

<p>مشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه‌نگاری: www.smtnews.ir/about.html</p> <p>صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صنعت»</p> <p>مدیر مسئول: ناصر بزرگمهر</p> <p>تلفن: ۸۲۱۹۰ - شماره: ۸۸۷۲۲۳۲۰ - پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰ - پیامگیر صوتی: ۸۸۱۰۵۲۰۴ سازمان آگهی‌ها: ۳-۸۸۷۲۲۳۲۲ - شماره آگهی‌ها: ۸۸۱۰۹۷۳۳ امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۳۲۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۲۰۹ توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۳۱۱ نشانی: تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ کد پستی ۱۵۸۶۷۳۲۸۱</p> <p>روابط عمومی: pr@smtnews.ir آگهی: ads@smtnews.ir امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir چاپخانه: شرکت چاپ رواق روشن‌مهر</p> <p>www.sanatnewspaper.com http://t.me/sanatnewspaper</p> <p>عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی عضو انجمن مدیران رسانه عضو تعاونی مطبوعات</p>

یادداشت

غفلت از حقوق مصرف‌کننده در بسته‌بندی کالا



زینب عبیدی
روزنامه‌نگار

این در حالی است که صنعت بسته‌بندی کشور از زوایای مختلف دارای ضعف است. بسته‌بندی مناسب کالا یکی از حقوق مصرف‌کنندگان است که کمتر توجهی از سوی تولیدکنندگان و نهادهای نظارتی به آن می‌شود. حال آنکه بسته‌بندی هر محصولی به نوعی رابط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده است در صورتی که این ارتباط به درستی شکل نگرفته و اگر ارتباط برقرار نشود، تولیدکننده با ضعف فروش روبه‌رو می‌شود و مصرف‌کننده به خرید کالاهای وارداتی روی می‌آورد. شاید برخی وجود تاریخ مصرف و انقضای کالا در بسته‌بندی را برای رعایت حقوق مصرف‌کننده کافی بدانند در حالی که این موضوع از سایر زوایا قابل بررسی است. اطلاعات ناکافی روی بعضی بسته‌بندی‌های داخلی یکی از این حقوق مصرف‌کننده است که گاهی نادیده گرفته می‌شود. این اطلاعات فقط مربوط به نحوه مصرف کالا نیست بلکه باید تمام محتویات آن کالا برای مصرف‌کننده قابل مشاهده باشد و مصرف‌کننده را نسبت به محتوای داخل بسته، چگونگی استفاده از کالای بسته‌بندی شده، وزن، قیمت، کیفیت و تاریخ تولید آن، قانع نکرده است و به این ترتیب در نهایت سردرگمی، از خرید آن ماده مصرفی منصرف شده‌ایم.

اما این ماجرا به همین نقطه ختم نمی‌شود، گاهی اندازه و ابعاد نامتناسب و غیراستاندارد بعضی بسته‌بندی‌ها نیز معضل دیگری است که اگر مصرف‌کننده را از خرید آن منصرف می‌کند. به طوری که بسته‌بندی کالایی فقط برای جلب توجه مشتریان طراحی شده است و ظاهر زیبایی دارد اما جای‌دادن این بسته‌ها در یخچال، کابینت، کمد، کتو یا هر جای دیگر نامناسب است و مصرف‌کننده را برای جای‌دادن کالای مورد نظر خریداری‌شده در درون این لوازم، با دچار مشکل کرده است. در این زمینه نیز طراحی بسته‌بندی در نادیده گرفتن حقوق مصرف‌کننده بوده است. شاید این موارد گفته‌شده در ابتدا برای طراحان صنعت بسته‌بندی جزئی و پیش‌پاافتاده باشد. اما همین موارد در نهایت مصرف‌کننده را به سمت کالاهای وارداتی با بسته‌بندی‌های مناسب نیاز مصرف‌کننده سوق می‌دهد.

در این حالت کالاهای تولید داخل اگر از بهترین نوع باشد و قابل رقابت و مقایسه با نمونه وارداتی نباشد در مرحله انتخاب بسته از گردونه اقبال خارج می‌شود. در حقیقت معضل‌ها و خلأهای موجود در طراحی بسته‌ها و صنعت بسته‌بندی کشور باعث شده تا مصرف‌کنندگان بیش از اینکه نظرشان به خرید کالاهای داخلی جلب شود، کالاهای خارجی با بسته‌بندی‌های بهتر را ترجیح دهند چراکه حقوق مصرف‌کننده در تهیه بسته‌های مناسب برای کالای داخلی رعایت نشده است. برای رفع این مشکل باید برقراری ارتباط بسته‌بندی کالا با مصرف‌کننده مورد بررسی قرار گرفته باشد. بنابراین مخاطب و شیوه زندگی او باید شناسایی شود و مواردی که مخاطب از بسته‌بندی انتظار دارد مورد توجه قرار گیرد تا به واسطه آن، به نیازهای مورد نظر مصرف‌کننده، پاسخ مناسب داده شود.

