداد ۲۲ مجوز به بهره‌برداری رسیده است.

وی افزود: با بهره‌برداری رسیدن این واحدها زمینه اشتغال ۳۷۹ نفر فراهم شده و ۸۹ میلیارد و ۱۱۰ میلیون ریال سرمایه‌گذاری صورت گرفته است. مودی اظهار داشت: در این مدت فعالیت‌ها و اقدامات اساسی و مهمی شامل برگزاری دوره توسعه خوشه‌های صنعتی در استان با حضور مدیران صنایع کشاورزی و روستایی استان‌ها، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی استان، پیگیری جهت احداث یازده ناحیه صنعتی جدید و انجام فاز دو ناحیه صنعتی خوسف و سریشه در این استان انجام شده است.

عملکرد صنایع کشاورزی فارس از شهریور ۸۵ تا شهریورماه سال جاری

از شهریورماه ۸۵ تا ابتدای شهریور سال جاری (بین دو هفته دولت) ۴۱۷ مجوز تاسیس در زمینه صنایع تبدیلی کشاورزی استان فارس صادر شده است.

بهجو مدیر صنایع روستایی سازمان جهاد کشاورزی استان فارس با اعلام این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: با تاسیس این واحدها زمینه اشتغال ۵ هزار و ۹۹۴ نفر با سرمایه‌گذاری ۲/۵۵۷/۴۲۹ میلیون ریال فراهم خواهد شد.

در این مدت واحدهای صنعتی به بهره‌برداری رسیده نیز شامل ۴۸ طرح بود که با ظرفیت تولیدی ۳۷۰ هزار و ۴۱۰ تن در سال و سرمایه‌گذاری ۲۵۳ میلیارد و ۸۶۳ میلیون ریال و همچنین اشتغال‌زایی ۷۶۵ نفر به بهره‌برداری رسید.

وی افزود: یکی از عمده فعالیت‌های طرح و برنامه مدیریت این سازمان، تلاش برای به حداقل رساندن زمان انجام امور لازم از جمله جهت دریافت جواز تاسیس، معرفی به بانک برای اخذ تسهیلات، مشاوره و راهنمایی‌های فنی - اقتصادی به منظور بهینه‌کردن انتخاب طرح صنعتی با همکاری کارشناسان، مدیر و معاون است که در واقع این فعالیت‌ها به منظور اجرای طرح تکریم ارباب رجوع می‌باشد.

بهجو اظهار داشت: با توجه به این که ارائه تسهیلات نقش به‌سزایی در راه‌اندازی کارخانه‌ها دارد در سال ۸۵ از محل بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده ۲۱۳ طرح صنایع مرتبط با بخش کشاورزی به مبلغ ۷۸۵ میلیارد ریال به بانک‌های عامل معرفی شده و پیش‌بینی می‌شود با اجرای تمامی این طرح‌ها زمینه اشتغال بالغ بر ۲ هزار و ۱۰۰ نفر فراهم شود. همچنین گفتنی است تاکنون ۱۵۴ طرح به مبلغ ۴۹۰ میلیارد ریال به تصویب رسیده و در بین بانک‌ها، بانک کشاورزی با ۲۱۶ میلیارد ریال و بانک صادرات با ۱۸۰ میلیارد ریال بیشترین همکاری را جهت راه‌اندازی طرح‌های فوق داشته است.

همچنین در بین شهرستان‌های فارس، شیراز با ۴۱ طرح مصوب به مبلغ ۱۴۳ میلیارد ریال و مرودشت با ۳۰ طرح مصوب به مبلغ ۱۲۵ میلیارد ریال از ۴۹۰ میلیارد ریال را به خود اختصاص داده است.

مدیر صنایع کشاورزی و روستایی استان فارس گفت: علاوه بر اعتبارات بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده، مدیریت مربوطه در سال ۸۵، از محل ملی (کمک‌های فنی و اعتباری) مبلغ ۵۵ میلیارد ریال که شامل ۳۰ میلیارد ریال سرمایه در گردش و ۲۵ میلیارد ریال سرمایه ثابت است را بین ۴۴ واحد صنعتی شامل صنایع مرتبط با بخش‌های باغی، زراعی، دامی و شیلاتی توزیع کرده که در بین این صنایع، محصولات باغی با مبلغ ۳۳ میلیارد ریال بیشترین رقم کسب کرده است.

وی افزود: کار معرفی طرح‌های استان در سال ۸۶ از محل بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده از ابتدای تیرماه آغاز شده و تاکنون ۱۹ طرح به مبلغ ۶۰ میلیارد ریال به بنگاه‌های عامل معرفی شده‌اند.

عمده صادرکنندگان کالاهای کشاورزی دلان هستند

ایانا - کالاهای صادراتی کشاورزی از طریق فرودگاه پیام عمدتاً توسط دلان فرستاده می‌شود و کشاورزان ارتباط مستقیمی با فرودگاه ندارند. محمدعلی محبی، رییس هیأت‌مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه ویژه اقتصادی پیام در کرج به خبرنگار ایانا گفت: فرودگاه پیام تنها پایانه صادراتی گل و گیاه در ایران است و هر هفته چهار پرواز را به صورت برنامه‌ای به صادرات میوه و سبزی اختصاص می‌دهد. وی ادامه داد: عمده کالاهای صادراتی کشاورزی از شهرهایی همچون گرگان و اراک توسط دلان به این فرودگاه منتقل می‌شود. کشاورزان ارتباط مستقیمی با فرودگاه ندارند.

محبی با اشاره به وجود زمینه‌های صادرات از طریق این فرودگاه، همکاری دولت و بخش خصوصی به‌ویژه اقتصاد بازرگانی را در توسط صادرات کالاهای کشاورزی توسط خودکشاورزان موثر دانست و افزود: در حال حاضر اتحادیه‌های کشاورزی سردخانه و صنایع بسته‌بندی جانبی بخش کشاورزی را در منطقه احداث کرده‌اند تا کشاورزان بتوانند محصولات تولیدی خود را به صنعت بسته‌بندی شده و مطابق با استانداردهای جهانی صادر کنند.

وی ظرفیت صادراتی فرودگاه را پیش از اعمال محدودیت ۲۰۰ تن در هفته عنوان کرد و اظهار داشت: با توجه به این که ظرفیت فعلی صادرات به میزان قابل توجهی کاهش یافته، مسوولین و فرودگاه در نظر دارند ظرفیت پروازها را روزانه ۲۰ تن افزایش دهند. رییس سازمان منطقه ویژه اقتصادی پیام قیمت‌های تعیین‌شده توسط وزارت بازرگانی برای صادرات محصولات را غیراقتصادی خواند و گفت: حدود ۲۵ تا ۲۸ درصد قیمت صادراتی، مجموعه سودهایی است که وزارت بازرگانی با عنوان تشویق، صادرات، معافیت صادراتی، معافیت ارزش افزوده و واردات در مقابل صادرات به صادرکنندگان پرداخت می‌کند، در حالی که ارسال بار هوایی فاقد این‌گونه یارانه‌هاست و لذا امکان توسعه صادرات کالاهای کشاورزی با هزینه پایین برای فرودگاه پیام وجود ندارد. وی خواستار حمایت وزارت بازرگانی در کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل هوایی به منظور توسعه صادرات کالاهای کشاورزی توسط خودکشاورزان شد.

به‌جگو اضافه کرد: کارکنان این سازمان در دوره‌های آموزشی مانند طرح تکریم ارباب رجوع، آشنایی با نرم‌افزار GIS، مدیریت بر مبنای عملکرد، آلاینده‌های محیط زیست، صنایع تبدیلی دامی (غذایی) حضور در گردهمایی علمی یافته‌های تحقیقاتی، نقش صنایع تبدیلی در توسعه و ... شرکت کرده‌اند. وی افزود: حداقل ۸۵ نفر از کارکنان مدیریت مذکور و مسئول امور صنایع کشاورزی شهرستان‌ها در طول این مدت در ۱۵ دوره فعالانه شرکت کرده و موفق به اخذ گواهینامه دوره شده‌اند.

آموزش بهره‌برداران (صاحبان صنایع)، حضور ۳۰۰ واحد صنعتی در نمایشگاه‌های داخلی و ۵۰ واحد در نمایشگاه‌های خارج از کشور، بسترسازی برای ۴ تشکل پسته، زیتون، انجیر و عرقیات، کمک به صادرات محصولات صنایع تبدیلی کشاورزی نیز از اقدامات و فعالیت‌های دیگر صنایع کشاورزی استان فارس در مدت یاد شده بوده است.

خرما، بدون بسته‌بندی یعنی هدر دادن منابع

همچنین وجود تعرفه و حقوق گمرکی بالا برای واردات کاترین و مواد اولیه بسته‌بندی خرمای صادراتی به کشور، موجب شده است که هزینه بسته‌بندی در ایران در مقایسه با سایر کشورها افزایش یابد.

با توجه به این که این هزینه در برخی از کشورها بسیار پایین‌تر از ایران است، ابتدا صادرکنندگان ایرانی، خرمای صادراتی خود را به صورت فله‌ای به آن کشورها ارسال می‌کنند و پس از بسته‌بندی دوباره به بازارهای هدف صادر می‌کنند که این امر ارزش افزوده بسیاری را نصیب دیگر کشورها می‌کند.

شهرستان مرزی قصرشیرین واقع در غرب استان کرمانشاه نیز به جهت قرار گرفتن در مجاورت دشت عراق، دارای آب و هوای گرمسیری است و حدود ۴۴۳ هکتار سطح زیر کشت خرما در این شهرستان وجود دارد که از این میزان ۸۹ هکتار بارور و ۳۵۴ هکتار آن غیر بارور است.

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان قصرشیرین به خبرنگار ایرنا گفت: کار برداشت خرما از نخيلات بارور این شهرستان در سطح ۹۰ هکتار از باغات از روز گذشته آغاز شده است.

وی گفت: پیش بینی می‌شود با متوسط برداشت ۹ تن در هکتار امسال بیش از ۸۰۰ تن خرما از قصرشیرین وارد بازارهای داخل و خارج استان شود که در این صورت نسبت به سال گذشته ۱۰ درصد رشد خواهد داشت.

”محمد رضا عباسی“ افزود: خرمای این شهرستان شامل ارقام زاهدی، اشرسی، ازرق، خضراوی، کبکاب و جعفری است.

وی گفت: امکانات بسته‌بندی مناسب خرما، چه از نظر ماشین آلات و فناوری به حمایت دولت نیاز دارد و در این راستا با استفاده از الگوهای مناسب می‌توان به رشد این صنعت در کشور امیدوار بود.

وی افزود: ضروری است مسئولین امر با ایجاد و راه‌اندازی صنایع تبدیلی خرما، بازاریابی برای صادرات این محصول، تامین تجهیزات ارزان قیمت برای برداشت و بسته‌بندی مکانیزه و بهداشتی، علاوه بر افزایش صادرات این محصول، شاغلین و تولیدکنندگان آن را نیز مورد حمایت قرار دهند

ایرنا- فصل برداشت محصول خرما در شهرستان گرمسیر قصرشیرین در استان کرمانشاه آغاز شد، محصولی که نیازمند پشتیبانی جدی مسوولان است.

در حالی که ایران پس از عراق و اردن با تولید بیش از ۹۰۰ هزار تن خرما، مقام سوم جهان را در تولید این محصول به خود اختصاص داده است، اما براساس آمارهای موجود از سوی بنگاههای اقتصادی فقط ۱۰ درصد این محصول به خارج صادر می‌شود.

به گفته برخی کارشناسان و تولیدکنندگان، نداشتن سیاست مناسب، عرضه غیر بهداشتی، بسته‌بندی نامناسب و از همه مهمتر قیمت‌های غیر واقعی، از عوامل اصلی از دست رفتن جایگاه خرمای ایران در بازارهای جهانی است.

در عین حال، با یک برآورد ساده از میزان تولید، مصرف و صادرات خرما می‌توان به این واقعیت رسید که حجم بالایی از خرمای تولیدی کشور سالانه و به دلایل مختلف از چرخه مصرف خارج و به هدر می‌رود.

براین اساس با احتساب مصرف سالانه بیش از ۵۰۰ هزار تن خرما در داخل و صادرات ۱۰۰ هزار تنی این محصول، به ضایعاتی حدود ۳۰۰ هزار تن دست خواهیم یافت.

بدین ترتیب خریدهای تضمینی و توافقی دولت، در این زمینه راهگشا نبوده بلکه شرایط نامناسبی را نیز به همراه خواهد داشت.

در مراکز تولیدی بخصوص شهرهای جنوبی و گرمسیر کشور، خریدهای تضمینی، خرما به صورت فله‌ای در کیسه‌های غیر بهداشتی و نامناسب و بدون هیچ گونه بسته‌بندی به مزایده گذاشته می‌شود و برخی شرکت‌های خاص با قیمت نازل آن را خریداری و با بسته‌بندی ابتدایی و با چند برابر قیمت صادر می‌کنند.

در کشور ما حمل و نقل نیز یکی از معضلات عمده صادرات خرما است و در اکثر موارد کشتی‌های حامل خرمای صادراتی، قادر به تردد در بنادر ایران نیستند و این امر موجب حمل کالای صادراتی به روش غیر مستقیم و از طریق سایر کشورها انجام می‌شود.

قند و شکر بسته‌بندی شده در میادین میوه و تره‌بار تهران عرضه می‌شود

مدیر عامل سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران از توزیع قند و شکر بسته‌بندی شده به نرخ دولتی در میادین این سازمان خبر داد. «عبدالرحمن چراغعلی» اظهار داشت: با هماهنگی وزارت بازرگانی توزیع قند و شکر بسته‌بندی شده در میادین میوه و تره‌بار شهر تهران از دیروز (دوشنبه) آغاز شده و شهروندان می‌توانند در ایام ماه رمضان با مراجعه به میادین، قند و شکر موردنیاز خود را تامین کنند. وی با اشاره به افزایش ۲۰ درصدی مراجعه شهروندان تهرانی به میادین میوه و تره‌بار در ماه رمضان گفت: هم‌اکنون روزانه بیش از ۷۵۰ هزار خانوار تهرانی با مراجعه به میادین میوه، احتیاجات خود را تامین می‌کنند. مدیر عامل سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران به توافق با وزارت جهاد کشاورزی برای افزایش یارانه‌ای در میادین میوه تصریح کرد: روزانه ۱۸۰ تن شیر یارانه‌ای در هر روز در میادین میوه و تره‌بار توزیع می‌شود که از اواخر هفته جاری به ۲۸۰ تن می‌رسد.

چراغعلی بابیان اینکه شهرداری تهران تمام تلاش خود را برای کاهش مشکلات شهروندان در ماه رمضان به کار گرفته است، گفت: به همین منظور غرفه‌های عرضه زولبیا و بامیه به قیمت مصوب ۱۶ هزار ریال در میادین میوه و تره‌بار راه‌اندازی شده است. وی بر افزایش بازرسی‌های ناظران در میادین میوه و تره‌بار تهران در ماه رمضان تاکید کرد و افزود: در روزهای گذشته، میزان شکایات مردمی از میادین به دلیل افزایش بازرسی‌ها تا ۵۰ درصد کاهش یافته است.

استفاده از نانوذرات در بسته‌بندی مواد غذایی

ایسنا - فناوری استراتژیک به‌زودی از نانوذرات برای ساخت مواد بسته‌بندی اصلاح‌شده ارزان‌قیمت و زیست‌سازگار، استفاده می‌شود. به گزارش سرویس فناوری خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، دانشمندان آلمانی در دانشگاه Bonn و Leuven کشف کردند که با افزودن صفحات کوچک نانومقیاس به پلاستیک‌ها، می‌توانند نفوذپذیری آنها را نسبت به آب و گاز کنترل کنند؛ استفاده از این پلاستیک‌ها در بسته‌بندی مواد غذایی از فساد میوه‌ها، سبزیجات و دیگر کالاهای فاسدشدنی جلوگیری و زمان ماندگاری آنها را بیشتر می‌کند. علاوه بر این هزینه نقل و انتقال (جابه‌جایی از کارخانه تا فروشگاه‌ها) نیز کاهش می‌یابد. افزودن صفحات کوچک نانومقیاس به پلاستیک‌ها نفوذناپذیری آنها را در مقابل مایعات و گازها از جمله اکسیژن بهبود می‌بخشد. این ویژگی کاربرد پلاستیک‌ها را در مواردی مثل بسته‌بندی مواد غذایی که ارزان و زیست‌سازگار مفید می‌سازد. به گزارش ستاد ویژه توسعه فن‌آوری نانو، فن‌آوری نانو امکان بسته‌بندی بهبودیافته را نه تنها در صنایع غذایی، بلکه در بخش‌های دیگر نیز فراهم می‌کند؛ به عنوان مثال از نانولوله‌های کربنی در بسته‌بندی اجزای الکترونیکی استفاده می‌شود.

فقط ۲۳ درصد سیب‌زمینی تولیدی کشور بسته‌بندی می‌شود

میز فراوری سیب‌زمینی با هدف همفکری، تبادل نظر و جلب مشارکت بیشتر جهت بررسی فراوری محصول منتخب و ارائه راهکارهای اجرایی با حضور معاونان صنایع و توسعه روستایی و مدیران صنایع کشاورزی استان‌ها هر چندماه یکبار در استان‌های مختلف کشور برگزار می‌شود. در این مسیر سه موضوع اساسی شامل ضایعات در مرحله فراوری محصول، مشکلات مربوط به مواد اولیه، بازار، سطح فناوری و رقابت‌پذیری و همچنین راهکارهای مختلف در قالب طرح‌ها و پروژه‌های اجرایی و ارائه آن به معاون صنایع و توسعه روستایی وزارت متبوع بررسی می‌شود.

نتایج نشان می‌دهد که در سطح کشور سیب‌زمینی سورت، درجه‌بندی و بسته‌بندی شده فقط ۱/۱ میلیون تن است که ۴ درصد آن به روش ماشینی و ۹۶ درصد به صورت دستی انجام می‌شود که این میزان معادل ۲۳ درصد تولید سیب‌زمینی کشور است.

همچنین عدم وجود انبار مناسب در سطح کشور باعث افزایش میزان ضایعات و عدم نگهداری محصول برای فصول مختلف می‌شود و ضروری است نسبت به سرمایه‌گذاری در این بخش و ایجاد انبارهای فنی برنامه‌ریزی شده و از همه مهمتر برای سورت، درجه‌بندی و بسته‌بندی مناسب محصول اقدامات مناسبی اتخاذ شود.

بنابراین راهکارها و پیشنهادات اجرایی میز فراوری سیب‌زمینی تاکنون شامل بهبود وضعیت اقتصادی کشاورزان، افزایش سرمایه‌گذاری در صنایع وابسته، مصرف انواع محصولات فراوری شده به صورت بهداشتی و استاندارد، افزایش سرانه مصرف انواع محصولات فراوری شده و صادرات بیشتر این نوع محصولات بوده است.

همچنین پروژه‌های پیشنهادی جلسات میز فراوری سیب‌زمینی، تحقیقاتی، مطالعاتی، آموزشی، ترویجی و پروژه‌های اجرایی است.

اردن در ۶ ماه اول سال جاری میلادی حدود ۶ میلیون دینار (هر دینار اردن ۴۲/۱* دلار) مواد مختلف از عراق وارد کرده است. عراق در سالهای پیش شریک اول تجاری اردن بود. پس از حمله آمریکا به عراق، حدود ۷۵۰ هزار عراقی به اردن مهاجرت کرده‌اند که بسیاری از آنها مرتب در حال رفت و آمد بین دو کشور هستند.

مدیرعامل مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران: نقطه رسانه‌ای ایران کد به زودی افتتاح می‌شود

احمد غلامزاده از ورود ایران کد به حیطة ثبت سفارش برای واردات کالا به کشور خبر داد و گفت: بر اساس طرحی که توسط معاونت برنامه‌ریزی و اقتصادی وزارت بازرگانی دنبال می‌شود و حداکثر تا چندماه آینده در کشور عملیاتی خواهد شد، ثبت سفارش برخی کالاها فقط با دریافت ایران کد امکان‌پذیر است.

وی افزود: هم اکنون نظام ثبت سفارش کالا به گونه‌ای است که واردکننده کالا با وجود یافتن گروه کالایی خود در کتاب تعرفه، نمی‌تواند از میزان عوارض و حقوق ورودی که در نهایت به کالای وی تعلق می‌گیرد مطمئن باشد، چرا که استنباط نهایی کارشناس وزارت بازرگانی و در مرحله بعد کارشناس گمرک درباره آن کالا متفاوت است و همین تفاوت ارقام، تعرفه را غیر قطعی می‌کند.

وی اظهار داشت: با ورود ایران کد به حیطة ثبت سفارش و عملیات گمرک، زبان تعرفه کالا در وزارت بازرگانی، گمرک و سایر بخش‌های دخیل در واردات کالا یکی شده، مشکلات به حداقل کاهش و سرعت کار به نحو قابل توجهی افزایش می‌یابد و به برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تر فعالان اقتصادی کمک خواهد کرد.

وی گفت: در حال حاضر گروه لوازم خانگی در حال قرار گرفتن بر نظام جدید ثبت سفارش بر اساس ایران کد است.