از اینجایی که باز نمی‌شود!

بررسی «گسترش صنعت» از ضعف صنعت بسته‌بندی



عباسی: آیدان بریندی

گیرد تا به واسطه آن، به نیازهای مورد نظر مصرف‌کننده پاسخ مناسب داده شود. طراحی بسته‌بندی محصولات، از تغییر و تحول‌های عوامل محیطی متأثر است و این مسئله امروزه از سوی تولیدکنندگان کشورهای صنعتی برای افزایش قدرت رقابت، بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد.

محصولات در واحدهای صنعتی مجزا از واحد تولیدی محصول تهیه می‌شود. این کارشناس بسته‌بندی اضافه کرد: رول‌های بسته‌بندی در واحدهای بسته‌بندی تهیه شده سپس روی آن نوشته می‌شود که از این قسمت باز شود به واحدهای تولیدکننده محصول ارسال می‌شود. در این کارخانه‌ها دستگاه‌های پرکننده‌ای وجود دارد که به گزینه «آسان‌بازشو» مجهز است. اگر این گزینه روی دستگاه کار نکند یا اپراتور دستگاه روی عملکرد آن نظارت نداشته باشد در نهایت بسته‌های پر شده از محصول از قسمت آسان‌بازشو، باز نمی‌شود.

شیرمحمدی افزود: واحدهای صنعتی بسته‌بندی این رول‌ها را به درستی تهیه می‌کنند اما این رول‌ها در دستگاه‌های پرکن به نام «گیلا» در کارخانه‌های تولیدی قرار می‌گیرد که گاهی این دستگاه‌ها دارای نقص بوده، معیوب، قدیمی یا فرسوده است. بنابراین مصرف‌کننده نمی‌تواند از بسته‌بندی محصول به درستی استفاده کند.

این کارشناس صنعت بسته‌بندی ادامه داد: فناوری مورد استفاده در صنعت بسته‌بندی داخلی است و به ندرت از دستگاه‌های وارداتی استفاده می‌شود. **برقراری ارتباط با مصرف‌کننده** برخی از کارشناسان معتقدند که بسته‌بندی هر محصولی، گروه مخاطب مشخصی دارد. از این رو، باید بسته‌بندی برای آن گروه مخاطب، مناسب باشد و با آن، ارتباط برقرار کند.

برقراری این رابطه بین بسته‌بندی و مصرف‌کننده بر عهده طراحان است. باید برقراری ارتباط بسته‌بندی با مصرف‌کننده مورد بررسی قرار گرفته باشد، مخاطب و شیوه زندگی او شناسایی شود و مواردی که مخاطب از بسته‌بندی انتظار دارد مورد توجه قرار

زینب عبیدی
s.industrial@sanatnewspaper.com

بارها پیش آمده که بسته‌ساز تک‌نفره را در دست می‌گیرید و قصد دارید از آنجا که مشخص شده، آن را باز کنید اما موفق نشده‌اید یا اینکه پس از خرید بعضی مواد مصرفی تولید داخلی، برای باز کردن بسته‌بندی آن از جای علامت‌گذاری شده، بسیار تلاش کرده‌اید اما باز هم محصول از آن نقطه باز نشده است.

چه بسا چنین تلاشی به پاره شدن بسته، از هم پاشیدن و پخش شدن بخشی از مواد داخل آن بر زمین یا لباس شما منجر شده است. با این حال، «از اینجا باز کنید» که روی آن کالا نوشته شده همچنان بسته مانده است.

این در حالی است که توجه به بسته‌بندی کالا به اندازه کیفیت کالا ضروری است در این گزارش سعی شده تا عوامل ایجاد این مشکل در بسته‌بندی‌ها بررسی شود. به گفته کارشناسان، مورد اشاره‌شده فقط یک نمونه از معضل‌ها و خلأهای موجود در طراحی بسته‌ها و صنعت بسته‌بندی است؛ ایرادهایی که باعث شده مصرف‌کنندگان بیش از اینکه نظرشان به خرید کالاهای داخلی جلب شود، کالاهای خارجی با بسته‌بندی‌های بهتر را ترجیح دهند.