غلامزاده همچنین با اشاره به عملکرد مرکز ملی شماره‌گذاری کد و خدمات ایران از سال گذشته تاکنون گفت: زیر پوشش درآمد ۱۸ گروه کالایی بزرگ در ایران کد، توافق با مرکز ملی فروش برای پوشش فرش دستباف، ایجاد دفاتر نمایندگی در سراسر کشور و آماده شدن زبان انگلیسی تا یک ماه آینده به عنوان زبان دوم ایران کد برای پوشش صادرات از جمله اقدامات صورت گرفته است.

وی افزود: همچنین زیر پوشش در آمدن گروه قطعات خودرو و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور، برگزاری همایش بزرگ ایران کد با حضور مقامات بلندپایه کشوری و افزایش سرعت در پوشش سایر گروه‌های کالایی در برنامه‌های آینده نزدیک این مرکز قرار دارد.

غلامزاده همچنین به افتتاح قریب‌الوقوع "نقطه رسانه‌ای ایران کد" اشاره کرد و از آن به عنوان یکی از گام‌های مهم در راستای اطلاع‌رسانی قوی و گسترده درباره بزرگترین زیرساخت اطلاعات تجاری کشور نام برد که از طریق پرتال اطلاع‌رسانی ملی کالا (www.IRANCODE.ir) قابل دسترسی است.

هشدار دانشگاه علوم پزشکی گیلان درباره خرید محصولات بهداشتی خارجی بدون برچسب فارسی

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان گیلان در اطلاعیه‌ای نسب به خرید محصولات آرایشی و بهداشتی خارجی بدون برچسب فارسی نویس هشدار داد.

در این اطلاعیه که نسخه‌ای از آن روز سه شنبه در اختیار خبرگزاری ایرنا، قرار گرفته، آمده است: عرضه محصولات آرایشی و بهداشتی خارجی بدون برچسب فارسی غیرمجاز بوده و بسیاری از آنها تقلبی هستند. در این اطلاعیه افزوده شده: در هنگام خرید محصولات آرایشی و بهداشتی حتماً بایستی به تاریخ تولید، انقضاء، پروانه ساخت یا مجوز بهداشتی ورود کالا توجه شود.

در این اطلاعیه آمده است: هیچ محصول غذایی یا آرایشی و بهداشتی بدون پروانه ساخت از وزارت بهداشت و درمان اجازه تولید و بسته‌بندی و عرضه به بازار را ندارد.

تجدیدنظر در تدوین استاندارد پودرهای شوینده

استاندارد ویژگی‌ها و روش‌های آزمون پودرهای شوینده مخصوص مصارف عمومی با کف زیاد مورد تجدیدنظر قرار گرفت. این تصمیم در نشست کمیته ملی شیمیایی و پلیمر اتخاذ شد.

مدیرکل تدوین استاندارد این موسسه گفت: این استاندارد نخستین بار در سال ۵۴ تهیه شده و برای پنجمین بار است که مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرد. "عبدالرحمن پورحبیبی افزود: هدف از تدوین این استاندارد تعیین ویژگی‌ها، نمونه‌برداری، روش‌های آزمون، بسته‌بندی و نشانه‌گذاری پودرهای شوینده ویژه مصارف عمومی است.

وی تصریح کرد: این استاندارد برای پودرهای صابون که حداکثر مواد فعال در سطح آنها صابون است، کاربرد ندارد.

وی از تجدیدنظر استاندارد پودرهای شوینده مخصوص ماشین لباسشویی با کف کم خبر داد و اظهار داشت: این استاندارد نخستین بار در سال ۱۳۶۲ تهیه و براساس پیشنهادی رسیده برای پنجمین بار مورد تجدیدنظر قرار گرفت.

فرصت برای صنعت بسته‌بندی ایران؛ ممنوعیت ورود مواد غذایی باز عراقی به اردن

وزارت بهداشت اردن اعلام کرد که ورود هرگونه مواد غذایی روباز از مرز "الکرانه" با عراق به علت احتمال شیوع وبا ممنوع است.

به گزارش ایرنا از امان، تمام مواد غذایی ورودی از مرز عراق باید در بسته‌بندی مخصوص بوده و نکات بهداشتی رعایت شده باشند.

براساس این بیانیه، بازرسی‌های بهداشتی درباره افراد ورودی نیز اعمال می‌شود. طبق این بیانیه، هیچ موردی از بیماری وبا تاکنون در اردن یافت نشده است. این درحالی است که اردن پیشتر گفته بود هرگونه مواد غذایی ورودی از عراق چه همراه مسافر و چه بسته‌های وارداتی ممنوع است.

مدیر نمایشگاه نان، شیرینی و شکلات: به دلیل استقبال متقاضیان مساحت نمایشگاه امسال را افزایش دادیم

به خاطر استقبال خوب متقاضیان و دست‌اندرکاران صنعت شیرینی و شکلات، نمایشگاه امسال را نسبت به سال گذشته از نظر متراژ، ۳ هزار مترمربع افزایش داده‌ایم.

جمشید مغازه‌ای، قائم مقام انجمن و مدیر نمایشگاه بین‌المللی نان، شیرینی و شکلات، ضمن بیان این مطلب به خبرنگار صنعت بسته‌بندی گفت: نمایشگاه امسال با حضور ۲۱۵ شرکت داخلی و ۳۹ شرکت خارجی با فضای ۱۷ هزار مترمربع برگزار خواهد شد.

وی افزود: حدود ۹۸ درصد فضای نمایشگاه به متقاضیان واگذار شده و حدود ۲۵۰ مترمربع برای شرکت‌کنندگان خارجی باقی مانده که طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده به آنها واگذار می‌شود.

مغازه‌ای گفت: نمایشگاه امسال نیز همانند سال‌های گذشته ۲۵-۲۲ مهرماه سال جاری و با حضور وزیر صنایع و معادن برگزار خواهد شد و این در حالی است که دو روز اول به صورت تخصصی و دو روز بعد به صورت عمومی می‌باشد.

وی اظهار داشت: در نمایشگاه امسال، ضمن دعوت از تجار و بازرگانان مختلف دنیا، اتاق‌های مشترک ایران و آلمان، ایران و ایتالیا (که دارای تکنولوژی روز دنیا در زمینه تولید ماشین‌آلات و مواد اولیه هستند)، ایران و آفریقا و شورای همکاری کشورهای اسلامی، سعی در بالابردن کیفیت و کمیت نمایشگاه نسبت به سال‌های گذشته داشته‌ایم. مغازه‌ای تصریح کرد: با توجه به این که نمایشگاه شیرینی و شکلات از جمله نمایشگاه‌های برتر کشور است سعی کرده‌ایم نمایشگاه هر سال نسبت به سال گذشته متفاوت باشد به طوری که ارتقای کیفیت و کمیت آن برای تمامی افراد محسوس باشد.

برگزاری سمینارهای تخصصی در کنار برگزاری نمایشگاه نیز از اهداف ماست هر چند انجمن، در طول سال ۵-۴ سمینار برای تبادل اطلاعات و صادرات بیشتر برگزار می‌کند.

وی افزود: صادرات صنعت شیرینی و شکلات در سال ۸۱ بیش از ۱۰۰ میلیون دلار بوده که این میزان در سال ۸۵ به ۲۳۰ میلیون دلار رشد داشته و پیش‌بینی می‌شود این مقدار به ۵۰۰ میلیون دلار در آینده افزایش یابد.

قائم مقام انجمن نان، شیرینی و شکلات در مورد واردات این نوع محصولات گفت: ما واردات شیرینی و شکلات به صورت رسمی نداریم و یکی از دلایل آن تعرفه بالای واردات برای حمایت از این صنعت است.

مغازه‌ای در پایان افزود: با وجود اختصاص فضای مربوطه به صاحبان دست‌اندرکاران این صنعت هنوز هم افراد متقاضی جهت دریافت فضا مراجعه می‌کنند ولی با توجه به این که شرکت‌های داخلی تقاضای فضای بیشتری را نسبت به سال گذشته داشته‌اند فضای خالی وجود ندارد و ظرفیت مربوطه کامل است.

نمونه‌برداری از کالاهای صادراتی مشمول مقررات استاندارد اجباری الزامی است

رفاه: بخشنامه گمرک ایران در خصوص لزوم نمونه‌برداری کالاهای صادراتی مشمول مقررات استاندارد اجباری اعلام شد.
دفتر صادرات گمرک ایران طی بخشنامه‌ای اعلام کرد: نظر به مشکلات عدیده به وجود آمده در بازبینی و بررسی‌های صورت پذیرفته بر روی اظهارنامه‌های صادراتی کالا و در راستای ممانعت از صدور کالاهای غیر استاندارد با سوء استفاده از گواهی‌های کاربرد علامت استاندارد اعلام می‌دارد: در مواردی که کالاهای صادراتی مشمول مقررات استاندارد اجباری باشند پروانه معتبر کاربرد علامت استاندارد تنها در صورتی که توسط تولیدکننده‌ای که اقدام به صدور محصولات تولیدی خود می‌نماید ارائه شده باشد قابل قبول می‌باشد و در مواردی که کالاهای صادراتی مشمول مقررات فوق‌الذکر توسط اشخاص (حقیقی یا حقوقی) غیر از تولیدکننده جهت صدور در گمرک اظهار می‌گردند و با توجه به ماهیت و نوع کالا، امکان احراز صحت و سقم علامت استاندارد درج شده بر روی کالا و یا لفاف آن امکان‌پذیر نباشد الزاماً باید از کالا نمونه‌برداری به عمل آمده و نمونه کالا جهت اخذ نظریه آزمایشگاه موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران ارسال گردد. ضمناً خواهشمند است نسبت به ابلاغ این بخشنامه به گمرکات تابعه اقدام نمایند.

تانکرهای پلاستیکی؛ شگردی تازه برای قاچاق گازوئیل

مهر - تازه‌ترین شگرد قاچاقچیان سوخت برای قاچاق گازوئیل به وسیله "تانکرهای پلاستیکی" شناسایی شد.

به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، قاچاقچیان پس از ذخیره‌سازی گازوئیل در تانکرهای پلاستیکی بزرگ، آنها را در دریا رها می‌کنند.

تانکرها پس از رهاسازی در دریا، شبانه به لنج‌ها و قایق‌ها بسته شده و پس از تخلیه در محل مناسب به بنادر کشورهای عربی قاچاق می‌شود.

نیروهای انتظامی شادگان و بندرماهشهر به محض اطلاع از این موضوع در یک عملیات ویژه پس از توقیف شش قایق به این منظور، ده‌ها هزار لیتر گازوئیل قاچاق را کشف و ضبط کردند.

بنا به اظهارات مسئولین محلی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در استان خوزستان، این تانکرها از روکش برنزیت ساخته و داخل آن با پلاستیک‌های مخصوص نفوذناپذیر شده و هرکدام، بسته به اندازه خود بین ۳۵ تا ۴۵ هزار لیتر گازوئیل را در خود جای می‌دهد.



PACKAGING INDUSTRIES
DOYYPACK - FLAT - CATRONING - PALLET - FILLING - LABELING
STRETCH - FLOWRAP - THERMOFORMING - SHRINK - VERTICAL

ارائه دهنده انواع ماشین آلات بسته بندی برای تمامی محصولات





بسته بندی Flat و Doy Pack

- تغییر حجم از ۱۴۴ تا ۳۰۰۰۴
- تغییر عرض از ۳۰mm تا ۳۶۰mm
- تغییر طول از ۳۰mm تا ۳۰۰mm
- تغییر وزن از ۰.۱gr تا ۱۵۰۰gr
- نسب انواع فیلام و توزین
- نسب میکرو ب زدا و اطلاق گاز
- شکل دهی و فرم دهی متنوع بسته
- قرار دادن زیپ، دریوش (Cap) و نی در داخل بسته
- اپراتوری آسان و تشخیص به موقع اشکالات و اعلام به اپراتور
- میزان خطا بسته به شرایط به طور نرمال کمتر از ۱٪
- استفاده از قطعات با استاندارد CE اروپا







بسته بندی انواع مواد خوراکی (گوشتی، پروتئینی، سبزیجات تازه، میوه، ...)
و غیر خوراکی (پزشکی، بهداشتی، صنعتی، ...) به روشهای متنوع و نوین
Stretch wrap, Horizontal Flowrap, Thermoform, Shrink wrap, Vertical wrap, Blister



website: <http://www.izkco.com> e-mail: info@izkco.com
تلفن و فکس: ۰۲۱) ۶۶۴۲۴۲۷۹

کنفرانس بین المللی برند آذرماه برگزار می شود.

سرمایه: کنفرانس بین المللی برند (نام تجاری)، روزهای ۲۷ و ۲۸ آذرماه سال جاری در محل مرکز همایش های صدا و سیما در تهران برگزار می شود.

برند، نام، واژه، علامت، نشان، طرح و یا ترکیبی از آنهاست که معرف شرکت، کالاها و خدمات بوده و آنها را نسبت به رقبایشان متمایز می کند. در واقع برند حاوی یک وعده از جانب شرکت است که انتظار مصرف کننده را از محصول برآورده می کند و موجب وفاداری میان مشتری و سازمان می شود و اثربخشی تبلیغات رقبا را بر او کاهش می دهد. به گفته دبیرخانه کنفرانس بین المللی برند، محورهای ملی این کنفرانس شامل «چالش های برندهای ایرانی برای حضور در عرصه جهانی»، «نقش برندسازی در قالب کنسرسیوم جهت توسعه صادرات» و «نقش قوانین و مقررات در پیشبرد برندهای ایرانی» خواهد بود ضمن آن که در بخش محورهای تجاری به بررسی موارد زیر خواهد پرداخت:

- جایگاه مدیران برند در ساختار سازمانی بنگاه های پیشرو
 - جایگاه و نقش برندهای سازمانی و برند محصولات تجاری در ایران
 - استراتژی ها و تکنیک های برندسازی
 - تاثیر و سهم ارتباطات سازمانی و تبلیغات در برندسازی
 - نقش برندسازی در توسعه تجاری سازمان ها
 - روش های ارزیابی و رتبه بندی برندها
 - موردکاوی برندهای موفق (ملی و بین المللی)
- علاقه مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می توانند به نشانی اینترنتی www.brandconference.ir مراجعه کنند.

اختصاصی پیش از ۱۶۱ میلیارد ریال سرمایه به بخش فراوری و بسته بندی استان مرکزی

از ابتدای سال جاری تاکنون ۱۶۱ میلیارد و ۵۳۳ میلیون ریال سرمایه گذاری برای بسته بندی مواد غذایی و فراوری محصولات خام کشاورزی اختصاص یافته است.

رحیمی، مدیر صنایع روستایی سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی ضمن بیان این مطلب به خبرنگار صنعت بسته بندی گفت: در این مدت ۴۳ فقره مجوز تاسیس واحدهای مذکور صادر شده که با راه اندازی این واحدها زمینه اشتغال ۶۱۴ نفر فراهم خواهد شد.

وی افزود: از این تعداد ۲ طرح با سرمایه گذاری ۱۲ میلیارد و ۷۳۸ میلیون ریال و اشتغال زایی ۲۵ نفر در زمینه تولید و فرآورده های لبنی، خوراک دام و طیور به مرحله بهره برداری رسیده است.

رحیمی ادامه داد: ظرفیت فراوری دو واحد مذکور سالانه ۴۴ هزار تن می باشد.

این محصول نخستین نمونه از فیلم های MAP غیر قابل نفوذ بود. جنس این پاکت از poly/nylon است که برای بسته بندی دسته گسترده ای از غذاها مورد استفاده قرار می گیرد.

بسته بندی حمل ایمن غلتک ها



حمل کننده و نگهدارنده غلتک برای جابه جایی رول ها تحت نام Roller Handler The به بازار آمده است که حمل رول های تکی و چندتایی را با یک بسته بندی قابل حمل آسان و ایمن می کند. ویژگی به

خصوص آن در دیواره پشتی و قفل های داخلی است که متشکل از ریل های تخته ای می باشد و باعث ایجاد بسته بندی بادوام برای حمل غلتک ها در مسافت های طولانی شده است.

غلتک ها به وسیله درپوش های قرار گرفته در بسته بندی، پشت به پشت یکدیگر و به صورت معلق قرار گرفته اند. شکاف های از پیش تعبیه شده در انتهای ریل ها پذیرای تسمه های پلاستیکی و فلزی هستند که از برخورد ریل ها به یکدیگر جلوگیری می کنند.

اطلاعات تکمیلی در: badgerplug.com



ماشین چاپ گراور برای مقوا

ماشین چاپ گراور Delta Lumatic از فرآیند درون خطی استفاده می کند تا رول های مقوایی را قادر سازد که در فرآیندهای چندتایی به راحتی چاپ پذیر باشند. مقوا می تواند با یک شیتر برای کاربردهای با ارزش افزوده بالا در مراحل بعدی مانند فویل کوبی داغ و دای - کات چرخشی یا برگشت های مرسوم در کارتن های با اندازه های استاندارد آماده شود.

اخبار خارجی



فیلم فوق شفاف

Amcors Flexibles Baricoll اخیرا درب غیر قابل نفوذ با نام FL 45 Baripet را برای ظروف نازک از جنس آلومینیوم فویل تولید کرده است. فیلم که روکش اکستروژن شده از جنس PET و ترکیبی از رزین ها (شامل EVOH) با ضخامت ۴۵ میکرون و شفافیت بسیار بالا ساخته شده است. در ساخت ظروف از Baripet FL 45 قابل بازیافت استفاده شده است که مناسب برای بسته بندی گوشت، ماهی، غذاهای آماده و سبزیجات هستند.

پاکت برای بسته بندی MAP

پاکت نایلونی غیر قابل نفوذ باعث گسترش یافتن حیطه بسته بندی های



با اتمسفر اصلاح شده (MAP) برای Next Generation شده است. این فیلم در حالی روانه بازار شده است که Engineered Films در حال بازاریابی برای فروش فیلم های تنفسی MAP تولید این شرکت بود.



قابلیت AniCAM
اندازه‌گیری تعداد
سلول‌های آنیلوکس،
شمارش خطوط و
ارزیابی عمق سلول‌ها
را دارا می‌باشد.
همچنین FlexoCAM

می‌تواند اندازه نقاط را بر روی فیلم یا ماسک‌ها، پلیت‌های چاپی و کپی‌های چاپی را نیز اندازه‌گیری کند. تصاویر 3D در نقاط فلکسو را نیز می‌توان برای تعیین شکل و برجستگی‌شان به این دستگاه سپرد.

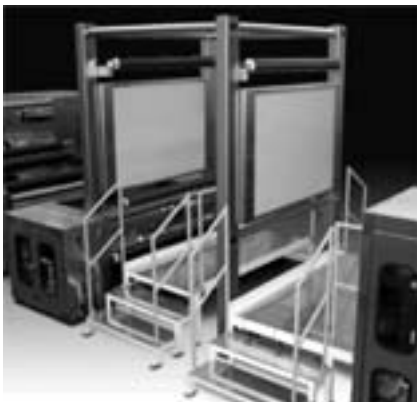
اطلاعات تکمیلی در: providentgrp.com

برش‌زن با دقت و سرعت بالاتر



سیستم برش
جدید ترکیبی از
آخرین فن‌آوری‌ها در
این بخش است که
باعث افزایش سرعت،
دقت و بالارفتن
اطمینان در
سیستم‌های فعلی شده
است. بنا به گزارش‌ها
کمتر شدن بخش‌های
متحرک باعث کاهش
پیچیدگی و دفعات تعمیر دستگاه شده است.

جعبه‌های نورانی برای بازرسی بهتر



جعبه‌های مجهز
به نور فلورسنت نور را
به هر دو سطح وب در
شرایط اتاق پاک
می‌تاباند. این
تجهیزات به گونه‌ای
طراحی شده‌اند که
بتوانند از لامپ‌های
LEB برای روشن کردن
و بازرسی بخش
جلویی همراه با نور
پشتی متصاعد شده از پشت جعبه به طور هم‌زمان استفاده کنند.

اطلاعات تکمیلی در: neweraconverting.com

شرکت مدعی است که حداقل تغییر در رنگ‌های چاپ شده ایجاد خواهد شد و قابلیت تکرار چاپ بسیار خوبی وجود دارد. همچنین قابلیت چاپ با مرکب‌های متالیک - پایه آب و حلال، روکش‌های یووی و جلا نیز امکان‌پذیر خواهد بود. اطلاعات تکمیلی در: bolbstgroup.com

راهنما و آموزش در بحث وب



شرکت برنامه‌های
آموزشی در خصوص
طراحی الکترونیک
برای درک بهتر
تکنیک‌های
یکپارچگی وب را به
صورت on-line در
اختیار علاقمندان قرار
داده است. این
قالب‌ها، که شامل

نمونه‌های دیداری از اصول اساسی در بحث وب می‌شود، حرکت و نحوه به هم پیوستگی وب‌ها را نشان می‌دهد. اطلاعات تکمیلی در: fife.com

پالت با عمر طولانی



پالت‌های قدرتمند می‌توانند در شرایط خاص کارخانه‌ای تا ده سال قابل استفاده باشند. این پالت‌ها که تمیز، ایمن و سبک هستند مناسب برای عملیات‌های مختلف چاپی و در اندازه‌های مختلف تولید می‌شوند. اطلاعات تکمیلی در: pallets.com

دستگاه سنجش و بازرسی نقاط چاپی

دستگاه قابل حمل بازرسی پیش از چاپ و رول‌های آنیلوکس که برای استفاده آسان طراحی شده است با نام Troika Flexo CAM and AniCAM به بازار آمد.