این در حالی است که بسته‌بندی کالا از فاکتورهای جذب‌کننده مشتری است بسته‌بندی‌ها از کالا حفاظت کرده و موجب رقابت یک کالا با محصولات مشابه می‌شوند، مخاطب را به سمت خود صدا می‌کنند و در او انگیزه ارتباط، خرید و مصرف به وجود می‌آورند.

به گفته فعالان نرخ هر دستگاه بسته‌بندی داخلی حدود ۴۰ تا ۶۰ میلیون تومان و نرخ هر دستگاه بسته‌بندی وارداتی حدود ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون تومان است. فعالان صنعتی معتقدند، بیشتر دستگاه‌های بسته‌بندی مورد استفاده در صنعت، داخلی و قدیمی است که به نوسازی نیاز دارد.



داود اکبری

بزرگترین مشکل صنعت بسته‌بندی ما این است که هنوز تولیدکننده نمی‌داند باید به مصرف‌کننده احترام بگذارد و باید مصرف‌کننده را بیشتر به محصولات خود وابسته‌کند. از همین رو است که همچنان از امکانات قدیمی و هر مدل بسته‌بندی استفاده می‌کنند.

شیرمحمدی ادامه داد: به طور معمول بسته‌های ویژه بسته‌بندی

هدایت سرمایه‌گذاران تهرانی به شهرک صنعتی قرچک



جمعیتی و نیروی انسانی جوان که دارد باید برای استان تهران به مزیت مناسب در هدایت و توسعه کارآفرینی باشد. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران تأکید کرد: باید اقدام‌هایی شود تا مجموعه شهرک‌های صنعتی برای فعالیت کارآفرینان صنعتی و بخش‌های خدماتی مناسب شود. شهرک صنعتی قرچک و سایر شهرک‌های صنعتی استان تهران باید محلی برای اشتغال جوانان باشد.

نجفی با اشاره به نشست مشترک با صنعتگران مستقر در شهرک

ظرفیت‌های بازار الزامی است. اکبری ادامه داد: بسته‌بندی‌ها در کیلومترها دورتر از محل تولید باید تهیه شود. اگر طراحی بسته‌بندی درست انجام نشده باشد، سفارش‌دهنده و مصرف‌کننده زیان خواهند دید و بسا این کار، سرمایه‌گذاری روی چاپ و استفاده از مواد متفاوت از قبیل کاغذ و مقوا، هدر می‌رود.

این کارشناس طراحی صنعتی تأکید کرد: اگر بخواهیم معضل‌های بسته‌بندی را بررسی و آن را آسیب‌شناسی کنیم، شاید بتوان گفت بزرگترین معضل آن، نبود احترام به مصرف‌کننده است. به عنوان مثال، خیلی‌ها با بازکردن بسته‌بندی کالاهای خریداری‌شده، به‌ویژه از همان جایی که نوشته شده «از اینجا باز کنید»، دچار مشکل هستند.

به نظر من این مسئله بزرگترین معضلی است که با آن در این زمینه درگیر هستیم و علتش هم به نبود توازن در رابطه بین عرضه و تقاضا بازمی‌گردد. اکبری با گلایه از بی‌اهمیتی برخی از تولیدکنندگان به حقوق مصرف‌کننده، گفت: بزرگترین مشکل صنعت بسته‌بندی ما این است که هنوز تولیدکننده نمی‌داند باید به مصرف‌کننده احترام بگذارد و باید مصرف‌کننده را بیشتر به محصولات خود وابسته کند.

از همین رو است که همچنان از امکانات قدیمی و هر مدل بسته‌بندی استفاده می‌کند. این کارشناس طراحی صنعتی اضافه کرد: تعداد کم طراحان متخصص نیز بر ضعف صنعت بسته‌بندی افزوده است دلیل آن هم بازمی‌گردد به اینکه در دانشگاه‌ها و آموزشگاه‌ها رشته بسته‌بندی وجود ندارد و فقط یک واحد بسته‌بندی و آن هم برای معرفی این صنعت به دانشجویان و هنرجویان در ۲ ترم رشته گرافیک و طراحی صنعتی وجود دارد که آن هم متأسفانه با اطلاعات و شیوه‌های قدیمی تدریس می‌شود و از آن بدتر اینکه ما هیچ منبع و کتاب جامعی برای آموزش طراحی بسته‌بندی نداریم.