تبدیل ضایعات به آجر

ماشین WastePAC DenSifier به طور خودکار فیلم پلاستیکی، فویل، کاغذ روکش دار و سایر مواد زائد را به آجرهای سخت به قطر ۴ اینچ



و تا طول ۸ فوت تبدیل می‌کند. این ماشین هم مواد اولیه تمیز و هم مصرف شده را با درجه فشرده‌سازی ۱:۴۰ و دور ۲۴/۷ تبدیل به بلوک‌های فشرده

می‌کند. اطلاعات تکمیلی در: airconvey.com

برش‌زن و رول جمع‌کن با سرعت بالا

Dual Spindle Slitter Rewinder (برش‌زن و رول جمع‌کن دو هسته‌ای) با سرعت



بالا که مناسب برای برش‌زنی و جمع‌کنی فیلم‌های پلاستیکی، کاغذی و لمینیت‌ها توسط BIMEC ساخته شد.

غلطک بر روی یک رول جمع‌کن بدون شافت در کناره‌های ماشین قرار گرفته است. کنترل خودکار و قابل برنامه‌ریزی برای میزان کشش در هر دو حالت بازکردن و بستن رول وجود دارد. صفحه لمسی نیز برای برنامه‌ریزی اطلاعات و عملکرد دستگاه تعبیه شده است.

کاهش شکل ضایعات گوشت با بسته‌بندی جدید



قابلیت به اشتراک گذاشتن تصاویر



سیستم بازرسی ویدئویی Re دارای حسگر CMOS با رزولوشن ۳ میلیون پیکسل و عمق رنگ ۲۴ بیت است و می‌تواند تا ۸۰ تصویر (۸ تصویر در یک زمینه و ۱۰ تصویر در زمینه‌های

مختلف) را ثبت و ذخیره کند. همچنین این قابلیت را داراست تا به شبکه وصل شود و تصاویر را مبادله کند. توانایی زوم تا ۲۰× را نیز دارا می‌باشد.

اطلاعات تکمیلی در: doubleusa.com

حسگر برای تعیین غلظت



حسگر تعیین غلظت و چسبندگی با نام MXBO برای کار با چسب‌های پایه آب و حلال، روکش‌ها و مرکب‌ها به کار گرفته می‌شود.

حسگر که در محفظه‌ای شبیه بشکه قرار گرفته است از روش "time-of-fall" برای اندازه‌گیری غلظت از CPS ۰/۱-۱۰۰/۰۰۰ استفاده می‌کند.

حسگر به گفته شرکت تولیدکننده آن

در شرایط مواجهه با ترکیبات غلیظ نیز دچار اشکال نمی‌شود و می‌تواند تحت فشار اتمسفریک کار کند. اطلاعات تکمیلی در: viscosity.com

لیبل اسلیو با چاپ هشت رنگ

شرکت Mailway Packaging Solutions اخیرا با چالشی مواجه بود تا بتواند برای بطری‌های Powerade شرینگ اسلیو ۲/۵m را در زمان ۸ هفته برای Coca-Cola Enterprise آماده کند.

Steve Whitehouse مدیر بخش بازرگانی Mailway می‌گوید: "برش و شکل بطری به خصوص قسمتی که برای گرفتن راحت‌تر آن در دست



طراحی شده بود کار را برای نصب تمیز و دقیق لیبل بسیار مشکل می‌کرد. "کار با تولیدکننده لیبل اسلیو Sleeveos استفاده از اپلیکاتور اسلیو با نام RV54 Graham با دو تونل بخار موضوع نصب چنین شرینگ‌های لوکسی از جنس PET را آسان‌تر ساخت. اسلیوها همگی با چاپ هشت رنگ در ماشین چاپ گراور عرضه شدند.

بسته‌بندی جدید قابل تجزیه برای گوشت که از سلولز طبیعی و قابل استفاده مجدد تولید شده است توسط شرکت Siran به بازار آمد.

شرکت سازنده مدعی است که این نوع بسته‌بندی باعث افزایش طول عمر محصول خواهد شد. شرکت‌های فروشنده گوشت همواره از تغییر رنگ زود هنگام گوشت‌هایشان گله داشتند اما با این نوع بسته‌بندی تا ۸ درصد از میزان ضایعات کاسته شده است.

هزینه اضافی که بابت بسته‌بندی پرداخت می‌شود با صرفه‌جویی که در کاهش ضایعات محصول انجام می‌پذیرد جبران می‌شود. Balderson Simon می‌افزاید: "این نوع بسته‌بندی در کاهش ضایعات محصول و همچنین کاهش به کارگیری مواد اولیه موفق‌تر از نمونه‌های مشابه معرفی شده به بازار طی امسال بودند." اطلاعات تکمیلی در: sirane.co.uk

اولین درب با نمایشگر دستکاری شدن

O-Closure & Specialty Products چیزی را روانه بازار کرد که می‌توان آن را نخستین درب نمایشگر دستکاری شدن با قطر ۷۰ میلی‌متر و قالب فشرده نام گذارد.

EasySeal HT که در حال حاضر در آمریکا تولید می‌شود به زودی در سایر نقاط نیز عرضه خواهد شد و مناسب برای محصولات با درجه حرارت بالا است که به طور سنتی از درب‌های فلزی یا کامپوزیت پلاستیکی که با قالب‌گیری تزریقی هم تولید می‌شوند برای آنها به کار گرفته می‌شود و یا حتی از درب‌های قالب‌گیری تزریقی شده با غلاف سیل آلومینیومی یا نوار شرینگ.

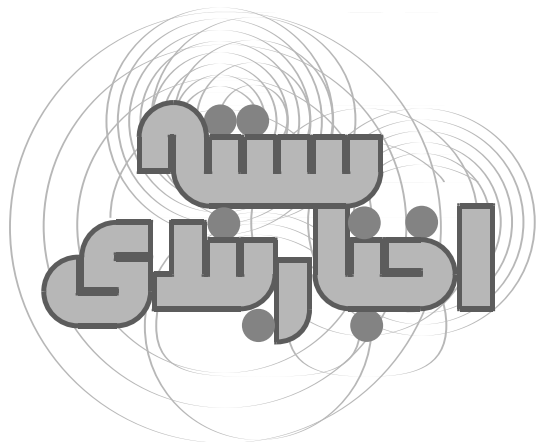
جایزه برای دریافت زباله

صاحب‌خانه‌های انگلیسی که زباله‌های خود را بازیافت می‌کنند به زودی تحت پوشش جوایز مالی برنامه بازیافت قرار می‌گیرند. این تنها یکی از برنامه‌های انبوه دولت انگلستان در برنامه ضایعات ۲۰۰۷ است که توسط کارمند عالی رتبه وزارت محیط زیست این کشور David Milliband اعلام شده است. Milliband گفته است که علاوه بر این پیشنهادهای تشویقی، دولت باید ممنوعیت‌هایی که بر سر اعطای جوایز حمایتی در بازیافت وجود دارد را نیز لغو کند. سایر پیشنهادهای را که در استراتژی‌های بلندمدت در بخش بسته‌بندی می‌توان ابراز داشت به قرار زیر هستند:

- ایجاد مسئولیت‌پذیری بیشتر در تجارت برای اثربخشی که محصولات و عملیات‌های آنها بر محیط زیست می‌گذارد به عنوان مثال تلاش برای کاهش مصرف بسته‌بندی و هدف‌های بالاتر برای بازیافت آن.
- ثبت و تاسیس بخش محصولات و مواد اولیه در جهت ارزیابی چرخه تولید و توزیع برای ارتقاء کارکرد محصولات در طی چرخه حیاتشان.
- ایجاد جوایز تشویقی و پشتیبانی‌های بیشتر برای اشخاص و تجار مختلف برای بازیافت ضایعات به گونه‌ای که بتواند ضایعات خانگی را تا سال ۲۰۱۰، ۴۰ درصد و تا سال ۲۰۲۰، ۵۰ درصد کاهش دهد.



بازکنی آسان درب از دیگر نکته‌های مورد توجه در طراحی این درب بود. Dallas Stiles مدیر بخش غذا و لبنیات این شرکت می‌گوید: "چنانچه از مصرف کنندگان بپرسید بزرگترین شکایت شما از بسته‌بندی‌های غذا با درب‌های گشاد چیست در پاسخ می‌گویند که اشکال در برداشتن درب‌هایشان. برداشتن درب جدید EasySeal HT با قطر ۷۰ میلی‌متر در آزمایش‌ها بسیار آسان‌تر از نمونه‌های مشابه با همین قطر بوده است." اطلاعات تکمیلی در: O-i.com



بسته‌بندی‌های پلیمری استاندارد ضد آب کنند. برای تطابق بیشتر، توزیع بهتر در سرتاسر فیلم‌های بیوپلیمری و از خود راندن مولکول‌های آب محققین وی با استفاده از مولکول‌هایی با نام chitosan که از پوسته سخت پوستانی مانند خرچنگ به دست می‌آید باعث بهبود عملکرد دانه‌های ریز خاک رس می‌شوند. اطلاعات تکمیلی در: sustainpack.com

نگرانی از تاثیر ذرات نانوبر بدن انسان

کمیته تعیین شده از سوی اتحادیه اروپا برای بررسی ذرات نانو لزوم بررسی بیشتر تاثیرات احتمالی این نوع مواد به کار رفته در محصولات و بسته‌بندی‌های آنها را بر محیط زیست و سلامت انسان یادآور شد. این کمیته که برای تعیین میزان ریسک تاثیر ذرات نانو به کار گرفته شده در جهت بهبود عملکرد مواد اولیه به خصوص در بحث بسته‌بندی تشکیل شده است خواستار بررسی فوری این موضوع شد. همچنین پیشنهاد شده است تا میزان اثرگذاری این مواد بر بدن انسان به ویژه خون و مغز نیز مورد ارزیابی قرار گیرد.

تحقیق برای تولید بسته‌بندی با نور ارگانیک

اتحادیه اروپا پروژه‌ای دیگر را نیز در دست اقدام دارد که مربوط به نوعی بسته‌بندی هوشمند می‌شود و بنای آن بر تجهیزات فرستنده نور ارگانیک (OLEDs) است که می‌توان پیغام‌هایی همچون "این شیر را نخورید، ترش شده است" را نمایش دهد. اطلاعات تکمیلی در: modecomeuproject.org

مهمترین نگرانی‌های مصرف‌کنندگان از تاثیرات زیست محیطی بسته‌بندی

بر پایه تحقیقی که توسط موسسه نظرسنجی ICM برای موسسه تولیدکنندگان بسته‌بندی‌های فلزی (MPMA) انجام شد مشخص شد که قابلیت بازیافت محصول و بسته‌بندی آن، درجه و میزان ضایعات پس از مصرف و میزان انرژی صرف شده برای تولید آن از مهمترین نکات برای مصرف‌کنندگان و خریداران محصولات غذایی بوده است.