سخن آخر

به گزارش «گسترش صنعت» نبود شناخت کافی تولیدکنندگان از وضعیت بازار و همچنین شناخت درست رفتار و نیاز مصرف‌کنندگان یکی از مهم‌ترین کاستی‌های بسته‌بندی محصولات تولید داخلی است. اغلب، بسته‌بندی محصولات بدون داشتن هدف جایگاه‌سازی برای برند شدن، طراحی و روانه بازار می‌شود و متأسفانه بسیاری اوقات این طرح‌ها بدون هدف و اندیشه‌کپی نیز می‌شوند و طراحان و کپی‌کنندگان این بسته‌بندی‌ها از توجه به اینکه محصول مورد نظر دقیق چیست و برای چه مصرف‌کننده‌ای تولید شده و در کدام بازار قرار است عرضه شود، غافل می‌مانند.



داود شیرمحمدی

در کارخانه‌های تولیدی دستگاه‌های پرکننده‌ای وجود دارد که به گزینه آسان‌بازشو مجهز است. اگر این گزینه روی دستگاه به درستی کار نکند یا اپراتور دستگاه روی عملکرد آن نظارت نداشته باشد در نهایت بسته‌های پر شده از محصول از قسمت آسان‌بازشو، باز نمی‌شود.

صنعتی قرچک و فرمانداران و مسئولان محلی گفت: نبود گاز در این شهرک یک مشکل جدی برای صنعتگران بود که با پیگیری‌های انجام شده و همکاری فرمانداری قرچک نیز این مشکل رفع شده و اکنون در حال اجراء است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به آغاز ساخت فاز توسعه‌ای ۵۰۰ هکتار در شهرک صنعتی قرچک اشاره کرد و گفت: در دیدار با فرماندار قرچک نیز موضوع تکمیل زیرساخت‌ها مطرح شد تا زمین‌های شهرک صنعتی قرچک هرچه سریع‌تر برای استقرار سرمایه‌گذاران آماده شود.

نجفی با اشاره به اینکه سرمایه‌گذاری‌های تهران باید به سمت شهرک‌های صنعتی به‌ویژه شهرک صنعتی قرچک سرازیر شود، تأکید کرد: تکمیل زیرساخت‌ها در شهرک صنعتی قرچک نیازمند همکاری تمام نهادهای اجرایی و بخش‌های خدمات‌رسان مربوط است.

وی همچنین یادآور شد: باید در برنامه‌های آمایشی شهرک صنعتی قرچک بازنگری شود تا نوع صنعت و خدمات قابل ارائه در این شهرک شناسایی و به سرمایه‌گذاران جدید معرفی شود.

سرمایه‌گذاری ۲۴۰ میلیارد ریالی برای زیرساخت در قزوین

شهرک‌ها و نواحی صنعتی، پروژه‌های عمرانی برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود و بیش از ۶۵ درصد درآمد شرکت صرف امور زیربنایی شهرک‌ها و رفع موانع سرمایه‌گذاری و تولید در شهرک‌ها و نواحی صنعتی خواهد شد. خانبور همچنین از سرمایه‌گذاری بیش از ۲۸۰ میلیارد ریالی در سال ۱۳۹۷ برای عملیات اجرایی پروژه‌های عمرانی و زیربنایی در شهرک‌ها و نواحی صنعتی استان خبر داد.

گفتنی است، در استان قزوین ۱۵ شهرک و ناحیه صنعتی دولتی و ۴ شهرک صنعتی خصوصی فعالیت می‌کنند.

و آسفالت شهرک صنعتی قزوین (کوهین)، تجهیز چاه سوم شهرک کاسپین، شبکه روشنایی و توزیع آب و فاضلاب، ساخت ساختمان طب‌کار شهرک صنعتی لیا، ساخت نمایشگاه دائمی، ساخت شبکه گاز نواحی صنعتی الموت و طارم، ساخت منبع هوایی و پروژه‌های دیگر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی استان در حال اجراء است. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین افزود: اجرای زیرساخت‌های لازم در شهرک‌ها و نواحی صنعتی استان از رسالت این شرکت است و براساس نیاز و برنامه‌های عملیاتی مصوب



مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین

به گزارش خبرنگار «گسترش صنعت» از استان قزوین، حمیدرضا خانبور در بازدید از پروژه تصفیه‌خانه شهرک صنعتی کاسپین اظهار کرد: بیش از ۲۳ پروژه عمرانی شامل شبکه گاز، توسعه و الحاق شهرک صنعتی لیا/پارک صنعتی لیا، زیرسازی