از ۱۰۴۳ نفر بزرگسالی که مورد پرسش قرار گرفتند ۱۲ درصد در خصوص "سبد کالا"ی MPMA پاسخ دادند مسافتی که توسط کالا طی می‌شود از نکات بسیار مهم است.

۸۹ درصد از پاسخ دهندگان قابلیت بازیافت را مهمترین عامل در طرح green می‌دانستند که پس از آن ضایعات ۷۷ درصد پیش از دفن زباله با ۷۴ درصد قرار داشت. همچنین انرژی‌ای که برای تولید و بسته‌بندی محصول صرف می‌شود با ۶۸ درصد در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. Tony Woods مدیر MPMA می‌گوید: "این



• تاکید قوی بر جلوگیری از ایجاد ضایعات در بخش تجاری با کمترین مصرف کنندگان به عنوان مثال با بسته‌بندی کمتر. هدف جدید می‌تواند کاهش ۴۵ درصدی ضایعات خانگی که قابلیت بازیافت، استفاده مجدد یا کامپوست ندارند را تا سال ۲۰۲۰ سبب شود.

• برحسب تجزیه و تحلیل‌ها و مشاوره‌هایی که بعداً انجام خواهد شد از دفن ضایعات قابل بازیافت زیست سازگار جلوگیری شود.

• افزایش پلکانی مالیات بر دفن زباله تا پایان سال ۲۰۱۰ هر سال ۸ یورو

• کار با خرده‌فروشان برای توقف توزیع کیسه‌های تکی پلاستیکی برای عملی ساختن چنین پیشنهادهایی که شامل استانداردهای مناسب و عملی برای بسته‌بندی در کلاس‌های مختلف نیز می‌شود وزیر خبر تاسیس DEFRA-led Waste Strategy board را توسط دولت می‌دهد.

Dick Searle مدیر Packaging Federation اظهار امیدواری کرد که در وضع قوانین جدید در بحث ضایعات، این نوع مواد به عنوان مواد چندمنظوره در نظر گرفته شوند. او چنین افزود: "من نمی‌توانم مطمئن باشم که DEFRA پیشنهادی برش کافی را داشته باشد. چیزهای مهم‌تر از پرداختن به ضایعات خانگی نیز وجود دارند که باید بر روی آنها تمرکز کرد." Searle به کیفیت موادی می‌اندیشد که برای بازیافت انتخاب می‌شوند و معتقد است تاکید بیشتری باید در آینده بر روی آینده تاسیسات و کارخانه‌هایی که از ضایعات انرژی مجدد به دست می‌آورند بشود.

در نهایت وی بر این باور است که باید تاکید بیشتری بر بسته‌بندی و ضایعات آن داشته باشیم چرا که این مواد منابع بسیاری از آسیب‌های محیط زیستی هستند. Dick Searle می‌افزاید: "ضایعات بسته‌بندی تنها ۳ درصد از حجم زباله‌های دفن شده را به خود اختصاص خواهند داد چنانچه برنامه‌ای مناسب برای کاهش میزان مصرف بسته‌بندی وجود داشته باشد. بهترین حالت این است که استانداردهای لازم در تولید بسته‌بندی رعایت شود و تولیدکنندگان باید مطابق با نیازهای مصرف‌کنندگان کالا تولید کنند.

بهبود عملکرد فیلم‌های بسته‌بندی با استفاده از خاک رس

یکی از پروژه‌هایی که اتحادیه اروپا در دست دارد استفاده از آخرین فن‌آوری‌ها برای ارتقاء بسته‌بندی‌های غذایی تولید شده از فیبرهای طبیعی است که می‌توانند به عنوان جایگزین برای مواد اولیه پتروشیمی مانند پلیمرها باشند. پروفیسور Chris Breen از دانشگاه Sheffield Hallam و از اعضای پروژه EU Sustainpack می‌گوید که تیم او ذرات خاک رس در اندازه نانو را به فیلم‌های بیوپلیمری اضافه کرده‌اند تا آنها را مانند

راه اندازی کارخانه جدید Crown در اسپانیا

Crown Closures Europe کارخانه Crown Closures Europe را در اسپانیا برای پوشش دادن به بازار در حال رشد این کشور برای درب های فلزی راه اندازی کرد. پروژه شامل نصب ماشین آلات مدرن برای تولید محصولات جدید، ایمنی پرسنل و بالابردن بهره‌وری بوده است. این مجموعه که دارای ISO 9001:2000 در رعایت مسایل زیست محیطی می باشد دارای تجهیزات جدید مانند نقاله های ایزومتریک کاهش دهنده مصرف انرژی و سیستم چاپ UV بدون حلال برای کاهش تاثیرات مخرب بر محیط زیست است. Crown اولین کارخانه خود برای تولید درب های فلزی در اسپانیا را در سال ۱۹۶۱ تاسیس کرده بود.

استفاده از مقوا برای تولید جعبه CD

شرکت طراحی بسته بندی سوئدی با نام Stockholm-based آرزوهای بزرگی را برای جعبه های مقوایی سبک تر و زیباتر که به عنوان جایگزین جعبه های چندرسانه ای جواهر طراحی شده اند دارد.

از جعبه های JakeBox اخیراً آزمایشی موفقیت آمیزی برای حجم محدودی از CD و DVD های گروه موسیقی راک سوئدی با نام Ark به عمل آمد که علاوه بر ظاهر زیبا از کاغذهای ارزان تر حافظ محیط زیست در تهیه آن استفاده شده بود. ویژگی اصلی این بسته بندی گیره ای است که در درون قاب جای گرفته و CD یا DVD را نگه می دارد. درب فنی آن که با زاویه ۴۵



درجه باز می شود خروج آسان CD را امکان پذیر می سازد. در تولید این جعبه ها از مقوای G300_{g/m²} برای بخش بیرونی و 180_{g/m²} برای بخش درونی استفاده شده است.

دوره های آموزشی IOP

IOP: The Packaging Society، جزئیات برنامه دوره های آموزشی خود را اعلام کرد. مطابق با این برنامه دیپلم فن آوری بسته بندی پس از پایان دوره ها به دانشجویان اهدا خواهد شد که شامل درجات مختلفی از اطلاعات در خصوص بسته بندی و فرآیندهای بسته بندی می شود.

دوره های پایه ای بسته بندی برای مشاغلی هم چون پرسنل فنی، پرسنل بخش کنترل کیفیت، فروشندگان طراحان گرافیک، بازاریابان و خریداران بسته بندی برگزار می شود.

همچنین IOP دوره های کوتاهی در خصوص موضوعاتی هم چون چاپ بسته بندی، بسته بندی دارویی و استانداردهای فنی BRC/IOP را نیز در برنامه دارد.

نظرسنجی به روشنی نشان داد که چنان چه خرده فروشان سیستم های خوبی برای اندازه گیری و لیبل زنی داشته باشند تا خریداران بتوانند تاثیرات زیست محیطی محصولی که می خرند را ارزیابی کنند، موضوعات زیست محیطی مانند آن چه در بالا به آن ها اشاره شد دیگر در صدر نگرانی های آنان قرار نمی گیرد.

وی می افزاید: "وظیفه کنونی تولیدکنندگان و خرده فروشان همکاری برای طراحی یک سیستم واحد لیبل زنی است تا مصرف کنندگان بتوانند محصولی را که می خرند با ویژگی های ثابت و مورد نظرشان ارزیابی کنند. اهمیت این موضوعات غیر قابل سنجش است."

اطلاعات تکمیلی در: mpma.org.uk

لیبل های خنک نگهدارنده بطری

لیبل تنظیم کننده دما به گفته مخترع آن می تواند دمای نوشیدنی های درون قوطی و بطری حتی هنگامی که برای مدت های طولانی در دستان مصرف کنندگان قرار گرفته باشند را پایین نگه دارد.



این اختراع سال گذشته برای نخستین بار در آمریکا توسط Coors Brewing برای حجم محدودی از آبجوهای تولیدی این شرکت به کار گرفته شد. لیبل تولیدی Outlast با نام Cold Wrap دور تا دور ظرف را می پوشاند و عملیات چاپ روی آن نیز بسیار عالی بوده است.

نوشیدنی عرضه شده در قوطی یا بطری به خاطر کپسول هایی که در پشت لیبل (سمتی که به ظرف چسبیده است) با نام thermocules قرار دارد خنک نگه داشته می شود. ویژگی این کپسول ها جذب گرما و جلوگیری از گرم شدن نوشیدنی است. شرکت های تولیدکننده لیبل این کپسول ها را به صورت پودرهای مخصوص دریافت می کنند. سپس آنها را با چسب لیبل و در صورت نیاز با مرکب های چاپی مخلوط می کنند. در سیستم Coors کپسول های thermocules هم با چسب و هم با مرکب های سفید استفاده شده برای چاپ رشته کوه های بالای لیبل مخلوط می شود.

Outlast مدعی است که جزو پیشروان بازار در فن آوری temperature phase change (PCM) در طی دهه گذشته است. از این فن آوری امروزه در لباس های ورزشی و اسکی و همچنین تخت خواب و کفش نیز به کار گرفته می شود. این لیبل می تواند بر روی مواد مختلفی هم چون کاغذ، مقوا، شیشه و فلز نیز به کار گرفته شود. اطلاعات تکمیلی در: outlast.com

نستله اخبار علمی

مدیر بازاریابی شرکت نستله رونتری، معتقد است: «ما کالاهایی با این شهرت را صرفاً برای علاقه خودمان تغییر نمی‌دهیم. تحقیقاتی که انجام داده‌ایم نشان می‌دهد امروز کودکان آن قدر تحت تاثیر عوامل مختلف هستند که ما باید این نام تجاری و بسته‌بندی را برای آنها جلب و تازه نگه داریم.» وی می‌گوید: «ما قوطی‌های شش ضلعی را جایگزین قوطی‌های استوانه‌ای کردیم، زیرا لبه زیادی برای لمس کردن دارد. مادران نیز طراحی جدید را پسندیده‌اند، چون درش به آسانی باز نمی‌شود و اسمارتیزها روی زمین نمی‌ریزد.»

پوشش قابل چاپ جدید برای کاغذ و بسته بندی ها

سانا - شرکت Ciba ماده جدید را معرفی نموده است که با استفاده از آن می‌توان با کمک لیزر کم قدرت دی اکسید کربن بر روی کاغذ یا انواع بسته بندی‌ها علائم یا نوشته‌های لازم را چاپ نمود.

این ماده جدید که Pergamark® نامیده شده است، توسط تولید کنندگان کاغذ یا تبدیل‌کنندگان میانی در بستر اصلی جوهر یا پوشش رویی کاغذ اعمال می‌شود. این ماده نخستین ماده غیر پیگمنتی در بازار است که می‌تواند پوششی شفاف قبل از اعمال چاپ توسط لیزر بر روی سطح ایجاد نماید. هنگامی که این پوشش تحت تماس با لیزر قرار می‌گیرد، در مقایسه با انواع روش‌های دیگر مانند جوهرهای Inkjet یا گرمایی حتی بر روی سطوح پیچیده یا خمیده تصاویر پایدار و با وضوح بالاتری را ایجاد می‌نماید.

اطلاعات مختلفی مانند تاریخ مصرف، شماره سریال و یا آدرس را می‌تواند با این پوشش‌های جدید در مراحل ابتدایی بسته بندی و با سرعت بالا چاپ نمود. غیر سمی بودن، ملاحظات فرآیندی، عدم نیاز به جوهر و یا هرگونه حلال در فرآیند بسته بندی از دیگر مزایای این پوشش جدید است. Pergamark® در خطوط بسته بندی مواد غذایی و در تماس با این مواد نیز قابل استفاده است. امکان استفاده از لیزر دی اکسید کربن که لیزری ضعیف بوده و با مصرف انرژی کم، سطح قطعه را نیز دچار تخریب نمی‌کند از دیگر مزایای این ماده جدید است.

منبع: Ciba Specialty Chemicals

معرفی فرآیند اکستروژن مستقیم PET توسط شرکت Battenfeld

سانا - شرکت آلمانی Battenfeld Extrusionstechnik سیستم اکستروژن ورق تک ماریچه جدیدی را ارائه نموده است که ادعا می‌شود

همکاری استراتژیک Multivac و Ishida

دو شرکت پیشرو در بسته‌بندی جهان Multivac و Ishida همکاری استراتژیکی را آغاز کرده‌اند که در پایان منجر به ارائه خط بسته‌بندی با کیفیت عالی و مطابق با نیاز مشتریان شده است.

مطابق با این تفاهم‌نامه Multivac تجهیزات Ishida Quality Centre را با تولیدات خود شامل ترموفورم کننده‌ها، سیل‌کننده‌های سینی و لیبل‌زن‌ها با هم و تحت نام تجاری Multivac group در سرتاسر اروپا، خاورمیانه و آفریقا به فروش خواهد رساند.

Ishida نیز کماکان به فروش محصولات خود و راه‌کارهایش برای ایجاد خطوط بسته‌بندی در زمینه‌های اسنک، شیرینی جات، بیسکویت‌ها، انواع پرشتوک، غذاهای منجمد، سالادها، غذاهای آماده، غذاهای تازه و محصولات با ارزش افزوده در تمامی کشورهای EMEA خواهد پرداخت. در انگلستان، ایرلند، هلند، بلژیک و دانمارک Multivac به طور اختصاصی سیل‌کننده‌های سینی traysealers تولید Ishida برای بسته‌بندی انواع گوشت قرمز، ماهی و ماکیان را توزیع خواهد کرد.

و بالاخره در کروواسی، آلبانی، اسلونی، الجزایر، مراکش، تونس، سوئد، نروژ و فنلاند Multivac تمامی محصولات تولیدی Ishida را همراه با تولیدات خود به فروش خواهد رساند.

مدیرعامل Multivac آقای Boekstegers در مورد این همکاری چنین می‌گوید: «این همکاری منافع هر دو شرکت را در پی خواهد داشت و مهمتر از آن بالا رفتن سطح خدماتی است که به مشتریان عرضه خواهد شد.»

تغییر شکل قوطی‌های اسمارتیز برای بازاریابی

سرمایه: شرکت «نستله رونتری» در نظر دارد قوطی‌های استوانه‌ای اسمارتیز را که ۶۸ سال محبوبیت داشته‌اند، با بسته‌های شش ضلعی جایگزین کند. همچنین در طرح بسته‌بندی جدید این شرکت به جای در پلاستیکی برای قوطی‌های اسمارتیز از درهای مقوایی استفاده خواهد شد. «نستله رونتری» اعلام کرده است که این تغییرات را برای تازه و جالب ماندن این محصول قدیمی نزد کودکان و نوجوانان اعمال خواهد کرد. نیل دوراسی،



شده را به پمپ مذاب منتقل نموده که فشار لازم را برای عبور مذاب از دای اکسترودر ایجاد خواهد کرد.

در حال حاضر نخستین دستگاه از این ماشین‌ها چندین ماه است که در اروپا در حال کار است. این دستگاه ورق‌های ترموform شده PET را با استفاده از مواد A-PET نو و نیز پرک‌های تمیز بازیافت شده بطری‌ها با حداقل رطوبت ۳۰۰۰ ppm استفاده می‌نماید. منبع: Rubber News Plastics

لیوان‌های سمی

همشهری: یکی از بزرگترین شرکت‌های تولیدکننده خودرو در کشور ژاپن از مشتریان خود خواسته لیوان‌هایی را که در جریان برگزاری یک نمایشگاه خودرو در توکیو از این شرکت هدیه گرفته بودند، پس بدهند. یکی از همین مشتریان پس از آن که از این لیوان‌ها آب نوشید، به دلیل مسمومیت شدید، در بیمارستان بستری شد. در واقع جوهر آرمی که روی لیوان‌های چاپ شده بود، ۳ برابر میزان مجاز، حاوی مواد سمی بود. مسئولان این شرکت می‌گویند که این لیوانها دست کم به دست ۸۷ هزار مشتری رسیده و به همین دلیل از آنها خواسته‌اند لیوان‌ها را پس بفرستند. گفته می‌شود که این لیوان‌ها توسط یک کارخانه چینی تولید شده است.

می‌تواند پلی اتیلن ترفتالات (PET) را بدون نیاز به مرحله پیش خشک کردن فرآیند نماید؛ علاوه بر این که توانایی فرآیند نمودن PP و PS را نیز دارد.

این سیستم جدید برای شرکت‌هایی طراحی شده است که خطوط اکستروژن با خروجی ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ کیلوگرم در ساعت دارند. جذابیت این سیستم در ترکیب یک اکسترودر تک ماریپیچ با یک بخش گازگیر سیاره‌ای ویژه است.

به گفته Battenfeld میزان سرمایه مورد نیاز برای تهیه یکی از این خطوط تولید معادل قیمت یک اکسترودر تک ماریپیچ و یک خشک کن معمولی است. با وجود این، هزینه‌های تعمیرات و مصرف انرژی این سیستم جدید به طور قابل ملاحظه‌ای کمتر است.

سیستم چرخ دنده‌های سیاره‌ای پیش از این در فرآیند PVC مورد استفاده قرار گرفته بود. این فناوری از چندین دوک سیاره‌ای چرخ دنده‌ای استفاده می‌کند که بدور خود می‌چرخند و توسط یک دوک مرکزی به چرخش در می‌آیند. مذاب از داخل سوراخ‌های چرخ دنده‌ها عبور می‌کند؛ فرآیندی که به طور مداوم سطح تماسی مذاب را تغییر داده و شرایط را برای فرآیند گازگیری موثر تحت خلاء فراهم می‌آورد. ماریپیچ دوم، پلیمر رطوبت‌گیری



پارپت PART PET

تهران پارس، اتحاد، بلوار احسان، خیابان زمره، پلاک ۷، طبقه سوم، واحد ۵ تلفن: ۰۲۱-۷۷۳۲۵۴۰۹ - ۷۷۳۵۵۱۳۱ تلفکس: ۰۲۱-۷۷۳۴۲۲۷۴ www.part-pet.com info@part-pet.com



Fruit Logistica 2008 فرصتی مناسب برای ایران

شرکت‌ها و سازمان‌ها از هر جغرافیا و بخشی که در حوزه محصولات تازه فعالیت می‌کنند و نیز ارایه دهندگان خدمات - از شرکت‌های کوچک‌تر که در پی ایجاد تماس‌های جدید و آزمایش بازار هستند گرفته تا سازمان‌های بزرگ تجاری که خواهان تجارت با مشتریان بین‌المللی می‌باشند - جزو غرفه‌گذاران خواهند بود.

حضور در Fruit Logistica فایده دیگری نیز دارد و آن هم برگزاری کنفرانس‌های علمی و تجاری در خصوص آخرین تحولات صورت گرفته در بازار محصولات تازه است. Freshconex هم‌زمان و در کنار Logistica Fruit برگزار می‌شود که هر دو را می‌توان با یک بلیط بازدید کرد. Congress Freshconex به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده است که بتوان بزرگترین سمینارها را در زمینه محصولات تازه و قطعه شده را در آن مشاهده کرد.

گروه‌های هدف در Fruit Logistica

واردکنندگان	صادرکنندگان	پرورش دهندگان
کلی فروشان	توزیع کنندگان	خرده‌فروشان
تهیه کنندگان غذا	سازمان‌ها	موسسات
میوه‌های تازه	سبزیجات تازه	محصولات غیر بومی
میوه‌ها و دانه‌های خشک شده	گیاهان و ادویه‌جات دارویی	تولید ارگانیک
سیب‌زمینی‌ها		گل‌ها و گیاهان

بسته‌بندی	دسته‌بندی و جداسازی	حمل و نقل
سیستم‌های لجستیک		انبارداری
باز یافت و دفن	سیستم‌های کنترل کیفیت	
بازاریابی	تحقیق بازار	مشاوره مدیریتی
مطبوعات و رسانه‌ها	محصولات و سرویس‌های فنی	

آمار و ارقام

سوالی با این مفهوم از غرفه‌گذاران پرسیده شده است: "دستیابی به چه اهدافی رضایتمندی شما از شرکت در نمایشگاه را در پی خواهد داشت؟" پاسخ‌ها بر حسب درصد به شرح زیر بوده است:

- ۹۷/۱٪ معرفی موثر شرکت
- ۹۴/۹٪ ایجاد ارتباط قوی با خریداران
- ۸۶/۲٪ دستیابی به خریداران جدید
- ۹۴/۲٪ معرفی موثر محصولات جدید
- ۸۸/۸٪ دستیابی به اهداف تجاری از قبل پیش‌بینی شده

مایشگاه بین‌المللی Fruit Logistica که بزرگترین نمایشگاه در بخش میوه و سبزیجات و محصولات تازه است از ۸ تا ۱۲ فوریه سال ۲۰۰۸ برابر ۲۷ بهمن تا اول اسفند ۱۳۸۶ در برلین آلمان برگزار خواهد شد. ایران یکی از تولیدکنندگان بزرگ محصولات کشاورزی است. با این حال به دلیل نداشتن نقش مستقیم در تجارت میوه و محصولات کشاورزی جایگاه واقعی ایران به خوبی درک نشده است. نمایشگاه Fruit Logistica یکی از بهترین فرصتها برای حضور ایرانیان دست‌اندرکار کشاورزی است تا با واقعیت‌های بازار میوه در جهان آشنا شوند. نکته مهم این است که این نمایشگاه دقیقا به آن چیزی می‌پردازد که ایران در آن ضعف دارد.

لجستیک یا همان زنجیره تامین که شامل حمل و نقل و نگهداری است موضوع اصلی نمایشگاه Fruit Logistica می‌باشد. به نظر می‌آید از این پس باید ایرانیان زیادی اعم از دولتی و غیردولتی از این نمایشگاه بازدید کرده و یا در آن غرفه داشته باشند. از این رو ماهنامه صنعت بسته‌بندی برای حضور بیشتر و بهتر ایرانیان در این نمایشگاه برنامه‌هایی تدارک دیده که یکی از آنها قرار دادن ویژه‌نامه‌ای به زبان انگلیسی در غرفه مخصوص نشریات تخصصی در این نمایشگاه است. همچنین این ماهنامه در یک همکاری دوجانبه با اتاق بازرگانی و صنایع رسمی ایران و آلمان برای بازدید ایرانیان از نمایشگاه مذکور رایزنی‌هایی انجام داده است که به زودی اعلام خواهد شد. آن چه در پی می‌آید اطلاعاتی است که از طرف برگزارکننده نمایشگاه Fruit Logistica در اختیار ماهنامه صنعت بسته‌بندی قرار داده شده است.

Fruit Logistica 2008

این نمایشگاه امکانات بسیار خوبی را برای تماس با دست‌اندرکاران فعال در بخش میوه و سبزیجات ایجاد می‌کند. در نمایشگاه سال ۲۰۰۷ نزدیک به ۴۳ هزار نفر از ۱۲۰ کشور جهان به برلین آمدند و به مبادلات تجاری ۱۸۵۰ غرفه‌گذار پرداختند. بیش از ۹۰ درصد از بازدیدکنندگان دارای نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های مراکز مربوطه خود داشتند و ۷۸ درصد آنان دارای پست‌های بالا بودند.

هیچ رویداد دیگری در جهان به اندازه این نمایشگاه نمی‌تواند امکان تماس‌های بسیار زیاد مابین بازدیدکنندگان و غرفه‌گذاران را در این زمان محدود فراهم سازد.

نمایشگاه امسال در سه روز کاری ۹ تا ۶ بعدازظهر باز خواهد بود. برلین دارای جاذبه‌های مخصوص به خود است. این شهر دارای فرودگاهی بین‌المللی با امکان پرواز مستقیم به سرتاسر جهان و همچنین راه‌های ارتباطی مانند جاده و راه‌آهن است. همچنین امکانات اقامتی برای انواع سلیقه‌ها و توانایی مالی.



آمار حرفه‌ای از بازدیدکنندگان تجاری
 بیش از ۹۰ درصد از بازدیدکنندگان نمایشگاه ۲۰۰۷ افراد تعیین کننده
 یا دارای نقش تعیین کننده در تصمیم‌گیری‌ها بودند
 درجه نفوذ بر تصمیم‌گیری برای خرید: نقش تعیین کننده ۴۴/۴٪
 نقش تعیین کننده ۱۴/۱٪
 مسئولیت اشتراکی ۳۱/۷٪
 بازدیدکنندگان با مسئولیت خرید ۹۰/۲٪



Senior management 78.1 %



Visitors with purchasing responsibility 90.2 %

آمار بازدیدکنندگان از سر تا سر دنیا
 بیش از ۴۳ هزار نفر مسئولین بین‌المللی
 از نزدیک به ۱۲۰ کشور جهان
 از نمایشگاه سال ۲۰۰۷
 دیدن کردند



3rd International Exhibition for
 Plastics, Rubber & Packaging Industry

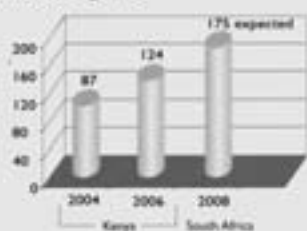
PlastPack Africa 2008

22 - 25 May 2008

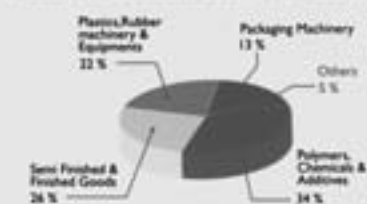
سومین نمایشگاه بین‌المللی PlastPack Africa 2008 از ۲۲ تا ۲۵
 می ۲۰۰۸ برابر با یکم تا چهارم خرداد ۱۳۸۷ در مرکز نمایشگاهی
 آفریقای جنوبی برگزار خواهد شد. این نمایشگاه در سال‌های ۲۰۰۴ و
 ۲۰۰۶ در کنیا برگزار و سومین دوره از آن در سال ۲۰۰۸ در کشور آفریقای

Exhibition Highlights

Exhibitors @ PPA



Visitor's Product interest - PPA 2006 (Kenya)



Visitors attendance - PPA 2006 (Kenya)



جنوبی برگزار خواهد
 شد. این نمایشگاه
 تخصصی تجاری و
 صنعتی در زمینه‌های
 صنایع پلاستیک،
 لاستیک و بسته‌بندی
 است که مناطق
 جنوب و شرق آفریقا
 را تحت پوشش قرار
 می‌دهد.

صنعت پلاستیک
 در آفریقای جنوبی
 گردش مالی در حدود
 ۱۰ میلیارد دارد. بر پایه
 آخرین اطلاعات ۵۰
 درصد از
 پلاستیک‌های تولید
 شده در صنعت
 بسته‌بندی مصرف
 می‌شوند.

۸۷/۷٪ ایجاد بستر مناسب برای بستن قراردادهای جدید
 ۸۷/۲٪ توقع داشتن تجارتي خوب پس از نمایشگاه
 ۸۵/۰٪ تحقیق برای یافتن تولیدکننده یا تامین کننده جدید
 میزان رضایت مندی

تحقیقات مستقل نشان داد که ۹۵ درصد از ۱۸۵۶ شرکت‌کننده در
 نمایشگاه سال ۲۰۰۷ به آن رتبه خوب و خیلی خوب دارند.

۹۵/۳٪ تاثیر کلی مثبت

۹۱/۷٪ نمایشگاه مطابق با انتظارات

۹۳/۹٪ تمایل به بازگشت در نمایشگاه سال ۲۰۰۸

آمار رضایت مندی بازدیدکنندگان نیز به قرار زیر بوده است:

۹۶/۰٪ تاثیر کلی مثبت

۹۶/۹٪ نمایشگاه مطابق با انتظارات

۹۱/۶٪ تمایل به بازگشت نمایشگاه در سال ۲۰۰۸

چیزی بیش از یک نمایشگاه تجاری

هم‌زمان با نمایشگاه، شما می‌توانید از سمینارهای گوناگون، جلسات
 خاص معرفی، جشن‌های غیر رسمی استفاده کنید. در Congress
 Freshconex جلسات علمی بسیاری در خصوص میوه‌ها و محصولات
 تازه و تکه شده برگزار خواهد شد.

FLIA 2008 جایزه خلاقیت

The FRUIT LOGISTICA Innovation Award-FLIA 2008

یکی از مهمترین جوایز در صنعت تولید
 محصولات تازه است. این جایزه هم‌زمان با
 Fruit Logistica برگزار می‌شود. برنده این مسابقه
 توسط بازدیدکنندگان انتخاب خواهد شد.



In the name of God
the Beneficent the merciful



Cover:

TOULIKA

The manufacturer of
Carton machinery, Flexo
from 1 to 4 Colours.

Office: No 5, Laleh street,
Kamalshahr police station, Karaj
to Qazvin Freeway, Tehran-IRAN

Tel: (+98-261) 4700967-4700965

SANAT BASTEBANDI

(Monthly Packaging magazine)

10th year, No.93, 2007

8000 Copies

Editor in cheif: **Reza Nouraei**
editor@iranpack.org

P.O.Box: 13145-1487 Tehran, Iran
Tel: +9821 77607963 - 77513341
Fax: +9821 77512899

Email: iranpack@iranpack.org
Web: www.iranpack.org

Writers:

Reza Nouraei

Soheil Chehrehei
soheil@iranpack.org

Arastoo Shahabi
shahabi@iranpack.org

Mustafa Imampour - Akram Ghodrat

Noushin Bayat - Azar Kahvae

Mohsen Ashjaari - Helia Arghand

Nazanin Zand - Hossein N. Houshmand

Fatemeh Solat - M. Nuoraie Ashtiani

Hoda Ghasemi

خریدار

خط تولید بسته بندی

- گرانول
- سبزیجات
- میوه خشک
- ادویه جات و متفرقه

تلفن: ۰۶-۸۸۹۲۷۲۹۵

همراه: ۰۹۱۲۱۴۹۵۱۶۹

هماپلاست

تولید و چاپ انواع کیسه نایلکس و

فریزر (میرصمد صفوی)

و (کیسه فریزر بسته بندی توتک)

تلفن: ۰۵-۶۶۸۱۰۰۲۴

خیابان شادآباد، خیابان هفده شهریور، خیابان

عبدالرحیمی، کوچه دوم، پلاک ۱۳

صنایع تولیدی مقدم (واحد شبنامه)

Isfahan Moghadam Co. (SHABNAM)

مجموعه کاملی از خدمات: طراحی و چاپ، لمینت بدون حلال و
باحلال، لمینت اکستروژن، برش دقیق، پاکت سازی (پاکت مرغی)
و دوبلکس مقوا

تولید فیلم های سه لایه پلی اتیلن و پلی آمید جهت بسته بندی شیر
و لبنیات، سوسیس و کالباس، گوشت، پنیر و غیره

تولید فیلم های چندلایه تخصصی جهت بسته بندی انواع مواد و
محصولات دارویی، شیمیایی، بهداشتی، غذایی و غیره

تولید فیلم پلی پروپیلن تا عرض ۱۰۲ سانتی متر و برش انواع فیلم با
دستگاه اسلایتر خارجی

تولید فیلم ترمو فرمینگ سرنگ و فیلم بسته بندی سس و کچاپ و
انواع ملحفه های یک بار مصرف بهداشتی و پزشکی

تلفاکس کارخانه: ۵۳۷۳۲۹۵ (۰۳۳۵) دفتر تهران: ۸۷۵۳۱۰۵ (۰۲۱)

تلفاکس دفتر اصفهان: ۶۲۴۴۶۲۲ (۰۳۱۱) همراه: ۳۲ و ۰۹۱۱۳۱۸۳۳۳۰

Email: info@moghadam.biz Website: www.moghadam.biz

ماهنامه صنعت بسته بندی
با همکاری نشر هیراد منتشر کرد

چهارمین کتاب صنعت و خدمات بسته بندی ایران

فهرست دست اندرکاران بسته بندی در ایران
حاصل دو سال تلاش پرسنل ماهنامه صنعت بسته بندی

۴۰۴ صفحه - ۷۰۰۰ تومان

